

# **Een unieke belevenis**

*De rol van identiteit bij de ontwikkeling van stedelijke  
transformatiegebieden.*

15 augustus 2005

Scriptie Opleiding Master City Developer  
Peter Joustra

*"Escucha la ciudad, y siente su respiración. Afuera la verdad de un nuevo día nace hoy. Y nace una ilusión, y nacen cosas que te haran brillar."*

## Hoofdstukindeling

### 1. Inleiding en probleemstelling.

pagina 3

### 2. Structurele ontwikkelingen: de noodzaak voor steden

om actief te investeren in hun aantrekkelijkheid, bereikbaarheid en imago.

pagina 5

#### Conclusies Hoofdstuk 2

pagina 9

### 3. De stad als onderneming: nieuwe instrumenten voor stedelijke ontwikkeling.

pagina 11

#### Conclusies Hoofdstuk 3

pagina 18

### 4. Identiteit en transformatiegebieden.

pagina 20

#### Conclusies Hoofdstuk 4

pagina 34

### 5. Identiteit en transformatiegebieden in de praktijk: vier cases

pagina 36

#### 5.a Bilbao: Abandoibarra

pagina 37

#### Conclusies Abandoibarra

pagina 53

#### 5.b Barcelona: 22@bcn

pagina 56

#### Conclusies 22@bcn

pagina 71

#### 5.c Maastricht: Céramique

pagina 74

#### Conclusies Céramique

pagina 83

#### 5.d Amsterdam: Oostelijk Havengebied

pagina 86

#### Conclusies Oostelijk Havengebied

pagina 103

### 6. Conclusies en Aanbevelingen

pagina 106

## Hoofdstuk 1 Inleiding

### ***Steden kunnen door strategisch te investeren in transformatiegebieden hun identiteit en daarmee hun concurrentiepositie versterken.***

De overgang van het industriële naar het post-industriële tijdperk in de afgelopen decennia heeft zijn sporen in de stad achtergelaten, met name in de traditionele industrie- en havensteden. De veranderingen hebben consequenties voor de stedelijke morfologie. De economische bloeigebieden van weleer zijn in de stad in onbruik geraakt. Fabrieksgebouwen, pakhuizen, transportknooppunten en bedrijfsterreinen, die bij een vorige fase van de maatschappelijke ontwikkeling horen, verdwijnen van het toneel. In deze verwaarloosde en grotendeels desolate gebieden, concentreren zich nu vaak activiteiten die in de rest van de stad ongewenst zijn (zoals prostitutie, illegale handel) of die elders geen voet aan de grond kunnen krijgen (zoals broedplaatsfuncties). Deze gebieden hebben een slechte naam en worden als onveilig ervaren. Ze staan bij de stedeling te boek als 'no go-areas'.

Amper 20 jaar geleden lagen deze verouderde en verlaten industrie-, spoor- en havengebieden nog als een zware last op de schouders van menig stadsbestuur. De nieuwe locatiefactoren in de huidige kenniseconomie hebben deze gebieden echter weer onder de aandacht gebracht. Door de groei van en functionele veranderingen in de stad, verandert de positie van deze gebieden. In het huidige, post-industriële tijdperk, kunnen ze een nieuwe betekenis krijgen. Van perifeer liggende gebieden, zijn het immers strategisch in de stad gelegen gebieden geworden. Juist deze donkere kant van de stad biedt daarmee nieuwe en interessante ontwikkelingskansen. Deze gebieden bieden door hun aard en ligging met name kansen voor de ontwikkeling van nieuwe en aantrekkelijke stedelijke milieus, voor nieuwe relevante economische sectoren (dienstensector

en toerisme). Hun ontwikkeling kan concreet bijdragen aan het verbeteren van de aantrekkelijkheid en bereikbaarheid van de stad. Daarnaast kan, door de concrete invulling en uitstraling die het gebied krijgt, de ontwikkeling een bijdrage leveren aan de marketing van de identiteit van een stad.

De ontwikkeling van deze zogenaamde transformatiegebieden<sup>1</sup> biedt dus een strategisch instrument om de aantrekkelijkheid van de stad te vergroten én om de stad te promoten. Door hun aard en ligging hebben veel transformatiegebieden de potentie om nieuwe, aantrekkelijke en centraal gelegen stedelijke milieus te worden, waarmee de in de huidige kenniseconomie belangrijke locatiefactoren (zoals een aantrekkelijke leefomgeving en bereikbaarheid) invulling kunnen worden gegeven. Een stad kan door middel van de ontwikkeling van deze gebieden haar eigen identiteit profileren. Een positief, aantrekkelijk imago is van belang voor economisch succes, aangezien dit bezoekers, ondernemers, investeerders en nieuwe bewoners aantrekt. Succesvolle voorbeelden van de inzet van gebiedsontwikkeling om de aantrekkelijkheid van de stad te vergroten en de identiteit van een stad te profileren zijn bijvoorbeeld Bilbao in Noord-Spanje en Maastricht in Nederland.

In deze scriptie wordt weergegeven hoe steden gebiedsontwikkeling gebruiken als strategisch instrument om hun aantrekkelijkheid en hun onderscheidende identiteit te versterken, welke ontwikkelingen hieraan ten grondslag liggen en welke strategieën bij gebiedsontwikkelingen ingezet kunnen worden om tot een onderscheidende identiteit van de gebiedsontwikkeling zelf (en de stad) te komen.

---

<sup>1</sup> Transformatiegebieden zijn gebieden waarvan de oude, (mono)functionele bestemming (grotendeels) verdwenen is en die getransformeerd worden voor een nieuw, multifunctioneel gebruik. De meerderheid van het vastgoed wordt vernieuwd en er komt een andere stedenbouwkundige structuur.

De centrale probleemstelling van deze scriptie luidt:

'Wat is de rol van identiteit bij de ontwikkeling van stedelijke transformatiegebieden en welke succesfactoren kunnen in de praktijk bij het tot stand brengen van een identiteit van deze stedelijke transformatiegebieden onderscheiden worden.'

#### Opzet scriptie

Om de centrale probleemstelling te beantwoorden komen de volgende onderzoeksvragen aan bod:

1. In welke algemene context (structurele ontwikkelingen en de gevolgen hiervan voor het beleid bij stedelijke ontwikkeling) kan de ontwikkeling van transformatiegebieden geplaatst worden.
2. Wat betekent deze context voor het begrip identiteit bij transformatiegebieden?
3. Hoe kan op identiteit gestuurd worden bij de ontwikkeling van transformatiegebieden?
4. Welke rol heeft identiteit gespeeld en hoe is op identiteit gestuurd bij vier praktijkcases van gebiedsontwikkeling in transformatiegebieden: Oostelijk Havengebied in Amsterdam, Ceramique in Maastricht, 22@BCN in Barcelona en Abandoibarra in Bilbao?
5. Welke succesfactoren kunnen bij het ontwikkelen van identiteit bij bovengenoemde praktijkcases onderscheiden worden?

De eerste onderzoeksvraag komt aan bod in hoofdstuk 2 en 3. In hoofdstuk 2 staan de structurele ontwikkelingen centraal en in hoofdstuk 3 de gevolgen hiervan voor het beleid bij stedelijke ontwikkeling. In hoofdstuk 4 worden de onderzoeksvragen 2 en 3 beantwoordt: de betekenis die identiteit bij gebiedsontwikkeling heeft en hoe op identiteit gestuurd kan worden bij de gebiedsontwikkeling van transformatiegebieden. In hoofdstuk 5 worden vervolgens de 4 praktijkcases (onderzoeksvraag 4 en 5) beschreven. Doel van het

onderzoeken van deze praktijkcases is om na te gaan welke rol identiteit in de praktijk speelt en hoe op identiteit gestuurd wordt. Tenslotte worden in hoofdstuk 6 de conclusies en aanbevelingen van het onderzoek weergegeven, waarbij een antwoord wordt gegeven op de centrale probleemstelling van dit onderzoek.

#### Doel van het onderzoek

Het onderzoek heeft tot doel om de succesfactoren bij identiteitsstrategieën voor transformatiegebieden te beschrijven en aanbevelingen te doen voor een succesvolle identiteitsstrategie.

#### Onderzoeksmethodiek

Het onderzoek is uitgevoerd door een combinatie van de volgende onderzoeksmethodes:

1. Literatuurstudie, gericht op literatuur over de ontwikkeling van steden in de kenniseconomie, stedelijke locatiefactoren, citymarketing, marketing bij gebiedsontwikkeling, branding en identiteitsontwikkeling.
2. Gesprekken met kenners. Er zijn enkele gesprekken gevoerd met kenners op het gebied van de ontwikkeling van stedelijke identiteiten.
3. Casestudies. Er zijn vier cases bestudeerd, aan de hand van interviews met betrokkenen, literatuur, bronnenonderzoek en veldonderzoek ter plekke.

**Hoofdstuk 2 Structurele ontwikkelingen: de noodzaak voor steden om actief te investeren in hun aantrekkelijkheid, bereikbaarheid en imago.**

***Maatschappelijke ontwikkelingen beïnvloeden de ruimtelijke ontwikkeling van de stad.***

De teloorgang van de industrie is de afgelopen 20 jaar een algemeen fenomeen geweest in geavanceerde kapitalistische landen. Deze spectaculaire de-industrialisatie heeft vooral haar sporen nagelaten in de stad. Steden bevatten simpelweg meer van de verdwijnende industriële sectoren en meer verouderde industrie- en bedrijfsterreinen. Ze hebben daarnaast ook de gevolgen van het wegtrekken van bedrijven naar suburbane gebieden aan den lijve ondervonden.

Toen stadsbestuurders steeds meer werden geconfronteerd met deze grote afname van werkgelegenheid in de stad, en de negatieve gevolgen hiervan voor het sociale welzijn en de lokale economie, realiseerden ze zich dat ze het ontstane gat dienden te dichten met nieuwe economische activiteiten. Het besef groeide dat dit niet lukte met het aantrekken van nieuwe fabrieken. Stadsbestuurders werden zich steeds meer bewust dat hun toekomst lag in het ontwikkelen van de stad tot een post-industrieel dienstencentrum. Om dit doel te bereiken en de benodigde investeerders en sectoren aan te trekken, moesten ze zichzelf aan de man brengen. (S.V. Ward, 1998)

Sinds de jaren '80 hebben verschillende steden in de wereld dan ook projecten gestart voor stedelijke revitalisering. De transformatie van verouderde stedelijke gebieden in nieuwe stedelijke gebieden voltrok zich niet alleen in de grote wereldsteden, maar ook in een groot aantal middelgrote regionale steden. In de begintijd van deze stedelijke revitaliseringsprojecten

in transformatiegebieden (met name in Angelsaksische landen) richten stadsbesturen zich vooral op het creëren van nieuwe leisurefuncties, om bezoekers naar de stad te trekken. Dit in navolging van de successen in Baltimore en Boston in de Verenigde Staten, waar verwaarloosde gebieden in de binnenstad tot nieuwe leisure- en winkelgebieden zijn omgetoverd. Deze ontwikkelingen waren vooral gericht op de vrijetijdsindustrie en het aantrekken van consumptie (er moest geld in het laatje komen) en niet zozeer op het aantrekken van nieuwe productiesectoren.

Onder invloed van een aantal belangrijke, structurele maatschappelijke veranderingen die zich in de afgelopen decennia hebben voltrokken, is de betekenis en de rol van transformatiegebieden in de stedelijke ontwikkeling verandert. Deze structurele maatschappelijke ontwikkelingen hebben te maken met de opkomst van de Informatie- en Communicatie Technologie (ICT), de overgang van het industriële naar het post-industriële tijdperk en de hiermee gepaard gaande economische herstructurering.

***Door de globaliseringstrend, de ICT-ontwikkelingen en de opkomst van de kenniseconomie staat de stad weer centraal.***

In veel steden in de Westerse industrielanden vinden ingrijpende veranderingen plaats. Een geleidelijk veranderingsproces maakt plaats voor een in hoog tempo verlopend, structureel veranderingsproces. Dit stedelijk transformatieproces wordt vaak getypeerd als een overgang van een industriële stad naar een post-industriële, postmoderne stad. Het voorvoegsel 'post' duidt op een nieuwe situatie, waarin de stad een andere rol en functie binnen andere maatschappelijke en ruimtelijke kaders vervult. De stad is zich aan het heroriënteren en herpositioneren.

De huidige samenleving wordt gekenschetst als een netwerkmaatschappij en de huidige economie als een kenniseconomie (Castells 1996). De maatschappelijke ontwikkelingen vertalen zich in ruimtelijke dynamiek. In ruimtelijk opzicht hebben de ontwikkelingen in de laatste decennia geleid tot een afname van de industriële basis van oude, industriële regio's en de opkomst van nieuwe typen en locaties van economische activiteit.

*'Ruimte is een expressie van de maatschappij. Aangezien onze maatschappij structurele veranderingen ondergaat, is het aannemelijk dat nieuwe ruimtelijke vormen en processen aan het ontstaan zijn.'* (Castells 1996)

De belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen die in de literatuur naar voren komen zijn de opkomst van ICT, globalisering, de netwerkmaatschappij en de kenniseconomie. Vooral de mate van kennisintensiteit wordt essentieel geacht voor de ontwikkeling van steden. Bedrijven en andere actoren concentreren zich in bepaalde steden of regio's, waarbij zich bepaalde specialisaties per stad of regio uitkristalliseren. (Verlaet, 2003)

**Castells benadrukt belang van netwerkmaatschappij voor stedelijke en gebiedsontwikkeling**

Met name Manuel Castells (Castells, 1996 en 1997) schetst een helder beeld hoe door de ICT-opkomst een nieuwe ruimtelijke logica is ontstaan waarin netwerken een centrale rol spelen. Volgens Castells is een aantal maatschappelijke veranderingen zo ingrijpend, dat zich een nieuwe economie, maatschappij en cultuur ontwikkelen. De wortels van deze veranderingen liggen in de samenloop van drie ontwikkelingen: de revolutie van de informatietechnologie, de economische crisis in kapitalistische en communistische economieën en de groei van sociale bewegingen als de mensenrechtbeweging

en de milieubeweging. Deze drie bewegingen hebben hun eigen dynamiek, maar hun interactie veroorzaakt echter een nieuwe dominante structuur: de netwerkmaatschappij, een nieuwe economie: de mondiale informatie-economie en een nieuwe cultuur: de cultuur van 'real virtuality'. Sommige groepen en locaties worden opgenomen in het netwerk, andere niet.

Het begrip netwerkmaatschappij verwijst naar wereldwijd aan elkaar gekoppelde netwerken van beslissings- en kenniscentra, economische activiteiten, centra van financiële dienstverlening, logistieke knooppunten, maar ook van recreatie-, vermaak- en cultuurgebieden, etcetera. Een maatschappij dus die vooral rond stromen van goederen, mensen, geld en relatienetwerken is georganiseerd.

De komst van de netwerkmaatschappij heeft volgens Castells ingrijpende ruimtelijke gevolgen. Zo ontstaat er een nieuwe ruimtelijke logica - de 'space of flows'. Met deze 'space of flows' verwijst Castells naar het idee dat directe aanwezigheid minder belangrijk is voor sociale processen. De 'space of flows' bestaat uit drie lagen: een materiële basis van een elektronisch netwerk waarlangs impulsen worden verzonden, verschillende plaatsen die door dit netwerk worden verbonden en topmanagers die meer en meer leven in afgescheiden gebieden en zich over de wereld verplaatsen via een netwerk van plaatsen (zoals vliegvelden, kantoren en hotels) die ongeacht van de specifieke locatie een uniform karakter hebben. De space of flows wordt gekarakteriseerd door footlooseness, grenzeloosheid, marktconformiteit en onbeheersbaarheid. Naast deze space of flows bestaat volgens Castells een 'space of places' waarin mensen wonen en leven. Space of places verwijst naar plaatskenmerken zoals de lokale cultuur, de lokale historische vormen en kwaliteiten als stedelijkheid, duurzaamheid en identiteit.

Castells wijst erop dat, ondanks de footlooseness, een concentratie van dienstverlening in 'global cities' plaats vindt. De oorzaak van deze concentratie ligt in de noodzaak van culturele creativiteit als voorwaarde voor innovatie. De stad is volgens Castells een facilitaire locatiekeuze in de netwerksamenleving. De ruimtelijke consequenties hangen overigens mede af van historische en ruimtelijke factoren. Zo woont bijvoorbeeld de Europese elite in opgeknapte wijken in de oude stad, zoals de Amsterdamse grachtengordel.

De space of flows betekent volgens Castells dat de dynamiek van een specifiek gebied in hoofdzaak afhankelijk is van besluitvorming elders. Daarbij ontwikkelt zich een space of places waarin juist sprake is van een herwaardering van lokale identiteiten. Tussen deze twee is sprake van een spanningsverhouding. Gebiedsontwikkeling speelt zich af in het spanningsveld tussen de space of flows en de space of places. De opgave is vooral om voor strategische plekken in de stad nieuwe vormen van identiteit te ontwikkelen die een duurzaam karakter moeten krijgen en waarbij het stedelijk leven opnieuw wordt verankerd.

***Sassen wijst erop dat globalisering leidt tot een concentratie van economische activiteit in nieuwe hiërarchie van steden, waarbij nieuwe vestigingsfactoren aan belang winnen.***

Saskia Sassen (Sassen, 1991) behoort tot de gerenommeerde deskundigen op het gebied van stedelijke ontwikkelingen. Zij stelt de wisselwerking tussen lokale en mondiale veranderingen centraal. Zij laat zien dat processen van decentralisatie door economische globalisering samengaan met een concentratie van sommige activiteiten in steden. In haar boek 'The Global City' constateert Sassen dat de toegenomen mobiliteit van nationaal en transnationaal kapitaal heeft geleid tot opvallende economische transformaties. Dit gaat gepaard met een centralisatie van

managementfuncties en diensten, die geconcentreerd raken in een aantal mondiale steden - de global cities. Lokale veranderingen kunnen, volgens Sassen, hier dan ook alleen goed begrepen worden tegen de achtergrond van de ontwikkeling van de mondiale economie. Doordat deze steden belangrijke knooppunten zijn geworden voor bepaalde economische activiteiten, hebben zij naast grote ondernemingen en nationale overheden een eigen, strategische positie verworven in een mondiale en regionale stedelijke hiërarchie. Soms zijn het ook centra in trans- en subnationale regio's. Dit geldt onder meer voor steden als New York, London, Frankfurt en Amsterdam.

Dit proces leidt tot een nieuwe mondiale en regionale hiërarchie van steden, waarbij sommige steden aan belang winnen en andere steden de aansluiting verliezen. Sassen legt daarbij een relatie tussen lokale sociaal-economische veranderingen in steden en mondiale economische ontwikkelingen. Centralisatie van de economische contrôlecentra in een stad is alleen mogelijk als grote groepen hooggeschoolde kenniswerkers aanwezig zijn en (als andere kant van de medaille) laag opgeleide arbeiders (als leveranciers van diensten aan de elite, zoals schoonmaak, catering, transport, onderhoud en administratie). Dit betekent een parallelle trend van 'gentrification' en sociale polarisatie door toename van het segment laagstbetaalden.

Onder invloed van de globalisering winnen volgens Sassen nieuwe vestigingsfactoren aan belang: zoals aansluiting van de stad op fysieke en non-fysieke netwerken, allure en uitstraling van de stad en haar culturele aanbod.



**Harvey wijst op de invloed van economische flexibilisering op de stad.**

David Harvey (Harvey, 1993) ziet kapitalisme als belangrijke drijfveer van stedelijke verandering. Hij ziet een drastische overgang in het productiesysteem van Fordisme naar flexibele accumulatie. De ruimtelijke component van de-industrialisatie en herstructurering is het duidelijkst zichtbaar in de stad. Steden worden gedwongen met elkaar te concurreren als aantrekkelijke centra voor de financiële dienstverlening en als plekken voor consumptie en vermaak, aangezien flexibele productie geografische spreiding mogelijk maakt. Begrippen als plaatsen of plekken komen op waar vroeger meer algemeen werd gesproken over ruimte. De conditie van onzekerheid, vluchtigheid en ongrijpbaarheid roept, aldus Harvey, een reactie op die te typeren is als een zoektocht naar het construeren van identiteit en het benadrukken van de specifieke eigen kwaliteiten van een plaats, een locatie, een stad. Dit betekent ook nieuwe uitdagingen voor gebiedsontwikkelingsopgaven, waarbij het verschaffen van identiteit en een positief imago tevens een marketingaangelegenheid is geworden.

De kwaliteitskenmerken van een plaats nemen, volgens Harvey, in belang toe, onder invloed van de huidige, grotere bewegingsvrijheid van ondernemingen, goederen, mensen, geld en informatie.

*The significance of the qualities of place has been enhanced and the vigour of inter-urban competition for capitalist development (investment, jobs, tourism, etc.) has strengthened considerably. (Harvey 1993)*

Nu ondernemingen kunnen kiezen uit meerdere locatiemogelijkheden, wordt het belang van de specifieke kwaliteitskenmerken van een plaats en een locatie navenant belangrijker. Kleine verschillen worden zo doorslaggevend voor locatie- en investeringsbeslissingen in de stad.

**Florida en Van den Berg wijzen op het belang van menselijk kapitaal voor de ontwikkeling van de stad.**

Leo van den Berg (Berg et al., 2002) brengt de bovenstaande maatschappelijke ontwikkelingen min of meer samen in het begrip kenniseconomie. De eerder geconstateerde globaliseringstrend, de opkomst van ICT en de netwerkmaatschappij worden door hem als belangrijke achtergrondontwikkelingen meegenomen. Hij wijst op het toenemend belang van kennis in de huidige economie. De economische trend naar een steeds grotere kennisintensiteit ('knowledge economy') is volgens Van den Berg essentiëler voor de ontwikkeling van steden dan de ICT-ontwikkeling. Het doordenken van de gevolgen van ICT en globalisering leidt gemakkelijk tot de redenering dat bedrijven en andere actoren steeds meer 'footloose' zouden worden. Het doordenken van de gevolgen van een grotere kennisintensiteit leidt juist tot de redenering dat bedrijven en andere actoren zich zullen concentreren in bepaalde steden of regio's, waarbij zich bepaalde specialisaties per stad of regio uitkristalliseren.

Van den Berg wijst op de mogelijkheid voor steden om hun positie in de huidige kenniseconomie te verbeteren. Daartoe onderscheidt hij een aantal fundamentele voor een kennisstad waarin geïnvesteerd kan worden om succesvol te zijn in de kenniseconomie. Volgens Van den Berg kunnen steden met name succesvol worden in de huidige kenniseconomie door te investeren in aantrekkelijkheid, bereikbaarheid en imago. Een sleutelrol is hierbij weggelegd voor de aanwezigheid en kwaliteit van het menselijk kapitaal in de stad.

Kennisintensieve bedrijven zoeken vooral locaties waar voldoende geschikt aanbod is van kenniswerkers. En deze

kenniswerkers worden op hun beurt vooral aangetrokken de 'quality of life' van een stad<sup>2</sup>.

Deze analyse wordt ondersteund door Richard Florida (Florida, 2002) die er ook op wijst dat menselijk kapitaal de belangrijkste motor is achter regionale economische groei. Vooral de aanwezigheid van voldoende kenniswerkers en dan met name de zogenaamde 'creative class' is volgens Florida van belang. Hiermee kunnen bedrijven en investeerders aangetrokken worden. De creative class wordt op haar beurt naar een stad getrokken worden door de 'quality of place'. Quality of place verwijst naar de unieke karakteristieken die een locatie definiëren en aantrekkelijk maken.<sup>3</sup>

In de concurrentieslag met andere steden kunnen steden niet alleen volstaan met het investeren in de kwaliteit van stedelijke diensten. Het is ook van belang om de (verkregen) aantrekkelijkheid te communiceren naar mensen en ondernemingen in en buiten de stad. Het creëren van een onderscheidende imago is volgens van

---

<sup>2</sup> Van de Berg noemt de volgende aspecten daarbij van belang:

- 1) een aantrekkelijke gebouwde omgeving
- 2) een kwalitatief hoogwaardig woningaanbod
- 3) aantrekkelijke stadsparken
- 4) een aantrekkelijke natuurlijke omgeving
- 5) een rijke variëteit aan culturele instellingen
- 6) kwalitatief hoogwaardige gezondheids- en onderwijsvoorzieningen
- 7) voldoende milieukwaliteit (met name lucht en geluid)
- 8) stedelijke diversiteit (bestaand uit functiemenging, kleine korrelgrootte van de bebouwing, menging van bebouwing uit verschillende tijdperken en concentratie van mensen)
- 9) de stedelijke schaal (middelgrote en grote steden)

<sup>3</sup> Over het algemeen heeft quality of place volgens Florida drie dimensies:

- 1) Wat is er: de combinatie van de gebouwde omgeving en de natuurlijke omgeving; een toepasselijk decor voor de beoefening van een creatief leven;
- 2) Wie zijn er: de verschillende type mensen, die met elkaar interactie aangaan en een leven maken in die gemeenschap.
- 3) Wat is er gaande: de levendigheid van het leven op straat, de uitgaanscultuur, kunsten, muziek en mensen die outdoor activiteiten ondernemen - alles bij elkaar veel actieve, spannende en creatieve uitdagingen/ondernemingen.

den Berg één van de grootste uitdagingen waar steden voor staan. Communicatie en het opbouwen van een onderscheidend imago zijn dan ook de belangrijkste elementen van een strategisch city-marketingbeleid.

### **Conclusies hoofdstuk 2**

Ondanks de alles overheersende trend van 'footlooseness', door het relatiever worden van tijd en ruimte, is het belang van geografische locatie alleen maar toegenomen. En geografische locatie is dan in toenemende mate opnieuw de stad. Er wordt in dit kader ook wel gesproken van een 'urban renaissance'.

Wat veranderd is, is dat steden niet meer om hun harde locatiekwaliteiten alleen een aantrekkelijke vestigingsplaats zijn. Zo wijzen verschillende auteurs erop dat, om aan belang te winnen in de nieuwe hiërarchie van steden, het belangrijk is om voldoende kenniswerkers aan te trekken. Om deze kenniswerkers aan te trekken moet een stad vooral investeren in haar aansluiting op fysieke en non-fysieke netwerken (de bereikbaarheid) en de aantrekkelijkheid van de stad en haar voorzieningen (de 'quality of life' of 'quality of place').

Door het 'footloose' karakter van activiteiten worden steden gedwongen met elkaar te concurreren als aantrekkelijke centra voor de (financiële) dienstverlening en als plekken voor consumptie en vermaak. In de concurrentieslag met andere steden, kunnen steden niet alleen volstaan met het investeren in de kwaliteit van stedelijke diensten. Het is ook van belang om de (verkregen) aantrekkelijkheid te communiceren naar mensen en ondernemingen in en buiten de stad. Van den Berg, Harvey en anderen wijzen daarbij op het belang van een onderscheidende identiteit van plaatsen, locaties en steden. Op basis van deze onderscheidende identiteit (wat het product daadwerkelijk is) kan een onderscheidend imago (hoe men

het product ziet) worden opgebouwd, waarin de kwaliteitsverschillen met andere locaties wordt benadrukt. Het ontwikkelen van een onderscheidende identiteit blijkt een van de grootste uitdagingen te zijn waar steden voor staan.

Castells geeft dan ook aan dat het belang van een locatie is dat daaraan een specifieke identiteit kan worden verbonden en (economische) activiteiten kunnen worden aangetrokken. De plaats, het bijzondere en specifieke, kan volgens hem steeds opnieuw worden gerealiseerd. De opgave is vooral om voor strategische plekken in de stad nieuwe vormen van identiteit te ontwikkelen die een duurzaam karakter moeten krijgen en waarbij het stedelijk leven opnieuw wordt verankerd.

De ontwikkelpotentie, in een groeiende internationaal concurrerende omgeving, hangt niet alleen af van de faciliteiten en kwaliteiten die een stad biedt vanuit een objectief perspectief. Het is vooral van belang om concurrentievoordelen te genereren voor de stad. De sleutel hiervoor ligt in het kiezen van de juiste positionering, een attractief imago en zichtbaarheid op wereldschaal. De ontwikkeling van steden kan dus door investeringen in aantrekkelijkheid, bereikbaarheid en een positief, onderscheidend imago worden beïnvloed, om mee te kunnen komen in de kennisintensiever wordende economie. Deze uitgangspunten vormen dan ook steeds vaker de doelstellingen van stedelijk beleid. En de ontwikkeling van stedelijke transformatiegebieden brengt deze doelstellingen met elkaar in verband, vormen als het ware het integratiekader.

Stedelijke gebiedsontwikkeling vindt immers niet op een eiland plaats. Het is ook geen doel op zich. Het maakt onderdeel uit van stedelijk of regionaal beleid en draagt samen met tal van andere programma's en projecten bij aan de realisatie van het stedelijk of regionaal beleid. De ontwikkeling van projecten op bepaalde locaties die een uitstraling moeten hebben op

verschillende schaalniveaus, vormt dan ook het vertrekpunt van veel stedelijk beleid. Zoals ontwikkelingen in steden als Baltimore, Liverpool en Barcelona hebben aangetoond, kan de ontwikkeling van stedelijke gebieden een enorme impact hebben op de gehele regio. Het gaat er daarbij in toenemende mate om, locaties te maken die de voordelen van de globale netwerkomgeving weten te verbinden met de kwaliteiten en potenties van de stad zelf.

In het volgende hoofdstuk komt de ontwikkeling van het stedelijk beleid, in het kader van de toegenomen (inter)nationale concurrentie en opkomst van de kenniseconomie, en de consequenties daarvan voor de ontwikkeling van transformatiegebieden aan de orde.

### **Hoofdstuk 3 De stad als onderneming: nieuwe instrumenten voor stedelijke ontwikkeling**

In het vorige hoofdstuk kwamen de structurele ontwikkelingen ontwikkelingen aan de orde die van invloed zijn op de ontwikkeling van transformatiegebieden. In dit hoofdstuk wordt aangegeven hoe het stedelijk beleid zich in dit kader heeft ontwikkeld en welke gevolgen dit heeft voor de ontwikkeling van transformatiegebieden.

De toenemende economische concurrentie tussen steden en regio's en de overgang naar een kennismaatschappij maakt een zakelijk en efficiënt beleid nodig. Om zo'n beleid te kunnen voeren is een goed stedelijk management noodzakelijk. De stedelijke regio wordt steeds vaker geleid als een onderneming, die slagvaardig inspeelt op nieuwe ontwikkelingen. Samenwerking met andere publieke partijen en private partijen is daarbij van wezenlijk belang, aangezien de kwaliteit van het leef- en vestigingsmilieu niet alleen door de lokale overheid wordt bepaald. Steden worden verder gedwongen om zich in hun ontwikkelingsbeleid steeds meer te richten op het stimuleren van die activiteiten waarmee de stad, ten opzichte van andere steden, een concurrerend vestigingsmilieu en een positief, en onderscheidend imago gebaseerd op een eigen identiteit kan bieden. Daarbij gaat het niet alleen om bedrijven maar ook om investeerders, bezoekers en bewoners.

De bovengenoemde activiteiten zijn geen eenmalige actie. Het is geen kwestie van het eenmalig oppoetsen van de stad om het nieuwe tijdperk binnen te gaan, om zich klaar te maken voor de 21<sup>e</sup> eeuw, zoals vaak door steden wordt geproclameerd. Want de ontwikkelingen gaan steeds sneller. Er is sprake van een marktomgeving die sterk in beweging is en die gekenmerkt wordt door vele onzekerheden. Om zich een positie te verwerven in de

netwerken van de postmoderne wereldeconomie en deze te behouden, dienen steden zich voortdurend aan te passen aan de dynamische eisen die de nieuwe economie stelt. Hierdoor krijgen steden steeds meer het karakter van een facilitaire stad. Steden proberen zich aantrekkelijk te positioneren door allerlei faciliteiten aan te bieden en gunstige condities te creëren. Hierbij wordt het ontwikkelen en uitdragen van een onderscheidende profilering steeds belangrijker. Willen steden in de toekomst blijvend succesvol functioneren, dan vereist dit dus een pro-actieve opstelling van een stad.

Om efficiënt op de nieuwe uitdagingen in te kunnen spelen, hebben steden nieuwe instrumenten ontwikkeld om de stedelijke ontwikkeling te sturen, de aantrekkelijkheid van de stad te vergroten en de concurrentiepositie te verbeteren. Sinds de jaren '80 worden verschillende managementbenaderingen en -technieken toegepast. De belangrijkste zijn City-marketing en Strategische Planning. Beide instrumenten worden inmiddels als onontbeerlijk gezien om de aantrekkelijkheid van de stad voor beoogde doelgroepen te vergroten.

De instrumenten city-marketing en strategische planning evolueren steeds meer tot een pro-actief, stimulerend en op ontwikkeling gericht stedelijk management, waarbij promotie en ontwikkeling steeds meer in elkaar grijpen. Deze vorm van stedelijk management wordt aangeduid met de term 'urban entrepreneurialism'. (González Ceballos, 2004) Belangrijk instrumenten van dit urban entrepreneurialism, of stedelijk ondernemerschap, vormen omvangrijke publieke investeringen in stedelijke evenementen en stedelijke mega-projecten.

In de volgende paragrafen worden de verschillende instrumenten en hun rol in stedelijke ontwikkeling beschreven en worden conclusies getrokken over de

strategische rol die transformatiegebieden bij de stedelijke ontwikkeling spelen.

***Steden zetten city-marketing steeds vaker als beleidsinstrument in om zichzelf te positioneren.***

De transformatie van het imago of de beeldvorming van steden en wijken is tot een sleutelthema van het stedelijk beleid uitgegroeid. Het aantal promotieactiviteiten groeit explosief. Deze promotieactiviteiten worden toegepast op steeds meer en verschillende schaalniveaus, variërend van naties en regio's tot steden en wijken. Dergelijke activiteiten worden aangeduid met de term 'place promotion'. (J.R. Gold en S.V. Ward, 1994)

Het handelt bij place promotion om de doelbewuste positionering en profilering van geografische gebieden, met als oogmerk het aantrekken van potentiële bewoners, bezoekers en investeerders. Place promotion heeft verschillende historische antecedenten. Aan het eind van de 19<sup>e</sup> en begin van de 20<sup>e</sup> eeuw werden in de Verenigde Staten, Canada en Groot Brittannië reeds campagnes gevoerd ter promotie van regio's, steden, suburbs en *seaside resorts*. (J.R. Gold en S.V. Ward, 1994)

Vanaf de jaren '80 krijgt place promotion als beleidsstrategie een nieuwe impuls in *city marketing*<sup>4</sup>, met name in relatie tot de conservering van het cultureel stedelijk erfgoed, de promotie van toeristensteden, en de reconstructie van het imago van industriesteden. Industriesteden pogen daarbij hun toekomst in het post-industriële tijdperk veilig te stellen. Deze steden zoeken daartoe een nieuwe

---

<sup>4</sup> City-marketing wordt ook wel aangeduid als placemarketing. Place wordt hier gebruikt om aan te geven dat om zowel locaties als gebieden gaat. In deze scriptie wordt verder de term city-marketing gebruikt.

identiteit en ondernemen pogingen om bestaande gebieden een ander, nieuw uiterlijk te geven. De overbodig geworden dokken, pakhuizen en bedrijventerreinen worden omgetoverd in postmoderne woon- en werkgebieden, waarbij delen van het industriële verleden vaak gebruikt worden als toeristisch product. De meer ambitieuze steden gaan voor een wereldstatus. Ze proberen een belangrijke plek te veroveren in de nieuwe rangorde van 'global cities', steden die een belangrijke rol spelen in de nieuwe economie. Het binnenhalen van belangrijke internationale evenementen is een veelbeproefd middel van steden om de gewenste internationale status binnen te halen.

*'They find ways to accumulated artistic heritage to compete for the title of 'cultural capital' within the new Europe. They compete to stage major international exhibitions and other events, most notably the Olympic Games. The very act of bidding becomes a promotional act in itself, asserting the credentials of a place to a wide and influential audience.'* (Gold en Ward, 1994, p. 2)

Het evenement zelf is daarbij niet alleen een belangrijk promotiemiddel, maar creëert tevens het momentum voor omvangrijke investeringen in de sociale en fysieke infrastructuur. Het meest bekende voorbeeld van deze strategie is Barcelona, waar de ontwikkeling van de stad in de afgelopen ruim 100 jaar sterk verbonden is met de organisatie van grootschalige, (inter)nationale evenementen.

***Strategische city-marketing behelst meer dan alleen de promotie van steden.***

Het doel van city-marketing is het creëren van strategieën om een gebied of de gehele stad te promoten voor bepaalde activiteiten en in sommige gevallen het aan de man brengen van delen van de stad voor wonen, consumeren en productie-activiteiten. City-marketing

behoort inmiddels tot de vanzelfsprekende activiteiten van de ondernemende stad. Van den Berg (Berg et al., 1990) hanteert hierbij de term strategische city-marketing.

Strategische city-marketing draagt bij tot de profilering van de stad of stedelijke regio als een harmonisch, aantrekkelijk geheel. Bij strategische city-marketing zijn volgens Van den Berg (Berg et al., 1990, p. 35-36) een aantal aspecten van groot belang. Hij noemt onder meer:

1. Hoofddoelstellingen van stedelijke beleid: stedelijke planning en beleid vragen om een uitgewerkte, integrale toekomstvisie voor de stedelijke regio;
2. Stadsconcept: de aanwezigheid van een strategie voor de ontwikkeling van de ruimtelijke structuur en een integraal ruimtelijk masterplan;
3. Stedelijke producten: het imago van een stad wordt gevormd door de aantrekkelijkheid van de afzonderlijk te identificeren stedelijke producten zoals kantoorlocaties, bedrijfsterreinen, havenfaciliteiten, woningen, winkels, culturele en uitgaansvoorzieningen, onderwijsvoorzieningen en toeristische objecten. Een ruimtelijk en kwalitatief gedifferentieerd productaanbod is een belangrijk element van strategische city-marketing.
4. Samenwerking: met private actoren die direct of indirect mede de kwaliteit van het stedelijk leef- en vestigingsmilieu bepalen en met publieke actoren.
5. Marktcommunicatie: is niet een doel op zich maar een instrument dat in de uitvoering sterk afhankelijk is van de duidelijkheid van de strategie, de interne overeenstemming en het commitment van de betrokken partners.

Van den Berg geeft hiermee aan dat strategische city-marketing een integraal beleidsinstrumentarium is, en

duis meer dan het voeren van een promotie-campagne. Wat verder blijkt is dat stedelijke producten (zoals de herontwikkelde transformatiegebieden) de belangrijkste bouwstenen zijn voor het vormen van een stedelijke identiteit en het imago.

Een belangrijk aspect bij city-marketing is de te volgen marketingstrategie. Volgens Ashworth en Voogd (Gold en Ward, 1994) zijn in een marketingsstrategie een drietal maatregelen van belang (fig. 1) Deze drie maatregelen zijn:

- Promotie. Promotie is meer dan adverteren. Er bestaan ook andere promotiemethoden om het imago van een stad of gebied te beïnvloeden, zoals public relations.
- Ruimtelijke en functionele maatregelen. Steden zijn aanpasbaar door ruimtelijke en functionele maatregelen. Het herontwikkelen van transformatiegebieden in de stad is één van deze maatregelen. Andere maatregelen zijn bijvoorbeeld het investeren in de kwaliteit van het openbaar gebied, het creëren van nieuwe culturele voorzieningen in de stad en het realiseren van nieuwe infrastructuur.
- Organisatie. De organisaties die zich met het management van de plaats bezighouden (zoals lokale overheden) kunnen hun interne werkmethodes en procedures aanpassen.



alleen. Door investeringen in de stedelijke transformatiegebieden en een actieve opstelling in het proces van herontwikkeling, worden deze gebieden een tastbaar promotie-product.

***Strategische planning vormt een nieuwe managementmethode waarbij publieke en private partijen samen de stedelijke ontwikkelings-activiteiten plannen en uitvoeren.***

Net als strategische city-marketing, heeft de snelle opkomst van strategische planning bij stedelijk management te maken met de noodzaak van steden om in te spelen op de uitdagingen van een concurrerende marktomgeving. Daarnaast heeft de opkomst van strategische planning te maken met het besef dat de lokale overheid niet alléén de ontwikkeling van een stad kan sturen, en dat ruimtelijke plannen en ruimtelijke maatregelen alléén niet voldoen voor de noodzakelijke stedelijke ontwikkelingen. Bij strategische planning worden daarom andere beleidssectoren en andere participanten betrokken, zowel aan de publieke als aan de private kant.

Strategische planning (Cruz Gallach, 2004) behelst het definiëren en uitvoeren van de benodigde maatregelen (ruimtelijk, sociaal en economisch) om een gewenst toekomstbeeld te bereiken. Strategische planning is meer een managementmethode dan slechts een andere manier om de stad te plannen.

Strategische planning verschilt van traditionele planning in de zin dat het een horizontale activiteit is, uitgevoerd door een publieke instantie<sup>6</sup> in samenwerking met semi-publieke en private partijen. Het doel is om samen de toekomst van destad te plannen op

middellange termijn, waarbij de belangrijkste noodzakelijke doelen worden gedefinieerd en middelen en strategieën worden benoemd om een bepaald ontwikkelingsniveau te realiseren. Deze worden uitgewerkt in concrete actieplannen door publieke en private partijen. Een strategisch plan bevat dus een integrale visie op problemen, potenties en acties die op een gecoördineerde manier door verschillende manieren door publieke en private partijen worden uitgevoerd. Op deze manier voorziet strategische planning in een interventiemodel gebaseerd op een actieve, integrerende en coöperatieve strategie op de schaal van de stedelijke regio.

Strategische planning heeft een belangrijke relatie met city-marketing. De poging van een stad om samen met de ringgemeenten en het bedrijfsleven de stedelijke ontwikkeling ter hand te nemen, is veel publiciteit waard. Hier kan een grote wervende kracht vanuit gaan. Het imago van een stad kan totaal veranderen als duidelijk gemaakt kan worden, dat er daadwerkelijk sprake is van een gezamenlijke inspanning. De geloofwaardigheid kan voorts in belangrijke mate worden bevorderd als de maatregelen, die op korte termijn kunnen worden genomen, ook daadwerkelijk genomen worden. Van groot belang daarbij is dat de afzonderlijk te nemen maatregelen deel uitmaken van een breder product en een hoger doel. Zo is bijvoorbeeld het vrijmaken van haven- en industrieterreinen in bestaand stedelijk gebied (de transformatiegebieden) van wezenlijk belang voor de stedenbouwkundige mogelijkheden die een stad biedt en het verbeteren van het productaanbod in de stad.

---

<sup>6</sup> In sommige gevallen zijn private partijen de initiatiefnemers, zoals in bepaalde steden in de Verenigde Staten. Bekende voorbeelden hiervan zijn Baltimore en San Francisco.



***Strategische city-marketing en strategische planning evolueren samen met een marktgeoriënteerde benadering tot 'urban entrepreneurialism'.***

Met het onberekenbare en dynamische karakter van de (markt)omgeving komen nieuwe organisatievormen tot ontwikkeling ter verdere innovatie van het sturend vermogen. Door de onberekenbaarheid van de context is een keur aan nieuwe sturingsconcepten, - instrumenten en - tactieken ontwikkeld. Zo wordt de marktbenadering doelbewust gebruikt door publieke planningsinstanties. En niet als een additioneel instrument, maar als een filosofie voor stedelijk management. (Gold en Ward, 1994)

*The business of urban development increasingly uses the strategies and tactics of the profit making sector. (Gold en Ward, 1994, p. 118)*

Strategische city-marketing en strategische planning evolueren samen met een marktgeoriënteerde benadering tot een nieuw interventiemethode, waarbij actieve stedelijke ontwikkeling en marketing steeds meer met elkaar verstrengeld raken. Er is sprake van een overgang naar een meer projectgeleide benadering van stedelijk herontwikkeling, die gepaard gaat met fundamentele veranderingen in de implementatie van stedelijk beleid en de opkomst van nieuwe governance<sup>7</sup> structuren. Deze interventiemethode wordt aangeduid met de term 'urban entrepreneurialism', ofwel stedelijk ondernemerschap (Rodríguez, 2002) De stad wordt gezien als een onderneming die concurreert, risico's neemt en constant moet innoveren. Deze interventiemethode is gestructureerd rond drie belangrijke elementen:

---

<sup>7</sup> Governance behelst de wijze waarop in de praktijk de organisatie en besluitvorming van het managen van een gebiedsontwikkelingstraject met uiteenlopende actoren (met verschillende visies en opvattingen) zijn geregeld en waarbij wisselende strategische allianties in het geding zijn. (I. Bruil et al., 2004, p. 42)

1. een pro-actieve benadering van ruimtelijke planning
2. de toepassing van strategische planning
3. grootschalige stedelijke projecten en infrastructuur

De algemene kenmerken van urban entrepreneurialism zijn de volgende (Rodríguez, 2002):

- Ondernemende steden creëren een onderscheidende manier van stedelijke governance, die zich vooral richt op stedelijke promotie en stedelijk groeibeleid, inclusief marketingcampagnes, de organisatie van evenementen en investeringen in esthetische en imago-opbouwende processen. Op dezelfde manier als private ondernemingen dat doen om hun producten te promoten.
- Ondernemende steden richten zich op het creëren van nieuwe economische locaties, die vaak worden ontwikkeld als stedelijke mega-projecten, geflankeerd door spectaculaire gebouwen en culturele infrastructuur zoals theaters, museums, waterfronts, stadions of concertzalen. Een trend die vaak omschreven wordt als 'spektakelarchitectuur' of 'architectuur als advertentiemiddel'. De creatie van dergelijke nieuwe economische locaties is niet alleen een poging om het imago van een stad te verbeteren en externe aandacht te trekken, maar speelt ook een belangrijke rol in een logica van sociale controle: om de lokale bevolking van de zegeningen van ondernemende strategieën te overtuigen.
- Ondernemende lokale overheden richten zich op het tot stand brengen van specifieke arrangementen tussen publieke instanties en tussen publieke en private partijen. De noodzaak voor deze specifieke arrangementen ligt in de complexiteit van de stedelijke operaties, de schaal van de ingrepen, de afhankelijkheid tussen de verschillende institutionele niveaus, de hoge financieringslasten en het integrale karakter van de projecten. Deze arrangementen houden het tot stand brengen van

specifieke nieuwe organisatievormen in. Deze nieuwe organisatievormen faciliteren de samenwerking en coördinatie tussen verschillende publieke en private actoren, het tot stand brengen van synergie en een betere effectiviteit en efficiëntie van de ingrepen.

- Ondernemende steden ontwikkelen economische en politieke strategieën om zich te verbinden met hogere ruimtelijke schaalniveaus (zoals regionaal, nationaal, internationaal of wereldschaal), om hun positie in de wereldmarkt van lokaties te verbeteren. Deze strategieën houden onder andere de vorming van stedelijke netwerken in of de verbetering van fysieke en virtuele communicatie.

*'Collaborative advantage takes on a full strategic meaning within the management of large-scale urban projects, as the dynamics of collaboration, partnership, and consensus building are defining elements of these schemes.'* (Rodríguez en Martínez, 2004, p. 191)

Urban entrepreneurialism leidt tot een meer projectgeleide revitalisering van de stad. De stad en haar metropolitane gebied worden gezien als een bevoorrecht interventiegebied, waarbij een keur aan projecten, plannen en revitaliseringsstrategieën in gang worden gezet. De prioriteit ligt hierbij op het promoten van de stedelijke concurrentiekracht en groei. Men zoekt naar effectieve methodes om de stedelijke performance te verbeteren. Daarbij worden de veronderstelde potenties die aan bepaalde locaties in een stad worden toegedicht, richtinggevend voor de ruimtelijke ordening van de stad. Strategische projecten zijn een vereiste om economische vernieuwing op gang te brengen.

De aandacht voor de stad als relatief afgesloten ruimtelijke entiteit verschuift naar de stad als optelsom van projecten op specifieke locaties in de

stad. Locaties in de stad worden beoordeeld en ingedeeld volgens hun specifieke kwaliteiten als 'vestigingsmilieu' voor verschillende marktsegmenten en doelgroepen, die zich in potentie op de stad oriënteren (de zogenaamde opportunity-areas). Dit kan overigens alleen succesvol zijn als er een totaalvisie aan deze projectenaanpak ten grondslag ligt, omdat er anders sprake is van een 'schot hagel' in plaats van gerichte investeringen. Deze totaalvisie kan bijvoorbeeld een strategisch plan voor de stedelijke regio zijn, of een stuctuurvisie. In het geval van de regio Bilbao, waar sprake is van een sterk op strategische projecten gerichte aanpak, ligt bijvoorbeeld een Strategisch Plan ten grondslag dat door een regionaal publiek-privaat samenwerkingsorgaan (Bilbao Metropoli-30) is opgesteld en van waaruit strategische projecten in de regio worden gestuurd.

Met het dominant worden van een projectgeleide revitalisering van een stad wordt het gemeentelijk territorium als integraal (ruimtelijk) beleidsterrein steeds minder oriëntatiepunt van sturing. De ondernemende stadspolitiek oriënteert zich op economische ontwikkelingen en transformaties op landelijke, Europese en wereldschaal. Projecten worden geïnitieerd die de schaal van de stad te boven gaan. Deze projecten hebben een uitstraling over de gemeentegrenzen heen en moeten ervoor zorgen dat de stad inspeelt op de kansen en uitdagingen van de (postmoderne) economie met de informatie- en communicatietechnologie als grondslag. Daarbij wordt door steden tevens gezocht naar aansluiting op de fysieke netwerken (verkeer- en vervoerinfrastructuur) en non-fysieke netwerken (communicatie- en informatienetwerken).

Investeringen in transport- en infrastructuurnetwerken spelen een belangrijke rol in stedelijke revitalisering, omdat ze werken als katalysatoren voor verandering en ze de condities creëren voor het

herontwikkelen van stedelijke gebieden. Daarmee vormen deze investeringen een belangrijke basis voor een projectgeleide stedelijke revitalisering. Ze plaveien de weg voor grootschalige stedelijke projecten die gewoonlijk worden ontwikkeld op verlaten industrie- en haventerreinen en overbodig geworden infrastructuur.

Deze strategie wordt sinds de tweede helft van de jaren '80 met name in veel Spaanse steden toegepast. De strategie richt zich daar op specifieke stedelijke gebieden:

- op de historische binnensteden en op de grote culturele instellingen;
- op de nieuwe centra, die zich bevinden in transitiezones en functieveranderingszones (zoals voormalig perifere industriegebieden en waterfronts);
- op grote projecten, in bepaalde gevallen verbonden met een evenement, zoals Forúm 2004 in Barcelona.

Grote culturele projecten en economische promotie worden met elkaar verbonden om een nieuwe stedelijke economie tot stand te brengen, vaak gericht op de culturele industrie en toerisme. De projecten die de afgelopen decennia zijn uitgevoerd in Spaanse steden omvatten het volgende scala:

- het bouwen of hermodelleren van grootschalige transportinfrastructuur in steden (havens, vliegvelden, spoorwegen of stedelijke autowegen);
- de ontwikkeling van een grootschalige diensteninfrastructuur;
- herontwikkeling van gebieden voor nieuwe economische activiteiten;
- het organiseren van grote internationale evenementen;
- stedelijke revitaliseringsprojecten.

Het standaardmodel van stedelijke herontwikkeling door middel van grote projecten en evenementen vormen de

stedelijke operaties uitgevoerd in Barcelona en Sevilla in 1992.

Deze aanpak van ondernemende steden draagt een aantal gevaren in zich. In een dynamische marktomgeving, waar onzekerheid de norm is, dragen grote publieke investeringen in evenementen en stedelijke megaprojecten een risico in zich. Deze investeringen vergroten de concurrentie tussen steden met de mogelijkheid dat de investeringen uiteindelijk niets extra's opleveren voor de stad. Daarnaast kunnen ondernemende steden interne sociale polarisatie veroorzaken, aangezien het meeste publieke geld in de grootschalige projecten gaat zitten. Ook kan er sprake zijn van stedelijke fragmentatie, waar geselecteerde gebieden de etalage worden voor de buitenwereld terwijl de rest van de stad wacht op een onzeker 'trickle-down' effect. Als laatste betekenen de verschillende specifieke arrangementen die de lokale overheid aangaat met andere partijen, een vermindering van de democratische controle op stedelijke ontwikkelingen, aangezien er vaak gekozen wordt voor aparte rechtspersonen.

### ***Conclusies hoofdstuk 3: stedelijke revitaliseringsprojecten zijn een belangrijk middel voor steden om concurrentievoordeel te behalen.***

Onder invloed van een steeds dynamischer en onberekenbaarder marktomgeving worden steden gedwongen om zich steeds ondernemender op te stellen. Steden hebben in de loop van de tijd hun bestaande instrumentarium voor stedelijke ontwikkeling ingewisseld voor nieuwe instrumenten. Begonnen met het toepassen van city-marketingtechnieken, waarbij de nadruk in eerste instantie vooral op de promotie lag, gingen steeds meer steden over tot het toepassen van strategische planning in combinatie met city-marketingactiviteiten.

Was de gedachte eerst nog dat steden zich, na de economische crisis die zich vooral in de steden liet gelden, klaar moesten maken voor het nieuwe tijdperk. Inmiddels wordt duidelijk dat er een nieuwe dynamiek ontstaan is, onder invloed van toenemende internationalisering en de kennismaatschappij, waardoor steden gedwongen worden om zich continu aan te passen aan de dynamische eisen van de economie om concurrentievoordelen te houden of op te bouwen t.o.v. andere steden. Daarbij is de hardware nog steeds wel van belang, maar wordt het onderscheid van een stad steeds meer bepaald door de niet-kopieerbare software. De nadruk ligt op het communiceren van een onderscheidend imago, een imago dat, om geloofwaardig te zijn en robuust te zijn, gebaseerd moet zijn op een onderscheidende identiteit (dat wat er daadwerkelijk is).

Er ontstaat een stedelijke ontwikkelingsmethode die de term urban entrepreneurialism draagt. Deze onderscheidt zich vooral door de nadruk op een projectgeleide ontwikkeling van de stad. Ondernemende steden richten zich op het tot ontwikkeling brengen van strategische gebieden in de stad (de zogenaamde opportunity-areas) waarmee ze concurrentievoordeel t.o.v. andere steden denken te kunnen halen en waarmee ze de stad economisch kunnen positioneren. Met deze gebieden wordt de gewenste identiteit en het imago van de stad gevormd, in de hoop daarmee het (inter)nationale kapitaal (in de vorm van investeringen en bezoekers) naar de stad te krijgen.

Stedelijke identiteit kan dus beschouwd worden als de symbolische dimensie van stedelijke concurrentie. Omdat steden en stedelijke gebieden een specifieke, sociaal-culturele betekenis krijgen, kunnen ze zichzelf onderscheiden van andere steden en stedelijke gebieden. Dit kan ze een bepaald concurrentievoordeel geven.

Stedelijke transformatiegebieden vormen daarmee een belangrijke strategisch instrument voor steden in hun stedelijke ontwikkeling. Ze vormen als het ware de voorgevel of de etalage van de stad. Maar deze etalages hebben de neiging om steeds meer op elkaar te gaan lijken (McDonaldization, de grote wereldbrands die over de hele wereld hetzelfde zijn) onder invloed van de globalisering. De nadruk komt daarom steeds meer te liggen op het tot stand brengen van een eigen identiteit onder het motto: think global, act local. Er wordt gepoogd om het (internationale) kapitaal te koppelen aan de lokale identiteit, als onderscheidende kracht van de stad en de regio.

Het is daarom interessant om te kijken hoe steden transformatiegebieden een eigen, onderscheidende identiteit kunnen geven. Daarop wordt in het volgende hoofdstuk ingegaan. Vervolgens wordt voor vier concrete gebiedsontwikkelingen bekeken hoe de identiteit daar vorm heeft gekregen.

#### **Hoofdstuk 4 Identiteit en transformatiegebieden.**

Zoals uit het voorgaande bleek, is het herontwikkelen van in onbruik geraakte gebieden in een stad een strategisch instrument dat veel steden inzetten om de aantrekkelijkheid en het imago van de stad te verbeteren: een stad op de kaart te zetten. Bekende voorbeelden zijn de waterfront-projecten op in onbruik geraakte havengebieden en de herontwikkeling van binnenstedelijke bedrijventerreinen.

Het transformeren van deze voormalige haven- en industriegebieden heeft geleid tot een aantrekkelijker leefomgeving in de stad. Maar vaak ook tot een zekere uniformiteit van het stedelijk klimaat. Voor een deel is dit het werk van stadsbesturen die alles in het werk stellen om de eigen stad in de vaart der volkeren op te stoten door de unieke eigenschappen van deze stad met kracht onder de aandacht van het publiek te brengen. Ironisch genoeg lijken de middelen die gezocht worden om het unieke karakter van een stad naar voren te brengen als twee druppels water op wat elders door andere steden wordt ondernomen. De architect die een spectaculair bouwwerk neerzet in Düsseldorf wordt onmiddellijk gevraagd om in Barcelona en Hongkong hetzelfde te doen. En het ontwikkelen van een waterfront is bij uitstek het soort project waarmee steden van Sydney tot Londen elkaar de loef proberen af te steken.

Deze wedijver kan gekarakteriseerd worden als concurrentie door imitatie. Het maakt dat steden die hun uiterste best hebben gedaan zich van andere steden te onderscheiden, juist hun eigen karakter verliezen. Er zijn echter wel voorbeelden te noemen waarbij steden ondanks, of misschien zelfs wel dankzij nieuwe ontwikkelingen hun eigen identiteit hebben behouden,

versterkt of vernieuwd. Een viertal voorbeelden hiervan komen aan de orde in hoofdstuk 5.

De vraag is nu hoe bij de ontwikkeling van transformatiegebieden een onderscheidende en duurzame identiteit tot stand kan worden gebracht. In dit hoofdstuk wordt aan de hand van literatuur getracht deze vraag te beantwoorden. Vervolgens wordt in hoofdstuk 5, aan de hand van vier cases, bekeken hoe in de praktijk de identiteit van transformatiegebieden vorm heeft gekregen en wat daarbij de succesfactoren zijn.

#### ***Het gevolg van de nieuwe stedelijke ontwikkelingen: de paradox van uniformiteit en onderscheid.***

De concurrentie tussen steden en de groei van citymarketing heeft geleid tot vele cosmetische veranderingen van steden. Delen van de stad zijn opgeschoond en verfraaid. Daarbij wordt vaak getracht deze locaties een specifieke, onderscheidende identiteit mee te geven, waarmee de aantrekkingskracht van deze gebieden vergroot wordt en de gebieden onderdeel van de stad worden. De gedachte daarbij is dat de locatiekeuzes van stedelijke klanten (bewoners, bedrijven, bezoekers, investeerders) deels gebaseerd zijn op hun perceptie van een stedelijk gebied. Een stedelijke klant moet bijvoorbeeld beslissen of hij/zij een bepaald gebied wil bezoeken of zich er wil vestigen. Deze beslissing wordt beïnvloed door de attractiviteit van een stedelijk gebied die deze klant waarneemt. En deze attractiviteit wordt onder meer bepaald door de identiteit van een gebied.

De beelden van vernieuwde gebieden worden gebruikt in de promotie van de stad. Aanzienlijke inspanningen worden verricht en middelen geïnvesteerd in de creatie van stedelijke beelden van levendige, aantrekkelijke

plaatsen met bereikbare locaties, opgeknapt binnensteden en een gunstig ondernemersklimaat. Maar steden gaan hierin steeds meer op elkaar lijken. Steden die in werkelijkheid verschillend van karakter zijn, raken gehomogeniseerd en bijna niet onderscheidbaar in hun beelden. Dit veroorzaakt volgens B. Holcomb (Gold en Ward, 1994,) het probleem van 'parity marketing'.

*If your product is essentially the same as that of your competitors, the challenge is to create distinctiveness and a separate but highly recognisable identity for your product. So cities claim both generic 'good business' qualities and distinctive, 'unique' assets* (Gold en Ward, 1994, p. 115-116)

De paradox die Holcomb beschrijft wordt gereflecteerd in de gebouwde omgeving. De meeste herontwikkelde steden ontwikkelen het standaardrepertoire van de eind 20<sup>e</sup> eeuwse revitalisering, ook wel de 'trophy collection' genoemd (Gold en Ward, 1994, p. 127): een mega-hotel en congrescentrum, een postmodern kantoorgebouw door een toparchitect, een museum, winkelcentra en gerestaureerde 19<sup>e</sup> eeuwse gebouwen. Daarbij streven veel steden ernaar om 'landmarks' en symbolen te realiseren die ze op de kaart zetten. Sommige steden zetten symbolische iconen in (zoals New York's big apple), andere bouwen hun marketingsymbolen door middel van 'superstar architecture' of 'cover-shot buildings', de strategie van het ontwikkelen van zogenaamde flagship-projects als marketingsymbool en als vliegwiel voor nieuwe investeringen. Maar, net zoals bij het noodzakelijk basisprogramma dat een stad nodig heeft om überhaupt in de concurrentie mee te doen, wordt het steeds moeilijker voor een stad om zich door middel van bijzondere functies te onderscheiden. In aanvang unieke initiatieven worden al snel door andere steden gekopieerd, waarmee het onderscheidend vermogen verdwijnt. Om het onderscheidend vermogen vast te houden is dan een continue stroom van nieuwe initiatieven nodig.

Ook het promotionele repertoire van steden lijkt inmiddels erg op elkaar. Allemaal claimen ze een hoge kwaliteit van leven. En de meeste steden hebben de benodigde hardware (in de zin van de gebouwde omgeving) wel in huis, maar vaak niet de benodigde software (in de zin van het menselijk kapitaal, cultureel leven, arbeidsplaatsen). De vraag is dan hoe je met de hardware de benodigde software in huis krijgt. Een aantal steden probeert - onder invloed van parity marketing - dit door het benadrukken van de unieke en niet-kopieerbare eigenschappen van een plaats. Dit vormt dan ook een steeds belangrijker thema bij stedelijke ontwikkeling.

Bij de unieke en niet-kopieerbare eigenschappen gaat het om de fysieke, sociale, culturele en economische structuren die over een lange periode zijn ontwikkeld en daardoor een zekere eigenheid hebben gekregen. Deze historisch gegroeide stedelijke structuren zijn dan ook zelden gemakkelijk te kopiëren of ongedaan te maken. Belangrijke elementen daarin zijn de lokale geschiedenis, de specifieke stadscultuur, de lokale culinaire cultuur, onderscheidende lokale architectuur, bijzondere winkel- en leisurevoorzieningen, festivals en evenementen, het nachtleven of het gay life (zoals Manchester nu doet, maar ook Amsterdam (Canal Parade) en Barcelona (Gayxample)).

### ***Identiteit en imago zijn nauw met met elkaar verbonden begrippen.***

Voordat overgegaan wordt tot het onderwerp identiteitsstrategieën, is het eerst nodig om het begrip identiteit bij gebiedsontwikkeling te definiëren.

Bij het begrip identiteit komt ook het begrip imago om de hoek kijken. Imago en identiteit zijn twee begrippen die ten onrechte nogal eens als elkaar's synoniem

worden gebruikt. Identiteit en imago zijn twee aparte begrippen, die overigens wel een relatie met elkaar hebben. In het boek 'Van Trends Naar Brands' omschrijven Rootveld en van der Pol (Roothart en Pol, 2001) de begrippen identiteit en imago en hun betekenis bij merkenbeleid.

Volgens Rootveld en Van der Pol is identiteit een gelaagd begrip. Zij omschrijven identiteit als iets wat voort lijkt te komen uit een bron, en wordt overgebracht via symbolen, boodschappen en de producten zelf. De identiteit bestaat uit een redelijk stabiel deel, dat de essentie van een product vormt: de merkidentiteit. Wil een merk een krachtmerk worden, dan dient het trouw te zijn aan haar merkidentiteit. De merkidentiteit bestaat uit de volgende facetten:

- **fysiek:** het tastbare gedeelte van een merk; een combinatie van onafhankelijke kenmerken;
- **persoonlijkheid:** de niet-tastbare zaken; het karakter dat zich in de loop der tijd heeft ontwikkeld op basis van bepaalde eigenschappen;
- **cultuur:** een merk heeft een eigen cultuur, waarvan elk product is afgeleid. De cultuur is een systeem van waarden, een bron van inspiratie en merkenergie.

Daarnaast bestaat de identiteit uit een meer flexibel deel: de propositie-identiteit. De propositie-identiteit is de zelfpresentatie van bijvoorbeeld een product, een dienst of een evenement via de uitingvormen gedrag, communicatie en symboliek. De propositie-identiteit is een bindmiddel voor een specifieke doelgroep, en is met name belangrijk voor de consument als gebruiker met verschillende en wisselende behoeften. Merkidentiteiten zijn in het algemeen vrij constant van karakter en veranderen hun gedrag normaliter niet snel. Propositionen daarentegen zijn veel meer modegevoelig en volgen het tijdsbeeld. En spelen veel meer in op de trends.

Volgens Rootveld en Van der Pol bestaan imago's uit de associaties van mensen met een merk. Deze associaties ontstaan op basis van waarden die men belangrijk vindt. Het imago is, in tegenstelling tot de identiteit, vatbaar voor idealisme, wispelturigheid en opportunisme. Het imago is daardoor minder consistent dan de identiteit. In het ideale geval is het imago gelijk aan de identiteit, maar gezien de vele factoren die meespelen, zal dit nooit het geval zijn.

Er kan in situaties worden afgeweken van de merkidentiteit als de organisatie geen helder beeld heeft van de merkidentiteit en haar toevlucht zoekt tot de imitatie van concurrenten. Ook kan er een gefantaseerde identiteit ontstaan, het merk zoals de organisatie dat zelf graag ziet, maar zoals die niet werkelijk is (idealisme). Om deze redenen, of door niet te beïnvloeden factoren van buitenaf, kan er een kloof ontstaan tussen identiteit en imago.

Samengevat kan identiteit omschreven worden als de set aan typerende eigenschappen die samen specifiek en kenmerkend zijn voor een product. Het gaat hierbij om zowel fysieke eigenschappen als de eigenschappen die bepaald worden door de gebruikers van een product. Bij identiteit wordt van binnenuit gekeken wat de persoonlijkheid is.

Imago is het beeld dat mensen hebben van een product. In tegenstelling tot identiteit wordt bij imago gekeken naar het beeld dat een persoon van buitenaf heeft. De persoonlijkheid wordt belicht door het bewustzijn van een andere partij.

De identiteit kan dus beschouwd worden als een objectief iets, terwijl het imago een subjectief iets is. Een identiteit heb je altijd of kun je benoemen. Een imago heb je alleen met de markt en/of omgeving. Vanuit een marketingperspectief zul je er alles aan doen om dit imago actief sturend invulling te geven.

Als bijvoorbeeld blijkt dat het imago slechter is dan wat een product daadwerkelijk is (identiteit), is promotie noodzakelijk. Als het imago slecht is en dit klopt met de feiten, is het noodzaak om aan productverbetering of -vernieuwing te werken. En als het imago goed is maar de feitelijk situatie verslechtert, is productverbetering nodig.

Stelregel is dat de realiteit overeen moet stemmen met wat gepromoot wordt, anders raakt de klant ontevreden en dit levert weer slechte promotie op. Daarom bestaat er bijvoorbeeld een belangrijke relatie tussen stedelijke promotie en stedelijke ontwikkeling.

***Bij gebiedsontwikkeling kan de ruimtelijke identiteit gestuurd worden door de invulling die de veranderbare en interpreteerbare elementen van identiteit krijgen .***

Om het begrip identiteit bij gebiedsontwikkeling nader te omschrijven, is naast het begrip identiteit een ander begrip van belang: ruimte. De term ruimte wordt gebruikt omdat het bij de ontwikkeling van transformatiegebieden gaat om een ruimtelijke ontwikkeling waarbij ook meerdere schaalniveaus zijn betrokken. Het transformatiegebied is ingebed in een groter geheel, zoals een stad en regio. Maar het gebied bestaat zelf ook uit kleinschaliger entiteiten zoals een buurt en een straat. Het gaat hier bovendien om ruimtelijke entiteiten, zoals 'sferen, 'milieus' en 'karakters'.

Naast de verschillende schaalniveaus spelen bij ruimtelijke identiteit verschillende tijdshorizonten een belangrijke rol. Het verre verleden, het meer recente verleden, het heden en de visie op de toekomst op de korte en langere termijn, bepalen vaak hoe de ruimtelijke identiteit van een gebied wordt ingevuld.

Verschillende partijen hanteren uiteenlopende definities van ruimtelijke identiteit. Sommige bedoelen met de ruimtelijke identiteit van een plaats vooral de reputatie in termen van noemenswaardigheden en hun aandachtswaarde; de landmarks waarin men een plaats herkent en erkent, vooral ook buiten de stad. Een ruimtelijke identiteit verwijst bijvoorbeeld vaak naar fysieke onderscheidbaarheid sterk worden beïnvloed door deze 'landmarks'. De bouw van de Erasmus Brug bijvoorbeeld veranderde niet alleen de identiteit van de Kop van Zuid, maar ook die van Rotterdam-Zuid. (Pol et al., 2004, p. 8). Deze benadering van ruimtelijke identiteit is vooral fysiek gericht. De gedachte is dat ruimtelijke kenmerken of 'place features' bij kunnen dragen aan een ruimtelijke identiteit, aan de idee van persoonlijke coherentie, gemeenschapsgevoel en aan de menselijke relatie met ruimte.

Anderen bedoelen met de ruimtelijke identiteit van een plaats haar persoonlijkheid, in termen van stads cultuur. De gedeelde waarden waarop een plaats drijft; sociaal, cultureel en economisch. Daarbij spelen ook fysieke kwaliteiten een rol. De notie van 'place identity' bijvoorbeeld refereert aan symbolische aspecten van ruimte, aan betekenissen die aan een specifieke plek of locatie vastkleven en aan de wijze waarop elementen van een ruimte onderdeel uitmaken van persoonlijke identiteiten. Hieraan is ook verwant het begrip 'spirit of place', dat duidt op een combinatie van eigenschappen die aan een specifieke plek een zekere 'persoonlijkheid' of 'identiteit' verlenen. Het begrip 'sense of place' duidt op de ervaring van mensen met een specifieke setting, de associaties, gevoelens en sentimenten die een ruimte oproept. Dit kan gerelateerd zijn aan significante persoonlijke of meer collectieve gebeurtenissen of simpelweg een bepaalde verbondenheid met een bepaalde plek (zoals met de geschiedenis van een plek). (Onderzoeksinstituut OTB, 2004)



De set aan typerende eigenschappen die samen specifiek en kenmerkend zijn voor een gebied en haar identiteit bepalen, vallen dus uiteen in 'harde', fysieke elementen en 'zachte' sociaal-culturele elementen. De fysieke elementen worden met name bepaald door de gebouwde omgeving (gebouwen, openbare ruimte en infrastructuur), de sociaal-culturele elementen met name door de gebruikers van een gebied. Of anders gezegd: de identiteit van een plaats wordt niet alleen bepaald door het aanzien van die plaats maar ook door degenen die zich er bevinden en door de activiteiten die zij er uitoefenen. Het zijn immers mensen en hun activiteiten die betekenis en zin geven aan de gebouwde omgeving.

Bij de citymarketing van steden wordt vaak gebruik gemaakt van een indeling van de identiteit van een stad op basis van een aantal elementen die deels min of meer onveranderbaar zijn en deels ingekleurd kunnen worden. (Noordman et al., 2004) Deze elementen worden, aan de hand van de mate van veranderbaarheid, 'statisch', 'semi-statisch' en 'inkleurend' genoemd. Deze indeling sluit aan bij wat Roothart en Van der Pol (2001) zeggen over merk- en propositie-identiteit. Voor de ruimtelijke identiteit van een plaats kunnen deze 3 elementen als volgt ingevuld worden:

1. Statische elementen vormen de kern van de identiteit. Dit zijn de vastliggende en onveranderbare elementen: de geografische locatie met een ligging t.o.v. allerlei andere locaties en de historie van de locatie.
2. Semi-statische elementen zijn de elementen die te beïnvloeden zijn, maar niet op de korte termijn. Deze elementen geven aan hoe een plaats zich bindt aan haar historie en ligging. Dit gebeurt door groei (de omvang), vormgeving (het uiterlijk) en het vastzetten van collectieve overtuigingen (het innerlijk).
  - a. De omvang is het kwantitatieve aspect van de identiteit. Dit wordt vaak als een van

de eerste kenmerken van een plaats naar voren gebracht. De omvang wordt bepaald door bevolkings- en bebouwingsdichtheid, ruimtegebruik, voorzieningenniveau en capaciteit.

- b. Het uiterlijk van een plaats geeft de identiteit haar kwaliteit. Het uiterlijk wordt bepaald door de gebouwde omgeving, zoals de architectuur, stedenbouw, samenstelling van het programma, openbare ruimte.
  - c. Het innerlijk omvat de onzichtbare elementen van de identiteit. Het bestaat uit de drijfveren die de inwoners delen, de normen en waarden en een gedeelde visie, in de zin van de persoonlijkheid van de stad en de lokale cultuur. Deze elementen zijn evenwel moeilijk zichtbaar te maken.
3. Als laatste zijn er de inkleurende elementen. Dit zijn symboliek, gedragingen en communicatie-uitingen. Deze elementen zijn het gemakkelijkst te beïnvloeden, maar zijn ook de minst duurzame elementen van identiteit.
- a. Symbolen zijn de beelden die de persoonlijkheid van een plaats karakteriseren. Zulke symbolen kunnen zijn:
    - Visuele symbolen zoals logo's, vignetten, standbeelden en 'markers'
    - Verbale symbolen zoals slogans en thema's
    - Markante zich repeterende gebeurtenissen (festivals, evenementen)
    - Tot personage geworden inwoners
    - Grote projecten als 'pars pro toto' (architectuur, bedrijvigheid, culturele voorzieningen)
  - b. Gedragingen bestaan uit de verzameling regelmatig terugkerende en karakteristieke acties van bewoners, werkers en bezoekers

en hun typische reacties op een uitwendige omstandigheid.

- c. Communicatie is de zelfpresentatie van een plaats. De onderdelen van de identiteit die daadwerkelijk gecommuniceerd worden krijgen een diepere kleur in de identiteit.

De statische en semi-statische factoren vormen als het ware de persoonlijkheid van een plaats. De inkleurende elementen zijn de elementen die de persoonlijkheid tot uitdrukking brengen.

Statisch	Semi-statisch	Inkleurend
Ligging	Omvang	Symboliek
Historie	Uiterlijk	Gedrag
	Innerlijk	Communicatie

Figuur 2: de elementen van identiteit

Het interessante bij de ontwikkeling van transformatiegebieden is dat zowel aan de semi-statische als de inkleurende elementen invulling gegeven kan worden, dat daarop gestuurd kan worden. Daarnaast kan een herinterpretatie plaatsvinden van de statische elementen: de geografische ligging en historie van de locatie. Bij transformatiegebieden is dit zelfs essentieel om de herontwikkeling tot een succes te maken. Deze gebieden worden namelijk, ondanks hun objectief gezien gunstige ligging, subjectief vaak gezien als de achterkant van de stad en, door hun voormalig industrieel gebruik, als vies en lelijk. Om deze 'no go' gebieden tot 'let's go' gebieden om te toveren wordt aan de historie en de geografische locatie vaak een nieuwe, meestal nostalgische, waarde gegeven, om deze gebieden anders op de 'mental map' van de stedelingen neer te zetten. Voorbeelden hiervan zijn IBA Emscher Park, een park van industriële monumenten, en het Paleiskwartier in Den Bosch, een nieuw binnenstadsgebied op een voormalig bedrijventerrein aan de 'verkeerde' kant van het spoor. Overigens kan het

verbeteren van de bereikbaarheid van een gebied (bijvoorbeeld door het aanleggen van nieuwe looproutes en nieuwe openbaar vervoersverbindingen) de subjectief waargenomen geografische locatie ook beïnvloeden, zoals verschillende voorbeelden (waaronder de Kop van Zuid in Rotterdam) laten zien.

### **Worteling in de lokale cultuur bepaalt de duurzaamheid en uniciteit van identiteit bij gebiedsontwikkeling.**

In de vorige paragraaf werd aangegeven welke elementen de identiteit van een plaats bepalen. In deze paragraaf wordt ingegaan op hoe deze elementen bij de ontwikkeling van een transformatiegebied zodanig vorm kunnen krijgen dat er sprake is van een eigen, onderscheidende en duurzame identiteit.

Zoals bij het begin van dit hoofdstuk werd aangegeven, hebben transformatiegebieden, onder invloed van de globalisering, steeds meer de neiging om op elkaar te gaan lijken (de zogenaamde McDonaldization<sup>8</sup>, de grote wereldbrands die over de hele wereld hetzelfde zijn). De nadruk komt steeds meer te liggen op het tot stand brengen van een eigen identiteit onder het motto: 'think global, act local'. Omdat steden en stedelijke gebieden een specifieke, sociaal-culturele en niet kopieerbare betekenis krijgen, kunnen ze zichzelf onderscheiden van andere steden en stedelijke gebieden, hetgeen ze een bepaald concurrentievoordeel kan geven. De opgave is dus vooral om voor de transformatiegebieden als strategische plekken in de stad, nieuwe vormen van identiteit te ontwikkelen die een duurzaam karakter moeten krijgen en waarbij het stedelijk leven opnieuw wordt verankerd.

<sup>8</sup> Dit wordt bij gebiedsontwikkeling ook wel gekscherend 'Mc Guggenization' genoemd, verwijzend naar de pogingen van veel steden om de succesformule van Bilbao met het Guggenheim-museum te kopiëren.

Om de nieuwe gevormde identiteit duurzaam te laten zijn, zal deze betekenisvol moeten zijn in de stad. Het gaat er daarbij om dat de nieuwe identiteit verbonden is met de bijzondere, onderscheidende aspecten van de stad, met de kwaliteiten en potenties van de stad zelf. Hoe de lokale eigenschappen (in de vorm van de persoonlijkheid van de stad en de lokale cultuur) wortelen in de nieuwe identiteit van een transformatiegebied, is dus bepalend voor de uiteindelijke betekenis die de identiteit van dit gebied krijgt, in de vorm van duurzaamheid en onderscheidendheid van deze identiteit.

Het komt erop neer dat vooral de mate waarop de persoonlijkheid van de stad en de lokale cultuur betrokken zijn bij het invullen van de verschillende fysieke, tastbare elementen van ene gebied, de duurzaamheid en onderscheidendheid van een gebiedsidentiteit bepalen. De fysieke elementen krijgen hierdoor een bijzondere lading, die deze een onderscheidende kwaliteit geven. Een gebouw kan bijvoorbeeld van een grote ster-architect zijn, maar dit gebouw krijgt een extra lading door de uniciteit van de plek, van de lokale omstandigheden, van bepaalde lokale gebruiken. Vaak wordt die extra lading gezocht in de inkleurende elementen, zoals de organisatie van een speciaal evenement<sup>9</sup>. Terwijl het eigenlijk gaat om de onderscheidende kwaliteiten die dieper liggen, in de

---

<sup>9</sup> Commerciële strategieën richten zich vaak op de inkleurende elementen, die ook het minst duurzaam zijn. De toenemende invloed van commerciële marketingstrategieën (zoals op leefstijl en woonmilieu gebaseerde segmentatietechnieken) is illustratief voor een ontwikkeling in het stedelijk beleid waarbij overheidssturing plaatsmaakt voor een marktgeoriënteerde aanpak. Marktpartijen dienen, om een woning of een buurt aan de man te brengen, in te spelen op het feit dat locatiekeuzes naast objectieve criteria (zoals het aantal m<sup>2</sup>, de geografische locaties), ook samenhangen met subjectieve of niet-rationele dimensies zoals herinneringen, principes, gevoelens, smaken en emoties. Begrippen als emotie en identiteit zijn dan ook een wezenlijke factor geworden.

statische en semi-statische elementen, die verankerd moeten zijn in de stad. Dat maakt het duurzaam.

De inkleurende elementen zijn overigens wel van belang om de identiteit van een transformatiegebied compleet en communiceerbaar te maken. Zo kunnen deze elementen een belangrijke bijdrage leveren aan het op de kaart zetten van een gebied, bijvoorbeeld d.m.v. festivals<sup>10</sup> of bepaalde, bijzondere functies.

Het gaat er samengevat om hoe invulling gegeven kan worden aan de statische, semi-statische en inkleurende elementen die een onderscheidende en duurzame identiteit van een gebied bepalen. Van belang daarbij is of en hoe het innerlijk (in de zin van de 'persoonlijkheid' van de stad en de lokale cultuur) inwerkt op het fysieke, tastbare deel van de identiteit. Dit bepaalt immers hoe de identiteit lokaal geworteld is en daarmee de duurzaamheid en de mate van onderscheidendheid. Het gaat bijvoorbeeld niet zozeer om het feit hoe invulling gegeven wordt aan de vormgeving, maar om hoe deze vormgeving verbonden is met de lokale cultuur en de specifieke karakteristieken van de plek. De inkleurende elementen dragen daarbij ook bij aan de identiteit van een gebied (als het toefje op de taart), zeker als ook zij wortelen in de lokale cultuur. Maar dit werkt alleen als ook de 'basis', de kern van de identiteit sterk genoeg is. Anders is het te ijl, te weinig duurzaam. Er is dus een zoektocht nodig naar lokale ankerpunten. Soms, in steden met een rijke traditie, liggen deze lokale ankerpunten voor de hand. In andere gevallen is het moeizamer om deze ankerpunten naar boven te krijgen.

---

<sup>10</sup> In Engeland werden bijvoorbeeld in de jaren '80 lange tijd gardenfestivals georganiseerd op oude industrie- en haventerreinen. De bedoeling hiervan was om deze gebieden op een andere manier op de kaart te zetten, zowel qua ligging als qua gebruiksmogelijkheden. Want wat staat er verder af van het oude, industriële gebruik als een evenement waar de schoonheid van de natuur centraal staat en waar mensen voor hun plezier komen.

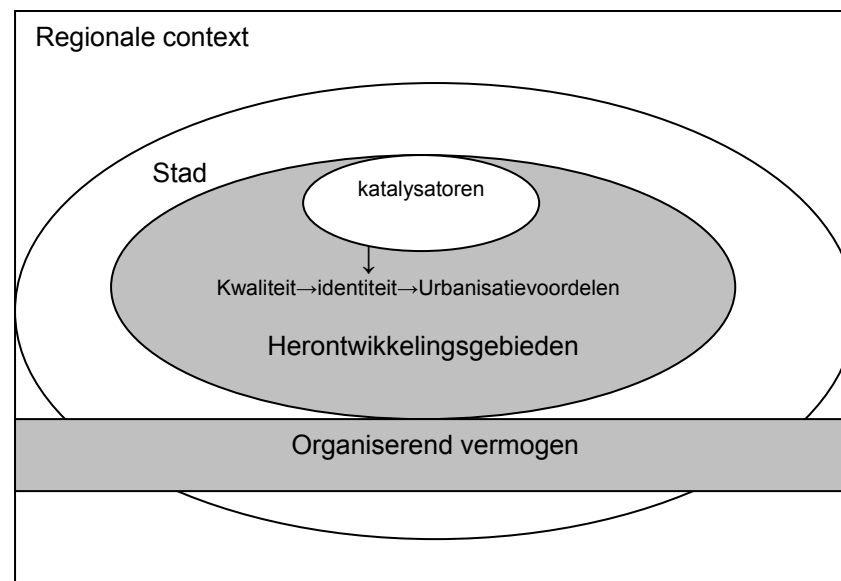
Het bovenstaande betekent overigens niet dat er niet ook een geheel nieuwe identiteit gevonden kan worden. Sommige steden zijn hier zelfs bewust naar op zoek. De vraag daarbij is of dit een totale breuk vormt met de oude identiteit of dat er een nieuwe identiteitslaag wordt toegevoegd. Om een nieuwe identiteit te laten beklijven moet er een verbondenheid zijn met bepaalde elementen in de identiteit van de stad. Of er moeten naast de ontwikkeling van het transformatiegebied nog veel meer inspanningen plaatsvinden, om deze nieuwe identiteit uiteindelijk te laten wortelen.

**Strategieën om een duurzame en unieke identiteit tot stand te brengen, richten zich op het verbinden tussen uiterlijk en innerlijk van een stad.**

Er wordt veel geschreven over hoe de identiteit van een gebied gestuurd kan worden. Daarbij gaat het meestal alleen over de fysieke verschijningsvorm. De elementen uiterlijk en omvang worden het meest gebruikt om een gebied een specifieke, eigen identiteit te geven. 'Omvang' staat daarbij voor de kwantitatieve gegevens en 'uiterlijk' voor de kwalitatieve gegevens. Het gaat er dan in wezen om hoe de inhoud van een gebiedsontwikkeling, in de vorm van de gebouwde omgeving, vorm wordt gegeven.

De meeste strategieën richten zich dan ook op omvang en uiterlijk van een gebied. Dit zijn traditioneel ook de meest te beïnvloeden elementen, omdat het fysieke elementen zijn en de belangrijkste bouwstenen bij een gebiedsontwikkeling. Strategieën die zich ook op het innerlijk richten zijn er minder, maar er zijn wel steeds meer pogingen om hier sturing aan te geven. Dan gaat het vaak meer om een procesmatige benadering van gebiedsontwikkeling, om het verbinding leggen tussen uiterlijk en innerlijk.

Als vertrekpunt voor het bepalen van mogelijke strategieën, biedt de analyse die Pol et al. (Pol et al. 2004, p. 9) hebben uitgevoerd voor enkele Europese steden, zoals Barcelona, aanknopingspunten. Zij hebben de elementen die de identiteit van een transformatiegebied bepalen in schema gezet. Via deze elementen kan een strategie bepaald worden om de identiteit van een transformatiegebied te beïnvloeden.



figuur 3: mogelijkheden tot beïnvloeding van de identiteit van een transformatiegebied volgens Pol et al. (Pol et al, 2004, p. 9)

Uit dit schema blijkt dat de identiteit beïnvloed wordt door katalysatoren in een gebied en door de ruimtelijke kwaliteit van het gebied. Deze begrippen worden door Pol et al. (2004) als volgt omschreven:

- Katalysatoren (ook wel flag ship-projects genoemd) bestaan uit activiteiten met het vermogen om spin-off effecten tot stand te brengen. Deze activiteiten

functioneren daarmee als motor van een stedelijk gebied. Een katalysator kan een specifiek bedrijf of een instantie zijn, maar ook een gebouw of een bijzonder evenement. De activiteiten die functioneren als katalysator kunnen bijdragen om het imago/de identiteit van een gebied te veranderen. De positie op de 'mental map' van mensen kan hen bereid maken om een gebied te bezoeken of zich er te vestigen.

- Investerings in kwaliteit (in de zin van aantrekkelijkheid en bereikbaarheid) kunnen ook de identiteit van een gebied versterken. Het uiterlijk van een plaats geeft de identiteit haar kwaliteit. Het uiterlijk wordt bepaald door de vormgeving en invulling (kwaliteit en aantrekkelijkheid) van de gebouwde omgeving. Dit zijn:
  - o de architectuur
  - o de stedenbouw
  - o de openbare ruimte
  - o de infrastructuur (bereikbaarheid)
  - o samenstelling van het programma/ mate van functiemenging
  - o hergebruik van cultureel erfgoed

Alhoewel met het schema wel twee belangrijke omgevingsfactoren ('organiserend vermogen' in een stad en regio én de stedelijke context) worden aangegeven die een rol spelen bij het tot stand brengen van een transformatiegebied (herontwikkelingsgebied in de termen van Pol et al.), gaat het schema erg uit van een

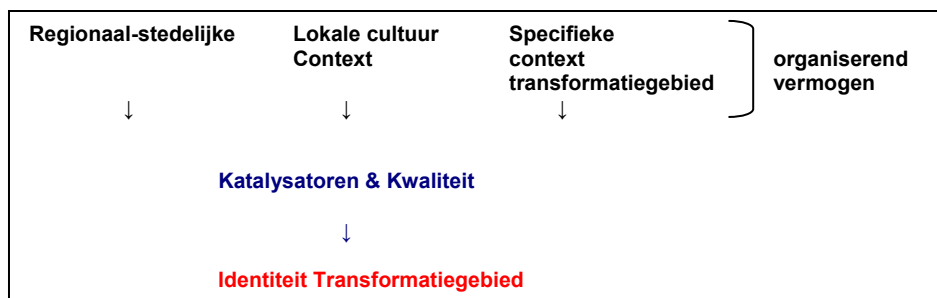
uiterlijke invulling van het begrip identiteit en geeft het geen inzicht in hoe een lokale verankering (en onderscheidendheid) tot stand kan komen. Met een aantal toevoegingen kan het schema echter wel zichtbaar maken hoe er door een wisselwerking tussen het 'innerlijk' en 'uiterlijk' van een stad een eigen, lokaal gebonden identiteit tot stand kan komen.

#### Verbinding uiterlijk en innerlijk

Bovenstaande middelen leiden niet automatisch tot een duurzame, onderscheidende identiteit. Een belangrijke rol om dit tot stand te brengen, is, zoals hierboven betoogd, de verbinding die plaats vindt met de persoonlijkheid van de stad en de lokale cultuur en context. In het schema van Pol krijgt de persoonlijkheid van de stad en de lokale cultuur en context een invulling in de begrippen de regionaal-stedelijke context en het organiserend vermogen.

Daarnaast is er binnen de transformatiegebieden zelf sprake van een specifieke context (bijvoorbeeld de historische structuur van een gebied, of bepaalde gebruikers in het gebied) die de invulling van de identiteit van het gebied kan beïnvloeden.

In het onderstaande, aangepaste schema is de relatie tussen de specifieke lokale cultuur/context en de invulling die de identiteit van een transformatiegebied krijgt, weergegeven:



Figuur 4: invloed van de lokale context op de identiteit van een transformatiegebied.

Zoals hiervoor - bij de bepaling van de elementen die de ruimtelijke identiteit bepalen - betoogd is, bepalen statische, semi-statische en inkleurende elementen de uiteindelijke identiteit van een plaats. Als basis voor mogelijke strategieën om een tot een lokaal gebonden, onderscheidende identiteit voor een gebied te komen, is het nodig om deze elementen te koppelen aan de begrippen katalysatoren en kwaliteit.

1. Kwaliteit is dan de invulling die wordt gegeven aan de
  - a) statische elementen, in de zin van de interpretatie van de geografische kenmerken en de historie van de locatie;
  - b) de semi-statische elementen: de omvang (bevolkings- en bebouwingsdichtheid, ruimtegebruik, voorzieningenniveau en capaciteit) en vormgeving (architectuur, stedenbouw, samenstelling van het programma en openbare ruimte).
2. Katalysatoren zijn dan de inzet van inkleurende elementen zoals:
  - a) markante zich repeterende gebeurtenissen (festivals, evenementen);
  - b) *Grote projecten als 'pars pro toto'* (architectuur, bedrijven, instanties, culturele voorzieningen).

Bij het tot stand komen van de identiteit van een transformatiegebied vormt het lokale organiserend vermogen<sup>11</sup>, dat bepaald wordt door de regionaal-stedelijke context, de lokale cultuur en de specifieke context van een transformatiegebied, een belangrijke factor. In de regionaal stedelijke context kan zich bijvoorbeeld een bepaalde situatie voordoen, zoals slechte economische omstandigheden, die als impuls voor regionale samenwerking fungeert. Ook kan er sprake zijn van een gegroeide lokale cultuur van samenwerking tussen publieke en private partijen. Daarnaast kan bijvoorbeeld de specifieke context van een transformatiegebied, zoals de aanwezigheid van een sterke groep bestaande gebruikers, leiden tot een sterke samenwerking tussen belanghebbenden in het gebied.

Het organiserend vermogen bepaalt in sterke mate of en hoe er verbinding ontstaat tussen het innerlijk en uiterlijk en het schaalniveau waarop dit gebeurt (op het niveau van de stad of de regio). In de huidige situatie wordt voldoende organiserend vermogen op regionale schaal steeds meer van belang voor het verder ontwikkelen en positioneren van het stedelijk gebied. Met name het vermogen om een gemeenschappelijke visie op regionaal schaalniveau tot stand te brengen en vervolgens gezamenlijk, met alle betrokken partners, duidelijke prioriteiten te stellen, vormt één van de sleutels tot succes.

<sup>11</sup> Organiserend vermogen wordt door P. Pol et al. (P. Pol et al, 2004, p. 10-11) gedefinieerd als 'het vermogen van de verantwoordelijken voor het oplossen van een probleem, om alle relevante partners (publiek en privaat, intern en extern) te betrekken en daarmee gezamenlijk nieuwe ideeën te genereren, en beleid te formuleren en te implementeren dat een antwoord biedt op fundamentele ontwikkelingen, en condities creëert voor duurzame economische groei'.

### Strategieën gericht op een verbinding tussen uiterlijk en innerlijk

De vraag is nu via welke strategieën de verbinding tussen uiterlijk en innerlijk tot stand kunnen worden gebracht. Vanuit de traditionele aanpak hoeven we hier geen antwoord op te verwachten. Die is te zeer marktgericht en gaat er nog steeds te vanzelfsprekend vanuit dat een project wel succesvol zal zijn zolang het aanbod maar zorgvuldig wordt afgestemd op de behoeften van de markt. Het probleem is echter dat ontwerpers en ontwikkelaars op basis van dezelfde 'homogene' markt en min of meer dezelfde 'ontwerptraditie' onvermijdelijk tot dezelfde (meest adequate) oplossingen zullen komen. Het doet er dan niet zoveel meer toe of ze elkaar kopiëren of dat ze eenvoudig door dezelfde markt geïnspireerd zijn. De oplossingen zullen min of meer identiek zijn, waardoor transformatiegebieden, weliswaar onbedoeld, maar ook onvermijdelijk, meer op elkaar gaan lijken. Je loopt dan al gauw tegen het probleem aan dat hetzelfde kunstje, overal in min of meer dezelfde gedaante, op den duur hopeloos saai en voorspelbaar wordt en tenslotte niet meer in staat zal zijn een publiek te boeien en te binden.

Om tot een verbinding tussen uiterlijk en innerlijk van een gebied te komen, moet gezocht worden naar de oorspronkelijkheid van de stad en het gebied. Niet alleen vanuit de historische betekenis en een nostalgisch verlangen om het verleden te conserveren (wat vaak juist verlamd werkt), maar van binnenuit, vanuit de cultuur en eigenheid van een stad/gebied en vanuit de chemie tussen mensen die typerend is voor die plaats. Door de identiteit meer te gronden in de dagelijkse realiteit van het stedelijk leven. Dit komt neer op zelfexpressie (van de stad en het transformatiegebied) als instrument voor het ontwikkelen van een eigen, duurzame identiteit van een transformatiegebied. Deze zelfexpressie vertaalt zich in de interpretatie van de statische elementen en de

invulling van de semi-statische en inkleurende elementen in een transformatiegebied.

Via de bovenvermelde elementen kan een onderscheidende, lokaal gebonden identiteit tot stand komen beïnvloeden. Strategieën voor het tot stand brengen van een lokaal gebonden identiteit kunnen zich dus op één of meer van deze elementen richten. Voorbeelden hiervan zijn:

- **Creatieve sturing** waarbij publieke en private partijen (lokale bedrijsvennetwerken, universiteiten, bewonersorganisaties, kunstenaarsverenigingen) hun gezamenlijke creativiteit bundelen, om vervolgens gezamenlijk uitdrukking te geven aan de collectieve identiteit van een stad. Voorbeelden van deze strategie zijn het Stork-terrein op het Oostenburgereiland en het Westergasfabriekterrein in Amsterdam.
- Het **creatief betrekken** van de stad zelf in de ontwikkeling van bepaalde plandelen. De creativiteit van de stad kan worden georganiseerd in de vorm van overleg, workshops, werkconferenties of bijzondere manifestaties. Een voorbeeld van deze strategie is de planontwikkeling voor het Waal-front in Nijmegen.
- **Lokale subcultuur/tijdelijk gebruik** als generator van stedelijke activiteiten. Vaak nemen allerlei subculturen in de stad (zoals de kraakbeweging, kunstenaars) bezit van industriële gebouwen en leegstaande pakhuizen in nog onontdekte gebieden. De kleinschalige bedrijvigheid die zij daar tot stand brengen en de culturele productie/activiteit die daarmee veelal samenhangt, kunnen zorgen voor de opwaardering van het gebied. Deze activiteiten kunnen een plaats van een nieuwe betekenis voorzien. Dit kan ook bewust ingezet worden in de vorm van tijdelijk of definitief gebruik. Het is belangrijk dat er pioniers zijn die een sneeuwbal-effect

teweegbrengen en dat er initiatieven vanuit het gebied zelf komen. Een voorbeeld van deze strategie zijn het Oostelijke Havengebied en de IJ-oeveren in Amsterdam.

- **Cultuur** als vehikel voor stedelijke revitalisering. Cultuur vormt de basis voor traditie, identiteit, interactie en sociale cohesie. Culturele activiteiten en voorzieningen kunnen een positieve rol spelen in het vormen van een identiteit en kunnen nieuwe groepen mobiliseren en bij deze identiteit betrekken. Daarnaast kunnen culturele activiteiten de lokale economie versterken: door het genereren van inkomen en het creëren van nieuwe werkgelegenheid en bedrijvigheid. De cultuurstrategie moet dan wel geworteld zijn in de stad.

Cultuur kan ook een belangrijke rol spelen in projecten die de kwaliteit van de fysieke infrastructuur (de gebouwde en ongebouwde omgeving) verbeteren, zoals:

- o Het verbeteren en creëren van openbare ruimte;
- o De architectuur van de gebouwde omgeving;
- o Het creëren van kleinschalige bedrijfsgebouwen;
- o Het toevoegen van openbare gebouwen;
- o Het renoveren van bestaande gebouwen (cultureel erfgoed)

Het doelbewust versterken van de culturele infrastructuur kan gericht zijn op de herstructurering van een transformatiegebied, aangezien dit economisch on(der)benutte gebieden in de stad zijn. Juist het specifieke karakter van deze gebieden (dicht tegen het oude centrum aan en een geleidelijk verworven, hoogstedelijk karakter) maakt deze plekken interessant voor culturele bestemmingen. Welke actoren in het ontwikkelen van die

bestemmingen het voortouw nemen hangt af van de institutionele context (rolverdeling tussen publieke en private partijen), maar ook van de schaal van de transformatiegebieden. In New York bijvoorbeeld hebben kunstenaars zelf relatief kleine gebieden kunnen transformeren tot plekken met een geheel eigen betekenis en functie. In het geval van grootschalige havengebieden ligt dit veel minder voor de hand en zijn publieke en private actoren met een grote financiële armslag nodig om de nieuwe bestemmingen te realiseren. Daarbij wordt bewust gestreefd naar twee indirecte effecten (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap/Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu, 2004)

1. om consumenten (toeristen en bewoners) en producenten (in de vorm van bedrijven en de zogenaamde 'creatieve klasse', hoogopgeleide en dynamische werkers) aan te trekken;
2. om de sociale cohesie te bevorderen, via het creëren en versterken van een lokale, culturele identiteit.

Overigens leent deze strategie zich zeer goed voor het inzetten van katalysatoren in een gebied, in de vorm van culturele functies, -activiteiten of -evenementen.

Voorbeelden van deze strategie zijn Edinburg, de IJ-oeveren (Oosterdokseiland en Oostelijke Handelskade) in Amsterdam, de Kop van Zuid in Rotterdam, Abandoibarra in Bilbao.

- Het faciliteren van **functiemenging**. Bij de identiteit van een gebied is de mate van functiemenging een bijzonder element. Functiemenging is niet alleen wenselijk en noodzakelijk om aantrekkelijke en economisch vitale gebieden te realiseren, de vorm waarin deze functiemenging tot



stand is vaak specifiek voor de cultuur van een stad. Zo staan sommige steden bekend om een sterke menging van culturele, creatieve en economische activiteiten, die door hun onderlinge kruisbestuiving verschillende, innovatieve activiteiten voortbrengt.

Een goede functiemix die inspeelt op de specifieke stedelijke cultuur draagt dus bij aan het produceren van effectieve synergie tussen activiteiten: dit geeft een toegevoegde waarde die gebieden meer aantrekkelijk maakt en meer economisch haalbaar.

Een voorbeeld van deze strategie is het project 22@BCN in Barcelona.

- Het vormgeven van **netwerken van openbare ruimte** als dragers van een culturele identiteit, met bijzondere aandacht voor openbare werken op speciale, strategische locaties. Openbare ruimte is bij uitstek de expressie van lokale cultuur (een rivier in de stad heeft bijvoorbeeld een bepaalde culturele betekenis voor die stad).

Voorbeelden van deze strategie zijn volop te vinden in Barcelona, maar ook in het Oostelijk Havengebied en de IJ-oeveren in Amsterdam.

- De **compositie van het stadsbeeld** (de stadsplattegrond) als een architectonisch geheel. Dit stadsbeeld, met een specifieke structuur, accenten, maat en schaal, heeft een culturele betekenis in de stad. Een voorbeeld hiervan op gebiedsniveau is het Ceramique-terrein in Maastricht. Daarnaast is Barcelona een voorbeeld waar de compositie van het stadsbeeld op het niveau van de stad speelt.

- Het aangaan van **binding met de historie** van een gebied. Het gaat er hierbij om binding te krijgen met de historische kenmerken van een gebied. De historische kenmerken zijn in wezen niet te veranderen, maar staan wel open voor interpretatie. Zo zijn over het havenverleden van het Oostelijk Havengebied in Amsterdam veel boeken verschenen: toen er schepen lagen, pakhuizen stonden en de geur van cacao hing langs de kaden die nu volledig zijn getransformeerd maar toch nog te traceren in de nieuwgebouwde wijk. Zo verschaffen deze boeken samen met de behouden elementen een gezamenlijke geschiedenis voor deze nieuwbouwwijk. Naast het Oostelijk Havengebied in Amsterdam zijn talrijke voorbeelden van deze strategie te vinden.

- Het **hergebruik van cultureel erfgoed**. Het cultureel erfgoed, in de vorm van monumentale gebouwen en structuren, onderstrepen de specifieke culturele identiteit van een plaats. Deze gebouwen en structuren zijn vaak verbonden met diepgewortelde emoties. Ze hebben dan ook een grote gevoelswaarde. Zowel de kenmerken van de stad, met name haar stratenpatroon en parcellering, als de (grotere) gebouwencomplexen blijken het vermogen te bezitten in hoofdlijnen gelijk te blijven, verschillende functies te huisvesten en de geschiedenis als het ware te absorberen. Zij zijn daarmee dragers van de stedelijke identiteit. (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap/Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu, 2004)

De waarde van het cultureel erfgoed (gebouwen en structuren) wordt vooral bepaald door de moed die men heeft om hier een nieuwe invulling en betekenis aan te geven. Het hergebruik laat zien in hoeverre gebouwen en structuren nog echt levende onderdelen

van de stad en de stadscultuur zijn, of 'dode' museumstukken.

Een bijzonder voorbeeld van deze strategie is IBA-Emscher Park in het Duitse Ruhrgebied, waar de oude industriële monumenten een bijzondere nieuwe functie hebben gekregen in en industrieel stadspark. Ook het cultuur erfgoed in Amsterdam (historische gebouwen en structuren, in en om de binnenstad, maar ook daarbuiten) is hier een goed voorbeeld van. Zo is de grachtengordel nog steeds van grote economische en culturele betekenis en worden ook meer recente gebouwen die tot het cultureel erfgoed behoren succesvol van nieuwe functies en nieuwe betekenissen voorzien. Niet zelden worden deze gebouwen daarmee op een flink hoger niveau gebracht. Voorbeelden hiervan zijn de gebouwen op het Westergasfabriekterrein en het Lloyd-hotel in het Oostelijk Havengebied.

- Het accentueren van **specifieke geografische kenmerken**: de kenmerkende morfologische structuur van de stad en het landschap. De identificatie met de geomorfologische en topografische eigenschappen van het eigen territorium kan in steden een belangrijke rol spelen. De ontwikkeling van de identiteit van de stad wordt hoeft dus niet in de eerste plaats gezocht te worden in de architectuur van de gebouwen, maar kan ook gevonden worden in de bewerking van geomorfologische en topografische eigenschappen van het grondgebied. De specifieke territoriale eigenaardigheden (zoals de ligging aan de zee of een baai, aan een rivier, op een berghelling of in het veenpolderlandschap) worden dan in de vormgeving van de stedelijke ruimte verwerkt. Voorbeelden hiervan zijn:
  - o bijzondere bruggen over de rivier;
  - o waterfrontprojecten;

- o kenmerkende trappartijen om hoogteverschillen te overbruggen;
- o bijzondere oplossingen om buurten op verschillende niveaus met elkaar te verbinden (funicular, liften, roltrappen);
- o pleinen op verschillende hoogtes in de stad.

Een voorbeeld van deze strategie is Bilbao.

- Het gebruik van **belangrijke elementen en structuren** die een rol spelen in de ontwikkeling van de ruimtelijke structuur van de stad en de regio. Zo kan een belangrijke en herkenbare stedelijke as in de stad opgepakt worden voor het aanbrengen van samenhang in verdere verstedelijking. Maar ook een element als een haven kan een belangrijke rol spelen in de identiteit van de stad en haar bewoners, zoals bijvoorbeeld in het geval van Rotterdam.

Een voorbeeld van deze strategie is de herontwikkeling in het noorden van Madrid. Voor het aanbrengen van samenhang (en als generator voor de ontwikkeling) wordt de belangrijkste stedelijke as in de stad, de Paseo de la Castellana, met 4,5 kilometer verlengd. Een ander voorbeeld is het project 22@BCN in Barcelona, waar de belangrijke stedelijke as Diagonal met 2,5 kilometer is verlengd.

- Het gebruik van **bijzondere sociaal-culturele eigenschappen** van een plaats, zoals bijvoorbeeld de lokale culinaire of artistieke cultuur (zoals de muzieksceen) of de aanwezigheid van een gay village. Voorbeelden van deze strategie zijn Engelse steden zoals Liverpool, met de zogenaamde Mersey-beat en Manchester, met haar gay village.

### **Branding: hype of nieuw sturingsmiddel?**

Het instrument van branding wordt de laatste tijd vaak ingezet om tot een meer lokaal passende invulling van een gebiedsontwikkeling te komen. Branding is afkomstig uit de merkentheorie, en refereert aan een naam, symbool, ontwerp of een combinatie van deze elementen, waarmee een product in de markt geplaatst kan worden. De methode van branding is in het verleden toegepast op een groot assortiment producten, maar deed de laatste jaren ook zijn intrede in de stedelijke herstructurering. Op het terrein van de branding zijn een aantal bureaus actief, waaronder Real Time Branding, KarsAdvies en Devrblndg.

Met een brandingsmethodiek wordt gepoogd de positie van een specifieke plek te herdefiniëren door te wijzen op haar onderscheidende kenmerken. Het gaat dan om het opsporen van de aanwezige potentie of 'genius loci' van een bepaalde plek. Kern is dat de identiteit van een gebied in verschillende sessie met alle betrokken partijen wordt bepaald. De identiteit wordt vastgelegd in verschillende kernwaardes en in de brand: de merknaam en bijbehorende beelden. Deze kernwaardes en beelden worden (in de vorm van een brandbook) sturend voor de verdere ontwikkeling van het gebied, in alle aspecten. Het brandbook is tegelijkertijd het toetsingskader, de verbeelding en de inspiratie.

Het interessante aan de brandingsmethodiek is dat in het begin van een gebiedsontwikkelingsproces alle relevante actoren (en daarmee de lokale cultuur) betrokken worden bij het definiëren van de identiteit van een gebied. In hoeverre dit verder in het proces ook daadwerkelijk tot een duurzame en onderscheidende identiteit leidt is vooralsnog de vraag, aangezien het brandingsinstrument nog in de kinderschoenen staat. Hoe wordt deze identiteitsstrategie bijvoorbeeld vertaald in fysieke ingrepen? In welke mate bekijken

geproduceerde identiteiten bij de uiteindelijke gebruikers?

### **Conclusies hoofdstuk 4**

De ontwikkeling van transformatiegebieden in de stad is één van de instrumenten die steden inzetten om de aantrekkelijkheid en het imago van de stad te verbeteren. Steden proberen met de ontwikkeling van deze gebieden zich van andere steden te onderscheiden, maar gaan daarentegen, door het gebruik van hetzelfde repertoire aan middelen, steeds meer op elkaar lijken. Er is sprake van de paradox van uniformiteit en onderscheid. Steden die in werkelijkheid verschillend van karakter zijn, raken gehomogeniseerd en bijna niet onderscheidbaar in hun beelden.

Steden proberen unieke kwaliteiten te claimen die ze onderscheidt van de concurrentie. De nadruk komt daarbij steeds meer te liggen op het benadrukken van een eigen identiteit onder het motto: 'think global, act local'. Enkele steden proberen via de aanpak van strategische projecten in de stad, waaronder de ontwikkeling van transformatiegebieden, deze onderscheidende identiteit zichtbaar te maken en verder te ontwikkelen. Het idee hierachter is dat de identiteit bestaat uit unieke kwaliteiten die door andere steden niet zomaar te kopiëren zijn. Omdat steden en stedelijke gebieden een specifieke, sociaal-culturele en niet kopieerbare betekenis hebben, kunnen ze zichzelf onderscheiden van andere steden en stedelijke gebieden. Dit kan ze een bepaald concurrentievoordeel geven. De opgave is dus vooral om voor de transformatiegebieden, als strategische plekken in de stad, nieuwe vormen van identiteit te ontwikkelen die een duurzaam karakter moeten krijgen, en waarbij het stedelijk leven opnieuw wordt verankerd. De identiteit van een stad is sterk verbonden met het imago van een stad. De identiteit is wat een stad werkelijk is, de persoonlijkheid van een stad. Het gaat

hierbij om zowel fysieke eigenschappen als sociaal-culturele eigenschappen. Het imago van een stad is het beeld dat mensen van buitenaf hebben en is minder consistent dan de identiteit. In het ideale geval is het imago gelijk aan de identiteit, maar vaak bestaat er een discrepantie tussen deze twee. Door de onderscheidende identiteit van een stad te gebruiken als instrument bij de ontwikkeling van transformatiegebieden en daarmee ook zichtbaar te maken, kan zowel een onderscheidende invulling van het transformatiegebied tot stand komen als het imago van een stad versterkt of bijgesteld worden. Verschillende steden, zoals Barcelona en Amsterdam, voeren bij de ontwikkeling van transformatiegebieden een strategie die zich hierop richt.

Het blijkt dat de identiteit van een stad bestaat uit verschillende elementen die, aan de hand van de mate van veranderbaarheid, 'statisch', 'semi-statisch' en 'inkleurend' genoemd worden. Het interessante is dat bij de ontwikkeling van transformatiegebieden de statische elementen geherinterpreteerd kunnen worden en aan de semi-statische en inkleurende elementen invulling gegeven kan worden. Hiermee ontstaat dus een basis voor een sturingsmiddel om een eigen, onderscheidende en duurzame identiteit tot stand te brengen.

Om de nieuw gevormde identiteit van een transformatiegebied duurzaam te laten zijn, zal deze betekenisvol moeten zijn in de stad. Het gaat er daarbij om dat de nieuwe identiteit verbonden is met de bijzondere, onderscheidende aspecten van de stad, met de kwaliteiten en potenties van de stad zelf. Hoe de lokale eigenschappen (in de vorm van de persoonlijkheid van de stad en de lokale cultuur) wortelen in de nieuwe identiteit van een transformatiegebied, is dus bepalend voor de uiteindelijke betekenis die de identiteit van dit gebied krijgt.

Strategieën die zich richten op deze verbinding tussen uiterlijk en innerlijk, lijken het meest kansrijk om een onderscheidende, duurzame identiteit voor een transformatiegebied tot stand te brengen. Het innerlijk wordt daarbij gedefinieerd als de regionaal-stedelijk-context, de lokale cultuur en de specifieke context in het transformatiegebied. Het uiterlijk bestaat uit de 'kwaliteit' (vormgeving en omvang) en 'katalysatoren' (evenementen, functies en gebouwen) die in het transformatiegebied gerealiseerd worden.

Een belangrijke rol bij het tot stand brengen van de verbinding tussen het innerlijk en uiterlijk en het schaalniveau waarop dit gebeurt, is weggelegd voor het organiserend vermogen. In de huidige situatie wordt voldoende organiserend vermogen op regionale schaal steeds meer van belang voor het verder ontwikkelen en positioneren van het stedelijk gebied. Met name het vermogen om een gemeenschappelijke visie op regionaal schaalniveau tot stand te brengen en vervolgens gezamenlijk, met alle betrokken partners, duidelijke prioriteiten te stellen, vormt één van de sleutels tot succes.

In het volgende hoofdstuk worden vier praktijkcases onderzocht. Vier recent ontwikkelde of nog in ontwikkeling zijnde transformatiegebieden waarbij het tot stand brengen van een onderscheidende identiteit van het gebied een belangrijke rol speelt. De vier transformatiegebieden zijn: '22@BCN' in Barcelona, 'Abandoibarra' in Bilbao, 'Ceramique' in Maastricht en 'Oostelijk Havengebied' in Amsterdam.

## **Hoofdstuk 5: Identiteit en transformatiegebieden in de praktijk: vier cases.**

In dit hoofdstuk worden vier praktijkcases onderzocht. Centraal daarbij staat de vraag welke rol identiteit heeft gespeeld en hoe op identiteit gestuurd is. Daartoe zijn vier recent ontwikkelde of nog in ontwikkeling zijnde transformatiegebieden geselecteerd waarbij het tot stand brengen van een onderscheidende identiteit van het gebied een belangrijke rol speelt. De vier transformatiegebieden zijn: 'Abandoibarra' in Bilbao, '22@BCN' in Barcelona, , 'Ceramique' in Maastricht en 'Oostelijk Havengebied' in Amsterdam.

Deze vier projecten zijn geselecteerd, omdat het bekende voorbeelden zijn van transformatiegebieden die door hun ontwikkeling hebben bijgedragen aan het versterken van de aantrekkelijkheid van de stad. De vier projectgebieden hebben een duidelijke, aantrekkelijke identiteit. Hoe deze identiteit tijdens de ontwikkeling tot stand komt, is echter niet in zijn volledigheid in beeld. Over bepaalde onderdelen (zoals stedenbouw en architectuur) is wel de nodige informatie verschenen. Maar over hoe de gewenste identiteit voor het gebied is vastgesteld, hoe deze vervolgens vertaald is in middelen en hoe deze in de praktijk vorm krijgt, is tot nu toe weinig bekend.

Bij de cases zijn twee Spaanse projecten opgenomen. Spaanse steden zijn tot nu toe zeer succesvol geweest in het tot stand brengen van een nieuwe identiteit door middel van strategische gebiedsontwikkeling. In hoofdstuk 3 bleek ook dat met name Spaanse steden zich bedienen van urban entrepreneurialism: grote projecten en economische promotie worden met elkaar verbonden om een nieuwe stedelijke economie tot stand te brengen, vaak gericht op de culturele industrie en toerisme.

Deze aanpak wordt actief ondersteund door de Spaanse centrale overheid.

Bij de bestudering van de vier cases is naar een aantal aspecten gekeken:

- de context van stedelijke ontwikkeling in de stedelijke regio;
- de rol van identiteit bij stedelijke ontwikkeling in de stedelijke regio in het algemeen;
- beschrijving van het project en de ontwikkelstrategie;
- de ingezette sturingsmiddelen voor identiteit bij het project;
- conclusies over het project.

## 5A. Abandoibarra in Bilbao

### Inleiding

Na twee decennia van onafgebroken economische ellende, maakt Bilbao sinds de tweede helft van de negentiger jaren een periode van stedelijke bloei door. De basis voor deze bloeiperiode ligt in een veelvoud aan initiatieven en projecten die gedurende de jaren negentig in gang zijn gezet. Deze initiatieven en projecten waren gericht op het reorganiseren van het fysieke en sociaal-economische profiel van de stad en het in gang zetten van een stedelijk revitaliseringsproces. Dit alles onder het motto: 'Construyendo el nuevo Bilbao': Bouwend aan het nieuwe Bilbao. Bilbao wilde daarmee een aantal doelen bereiken:

- a. het afschudden van haar imago als industriestad in verval;
- b. een nieuw vertrouwen van de bevolking in de stad en de toekomst;
- c. een nieuwe economische basis voor de toekomst van de stad.

In minder dan 10 jaar is Bilbao er door haar aanpak van de stedelijke revitalisering in geslaagd om haar imago als grauwe industriestad om te zetten in die van een aantrekkelijke stad, belangrijke toeristische bestemming en het nieuwe 'Mekka' van stedelijke ontwikkeling. Het symbool hiervan is het Guggenheim-museum, dat in 1997 haar deuren opende en Bilbao internationaal voorgoed op de kaart heeft gezet. Er wordt dan in het algemeen ook wel gesproken over het 'Guggenheim'-effect, waarmee echter geen volledig recht wordt gedaan aan de strategie die Bilbao gevoerd heeft.

De aandacht die het Guggenheim-museum trekt, als één van de meest tot de verbeelding sprekende projecten, verbloemt het feit dat in Bilbao veel meer gebeurt om de stad gereed te maken voor een nieuwe toekomst. Het

Guggenheim-museum past in de strategie van Bilbao om via samenhangende investeringen in grote projecten en infrastructuur de stad en de regio fysiek en sociaal-economisch te vernieuwen. De inzet was daarbij om on(der)benutte industriegebieden en infrastructuur in de stad te kunnen herontwikkelen. Daarbij lag de nadruk vooral op het stand brengen van zogenaamde 'eblematische' projecten, projecten met een symbolische waarde die door hun uitstraling en kwaliteit het gezicht van het nieuwe Bilbao konden bepalen en die een nieuw vertrouwen en trots van de inwoners met hun stad tot stand konden brengen. Deze fysieke projecten zijn bedoeld als een 'shock-therapie' om daarmee een proces van verandering van sociale, economische en culturele structuren in gang te zetten.

Belangrijke investeringen die al voor het Guggenheim-museum in gang waren gezet, zijn het schoonmaken van de rivier de Nervion, het aanpassen en overbouwen van spoorweg-emplacementen in de stad en het uitbreiden van de haven aan de kust om daarmee industriegebieden in stedelijk gebied vrij te maken. Tot de meest emblematische projecten behoren verder het realiseren van een nieuw vliegveld naar ontwerp van Santiago Calatrava en het aanleggen van een nieuw metrosysteem, ontworpen door Norman Foster. De kenmerkende ingangen van de nieuwe metro zijn bijvoorbeeld een echt handelsmerk van Bilbao geworden en hebben de naam 'fosteritos' (kleine Fosters) gekregen.

Daarnaast zijn verschillende voormalige industriegebieden in het stedelijk gebied, die door de reorganisatie en uitbreiding van de haven en infrastructuur zijn vrijgekomen, aangewezen als strategische interventiegebieden. Eén van deze strategische interventiegebieden is Abandoibarra, dat tussen het bestaande zakelijk centrum van Bilbao (de Ensanche) en de rivier Nervión in ligt en pal naast het nieuwe Guggenheim-museum.

## **Feiten over Bilbao**

Bilbao is de vijfde stad van Spanje en naast hoofdstad van Spaans Baskenland ook hoofdstad van de provincie Vizcaya, met circa 380.000 inwoners. De metropolitane regio van Bilbao omvat 30 gemeentes en heeft ruim 1 miljoen inwoners. Baskenland (Euskadi in het Basikisch) is één van de autonome regio's in Spanje met een hoge mate van zelfbestuur.

Bij de ontwikkeling van Bilbao spelen vier overheden een belangrijke rol: de gemeentelijke overheid, de provinciale overheid (Diputacion van Vizcaya), de Baskische deelregering en de centrale overheid in Madrid. Bijzonder is dat de planningsbevoegdheden bij de lokale overheid liggen, de fiscale bevoegdheden (te weten de bevoegdheid om belastingen, waaronder inkomstenbelasting, te innen) bij de provinciale overheid (wat zeer uitzonderlijk is in Spanje) en het grondeigendom voornamelijk bij publieke instanties en de Baskische en centrale overheid. Daarnaast speelt de centrale overheid een belangrijke rol, aangezien zij het raamwerk (wetten en regelgeving) bepaalt waarbinnen lagere overheden kunnen opereren en zij (in de vorm van het Ministerio de Fomento) eigenaar is van de haven van Bilbao.

De revitalisering van de regio Bilbao staat bij de verschillende betrokken overheden hoog op de agenda. De centrale overheid heeft de revitalisering van Bilbao aangegeven als nationale prioriteit en heeft belangrijke investeringen voor haar rekening genomen, zoals de nieuwe luchthaven, de nieuwe haven en het verbeteren van de milieukwaliteit, zoals het schoonmaken van de rivier. Daarnaast heeft de centrale overheid Europese fondsen verworven voor Bilbao. De Baskische deelregering en de Diputacion hebben daarnaast geïnvesteerd in voorzieningen zoals het Guggenheim Museum, het Congres- en muziekcentrum, de nieuwe metro, nieuwe bruggen over de rivier. Daarnaast

waren zij de intitiatiefnemer van verschillende studies en het Strategisch Plan voor Bilbao. De gemeente Bilbao is verantwoordelijk voor de noodzakelijke planningsdocumenten. Voor de financiering is de gemeente echter totaal afhankelijk van de Baskische deelregering en de Diputacion. Verder participeren de andere gemeentes in de regio op verschillende manieren in het revitaliseringsproces. De grootste buurgemeente van Bilbao (Barakaldo, 100.000 inwoners) is het meest actief betrokken.

Bijzonder in Bilbao is dat de verschillende overheden gezamenlijk met private partijen in de regio in 1991 een aparte organisatie hebben opgericht (Bilbao Metropoli-30), die verantwoordelijk is kennisontwikkeling over revitalisering, de planning en promotie van projecten die gericht zijn op de revitalisering van de regio Bilbao. Deze organisatie stelt strategische plannen op en onderneemt ieder type actie die hieruit afgeleid is, waarbij het belangrijkste doel is om het interne en externe imago van Bilbao te verbeteren.

In 1992 is een publiek-publieke samenwerking opgericht van de volgende instanties: de gemeente Bilbao, de gemeente Barakaldo, de provinciale overheid, de Baskische overheid, de centrale overheid en de spoorwegmaatschappijen (Renfe en Feve). Deze publiek-publieke samenwerking heeft de vorm gekregen van een aparte rechtspersoon: Bilbao Ría 2000. De reden voor het oprichten van deze rechtspersoon is het slagvaardiger projecten van de grond kunnen tillen. Daarnaast is het door de centrale overheid gehanteerde principe van zelf-financiering een belangrijke aanleiding. De inbreng van middelen door de centrale overheid beperkt zich tot het om niet beschikbaar stellen van haar grond.

Bilbao Ría 2000 heeft tot taak het ontwikkelen van een aantal revitaliseringsgebieden in Bilbao, waarbij de

verantwoordelijkheid voor het gehele proces en financiering, van planvorming tot en met uitvoering, bij deze organisatie ligt. Er wordt gewerkt met financiële verevening tussen locaties, om belangrijke infrastructurele werken (zoals het overdekken van sporen in Ametzola) en invsteringen in de kwaliteit van de openbare ruimte (zoals de oevers van de Nervión bij Bilbao la Vieja) mogelijk te maken. De rol van de lokale overheid beperkt zich hier tot het afgeven van de officiële vergunningen. Dit betekent dat de planning, uitvoering en financiering van de meest strategische projecten in Bilbao in handen zijn van een private instantie, die overigens wel publiek gecontroleerd wordt.

Het grondgebied van de regio Bilbao beslaat circa 374 km<sup>2</sup> en ligt in het dal van de rivier de Nervión, vanaf de kust tot 14 kilometer landinwaarts. Bilbao ligt ingeklemd tussen twee bergruggen. De rivier is daarbij altijd van levensbelang geweest voor de ontwikkeling van Bilbao. Het vormde enerzijds de levensader van de economie (gericht op handel en later ook op industriële bedrijvigheid) en anderzijds bood het rivierdal bebouwbare grond. Door de beperkte ruimte was Bilbao altijd gedwongen om wonen, werken en infrastructuur intensief met elkaar te combineren.

De historische kern van Bilbao (het Casco Viejo en Bilbao La Vieja) ligt aan weerszijden van de rivier. Aan het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw is Bilbao uitgebreid aan de overzijde van het Casco Viejo, naast Bilbao la Vieja, via een uitbreidingsplan van Cerdá: de Ensanche. Net als in Barcelona wordt deze uitbreiding gekenmerkt door een grid-structuur, die aangepast is aan lokale omstandigheden en een aantal reeds bestaande structuren. De Ensanche is uitgegroeid tot het zaken- en dienstencentrum van Bilbao, met de Gran Vía en het Plaza Moyua als middelpunt.

Langs de rivier bevonden zich van oudsher altijd al de belangrijkste handelsfuncties en infrastructuur. Vanaf het eind van de 19<sup>e</sup> en in de loop van de 20<sup>e</sup> eeuw zijn de locaties langs de rivier uitgegroeid tot industriële bedrijvigheid en de benodigde infrastructuur voor aan- en afvoer van grondstoffen en materialen en de overslag van goederen.

In de jaren '70 werd Bilbao geconfronteerd met afname van de industriële activiteiten door de industriële crisis en de concurrentie van lage lonen-landen. De teloorgang van de haven- en industriële activiteiten liet een spoor na van desolate en zwaar vervuilde gebieden langs de rivier en on(der)benutte infrastructuur in de stad. Daarnaast hing er een grauwe sluier over de stad, letterlijk door de door vervuiling aangetaste bebouwing en figuurlijk door de impact die het verdwijnen van de industrie had op de werkgelegenheid en de sfeer van bedrijvigheid die altijd in de stad had geheerst. Er heerste grote sociale onrust en de inwoners hadden geen geloof meer in de toekomst van de stad. Dit werd nog verergerd door de politieke situatie in Baskenland. De terreur van de Baskische afscheidingsbeweging ETA en de, door de sombere perspectieven aangewakkerde, aanhang van het gedachtegoed van ETA door met name jongeren, leidden tot uitspattingen van geweldpleging en vandalisme in Bilbao. Bilbao stond behalve als grauwe industriestad in verval dan ook tevens bekend als het Belfast van Spanje.

Vandaag de dag is echter sprake van een geheel ander Bilbao. In een opmerkelijke korte periode van 10 jaar is Bilbao in staat geweest om haar imago om te buigen tot dat van een aantrekkelijke stad, het 'Mekka' van stedelijke vernieuwing, en heeft de lokale bevolking weer nieuw vertrouwen in de toekomst van de stad. Imiddels is Bilbao een belangrijke toeristische trekpleister geworden. Iets wat 10 jaar geleden nog ondenkbaar was.



Een belangrijke rol in het bijstellen van het imago heeft het Guggenheim-museum gehad. Alhoewel de economie van Bilbao nog steeds voor een groot deel afhankelijk is van de activiteiten in de haven en de industrie, komt de nadruk steeds meer te liggen op de dienstensector. Daarbij speelt het toegenomen toerisme een belangrijke rol.

### **Kort overzicht van de stedelijke ontwikkeling in Bilbao**

Bilbao is gesticht in 1300 en heeft sindsdien verschillende transformaties ondergaan. In 1511 veranderde de middeleeuwse stad in een commerciële handelsstad door een handelsmonopolie met Vlaanderen. Dit bracht de stad groei, waarbij de rivier van levensbelang was. Aan het einde van de 19<sup>e</sup> en het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw veranderde de stad in een industriële metropool. De natuurlijke rijkdommen in de omgeving van Bilbao (zoals ijzererts) en de gunstige ligging aan de riviermonding brachten een industrialisatieproces op gang in de gehele regio Bilbao. Dit had grote gevolgen, met name voor de gebieden langs de rivier, waar zich de industrie- en havenactiviteiten en bijbehorende infrastructuur concentreerden. Maar mede door de nieuw verworven rijkdom, werd aan het einde van de 19<sup>e</sup> eeuw ook begonnen met een nieuwe stadsuitbreiding naar een ontwerp van Cerdá, met indrukwekkende jugendstil en art deco-architectuur. Deze stadsuitbreiding werd naast het zakelijk centrum (waar zich ondermeer de grote financiële instellingen bevinden) ook het woongebied voor de elite.

De industrie- en havenactiviteiten, waar de rijkdom van Bilbao zo afhankelijk van was en waar de gehele stedelijke ontwikkeling van in dienst stond, stortten vanaf de jaren '70 in. De stad stond daarmee aan het einde van de jaren '80 aan het begin van een nieuwe uitdaging: een diepgaande stedelijke transformatie om de stad klaar te maken voor een post-industriële

toekomst. Kernpunt van de strategie die de verschillende overheden (de centrale regering, de Baskische deelregering, de Diputacion en de gemeentes in de regio Bilbao) voorstonden was een ingrijpende verandering van het model van stedelijke ontwikkeling, om een economische transformatie mogelijk te maken. De noodzaak van deze transformatie lag niet alleen in de afname van de economische basis van de regio Bilbao en de hoge werkloosheid die dit tot gevolg had. Er was ook sprake van ernstig verval van de omgeving, het milieu en de stedelijke omgeving. Daarnaast was er sprake van sociale marginalisatie van de lokale bevolking.

Vanaf het eind van de jaren '80 kwam een beweging op gang om de problemen in Bilbao te lijf te gaan. Het actief zoeken naar nieuwe economische groeisectoren en nieuwe impulsen voor de stad, luidde een nieuwe fase van stedelijke herstructurering in. De aanleiding voor het actief ingrijpen door middel van stedelijk herstructurering lag in de volgende punten (A. Rodriguez en E. Martinez, 2004):

- a. een toenemend bewustzijn van de omvang van het stedelijk verval en van de noodzaak tot een integrale en territoriaal gerichte aanpak in plaats van een sectoraal gericht aanpak;
- b. een toenemende erkenning van het verband tussen stedelijke dynamiek en regionale ontwikkeling, waarmee Bilbao centraal kwam te staan in een strategisch debat over de toekomstige regionale ontwikkeling in Baskenland;
- c. een aantrekkende economische groei aan het einde van de jaren '80 bracht de verwachting dat de economische expansie stedelijke ontwikkeling kon genereren.

De stedelijke revitalisering van Bilbao kwam voor het eerst aan de orde in 1988, op een door de Baskische regering georganiseerd strategisch debat over de toekomst van Baskenland. Dit debat zette de problematiek van de regio Bilbao op de kaart. De

noodzaak voor het verbreden van de economische basis van Bilbao werd onderkend: het maken van een transitie van een industriestad naar een dienstenstad. Om deze transitie te maken werd een strategie ingezet die bestond uit een combinatie van concrete projecten, die in gang werden gezet als een soort 'shock-therapie' om ervoor te zorgen dat er een nieuw geloof in de stad zou ontstaan, en het implementeren van nieuwe beleidinstrumenten om het revitaliseringsproces te sturen. Dit heeft in de drie daarop volgende jaren ondermeer geleid tot het binnenhalen van het Guggenheim-museum, de ontwikkeling van het conferentie- en muziekcentrum Euskalduna, de oprichting van de publiek-private samenwerking Bilbao Metropoli-30 voor de stedelijke revitalisering van de regio Bilbao, de oprichting van de publiek-publieke samenwerking Bilbao Ria 2000 voor de planvorming, uitvoering en de financiering van een aantal strategische revitaliseringsgebieden in de stad en het vaststellen van een Strategisch Plan voor de revitalisering van de regio Bilbao in 1992.

Het model dat in Bilbao voor de stedelijke revitalisering wordt gehanteerd kan dus samengevat worden als bestaand uit drie elementen:

- a. een pro-actieve benadering van stedelijke ontwikkeling;
- b. het gebruik van strategische planning;
- c. het uitvoeren van grootschalige en emblematische stedelijke projecten en infrastructuur.

De partijen waren eensgezind in hun ambitie om via een ingrijpende herontwikkeling van de regio, deze klaar te maken voor een postindustriële toekomst. Deze eensgezindheid is enerzijds tot stand gekomen door de ernst van de crisis waarin Bilbao verkeerde, anderzijds door een uitgekiend en intensief planningstraject.

De stedelijke planning in Bilbao is gebaseerd op de volgende plandocumenten:

1. Het Strategisch Plan (Plan Estrategico) uit 1992. Een politiek vastgesteld document, opgesteld op initiatief van Baskische overheidsinstanties, voor de gehele regio Bilbao (30 gemeentes). Het Strategisch Plan is gemaakt door Andersen Consulting en bestrijkt een periode van 15 jaar. Eén van de belangrijkste doelen van het plan is de stedelijke revitalisering van de rivieroever.
2. Het ruimtelijk plan (Plan Territorial) voor de regio uit 1994. Ook voor dit plan was het vertrekpunt de noodzakelijk geachte stedelijke revitalisering en hierin werd voorgesteld om door middel van de herontwikkeling van zeven 'opportunity' gebieden langs de rivier de economische basis voor de regio te diversificeren. Alhoewel dit plan nooit is vastgesteld heeft het plan een aantal elementen die als belangrijke onderdelen van de visie op de regio gelden. Dit zijn: het tot stand brengen van een coherent stedelijk systeem, het beschouwen van Bilbao als tweede metropool van Spanje en het benoemen van de rivier als as van de stedelijke regio.
3. Het ruimtelijk plan (Plan General) voor Bilbao uit 1989, waarin de visie op de ontwikkeling van Bilbao worden benoemd, de potenties van de stad en het toekomstig grondgebruik. De belangrijkste doelstelling van dit ruimtelijk plan is om het proces van verval om te buigen en de positie van de stad te herstellen als het dynamische financiële en dienstencentrum voor de zogenaamde 'Atlantic Arch'-regio. Daartoe legde het plan de nadruk op sleutelprojecten op een aantal in onbruik geraakte industriegebieden en spoorwegemplacements. Deze gebieden werden gezien als strategische locaties die kunnen dienen als symbool voor het nieuwe Bilbao én voor de noodzakelijke functies om haar positie als centraal gebied te herwinnen, zoals nieuwe

infrastructuur, woningbouw en economische functies. Deze sleutelprojecten zijn:

- a. Abandoibarra, een 35 hectare groot industrie- en havengebied naast de Ensanche, dat ontwikkeld zou moeten worden tot het nieuwe zakendistrict en het nieuwe symbolische centrum van de stad.
- b. Zorrozaurre, een vervallen binnenstedelijk industriegebied op een schiereiland in de Nervión, dat ontwikkeld zou moeten worden tot een gemengd waterfrontproject met wonen en tertiaire functies, als vervolg op Abandoibarra.
- c. Ametzola/Eskurtze, een spoorwegemplacement en overslagstation van 22 hectare, dat ontwikkeld zou moeten worden tot een spoorweg voor personenvervoer en overdekt ten behoeve van een park en woningbouw.
- d. De verlaten mijnbouwgebieden Miribilla en El Morro, bestaand uit meer dan 90 hectare bestemd voor woningbouw.

De belangrijkste rol was hierbij weggelegd voor Abandoibarra en Zorrozaurre die als nieuwe centrale gebieden hoogwaardige vestigingsplaatsen moeten worden voor dynamische tertiaire activiteiten en hoofdstedelijke functies. De nieuwe centrale gebieden moeten de positie van Bilbao als belangrijke zakencentrum binnen de regio en de concurrentiepositie van Bilbao versterken. Deze twee gebieden spelen daarmee een cruciale rol in de strategie om Bilbao te transformeren in een nieuwe, post-industriële hoofdstad van de Atlantische regio.

4. De planuitwerkingen (Planes Especiales), die de stedenbouwkundige invulling voor deelgebieden vastleggen. Deze planuitwerkingen worden stuk voor stuk voor de verschillende projectgebieden opgesteld.

Bij deze verschillende plannen draait het vooral om de visie en het vastleggen van een gezamenlijk ambitie en minder om het vaststellen van een concreet programma. De belangrijkste ambitie in de verschillende plannen is de stedelijke ontwikkeling van de rivieroever, het interveniëren in bestaand stedelijk gebied en niet in uitbreidingsgebieden en het omzetten van problemen in kansen.

#### Een ambitieuze stedelijk revitalisering

In de transformatie van de regio (Bajo Nervión), speelt de stad Bilbao de belangrijkste rol. Maar door de vier kernpunten waar de strategie op stoelt, ondergaat de gehele regio de gevolgen van de transformatie. De vier kernpunten zijn (Borja en Muxí, 2004):

1. Het verbeteren van de externe en interne bereikbaarheid van de regio door de volgende ingrepen: de nieuwe haven, de nieuwe luchthaven, het metrosysteem, de spoorwegen, tramverbinding en nieuwe communicatielijnen.
2. De revitalisatie van het milieu en de stedelijke omgeving door de volgende ingrepen: het verbeteren van de luchtkwaliteit (het aanleggen van nieuwe groenvoorzieningen), het schoonmaken van de rivier en de kwaliteit van de stedelijke ontwikkeling (stedenbouw en architectuur).
3. Het investeren in menselijk kapitaal met de nadruk op kennis, creativiteit, onderwijs en het stimuleren van nieuwe initiatieven.
4. De culturele centraliteit, het cruciale element van de nieuwe stedelijke dynamiek en het externe imago. Het artistieke leven, sport en leisure worden gezien als indicatoren voor de regionale vitaliteit en het vermogen om nieuwe activiteiten aan te trekken.

De strategie heeft daarnaast nog een aantal in het oog springende elementen, die hun achtergrond hebben in hoe de strategie tot stand is gekomen. De strategie heeft

namelijk vooral een economische achtergrond en is bedacht door het consultingbureau Arthur Andersen. Het gaat uit van een Neo-keynesiaans model: het starten van een groot stedelijk project, die zich voornamelijk toespitst op de stad Bilbao, waarbij over een periode van 10 jaar 3,9 miljard euro publieke middelen wordt geïnvesteerd in infrastructuur en voorzieningen om een nieuwe economische dynamiek tot stand te brengen. Gezien hun vermogen om investeringen voor hun rekening te nemen, is bij het uitvoeren van deze strategie een belangrijke rol weggelegd voor de centrale overheid, de Baskische deelregering en de Diputacion.

De belangrijkste elementen van de strategie (Bilbao Metropoli-30, 2001/2004) zijn:

- Een sterk projectgerichte aanpak, maar wel op basis van een samenhangende strategie;
- Het uitvoeren van een 'shock' therapie door het uitvoeren van projecten die een radicale breuk met het verleden zijn (zoals het Guggenheim-museum);
- Het tot stand brengen van een totaal nieuwe fysieke realiteit, voornamelijk door het creëren van een nieuwe stadsfront langs de rivier en het uitvoeren van emblematische projecten en prestigieuze ontwerpen (zowel gebouwen als infrastructuur) als symbolen van de nieuwe fysieke realiteit, het 'Nieuwe Bilbao'. Dit heeft tot doel: het verbeteren van de kwaliteit van leven in de stad en het externe imago van de regio én een proces van verandering van sociale, economische en culturele structuren in gang zetten.
- Een pragmatische benadering: beginnen met de haalbare onderdelen en ambities, om daarmee de voedingsbodem te leggen voor toekomstige, meer ambitieuze ontwikkelingen en het hanteren van de nodige flexibiliteit in het programma om in te spelen op actuele marktontwikkelingen.

- Het omzetten van probleemgebieden (in de zin van de meest vervallen en onbenutte gebieden, de erfenis van het industriële verleden), in nieuwe kansgebieden waar de toekomstige ontwikkelingen een plek kunnen krijgen. Deze gebieden liggen langs de 'levensader' van Bilbao, de rivier. Na decennialang met de rug naar de rivier te hebben geleefd, ontdekt Bilbao daarmee opnieuw het potentieel van de rivier, die het meest structurerende element vormt in een regio waar sprake is van geringe stedelijke samenhang, waar zich de kwalitatief meest hoogwaardige grond bevindt en waar een nieuw front voor de stad gemaakt kan worden.
- Het uitvoeren van een aantal strategische werken in de stad om de stedelijke ontwikkeling mogelijk te maken. Deze strategische werken zijn:
  - a. Verplaatsing van de overgebleven havenactiviteiten naar een nieuwe, moderne haven aan de kust. Deze nieuwe haven heeft als voordelen dat er sprake is van een moderne, efficiënte en concurrerende havenvoorziening, dat centraal gelegen gebieden vrijkomen voor stedelijke herontwikkeling en dat er nieuwe oeververbindingen aangelegd kunnen worden in het stedelijk gebied omdat er geen grote scheepvaart meer door de rivier hoeft.
  - b. De Variante Sur: het integreren van spoorlijnen in het centrum van Bilbao om de interne verbindingen te verbeteren en om de spoorinfrastructuur langs de rivier-oever te kunnen verwijderen (van groot belang voor de herontwikkeling van het gebied Abandoibarra).
  - c. Het schoonmaken van de rivier, waarmee de rivier meer verblijfskwaliteit, gebruikswaarde en belevingswaarde krijgt. Dit is van belang voor de geplande hoogwaardige ontwikkelingen langs de rivier.

- d. Het aanleggen van een nieuw metro-systeem (eerste fase gereed in 1995), die het gevoel van één samenhangende regio moet versterken.
- e. Het realiseren van het Guggenheim-museum, de katalysator voor de transformatie van Bilbao, zowel in termen van marketing en het vestigen van een nieuw imago (in- en extern) als het tot stand brengen van een nieuwe culturele en toeristische industrie.

Om de gewenste ontwikkelingen op gang te brengen zijn twee belangrijke instrumenten ingezet. In 1991 is Bilbao Metropoli-30 (een publiek-private samenwerking op regionale schaal) opgericht. Deze organisatie is de drijvende kracht achter de uitvoering van het Strategisch Plan voor de regio en verantwoordelijk voor de marketing. In hetzelfde jaar werd Bilbao Ría 2000 opgericht. Een publiek-publieke samenwerking van de nationale en regionale overheden, de gemeentes Bilbao en Barakaldo en de twee spoorwegmaatschappijen. Deze organisatie is verantwoordelijk voor het tot stand brengen van een aantal strategische infrastructuurprojecten (zoals de Variante Sur) en strategische gebiedsontwikkelingen (zoals Abandoibarra).

#### Het 'Guggenheim'-effect: Bilbao na 10 jaar strategisch investeren

De initiatieven die in de jaren '90 zijn ondernomen om de economie te herstructureren en de stad te revitaliseren en van een nieuw imago te voorzien, heeft geleid tot een ware stedelijke 'renaissance'. Het boegbeeld hiervan is het Guggenheim-museum.

De uitgevoerde strategie kan het best omschreven worden als een emblematische projecten-geleide revitaliseringsstrategie, gecombineerd met intensieve citymarketing. Het effect van deze aanpak op de stad is groot geweest. Er is sprake van nieuwe governance-structuren en een op realisatie en vestigen van een nieuw imago

geënt stedelijk ontwikkelingsmodel. Het heeft daarnaast geleid tot een nieuwe fysieke realiteit en een nieuw vertrouwen in de toekomst van de stad. De stad is veranderd van een onaantrekkelijke industriestad in een belangrijke toeristische trekpleister met een aantrekkelijk imago en leefmilieu.

De lokale economie heeft van het (vooral culturele) toerisme de vruchten geplukt, met name detailhandel, restaurants, hotels en kunstgalerieën. De lokale gastronomie (Baskenland heeft één van de meest verfijnde keukens van Spanje) is bijvoorbeeld onder invloed van de ervaring herontdekt. Ook heeft het toerisme invloed op reeds bestaande culturele faciliteiten, zoals het Museum van Schone Kunsten (Museo de las Bellas Artes) in de vorm van hogere bezoekersaantallen. Hierdoor werd een uitbreiding van dit museum mogelijk. En het culturele leven in Bilbao heeft een impuls gekregen in de vorm van nieuwe culturele evenementen, als duidelijke spin off van het Guggenheim en het toegenomen bezoek aan de stad.

De ontwikkelingen hebben ook nieuwe, private investeringen tot stand gebracht, vooral op het gebied van hotelontwikkeling en woningbouw. Het meest opvallende private project dat tot stand wordt gebracht (en dat 10 jaar geleden ondenkbaar was) is het Isozaki Gateway-project aan de oever van de Nervión-rivier. Dit project - dat bestaat uit twee glazen woontorens, kantoorgebouwen en commerciële voorzieningen, gecombineerd met een trappartij en openbaar plein die het stadscentrum verbindt met de rivier - is inmiddels ook opgenomen in de marketing van de stad, als één van de emblematische projecten.

Het succes heeft echter ook een keerzijde. Door de nadruk op de logica van de markt en het accent dat gelegd is op het bestaande centrum van de stad, zijn een tweetal neven-effecten ontstaan:

1. Speculatie op de vastgoedmarkt en exorbitante stijging van de onroerend goedprijzen
2. Elitisering van het centrum van de stad en toegenomen sociale polarisatie.

Ad 1. De hoge verwachtingen die de economische revitalisering met zich mee bracht heeft geleid tot een enorme stijging van de onroerend goedprijzen en speculatieve nieuwe ontwikkelingen. Het effect beperkte zich aanvankelijk tot de omliggende buurten van de nieuwe projecten, maar is inmiddels voelbaar in de totale stad. Inmiddels neemt het centrum van Bilbao de tweede plek in (na de Calle Serrano in Madrid) op de lijst van duurste woonlocaties in Spanje. Prijzen van € 7.000 per m<sup>2</sup> zijn eerder regel dan uitzondering.

Ad 2. Onder invloed van de prijsstijgingen van het onroerend goed, is het stadscentrum steeds exclusiever en meer geprivatiseerd geworden. Dit staat in schril contrast met de woongebieden van de lagere inkomensgroepen, die steeds meer naar de stedelijke periferie worden gedrongen. Door de olievlek-werking die ontstaat, begint langzamerhand de gehele stad Bilbao tot een exclusief gebied voor de welgestelden te worden. Dit heeft tevens tot gevolg dat het steeds moeilijker wordt om plek te vinden voor economisch minder rendabele activiteiten, die wel een belangrijke broedplaatsfunctie vervullen of als aanjager kunnen dienen voor verbreding van de economie.

Daarnaast heeft de nadruk van de aanpak op het creëren van een totaal nieuwe fysieke realiteit tot gevolg dat veel van de bestaande structuren en gebouwen die herinneren aan het industriële verleden van Bilbao, rücksichtlos worden verwijderd. Er wordt niet nagedacht over het geven van een nieuwe betekenis of functie aan het industrieel erfgoed, zoals bijvoorbeeld in het

Duitse Ruhrgebied wel is gedaan. Op enkele plekken worden alleen gestileerde relikwieën, zoals een kraan, bewaard. Hiermee verdwijnt een fysiek deel van de historie van Bilbao steeds meer uit het stadsbeeld.

#### De start van de tweede golf van de stedelijke revitalisering: Strategie 2010

Tien jaar na het lanceren van het Strategisch Plan, heeft Metropoli-30 de strategie gepresenteerd voor de tweede revitaliseringsgolf, onder de noemer 'Strategie 2010' (Bilbao Metropoli-30, 2001). Deze strategie richt zich op het voortbouwen op de resultaten (de fundamente) uit de eerste periode van revitalisering. Heeft de eerste periode Bilbao op de kaart gezet als moderne Europese stad, in de volgende 10 jaar is het doel om Bilbao te transformeren tot 'global city'. De nadruk wordt daarbij gelegd op investeringen in het menselijk kapitaal, het ontwikkelen van kennis en het vergroten van de innovatiekracht van de regio.

#### **Conclusie: De rol van identiteit bij de stedelijke ontwikkeling in Bilbao**

Op grond van het bovenstaande kunnen een aantal algemene elementen benoemd worden die een belangrijke rol spelen bij de specifieke identiteit van stedelijke gebieden in Bilbao. Naast deze algemene elementen spelen vanzelfsprekend een aantal gebiedseigen elementen een rol. Deze komen bij de beschrijving van de ontwikkeling van Abandoibara aan de orde.

Identiteit en imago vormen in de praktijk van de stedelijke ontwikkeling van Bilbao in de negentiger jaren een centraal begrip. Het wordt vooral in verband gebracht met de noodzaak om een andere fysieke realiteit tot stand te brengen en daarmee de stad een positief imago te geven, zowel intern als extern en het duidelijk afstand nemen van de erfenis van een deel van de geschiedenis van de stad, haar industriële verleden. Daarnaast speelt de wens van de regerende politieke

elite (de Partido Nacional Vasco, PNV) om een nieuwe, moderne invulling te geven aan de Baskische identiteit een belangrijke rol. Deze wens komt enerzijds voort uit het isolement waarin Baskenland verkeerde door het separatisme dat vooral geassocieerd werd met archaische elementen (zoals oude volksgebruiken en historische gebeurtenissen). Anderzijds uit de behoefte om de onafhankelijkheid van de centrale regering in Madrid en het vermogen tot zelfbeschikking te laten zien.

De volgende algemene elementen spelen een rol bij de vormgeven van een eigen identiteit aan stedelijke gebieden in Bilbao:

1. Het benadrukken van de Baskische identiteit in drie vormen:
  - a. Een consequent gebruik van de Baskische taal (het Euskera), bijvoorbeeld bij de naamgeving aan projecten;
  - b. Het faciliteren en ondersteunen van culture uitingen, door het investering in een culturele infrastructuur (in evenementen, gebouwen en openbare ruimte)
  - c. Het gebruik van traditionele elementen uit de Baskische historie, bijvoorbeeld in de vormgeving van openbare kunst.
2. Een focus op het tot stand brengen van emblematische projecten (zowel gebouwen als openbare ruimte en infrastructuur) die het gezicht van het nieuwe Bilbao vormen.
3. Een focus op een hoogwaardige kwaliteit van stedelijk ontwerp, door de inzet van internationale ster-architecten op de strategische ontwikkelingslocaties en anderzijds lokale architecten op de ingrepen in bestaande wijken en buurten.
4. Een focus op het verbeteren van de leefkwaliteit door middel van het realiseren van nieuwe groengebieden in de stad.
5. De rivier de Nervión als 'genetische' as, verstedelijkingsas voor een nieuw centraal

stedelijk gebied met hoogwaardige verblijfsruimtes en representatieve functies.

6. Een focus op het versterken van de centraliteit van het bestaande zakelijke en dienstencentrum.
7. Een focus op herontwikkeling van het bestaand stedelijk gebied (en niet op uitbreiding): een compact stadsmodel met een hoge menging van functies.
8. Het versterken van het contrast tussen het verstedelijkte rivierdal en het omliggende, groene berglandschap.
9. Een focus op het versterken van de interne stedelijke samenhang door het aanbrengen van nieuwe verbindingen.
10. Het gebruik van niveauverschillen in het landschap als onderscheidende kwaliteit.

### **Het project Abandoibarra**

Het Abandoibarra-project maakt deel uit van de eerste revitaliseringsgolf die in de jaren negentig in Bilbao in gang is gezet. Het project is de belangrijkste strategische gebiedsontwikkeling uit deze periode.

Het gebied Abandoibarra bevindt zich tussen het Guggenheim-museum en het congres- en muziekcentrum Euskalduna, pal naast het centrum van Bilbao aan de rivier. De locatie omvat 35 hectare. Het is een voormalig industrieel gebied, waar zich overslagactiviteiten van de haven, een scheepswerf en spoorinfrastructuur bevonden. Door de industriële functie, de spoorinfrastructuur en het hoogteverschil van 10 meter met het centrum, werd het gebied geïsoleerd van haar omgeving. Het gebied kwam vrij voor herontwikkeling door de verschuiving van de havenactiviteiten naar de kust, de sluiting van de Euskalduna Scheepswerf en het realiseren van nieuwe railverbindingen in de stad (de Variante Sur).

De strategische ligging van het gebied, tussen de rivier en het zakelijk centrum van de stad, maakte van Abandoibarra een uitgelezen plek om als boegbeeld van de stedelijke revitalisering te dienen. Daarnaast was het de bedoeling om in het gebied een nieuw economisch centrum te ontwikkelen.

#### De planvorming voor Abandoibarra

De revitalisering van Abandoibarra begon met de presentatie van het Ruimtelijk Plan voor Bilbao in 1989. In dit plan werd Abandoibarra gepositioneerd als één van de meest emblematische gebieden in de stad met een buitengewone potentie voor de stad. Het plan kende aan Abandoibarra een strategische rol toe en stelde voor het gebied te ontwikkelen tot een nieuw zakelijk district, met ge-avanceerde zakelijke dienstverlening en aanvullende winkel- en leisurevoorzieningen, waaronder twee bijzondere functies: een wetenschaps- en technologiemuseum en een congrescentrum. Woningbouw-ontwikkeling werd expliciet uitgesloten. De ontwikkeling van Abandoibarra moest daarmee de katalysator worden voor de economische herstructurering van Bilbao en tevens het nieuwe gezicht van Bilbao aan het rivierfront.

De verdere planvorming voor de gebiedsontwikkeling Abandoibarra is een combinatie van opvallende successen en een lang en moeizaam proces. Op basis van de bedachte ontwikkeling van het gebied zijn twee sporen opgang gekomen. Bilbao Ría 2000 werd verantwoordelijk gemaakt voor de ontwikkeling van het project (vanaf initiatieffase tot en met uitvoering) en startte met het uitschrijven van een competitie voor het Masterplan. Daarnaast werden vanuit de Baskische deelregering en de Diputacion acties ondernomen om nieuwe, katalyserende functies naar Bilbao te halen. Daarbij zijn de twee katalysatoren voor de herstructurering van de economie van Bilbao en de gebouwen die hét gezicht van Bilbao in de citymarketing moesten gaan vormen in Abandoibarra terechtgekomen. Interessant daarbij is dat één van deze

functies (het Euskalduna congres- en muziekcentrum) gepland in het gebied is gerealiseerd en de andere (het Guggenheim-museum) min of meer toevallig.

#### **Het verhaal van het Guggenheim-museum.**

Het Guggenheim heeft het imago van Bilbao in de wereld radicaal veranderd en symboliseert de nieuwe trots van haar inwoners. Door het succes is het gemakkelijk om te vergeten dat de Baskische instanties (de Baskische deelregering en de provincie Vizcaya) destijds voor gek werden verklaard toen ze besloten het museum te realiseren.

Het verhaal van het Guggenheim begint eind jaren '80. Bilbao bevond zich in een diepe economische crisis. De Baskische deelregering en de Provincie overwogen drastische maatregelen om het tij te keren. Men kwam tot de conclusie dat Baskenland internationaal totaal niet op de kaart stond als toeristenbestemming, handelspartner of als investeringsgebied. Bilbao werd gezien als een lelijke, vieze industriestad. Men was ervan overtuigd dat er een symbool (in vorm van een emblematisch gebouw en functie) in de stad gerealiseerd moest worden om niet alleen de stad Bilbao (en daarmee Baskenland) op de kaart te zetten, maar ook om de inwoners nieuw vertrouwen en trots te geven en een impuls te geven aan de lokale economie.

Men kwam erachter dat de Guggenheim Foundation in New York op dat moment bezig was met een franchising-strategie (het opzetten van nieuwe musea in de VS en Europa), tot dan toe zonder succes. Er werd contact gelegd met de Guggenheim Foundation en daarmee kwam een proces op gang dat heeft geleid tot de bouw van het museum.

De plek van het museum, aan de rivier in Abandoibarra, is op aandrang van de directeur van de Guggenheim Foundation gekozen. De omgeving had dan wel een industrieel karakter, maar het was een strategische



locatie in de bocht van de rivier. De Baskische deelregering had aanvankelijk een andere locatie in het centrum van de stad op het oog, maar heeft zich laten overtuigen. Ook de architect Gehry werd op sterk aandringen van de Guggenheim Foundation gekozen. Daarmee is de bijzondere plek en het bijzondere uiterlijk van het gebouw onder invloed van externe actoren tot stand gekomen.

Het Guggenheim-museum is gerealiseerd door de financiële autonomie van de Provincie Vizcaya, die daardoor middelen in kon zetten ten behoeve van de realisatie van het museum. In totaal is € 12,2 miljoen betaald aan de Guggenheim Foundation. Op de besteding van de middelen aan het museum is veel kritiek geuit. Feit is dat het Guggenheim een groter en blijvender effect heeft dan een citymarketing campagne van welke omvang dan ook en van bijzondere betekenis is voor de nieuwe toekomst van Bilbao.

#### **Masterplan Abandoibarra**

In 1992 is de planvorming voor Abandoibarra op gang gekomen met uitschrijven van een internationale competitie voor het Masterplan. Winnaar van deze competitie was het plan van Cesar Pelli. In het plan van Pelli werd Abandoibarra geprojecteerd als een uitbreiding van het centrum naar de rivier. Er werd rekening gehouden met een programma van 200.000 m<sup>2</sup> hoogwaardige dienstverlening en belangrijke voorzieningen, waaronder een internationaal congres- en muziekcentrum en het Guggenheim-museum, waarvoor al locaties waren aangewezen.

Dit plan werd al snel aangepast om het risicoprofiel te verkleinen. Daarbij werd de kantoortoren vervangen door 2 of meer kleinere gebouwen en werd gaandeweg steeds meer kantooruimte vervangen door woningbouw en winkelfuncties, die meer opbrengsten en minder risico met zich meebrachten. Toe het definitieve plan in 1995 werd gepresenteerd, was de aanvankelijke ambitie om

Abandoibarra als strategisch zakendistrict te realiseren dan ook behoorlijk bijgesteld.

Bij de presentatie van het plan in 1995 werd echter pijnlijk duidelijk dat men, door de fixatie op de financiële haalbaarheid van het plan, vergeten was om het noodzakelijke maatschappelijk en politieke draagvlak te verwerven. Er brak dan ook maatschappelijk protest uit tegen de plannen. Een aantal belangengroepen, waaronder bewonersorganisaties, winkeliersverenigingen en lokale architecten, maakten bezwaar tegen de hoge dichtheden, het elitaire karakter van de ontwikkeling, het geplande nieuwe winkelcentrum en het feit dat lokale architecten uitgesloten waren van het ontwerpproces.

Om de ontstane impasse te doorbreken, kreeg Pelli de opdracht om een nieuw plan te maken dat gebaseerd was op zijn eerste ontwerp, maar aangepast aan de nieuwe sociaal-economische context en de condities van de vastgoedmarkt. In het nieuwe plan van Pelli werd de kantooruimte beperkt tot één kantoortoren en twee kleinere gebouwen aan weerszijden van deze toren. De woningbouw beperkte zich tot vier bouwblokken. Het totaal oppervlak aan openbare ruimte en groen werd vergroot, de weginfrastructuur werd aangepast en er werd een tramverbinding toegevoegd. Tot slot werd het ontwerp van het winkelcentrum aangepast. Het totale programma behelst kantooruimte, 800 appartementen, een winkel- en leisurecentrum, een Sheraton-hotel, culturele voorzieningen en hogere onderwijsfuncties en 170.000 m<sup>2</sup> groen en openbare ruimte. Het aangepaste plan werd in april 1999 vastgesteld door de gemeenteraad van Bilbao, ruim 6 jaar na het eerste plan. Inmiddels waren in het gebied, buiten deze planontwikkeling om, twee bijzondere en opvallende functies in het gebied gerealiseerd: het Guggenheim-museum en het Euskalduna congres- en muziekcentrum.

## De strategie voor Abandoibarra

Abandoibarra maakt deel uit van de strategie om vorm te geven aan het nieuwe Bilbao door middel van een transformatie van het stedelijk gebied en het aantrekken van nieuwe economische functies. Abandoibarra is daarbij in eerste instantie benoemd tot meest strategische locatie voor enerzijds het realiseren van een nieuw zakelijk district (als katalysator voor het transformeren van de economie van Bilbao) en anderzijds het gezicht van het nieuwe Bilbao aan de Nervión-rivier (als embleem voor de nieuwe identiteit van Bilbao).

In de loop der jaren is de strategie op hoofdlijnen niet wezenlijk bijgesteld, maar wel het programma dat tot de doelstellingen moet leiden. In plaats van een puur zakelijk district, met de nadruk op kantoren voor de zakelijke dienstverlening, waaraan de resterende functies ondergeschikt waren, ligt de nadruk nu op een gemengd stedelijk programma met een zwaarder accent op culturele functies en openbare ruimte en groen. Cultuur wordt nu meer beschouwd als generator van stedelijke dynamiek dan de vestiging van hoogwaardige zakelijke dienstverlening. Deze omslag is tot stand gekomen door drie ontwikkelingen (Bilbao Ría 2000, 2000-2005):

1. de marktomstandigheden in Bilbao (geringe vraag naar kantoorruimte en grote vraag naar woningen en winkelruimte);
2. de maatschappelijke druk van belangengroepen;
3. externe initiatieven (van de Baskische deelregering en de Diputacion) waardoor twee belangrijke culturele instellingen van grote allure (Euskalduna congres- en muziekcentrum en Guggenheim-museum) in het gebied zijn ontwikkeld.

De bij het laatste punt genoemde culturele instellingen (Het Guggenheim-museum en het Euskalduna congres- en muziekcentrum) waren de eerste twee functies die zich in het gebied vestigden en hebben het gebied weliswaar

op de kaart gezet, maar waren niet specifiek onderdeel van de strategie van Bilbao Ría 2000 om te dienen als katalysatoren. Ten eerste was het gebied Abandoibarra in zijn geheel bedoeld als katalysator voor de transformatie van Bilbao. Ten tweede zijn beide functies via een andere weg in het gebied terecht gekomen en dienden zij een ander doel, namelijk het neerzetten van emblemen voor het nieuwe Bilbao en als aanjager voor een nieuwe stedelijke dynamiek. In de praktijk hebben beide functies het gebied echter wel op de kaart gezet en heeft vestiging van de functies gezorgd voor een enorme kwaliteitsimpuls (en een maatlat voor het kwaliteitsniveau in het gebied), het versneld aanleggen van een aantal nieuwe verbindingen naar het gebied (zoals de Zubizuri, witte brug in het Baskisch, van de architect Santiago Calatrava) en vertrouwen van investeerders in de potentie van het gebied.

De strategie bestaat uit het tot stand brengen van een hoogwaardige kwaliteit, waarmee het gebied op de kaart gezet wordt. Deze hoogwaardige kwaliteit wordt bereikt via een wervend en tot de verbeelding sprekend Masterplan van de hand van een internationale ster-architect (Cesar Pelli), de inzet van eveneens internationale sterarchitecten voor de verschillende bouwprojecten, het realiseren van hoogwaardige en representatieve openbare ruimte en het binnenhalen van prestige-projecten, zoals het Sheraton-hotel. Naast het accent op hoogwaardige kwaliteit en hoogwaardig programma, is er veel aandacht voor het realiseren van nieuwe verbindingen met de stad (zoals de uitbreiding van het Doña Casilda-park en de aanleg van de Avenida Abandoibarra met een nieuwe tramverbinding) en met belangrijke omliggende stedelijke functies (zoals het Museo de las Bellas Artes en de Deusto Universiteit), die tevens een hoogwaardige uitstraling krijgen. Laatste element van de strategie is het tot stand brengen van een ensanche van de Ensache (een uitbreiding van de Ensanche), door het toevoegen van

een nieuw centraal plein met bebouwing dat aansluit op de structuur van de Ensanche en dat bijna een exacte kopie is van het centrale plein in de bestaande Ensanche, het Plaza Moyua.

Wat verder opvalt aan de strategie is dat het uitgaat van een sterke top-down benadering, waarbij er nauwelijks invloed is van de lokale context. Het enige moment waarop dit enigszins gebeurde is in 1995, toen naar aanleiding van maatschappelijk verzet besloten werd om het Masterplan aan te passen. Maar dit aanpassingsproces speelde zich vervolgens weer af achter gesloten deuren. Daarnaast heeft de partij die verantwoordelijk is voor de herontwikkeling van Abandoibarra, Bilbao Ría 2000, zelf ook te maken gehad met een top downbenadering van hogere overheden in het geval van het Guggenheim-museum en het Euskalduna congres- en muziekcentrum. Deze sterke top-downstrategie heeft zijn achtergrond in de politieke overtuiging dat het snel doorvoeren van de drastische maatregelen om Bilbao te transformeren alleen op deze manier mogelijk is. Teveel openbare bemoeienis met de plannen zou de beoogde 'shock-therapie' voor de transformatie van Bilbao ernstig verlammen.

### **Abandoibarra: sturingsmiddelen voor identiteit**

Naast het Guggenheim-museum en het Euskalduna congres- en muziekcentrum, die in de praktijk het gewenste kwaliteitsniveau voor het gebied hebben neergezet en Abandoibarra op de kaart hebben gezet, is er een heel pakket aan maatregelen om ervoor te zorgen dat het gebied de gewenste identiteit krijgt. Deze gewenste identiteit voor Abandoibarra is: het visitekaartje van het nieuwe Bilbao, een modern en representatief stadsfront aan de rivier en katalysator voor de herstructurering van de economie van Bilbao (Bilbao Ría 2000, 2000-2005). De volgende middelen zijn daarbij ingezet.

#### **1. Een wervend en tot de verbeelding sprekend Masterplan.**

Door Cesar Pelli is een drie dimensionaal uitgewerkt Masterplan gemaakt, dat continu als leidraad voor de ontwikkeling heeft gediend, ondanks het feit dat er verschillende programmatische wijzigingen zijn doorgevoerd, en dat als belangrijk marketingtoo voor het gebied heeft gefungeerd. Daarnaast heeft Pelli continu de supervisie over de ontwikkeling gehad en is hijzelf de ontwerper van het meest in het oogspringende element in zijn plan: de kantoortoren aan het Plaza Euskalduna.

#### **2. De inzet van prestigieuze, vooral internationale ontwerpers.**

Voor de verschillende projecten binnen het gebied worden consequent prijsvragen (beauty contests) uitgeschreven, waarbij de gewenste hoogwaardige kwaliteit van het ontwerp voorop staat. Bij deze prijsvragen wordt bijna uitsluitend gekozen voor internationale ster-architecten, als onderdeel van de strategie om de ontwikkelingen in strategische gebieden langs de rivier van een internationaal, modern en hoogwaardig uiterlijk te voorzien. Voor lokale architecten ziet men meer een rol weggelegd bij ingrepen in bestaande wijken en buurten.

#### **3. Het voortzetten van de structuur van de Ensanche (ensanche van de Ensanche) in de vorm van een nieuw centraal plein met bebouwing (het Plaza Euskaldi).**

De structuur van de Ensanche is in het nieuwe plan voortgezet en in het verlengde van de diagonale as (de Calle Elcano) is een hoge kantoortoren (150 meter) geplaatst als landmark voor Abandoibarra. De toren is het enige verticale element in het plan. De andere gebouwen (vooral private functies) moeten zich conformeren aan de basisstructuur van de Ensanche, met de zelfde bouwhoogte en met een

interessante facade naar de nieuwe openbare ruimte.

**4. Het maken van een nieuw, modern stadsfront aan de rivier.**

De openbare functies en representatieve openbare ruimte zijn geplaatst langs de rivier waar ze nieuwe symbolen voor de stad vormen.

**5. Het maken van moderne verwijzingen naar enerzijds de architectuur van de Ensanche en anderzijds de historie van het gebied en de regio.**

Er wordt bij het vormgeven van de architectuur van de gebouwen gezocht naar een moderne interpretatie van de architectuur van de Ensanche. Een voorbeeld hiervan is het Zubiarte winkel- en leisurecentrum. De 2 bijzondere gebouwen in het gebied, het Guggenheim-museum en het Euskalduna congres- en muziekcentrum verwijzen op een abstracte manier naar de historie van het gebied.

Bij de vormgeving van het openbaar gebied worden elementen van de historie van het gebied en de regio op een gestileerde en moderne wijze weergegeven. Voorbeelden hiervan zijn de vormgeving van straatmeubilair, de Pedro Arrupe loopbrug, de kunst op de Paseo de la Memoria en rond het Euskalduna congres- en muziekcentrum en de kraan en de dokken bij het Scheepvaartmuseum.

**6. Het stimuleren van stedelijke activiteit in het gebied.**

Er wordt gestuurd op een gemengd stedelijk programma, doet moet zorgdragen voor een levendig stedelijk milieu. Zo moet bijvoorbeeld rond het Plaza Euskadi, door middel van een arcade van winkels rond het plein en het concentreren van de publiekstoegangen van de bebouwing, de nodige stedelijke activiteit ontstaan.

**7. Het consequente gebruik van de Baskische taal bij de naamgeving in het project (zowel voor de projecten als de straatnamen).**

Bij het benadrukken van de Baskische identiteit speelt de eigen taal (het Euskera) een belangrijke rol. Het Euskera wordt dan ook consequent toegepast bij de naamgeving aan projecten. Zo heet de nieuwe voetgangersbrug van Calatrava over de Nervión bijvoorbeeld Zubizuri (witte brug) en heet het nieuwe winkel- en leisurecentrum Zubiarte.

**8. Het aantrekken van hoogwaardig programma.**

Er wordt de nodige moeite gedaan om een hoogwaardig programma voor het gebied binnen te halen, om het prestigieuze karakter van het gebied te benadrukken. Daarbij is sprake van een pro-actieve, op hoogwaardige gebruikers gerichte verleidingsstrategie. Zo is het Sheraton-hotel binnengehaald, wat tevens is gebruikt om het succes van Bilbao te tonen: een prestigieus vijfsterrenhotel dat zich in de stad wil vestigen. Een hoogwaardig winkelcentrum, luxe appartementen, maar ook belangrijke hogere onderwijsfuncties zoals de nieuwe bibliotheek voor de Deusto-Universiteit en een nevenvestiging van de Baskische Universiteit (die buiten het stadscentrum gevestigd is), zijn andere hoogwaardige functies. Daarnaast valt op dat er heel wat moeite is gedaan om de gewenste kantoorfuncties in het gebied te krijgen, waarmee het landmark, de kantoortoren, uitgevoerd kan worden. Nadat bleek dat de kantorenmarkt een dergelijke ontwikkeling niet kon dragen, is eerst besloten om het kantoor van de Diputacion (die nu in het bestaande stadscentrum zit) hiernaar te verplaatsen. Dit is na enkele jaren, door een bestuurswisseling bij de Diputacion, misgelopen.

Vervolgens heeft, na het nodige lobbywerk, de energiemaatschappij Iberdrola besloten om haar

drie kantoren in het bestaande stadscentrum hier te concentreren. Overigens is de beslissing van Iberdrola vooral door financiële argumenten ingegeven. Ze kan haar huidige drie kantoren door exorbitant gestegen onroerend goedprijzen met veel winst van de hand doen, waarmee ze het nieuwe hoofdkantoor kan financieren.

**9. De inzet van cultuur als thema.**

Gaandeweg de ontwikkeling van Abandoibarra is het accent steeds meer op cultuur als thema komen te liggen. De belangrijkste verklaring hiervoor is het succes van de twee culturele instellingen in Abandoibarra en het, door de marktomstandigheden gedwongen, bijstellen van het programma.

Het thema cultuur komt tot uitdrukking in het organiseren van culturele evenementen, het toepassen van moderne kunst in de openbare ruimte, het faciliteren van culturele uitingen in de openbare ruimte en het realiseren van nieuwe culturele faciliteiten, zoals het Scheepvaartmuseum. De nadruk ligt daarbij enerzijds op moderne avantgardistische kunst (rond Guggenheim) en anderzijds op de historie en tradities (rond het Euskalduna congres- en muziekcentrum).

**10. Het aanbrengen van nieuwe verbindingen met de stad en met belangrijke stedelijke functies.**

Met de ontwikkeling van het gebied zijn een aantal belangrijke nieuwe verbindingen met de stad en belangrijke instellingen gerealiseerd, waarmee een wisselwerking wordt beoogd tussen de nieuwe functies in Abandoibarra en bestaande functies in de stad.

Zo is er een directe verbinding gemaakt met de Deusto Universiteit aan de andere rivier-oever, waarmee deze tot voor kort geïsoleerd liggende

functie opeens direct aan het stadscentrum is komen te liggen. Daarnaast is het bestaande (en enige park) in het centrum uitgebreid en verbonden met Abandoibarra, waarbij aan beide zijden van het park een stadsfront ontstaat. Verder is er een nieuwe promenade langs de rivier aangelegd en is aangetakt op bestaande verbindingen in de Ensanche (zoals de Calle Elcano).

De laatste betekenisvolle ingreep is de aanleg van de Avenida de Abandoibarra als belangrijke stedelijke verbinding, met een nieuwe tramverbinding die een aantal knooppunten (waaronder Abandoibarra) in de stad met elkaar verbindt.

**11. Het aanleggen van een hoogwaardig openbaar gebied als nieuwe representatieve ruimte voor het dichtbebouwde stadscentrum.**

Tweederde van het gebied bestaat uit openbare ruimte en groen. De nadruk bij de vormgeving lag op een hoogwaardige en representatieve uitstraling, voetgangersvriendelijkheid en hoge verblijfskwaliteit, zoals te zien is bij de flaneerboulevard langs de rivier en het Parque de la Rivera.

**12. Het gebruik van de geomorfologische eigenschappen van het gebied.**

Het gebied kent twee kenmerkende geomorfologische eigenschappen: de rivier en de niveauverschillen. Deze elementen zijn bij het ontwerp van het gebied gebruikt als onderscheidende kwaliteiten.

Bij het ontwerp heeft de rivier als onderscheidende kwaliteit een belangrijke rol gespeeld. De rivier wordt gezien als de centrale stedelijke as en als belangrijkste potentie van het gebied. Zo is er bewust voor gekozen het nieuwe, moderne stadsfront van Bilbao en

representatieve openbare ruimtes aan de rivier te realiseren.

Het natuurlijke niveauverschil (9 meter) tussen de rivieroever en het bestaande centrum is zowel opgepakt in het ontwerp van de infrastructuur en openbare ruimte (bijvoorbeeld door aantrekkelijke trappartijen en verschillende niveaus in de openbare ruimte) maar ook in de gebouwen, die ingangen hebben gekregen op verschillende niveaus. Zo kent het nieuwe winkel- en leisurecentrum Zubiarte drie niveaus van toegankelijkheid: het rivierniveau, het straatniveau en het brugniveau.

### **13. Het vervlechten van functies met de bestaande infrastructuur.**

Door het gebied lopen twee hoogliggende bestaande bruggen, voornamelijk bestemd voor autoverkeer, die de rechteroever van de rivier rechtstreeks met het bestaande stadscentrum verbinden. Beide bruggen zijn functioneel vormgegeven. Bij twee ontwikkelingen is er beweust voor gekozen om de gebouwen te vervlechten met deze bestaande infrastructuur. Zo gaat het Guggenheim-museum een spel aan met de Puente Principes de España en het Zubiarte winkel- en leisurecentrum met de Puente de Deusto. In het laatste geval is er tevens sprake van rechtstreekse verbindingen tussen het brugniveau en gebouw en gebied.

Daarnaast hebben de ruimtes onder de brug een metamorfose ondergaan om zowel de verblijfskwaliteit als de uitstraling te verbeteren.

### **Conclusies**

De conclusie van de analyse van het project Abandoibarra luidt dat de ingezette instrumenten zowel gericht zijn op het tot stand brengen van een nieuwe fysieke realiteit voor Bilbao, een modern en

hoogwaardig nieuw stedelijk district dat als embleem voor de identiteit van het nieuwe Bilbao kan gelden, als op het verankeren van de ontwikkeling in de bestaande structuur en het geven van een moderne interpretatie aan de historie en traditie. Wat daarbij bijzonder is, is dat de ontwikkeling gezien wordt als een moderne invulling van de Baskische identiteit en de autonomie van de Baskische regio moet laten zien.

Interessant is dat er sprake is van een regionale strategie, die vastgelegd is in een regionaal strategisch plan en die kan bogen op een gezamenlijk publiek-private inspanning in de vorm van Bilbao Metropoli-30. Met deze strategie wordt gepoogd om door middel van een nieuw uiterlijk (die vorm krijgt door een shock-therapie van fysieke ingrepen van hoogwaardige kwaliteit) het innerlijk van de stad en de regio te veranderen. Een strategie van grootschalige, emblematische herontwikkelingsprojecten (zoals Abandoibarra en het Guggenheim-museum) is het belangrijkste instrument dat gebruikt worden om het imago en de fysieke omgeving van de stad te veranderen en om de stad een definitieve positie te geven als internationaal cultuur- en toeristisch centrum.

De huidige stedelijke ontwikkeling van Bilbao vormt een breuk met de onsamenvangende, en op het bedienen van de industrie- en havenactiviteiten gerichte, stedelijke ontwikkeling van de 20<sup>e</sup> eeuw. Daarbij grijpt de ontwikkeling deels terug op het voorbeeld van samenhangende stadsontwikkeling uit het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw: de Ensanche, maar zoekt daarbij uitdrukkelijk de combinatie met een moderne manier van stedelijke ontwikkeling, geënt op de internationale voorbeelden van waterfront-ontwikkelingen, om vorm te geven aan een modern stadsfront langs de rivier. Om deze verbinding te maken is bewust gekozen voor een internationaal vermaarde architect, Cesar Pelli, die bekend was vanwege verschillende waterfrontprojecten, waaronder de Docklands in London.

Daarnaast vormt de zogenaamde 'genetische as': de Nervión-rivier een belangrijk structurerend element bij de ontwikkeling van Abandoibarra. De rivier wordt gezien als het structurerend element bij uitstek van de regio en als belangrijkste potentie voor de stedelijke herontwikkeling van Bilbao.

Via een aantal bijzondere instrumenten moet het gebied een onderscheidende identiteit krijgen. Deze onderscheidende identiteit heeft betrekking op de volgende zaken:

- een modern en representatief stadsfront aan de rivier, als visitekaartje van het nieuwe Bilbao (en tevens Baskenland)
- katalysator voor de herstructurering van de economie van Bilbao.

De middelen die hierbij ingezet worden zijn de volgende:

- het sturen op hoogwaardig stedelijke ontwerpen (d.m.v. een beeldend Masterplan en op internationale ster-architecten gerichte selectieprocedures) en het realiseren van een hoogwaardig, gemengd stedelijk programma (d.m.v. een pro-actieve, op hoogwaardige gebruikers gerichte verleidingsstrategie);
- het sturen op verankering in het bestaande stedelijk systeem, door middel van de geplande uitbreiding van de Ensanche en realiseren van nieuwe verbindingen die tevens zorg moeten dragen voor wisselwerking met bestaande stedelijke functies;
- het sturen op nieuwe culturele activiteiten en bijbehorende dynamiek (door gebruik te maken van de twee stedelijke katalysatoren in het gebied, het organiseren van evenementen en het faciliteren van culturele uitingen in de openbare ruimte);
- het geven van een moderne invulling aan de historie van het gebied en de Baskische identiteit (door middel van culturele activiteiten, gebruik van naar de historie en traditie verwijzende moderne kunst,

het gebruik van het Euskera bij de naamgeving aan projecten en de verbinding van het project aan het prestige van de nationalistische politieke elite).

Alhoewel er in het geval van Abandoibarra gesproken kan worden van een zeer succesvolle gebiedsontwikkeling, waarmee Bilbao zich internationaal op de kaart zet, is de vraag echter of met de inzet van bovengenoemde middelen ook daadwerkelijk een onderscheidende en duurzame identiteit tot stand wordt gebracht. Een aantal ontwikkelingen zijn daarbij kritisch.

### **1. Geen wisselwerking met lokale context**

Bij de ontwikkeling van Abandoibarra is (weliswaar bewust) geen wisselwerking met de lokale cultuur gezocht. Dit heeft zijn achtergrond in het (politieke) streven om een totaal nieuwe economische en fysieke realiteit tot stand te brengen die zich afzet tegen het industriële verleden en de op de industrie en haven gebaseerde economie. Wat betreft de fysieke realiteit is deze strategie goed gelukt, maar wat de betreft het tot stand brengen van een nieuwe economische realiteit is dit nog maar de vraag.

De vestiging van het Guggenheim-museum heeft onmiskenbaar de stad nieuwe economische activiteiten gebracht in de vorm van een daarvoor niet bestaande toeristenindustrie en een daarbij horende spin off op het gebied van winkelvoorzieningen, restaurants, design en kunstgaleries. Maar het gewenste effect, het tot stand brengen van een nieuwe economische dynamiek gebaseerd op de culturele industrie, is vooralsnog uitgebleven. Daarvoor heeft de aanpak zich vooralsnog teveel beperkt tot het binnenhalen van een externe impuls, zonder daarbij ook impulsen van onderaf te stimuleren. Overigens lijkt de gemeente Bilbao zich daar inmiddels van bewust. Eén van haar speerpunten is inmiddels het revitaliseren

van het Casco Viejo en Bilbao la Vieja en het stimuleren van creatieve bedrijvigheid aldaar.

Men heeft zich verder alleen gefocust op het maken van een radicale breuk met de huidige economische basis van de stad, zonder te kijken of door middel van het stimuleren van het innoverend vermogen de economie zich van daaruit verder zou kunnen verbreden. Het is immers een schier onmogelijke taak om vanuit het niets nieuwe economische sectoren, waar de stad geen traditie in heeft, op te bouwen.

## **2. Speculatie en elitisering**

De nadruk op het tot stand brengen van een hoogwaardig en prestigieus gebied met als opvallendste functie het Guggenheim-museum, heeft, door het met de ontwikkeling gepaard gaande vertrouwen in revitalisering van de economie, geleid tot een exorbitante stijging van de onroerend goedprijzen. Beperkte deze stijging zich in eerste instantie tot de Ensanche, inmiddels heeft deze golf van prijsstijgingen zich over de gehele stad verspreid. Deze ontwikkeling leidt tot toenemende speculatieve ontwikkelingen in de stad, met name in en rond de Ensanche. Daarnaast is het, van oorsprong al bestaande, elitaire karakter van de Ensanche versterkt.

De ontwikkelingen hebben tot gevolg dat de lagere inkomensgroepen en economische minder rendabele functies de stad uit worden gedrongen. Daarbij verdwijnt een belangrijke laag voor het economische functioneren en een voedingsbodemp voor het ontstaan van nieuwe initiatieven (zoals broedplaatsactiviteiten) uit de stad. Deze functies zijn bijvoorbeeld van groot belang voor het ontstaan van de gewenste culturele industrie.

## **3. Guggenheim als risico**

Het Guggenheim-museum heeft Bilbao onmiskenbaar veel goeds gebracht. Geen citymarketingcampagne kan op tegen het effect dat het museum op het imago, de stedelijke ontwikkeling en de economie van Bilbao heeft gehad. Maar hierin schuilt tevens het risico. Door de kracht van het Guggenheim, wordt Bilbao internationaal bijna alleen hiermee geassocieerd, ondanks het feit dat er feitelijk veel meer in de stad gebeurt. Zodra het Guggenheim-museum in Bilbao zijn uniciteit kwijtraakt (en dat is niet ondenkbaar, aangezien de Guggenheim-foundation actief op zoek is naar nieuwe vestigingsplaatsen), heeft Bilbao een serieus probleem. Tenzij Bilbao erin slaagt om de impuls van het Guggenheim daadwerkelijk in meer lokaal gebonden initiatieven om te zetten.

Samengevat lijkt de opgave om de oorspronkelijke bedoelingen van het Abandoibarra-project tot stand te brengen (en ervoor te zorgen dat het een duurzaam effect op de stad krijgt) vooral te liggen in het stimuleren van lokale initiatieven die voortborduren op de nieuwe dynamiek die de ontwikkeling van het gebied (en met name de vestiging van het Guggenheim-museum) tot stand heeft gebracht. De lokale overheid heeft daarmee reeds een hoopvolle stap gemaakt, door in het Casco Viejo en Bilbao la Vieja een actief stimuleringsbeleid in te zetten. Daarnaast is ook een organisatie als Bilbao Metropoli-30 zich in toenemende mate bewust van de noodzaak om naast het investeren in stedelijke ontwikkeling ook te investeren in menselijk kapitaal, innovatiekracht en nieuwe lokale initiatieven. Daarbij zullen partijen zich bij nieuwe ontwikkelingen, zoals de geplande ontwikkeling van Zorrozaure, een havengebied op een schiereiland midden in de rivier en uitgeroepen tot het volgende strategische project voor Bilbao, wel meer open moeten stellen voor de lokale context en initiatieven en breder moeten kijken dan alleen de korte termijn financiële haalbaarheid.



## **5B. 22@ BCN in Barcelona**

### **Inleiding**

Barcelona staat bekend om het succes van haar stedelijk ontwikkeling in de afgelopen 25 jaar, waarmee de stad zichzelf internationaal op de kaart heeft gezet als meest aantrekkelijke stad in het Europees mediterrane gebied. Sinds de start van de democratisering in Spanje in 1976 heeft de stad een welbewuste ontwikkelingsstrategie ingezet om de aantrekkelijkheid van de stad voor bewoners, bezoekers en bedrijven te vergroten. Het moment suprême in deze strategie was de organisatie van de Olympische Spelen van 1992, die door Barcelona zijn aangegrepen om een viertal strategische gebieden in de stad te herontwikkelen en de stad internationaal te promoten. De stad is alom geroemd om het succes dat de Olympische Spelen de stad hebben gebracht.

Het aangrijpen van de Olympische Spelen voor stedelijke herontwikkeling was echter niet een unieke gebeurtenis. Het past in een langlopende traditie van de stad in het gebruik van grote van evenementen als katalysator voor stedelijke ontwikkeling en het maakt tevens onderdeel uit van een meer omvattende strategie voor stedelijke ontwikkeling. De ontwikkelingen rond de Olympische Spelen waren dus eigenlijk niet meer dan een stap (maar wel een stap van groot belang) in het streven van het stadsbestuur om Barcelona tot een aantrekkelijke en vitale stad (City of Quality) te ontwikkelen. De meerwaarde van de Olympische Spelen was dat het mensen en geld bijeenbracht, zorgde voor internationale aandacht en zorgde (door de harde deadline van de Spelen) voor een snelle uitvoering van de projecten.

Inmiddels liggen deze Olympische Spelen al weer 13 jaar achter ons. Maar ook in het post-Olympisch tijdperk heeft de stad echter niet stilgezeten. Het stadsbestuur is voortdurend bezig om door middel van strategische

ingrepen en investeringen in cultuur, openbare ruimte en infrastructuur de stad verder te ontwikkelen. De aandacht is daarbij vooral gericht op het versterken van de stad als tertiair dienstencentrum, met de nadruk op zakelijk dienstverlening, en zakelijk verblijf en toerisme. Zo is er bijvoorbeeld veel nadruk gelegd op uitbreiding van het hoogwaardige hotelaanbod in de stad, de detailhandel en het creëren van nieuwe culturele voorzieningen.

De focus van het stadsbestuur is nu gericht op het tot stand brengen van een kennisstad (City of Knowledge). Het streven is om Barcelona in 2010 een sterke positie te geven als kenniscentrum, op basis van de kernkwaliteiten innovatie, creativiteit en kennis. Barcelona moet in het mediterrane gebied de eerste keus zijn als vestigingsplaats voor kennisintensieve bedrijven.

Veel, zo niet alle, inspanningen van het stadsbestuur zijn erop gericht om de juiste voedingsbodem voor de kenniseconomie tot stand te brengen. Deze inspanningen strekken zich uit van nieuwe vormen van samenwerking tussen overheid, universiteiten en bedrijfsleven (om synergie tot stand te brengen) tot fysieke investeringen in de stad. En dit gaat in Barcelona bijna als vanzelfsprekend gepaard met een uitgekende citymarketingstrategie.

Om de ambitie van Barcelona kennisstad waar te maken, heeft het stadsbestuur ondermeer een aantal strategische projecten aangewezen. Eén van deze projecten is de transformatie van het stadsdeel Poble Nou tot een hoogwaardig technologisch district onder de noemer '22@'. Dit gebied moet een eigen, hoogwaardige identiteit krijgen, waarmee zowel de gewenste kennisintensieve en technologisch geavanceerde bedrijvigheid als de bijbehorende kenniswerkers worden aangetrokken.

Deze casestudie heeft betrekking op de strategie die gevoerd wordt om de gewenste identiteit voor het 22<sup>o</sup>-district tot stand te brengen. Daarbij wordt gekeken naar de procesvoering, de instrumenten die ingezet worden en het resultaat dat de strategie tot nu toe heeft opgeleverd.

### **Feiten over Barcelona**

Barcelona is de tweede stad van Spanje en de hoofdstad van Catalonië, met ca. 1,5 miljoen inwoners. In de metropolitane regio wonen ca. 4,5 miljoen inwoners. Catalonië is één van de autonome regio's in Spanje met een hoge mate van zelfbestuur (zoals Baskenland).

Bij de ontwikkeling van Barcelona spelen drie overheden een belangrijke rol: de gemeentelijke overheid, de Catalaanse deelregering (de Generalitat) en de centrale overheid in Madrid. De Catalaanse deelregering heeft belangrijke bevoegdheden, zoals regionale planning en supervisie over de lokale planning. Daarnaast is de deelregering onder meer verantwoordelijk voor (spoor)wegen, sociale huisvesting en het innen van inkomensbelasting. De centrale overheid tenslotte bepaalt het raamwerk (wetten en regelgeving) waarbinnen lagere overheden kunnen opereren. Daarnaast is de centrale overheid (in de vorm van het Ministerio de Fomento) een belangrijke partij bij het aanleggen en financieren van (spoor)wegen. De centrale overheid is eigenaar van de haven en luchthaven van Barcelona.

Het grondgebied van Barcelona is circa 100 km<sup>2</sup> en heeft de vorm van een vierkant van 10 bij 10 kilometer. De vier zijden van dit vierkant bestaan uit harde, fysieke grenzen: de kustlijn aan de oostkant, de Besós-rivier aan de noordkant, het Collserola gebergte aan de westkant en de Llobregat-rivier aan de zuidkant. Binnen dit oppervlak bevindt zich een heldere stedenbouwkundige structuur: de vijfhoek van de historische binnenstad met daarbuiten het grid-patroon

van de Ensanche uit het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw. Binnen dit grid-patroon zijn enkele oudere kernen opgenomen, zoals het oude dorp Gràcia.

Barcelona was traditioneel altijd een belangrijke industrie- en havenstad. Maar vanaf de jaren '60 werd Barcelona geconfronteerd met afname van de industriële activiteiten door zowel de industriële crisis als de suburbanisatie van economische activiteiten. De verplaatsing van de haven- en industriële activiteiten vanuit Poble Nou aan de noord-oostkant van de stad naar andere gebieden aan de zuid-oostkant van de stad (Zona Franca/Llobregat), veranderde het kustgebied van Poblenou in de achtertuin van Barcelona. Vandaag de dag wordt de economie van Barcelona gekenmerkt door een grote diversiteit, waarbij de nadruk steeds meer ligt op de dienstensector. Met name zakelijke dienstverlening, de congres- en toerisme-industrie, detailhandel en de vastgoedbranche zijn belangrijke peilers van de Barcelonese diensteneconomie.

### **Kort overzicht van de stedelijke ontwikkeling in Barcelona**

Door de beperkingen die haar natuurlijke grenzen aan de groei van Barcelona opleggen, is Barcelona aangewezen op het voeren van een compacte stadspolitiek om haar inwonertal zoveel mogelijk te handhaven. Om ondanks de hoge dichtheden inwoners vast te houden, heeft het stadsbestuur in de post Franco-periode (vanaf 1976) een beleid ontwikkeld dat bij de inwoners van Barcelona een nieuw geloof in en een identificatie met de stad tot stand zou brengen.

Belangrijke elementen die een rol spelen bij de stedelijke ontwikkeling in Barcelona zijn vier zaken: de organisatie van grote evenementen, het uitbreidingsplan van Cerdà (de Ensanche), het 'urbanismo' en de strategie van de 'áreas de nueva centralidad' (nieuwe centrale gebieden). Op elk van

deze elementen zal ik kort ingaan. Ik sluit af met een beschrijving van de omslag die in het afgelopen decennium heeft plaatsgevonden in de aanpak van stedelijke projecten, waarbij de sterk publiek gestuurde stedelijke ontwikkeling van de jaren '80 en begin jaren '90 steeds meer heeft plaatsgemaakt voor een neo-liberaal model, met een sterk toenemende invloed van marktpartijen op de inrichting van het stedelijk gebied.

#### **De virtuele driehoek: evenementen als motor van stedelijke ontwikkeling.**

Barcelona is de uitvinder van de zogenaamde virtuele driehoek: een groot evenement genereert stedelijke ontwikkeling, deze stedelijke ontwikkeling genereert economische groei en de voorspoed uit deze economische groei leidt tot de organisatie van weer nieuwe evenementen. Ieder evenement laat haar fysieke sporen na in de stad in de vorm van nieuwe stedelijke gebieden, gerevitaliseerde gebieden, infrastructuur, pleinen, parken en gebouwen. De voorbeelden hiervan zijn de wereldtentoonstellingen van 1888 (Parque de Ciutadella), 1929 (Montjuïc en Plaza de España) en de Olympische spelen van 1992 (Montjuïc, Vall d'Hebron en een deel van Poblenou - Vila Olímpica). De enige periode waarin deze machinerie min of meer (afgezien van enkele kleinschalige pogingen) stil heeft gelegen was tijdens de Franco-periode (vanaf de jaren dertig tot 1976).

Een belangrijke verklaring voor het ontstaan van deze traditie ligt in het feit dat Barcelona, als 2<sup>e</sup> stad van het centralistisch ingestelde Spanje, nooit zoals Madrid automatisch op publieke investeringen kon rekenen. Het organiseren van een groot evenement was een manier om deze investeringen wel naar Barcelona te trekken.

Het 'moment suprême' voor Barcelona kwam met de Olympische Spelen van 1992. Dit internationale

evenement bood de gelegenheid om de plannen die in de jaren zeventig en tachtig waren uitgedacht voor de ontwikkeling van Barcelona tot een moderne en aantrekkelijke stad, voor een groot deel ten uitvoer te brengen.

Het interessante hieraan is dat iets wat in wezen een tijdelijk karakter heeft (de Olympische Spelen duren ruim 2 weken), een permanente impact heeft op de stad. Barcelona heeft dan ook het onderste uit de kan gehaald. Zo werden vier strategische locaties in de stad, Montjuïc, Plaza d'España, Vall d'Hebron en de kuststrook bij Poblenou - Vila Olímpica - ontwikkeld, en werd de relatie van de stad met de zee hersteld, door herinrichting van de kuststrook tussen Barceloneta en het nieuwe Vila Olímpica. Ontwikkelingen die ook na de Olympische Spelen hun waarde binnen de stad hebben bewezen. Deze ontwikkelingen vormen een groot contrast met het andere voorbeeld uit 1992 van een internationaal evenement dat een blijvende impact op de stad zou moeten hebben: de wereldtentoonstelling (Expo 1992) in Sevilla.

#### **De Ensanche van Cerdá: voortdurende bron van inspiratie.**

De Ensanche wordt gevormd door het gebied buiten de historische stadskern van Barcelona en wordt gekenmerkt door haar grid-structuur bestaande uit bouwblokken van 130 bij 130 meter. Het uitbreidingsplan van de Ensanche (Eixample in het Catalaans) stamt van eind 19<sup>e</sup> eeuw, toen Barcelona toestemming kreeg om buiten haar historische stadskern uit te breiden. Het plan is van de hand van Cerdá, op wiens naam nog meer eind 19<sup>e</sup> eeuwse uitbreidingsplannen voor Spaanse steden staan. Zo is de Ensanche van Bilbao (een andere casestudie in deze scriptie) ook van de hand van Cerdá.

Het Cerdá-plan was meer dan een stedenbouwkundig uitbreidingsplan. Het was tevens een ontwikkelingsstrategie voor de lange termijn. Het plan gaat uit van

een neutrale stadsplattegrond, bestaand uit bouwblokken van 130 bij 130 meter, die veel verschillende invullingen mogelijk maakt. Het plan houdt rekening met bijzonder lokationele omstandigheden, zoals belangrijke zichtlijnen, de afwatering (vanaf het Collserola-gebergte naar de kust) en bijzondere plekken. Zo is het bestaande dorp Gracia naadloos geïntegreerd in het grid. Binnen het grid zijn een aantal grote structuren aangebracht, zoals de Diagonal, die de stad verbinden met haar omgeving en die overzicht bieden. Daarnaast ging het Cerdá-plan uit van het creëren van nieuwe 'polen van centraliteit', naast de bestaande binnenstad. Het Plaza de las Gloriés was bedoeld als nieuwe stadscentrum. Maar ook het gebied rond het huidige Forum 2004 (aan de uiterste noordoostkant van Barcelona) was reeds aangegeven als belangrijk nieuw centraal gebied.

De ontwikkelingsstrategie die onderdeel uitmaakte van het Cerdá-plan was verder het eerst realiseren van de openbare ruimte en infrastructuur, als katalysator voor de gebouwontwikkeling binnen de gridstructuur. Daarnaast waren de aanleg van de belangrijkste boulevards (zoals de Paseo de Gracia, de Diagonal en de Gran Vía) mede bedoeld als prestige-projecten, om te laten zien dat Barcelona meedeed als werelstad.

Uiteindelijk is het Cerdá-plan slechts voor een deel uitgevoerd. Het zakencentrum is ontstaan langs de Paseo de Gracia en de zuidkant van de Diagonal, waar de belangrijkste uitvalswegen van de stad liggen. Richting het noorden van de stad verwatert de grid-structuur steeds meer. De noordkant van de stad heeft grotendeels een industriële invulling gekregen, waarbij soms wel en soms niet de grid-structuur van Cerdá is gevolgd. Van het ontwikkelen van nieuwe polen van centraliteit is ook niets terecht gekomen. Het Plaza de las Gloriés is tot verkeersknooppunt geworden en het noordelijk deel van de Diagonal is nooit uitgevoerd.

Het Cerdá-plan speelt nog steeds een belangrijke rol bij de stedelijke ontwikkeling van Barcelona. Het is bij de stedelijke ontwikkelingsplannen het referentiepunt en een voortdurende bron van inspiratie. Veel van de huidige ingrepen in de stad vinden hun oorsprong in de ontwikkelingsstrategie van het Cerdá-plan, zoals het tot stand brengen van nieuwe polen van centraliteit, het hanteren van de grid-structuur als organiserend principe en het gebruiken van openbare ruimte en infrastructuur als katalysator voor gebouwontwikkeling. Het Cerda-grid wordt als belangrijk middel gezien om een combinatie van stedenbouwkundige helderheid en eenvoud met architectonische en programmatische rijkdom tot stand te brengen. Het levend bewijs hiervan levert het gebied ten westen van de historische binnenstad. Tot op de dag van vandaag blijken zowel de maatvoering van de bouwblokken als de straatprofielen de capaciteit te hebben om nieuwe stedelijke ontwikkelingen op te nemen, zowel op het gebied van architectuur en bouwtypologie als op het gebied van verkeer.

#### **Het vormgeven aan een eigen Catalaanse identiteit staat centraal bij het Urbanismo.**

Vanaf 1976 is het 'urbanismo', waar Barcelona zo bekend om is, ontstaan. Achtergrond van het urbanismo is het programma dat opgesteld is voor herstel en versterking van de Catalaanse cultuur, waarin, naast de Catalaanse taal en theaterkunst, architectuur en stedenbouw een belangrijke rol innamen.

Bij de stedenbouw in Barcelona speelt de identificatie met de geomorfologische en topografische eigenschappen van het Catalaanse territorium een belangrijke rol. De specifieke territoriale eigenaardigheden worden in de vormgeving van de stedelijke ruimte verwerkt. De ontwikkeling van de identiteit van de stad wordt dus niet in de eerste plaats gezocht in de architectuur van de gebouwen, maar in de bewerking van geomorfologische en topografische eigenschappen van het grondgebied.

De nadruk van het urbansimo ligt dan ook op de 'architectuur van de stad' die vooral aandacht moet schenken aan:

- de specifieke territoriale eigenaardigheden;
- de belangrijkste stedelijke werken, zoals: spoorwegen, kanalen, hoogbouw en lanen.

De grote aandacht die in Barcelona uitgaat naar het haven- en zeefront komt bijvoorbeeld voort uit het feit dat de waterkant van de stad zowel de meest uitdrukkelijke territoriale eigenschap van de stad is als het knooppunt vormt van de belangrijkste stedelijke werken.

Het urbanismo door H. Meyer in zijn boek *Stad en Haven* (Han Meyer, 1999, p. 151) nader gedefinieerd als bestaand uit de volgende elementen, die afhankelijk van de situatie, ieder afzonderlijk de nadruk krijgen:

- parcellering: het vervaardigen van een plattegrond van de stad, waarop aangegeven het onderscheid tussen openbare en private ruimte, en tussen open ruimte en bouwmassa.
- 'urbanisering', ofwel stadsontwerp in de zin van vormgeving en inrichting van de openbare ruimte in combinatie met openbare voorzieningen, op een zodanige wijze dat de openbare ruimte een betekenisvol element in de stedelijke cultuur kan worden;
- 'bebouwing': het opstellen van regels voor het bouwen.

#### **Van gedecentraliseerde projectenaanpak naar nieuwe centrale gebieden (Áreas de Nueva Centralidad).**

Vanaf 1980 werd door het Barcelonense stadsbestuur vooral de nadruk gelegd op een gedecentraliseerde aanpak van de verschillende stedelijke gebieden met specifieke ruimtelijke, programmatische en sociale karakteristieken. 'Van plan naar project' was het sleutelwoord van de aanpak, waarbij het er niet om ging om het

vigerende Plan General Metropolitana (PGM, regionaal structuurplan) van 1976 als plan te veranderen of te vervangen door een ander plan, maar om onderdelen van het plan te vertalen in qua ruimte en tijd begrensde en overzichtelijke projecten. Het PGM van 1976 was een functionalistisch plan dat de nadruk legde op een drastische uitbreiding van het hoofdverkeerswegen-net, en een uitbreiding van het centrum door de aanwijzing van een groot aantal locaties in en om de historische binnenstad waar grootschalige reconstructie zou kunnen plaatsvinden.

In 1987 stelde het stadsbestuur een nieuw plandocument voor de stad Barcelona vast. In dit nieuwe stadsplan wordt met name de problematiek van behoud van de centrale functie van het stadscentrum aan de orde gesteld, dat sinds de aanleg van de Ensanche (vanaf eind 19<sup>e</sup> eeuw) bestaat uit de zône tussen de Ramblas en de Via Laietana, vanaf het havenfront tot aan het snijpunt met de Diagonal. In het stadsplan van 1987 wordt ervoor gekozen om niet, zoals in het PGM 1976, de noodzakelijke reconstructiegebieden direct naast de bestaande binnenstad aan te wijzen, maar verspreid over de stad: de zogenaamde Áreas de Nueva Centralidad (nieuwe centrale gebieden). Een strategie die teruggrijpt op de oorspronkelijke intenties van het Cerdá-plan.

Deze nieuwe centrale gebieden bevinden zich op locaties die toch al voor reconstructie in aanmerking komen, zoals meer in de periferie van de stad gelegen extensief bebouwde verkeersknooppunten en in onbruik geraakte of extensief gebruikte industrie en bedrijvengebieden. De gebieden hebben gemeen dat zij beschikken over de ruimtelijke condities om tot belangrijke nieuwe centra voor de dienstensector uit te groeien. Voorbeelden van nieuwe centrale gebieden zijn de Plaza de las Gloriés en de industriezône langs de kust van Poblenou.

Daarnaast werd de verbetering van het hoofdverkeersnet niet meer louter gericht op de ontsluiting van de centrale centrumzône, maar op de verbinding tussen de nieuwe centrumgebieden onderling. Zowel de nieuwe centrale gebieden zelf als de verbindingslijnen ertussen werden daarmee de hoofdonderdelen van het Barcelonese stadsontwerp.

Het tot ontwikkeling brengen van de nieuwe centrale gebieden had een aantal doelen:

- Het controleren van de ontwikkeling van de stad door de verschillende stedelijke actoren te oriënteren op een aantal strategische locaties buiten het centrum, ondermeer door de uitvoering van publieke werken en voorzieningen hier te concentreren.
- Het dirigeren van investerings- en sociale stromen naar een concreet punt, in de poging een nieuw evenwicht in de stad aan te brengen en excessieve tertiarisering en speculatie te voorkomen in bepaalde delen van de stad.

De gemeente Barcelona speelt een belangrijke rol bij de ontwikkeling van de nieuwe centrale gebieden. Zo biedt zij faciliteiten zoals nieuwe infrastructuur en bouwgrond, openbare ruimte en voorzieningen en, het meest belangrijk, richtlijnen voor het gebruik en de vormgeving. Het stadsbestuur poogt zo de verschillende belangen in de stad met elkaar te verzoenen: de belangen van de eigenaren en de grote nationale en internationale onroerend goedsector enerzijds en de sociale belangen van burgers ten aanzien van voorzieningen, openbare ruimte en kwaliteit van leven anderzijds.

**Omslag in het urbanismo: van het samenhangende urbanismo voor de burger naar het gefragmenteerde urbanismo van de grote investeerders.**

De eerste periode van de Barcelonese stadsontwikkeling sinds 1976 werd gekenmerkt door een grote regiekracht

van de gemeente en een nadruk op 'stedelijke accupunctuur' die gebaseerd is op de bestaande stedelijke structuur. De cultuur van eind jaren '70 en de jaren '80 baseerde zich op het netwerk van openbare ruimtes, de continuïteit van de stedelijke assen, de sociale en functionele mix in alle gebieden van de stad, de diversiteit en de bereikbaarheid van de nieuwe centrale gebieden, het evenwicht tussen wonen en werken in verschillende zônes, de prioriteit voor het openbaar vervoer en de architectonische en monumentale differentiatie binnen een homogeen basisraamwerk. Daarnaast stond de aanpak van de stedelijke ontwikkeling open voor dialoog met (burger)organisaties én voor experimenten en innovatie. Het hoogtepunt van deze strategie waren de Olympische Spelen van 1992.

Na de Olympische Spelen krijgen grote investeerders, met als belangrijke partij de onroerend goedsector, echter steeds meer invloed op de stedelijke ontwikkeling van Barcelona. Het urbanismo van de burger maakt steeds meer plaats voor het urbanismo van de grote investeerders. Dit betekent niet dat alle elementen van het oude urbanismo overboord zijn gegooid. Veel van deze elementen worden nog steeds toegepast door de publieke sector. Maar ze worden nu vaak toegepast om het gebrek aan samenhang tussen de verschillende stedelijke producten van private ontwikkelingen te verbloemen.

Een belangrijke reden voor deze omslag is dat het stadsbestuur door de hoog opgelopen schulden van projecten uit de jaren '80 en begin jaren '90 en de hoge onderhoudskosten van veel van de gerealiseerde projecten, gedwongen was om haar projecten van na 1992 via de private sector te realiseren. De nadruk kwam daarbij te liggen op de locaties in de stad die het meest lucratief zijn voor de private sector. Dit heeft tot gevolg dat er in Barcelona sprake is van een toenemend aantal speculatieve ontwikkelingen onder

condities van de onroerend goedsector, die vaak niet stroken met de gemeentelijke uitgangspunten.

Het Barcelonese model heeft hiermee de weg ingeslagen van een neoliberaal model voor de ontwikkeling van de stad. Hierbij is bijna uitsluitend aandacht voor economische belangen en wordt bijna uitsluitend de dialoog aangegaan met de grote stedelijke investeerders, met name de onroerend goedsector die gevormd wordt door combinaties van banken, onroerend goedontwikkelaars, makelaars, grote investeringsmaatschappijen en verzekeraars, hotelketens, etcetera. Dit betekent dat het oude beleid van verzoening van belangen van de onroerend goedsector en sociale belangen niet langer werkt: het is doorgeslagen naar het belang van de onroerend goedsector.

Daarnaast is er steeds meer sprake van een fragmentarische en diffuse aanpak van de stedelijke ontwikkeling. Deze aanpak bestaat meer uit autonome projecten van wereldarchitecten, die geen relatie hebben met het stedelijk weefsel en die min of meer 'vasthangen' aan infrastructurele assen. Een stedelijke ontwikkeling die alleen uitgaat van het grote gebaar en de belangen van de grote en invloedrijke stedelijke investeerders, waarbij geen of nauwelijks wisselwerking optreedt met de lokale context. Ontwikkelingen die ieder op zich niet in de openbaarheid bediscussieerd worden en die pas naar buiten worden gebracht als alles al besloten is.

Onder invloed van deze ontwikkelingen, neemt de algemene consensus over de stedelijke ontwikkeling in de stad steeds meer af. De sociale gevolgen voor de stad zijn dan ook groot. De groei van Barcelona als dienstencentrum, de groei van de toeristische sector en de bijbehorende groei van bezoekersaantallen (voor werk, consumeren of toerisme), heeft geleid tot een enorme stijging van de kosten van levensonderhoud en van de huisvestingskosten. Dit heeft tot effect dat er

een elitisering van delen van de stad plaatsvindt, zowel wat betreft wonen als werk. Er is dan ook bijvoorbeeld steeds vaker sprake van woonwijken en winkelcentra die zich expliciet afsluiten van de omgeving (zoals in Diagonal Mar). En dit betekent weer een vervlakking van de lokale cultuur.

### **Conclusie: De rol van identiteit bij de stedelijke ontwikkeling in Barcelona.**

Op grond van het bovenstaande kunnen een aantal algemene elementen benoemd worden die een belangrijke rol spelen bij de specifieke identiteit van stedelijke gebieden in Barcelona. Naast deze algemene elementen, spelen vanzelfsprekend een aantal gebiedseigen elementen een rol. Deze komen bij de beschrijving van de ontwikkeling van het 22@-gebied zelf aan de orde.

Identiteit vormt in de stedenbouwkundige praktijk van Barcelona van de jaren '80 en '90 een centraal begrip. Het wordt vooral in verband gebracht met de territoriale, geomorfologische eigenschappen van het grondgebied, en met de vormgeving van het openbaar gebied. De identiteit van de stad is hierdoor een identiteit die zich openstelt voor verschillende interpretaties en voor voortdurende verandering. In Barcelona bestaan twee interpretaties van de identiteit van de stad, die zich naast elkaar hebben kunnen manifesteren en handhaven dankzij de helderheid en continuïteit van de openbare ruimte, die zowel ruimte biedt aan de traditionele volksfeesten als aan een enorme verscheidenheid aan bouwstijlen. De conservatieven (die tot voor kort de Catalaanse deelregering domineerden) zoeken de identiteit vooral in de sterke traditie van grote volksfeesten, terwijl de socialisten (die het gemeentebestuur in handen hebben) wijzen op de rijkdom aan architectuur, die dankzij hun monumenten- en nieuwbouwpolitiek gehandhaafd en uitgebreid wordt.

De volgende algemene elementen spelen een rol bij de vormgeving van een eigen identiteit aan stedelijke gebieden in Barcelona.

1. Het benadrukken van de Catalaanse identiteit, in drie vormen:
  - a. door het faciliteren en ondersteunen van verschillende culturele uitingen, door het investeren in een culturele infrastructuur (zowel in de openbare ruimte als in gebouwen);
  - b. door een monumenten- en nieuwbouwpolitiek gericht op het behouden en uitbreiden van de architectonische rijkdom;
  - c. door de aandacht voor specifieke territoriale (geomorfologische en topografische) eigenschappen van het Catalaanse landschap in het stadsontwerp. Een voorbeeld hiervan zijn de typisch Barcelonese wandelpromenades 'Ramblas', die lopen op de plekken van de afwateringslopen vanaf het gebergte naar de zee. Een ander voorbeeld is de aandacht die de laatste decennia is uitgegaan naar het herstel van de relatie tussen de stad en de zee.
2. De ruimtelijke continuïteit van de stadsplattegrond, waarbij het plan van Cerdá steeds als referentiepunt blijft gelden. Belangrijke structurele elementen uit het Cerdá-plan daarbij:
  - a. het tot stand brengen van nieuwe polen van centraliteit
  - b. het hanteren van de grid-structuur als organiserend principe en het opnemen in het grid van bijzondere, lokationele omstandigheden.
  - c. het realiseren van een aantal grote structuren aangebracht, zoals de Diagonal, die de stad verbinden met haar omgeving en die overzicht bieden.
  - d. het gebruiken van openbare ruimte en infrastructuur als katalysator voor gebouwontwikkeling.

- e. het combineren van stedenbouwkundige helderheid en eenvoud met architectonische en programatische rijkdom.

3. De identificatie met de openbare ruimte Voor het stadsbestuur van Barcelona is een belangrijk thema de herovering van de openbare ruimte. De nadruk ligt daarbij vooral op de identificatie van de Barcelonezen met de openbare ruimte en aan de openbare ruimte betekenissen toe te kennen die verbonden zijn met vrijheid en autonomie. Deze nadruk op identificatie van de Barcelonezen (bewoners en ondernemers) met de stad zelf werd ook noodzakelijk geacht om te voorkomen dat Barcelona, met de ontwikkeling van nieuwe economische impulsen door de nauwere contacten met de Europese markt, in versneld tempo geconfronteerd zou worden met een sterke suburbanisatiegolf.
4. De stedelijke ontwikkelingstraditie: de elementen van het urbanismo, die afhankelijk van de situatie, steeds ieder afzonderlijk de nadruk krijgen:
  - parcellering: het vervaardigen van een plattegrond van de stad, waarop aangegeven het onderscheid tussen openbare en private ruimte, en tussen open ruimte en bouwmassa.
  - 'urbanisering', ofwel stadsontwerp in de zin van vormgeving en inrichting van de openbare ruimte in combinatie met openbare voorzieningen, op een zodanige wijze dat de openbare ruimte een betekenisvol element in de stedelijke cultuur kan worden;
  - 'bebouwing': het opstellen van regels voor het bouwen.
5. De functionele complexiteit, waarbij het openbaar gebied verschillende functies tegelijk vervult en de invulling van openbare functies, functiemenging en de plintbebouwing in relatie tot de openbare ruimte.



6. De aandacht voor de 'leesbaarheid van de stad' via de belangrijkste stedelijke werken, zoals infrastructuur en landmarks, en knooppunten van activiteit (zoals op de nieuwe centrale gebieden).
7. De continuïteit in de organisatie van de stad via een samenhangend stelsel van openbare ruimte, stedelijke assen, het Cerdá-grid, etcetera.
8. Het creëren van momenten in het collectief geheugen van de stad, die zich niet alleen vastzetten in de hoofden van mensen maar ook in de fysieke werkelijkheid van de stad. Een goed voorbeeld hiervan is het boek De Stad Der Wonderen van Eduardo Mendoza.

### **Het project 22@ BCN**

Het 22@ BCN-project maakt deel uit van de totaalstrategie voor de transformatie van het oostelijk deel van Barcelona. Het doel van het stadsbestuur is om in Poblenou, binnen een netwerk van drie assen die drie nieuwe centrale gebieden verbinden, in een periode van 15-20 jaar een nieuwe, hoogwaardig technologisch district te ontwikkelen voor nieuwe kennisintensieve bedrijven. Met andere woorden: Poblenou is door het stadsbestuur aangewezen als het technologisch district van Barcelona onder de noemer 22@ BCN (Veintidos Aroba Barcelona).

Poblenou bevindt zich in aan de noordoostkant van Barcelona en is een grotendeels in onbruik geraakt, voornamelijk industrieel gebied van circa 200 hectare (115 Cerdá-blokken). Het gebied bevindt zich aan weerszijden van de verlengde Diagonal (tussen Plaza de las Gloriés en de kust). Het gebied ligt strategisch in de stad, zowel wat betreft bereikbaarheid (uitvalswegen, openbaar vervoerverbindingen) als ten opzichte van de centrale stedelijke gebieden, Zo ligt

het administratieve en financiële hart van de stad op slechts drie metrohaltes afstand.

Met de ontwikkeling van het gebied wil Barcelona de overgang naar een moderne kenniseconomie maken. In het PGM van 1976 heeft het gebied de bestemming industriële bedrijvigheid, wat weergegeven wordt met de code 22a. In het aangepaste PGM van 2000, is deze classificatie aangepast aan de condities die nodig zijn om nieuwe, hoogwaardige economische activiteiten naar het gebied te trekken. Deze hoogwaardige economische activiteiten vergen ondermeer centraliteit, goede infrastructuur en een kwalitatief hoogwaardig stedelijk milieu. De nieuwe classificatie voor het gebied is de aanduiding 22@ geworden. De classificatie 22@ geeft meer dan spelregels voor de bebouwing, maar vormt een pakket aan maatregelen en prikkels om de gewenste invulling van het gebied tot stand te brengen.

Het programma voor 22@ BCN bestaat uit meer dan 3 miljoen vierkante meter moderne, flexibele, high tech bedrijvigheid, ruim 40.000 woningen (waarvan 10% sociale huur of betaalbare koop) en 220.000 vierkante meter nieuwe voorzieningen en groen. De uitvoering van het programma zorgt naar verwachting voor 100.000-130.000 nieuwe arbeidsplaatsen.

Om de transformatie van Poblenou in het high tech-district 22@ tot stand te brengen, heeft de gemeente een strategie ingezet die uitgaat van het respecteren van het bestaande stedelijk, sociale en productieve weefsel en het verrijken hiervan met een moderne productieve laag. Voor deze nieuwe laag wordt de prioriteit gegeven (in bestemmingen en in het verlenen van extra bouwrechten) aan onderzoeksactiviteiten en bedrijven die de nieuwe economie vertegenwoordigen. Het gaat om een nieuwe vorm van stedelijke ontwikkeling die is gebaseerd op flexibele richtlijnen, contextafhankelijke oplossingen die van geval tot geval worden bestudeerd, de aanleg van nieuwe openbare ruimtes en

duurzame oplossingen (zoals het gebruik van restwarmte van de nabijgelegen energiecentrales en het beperken van autoverkeer door autovrije gebieden, het stimuleren van alternatieve vormen van vervoer en het combineren van wonen en werken). Een grote nadruk ligt op het realiseren van een 'schoon' imago van het gebied, dat altijd bekend stond als industrieel en vervuilend.

Voor de uitvoering van de plannen in het 22@ BCN-gebied heeft de gemeente een aparte private rechtspersoon opgericht, 22@BCN S.A. Deze organisatie is tevens verantwoordelijk voor de promotie van het gebied.

### **De strategie voor 22@ BCN**

Zoals hiervoor gemeld, maakt de transformatie van Poblenou tot 22@ BCN onderdeel uit van de totaalstrategie voor de transformatie van de oostkant van Barcelona. Deze transformatie is reeds ingezet voor de Olympische Spelen met de ontwikkeling van het Vila Olímpica als nieuw centraal gebied aan de kuststrook van Poblenou.

Op dit moment wordt gewerkt aan drie andere centrale gebieden, waartussen het 22@ BCN-gebied ingeklemd ligt:

- Het Sant Andreu-Sagrera plan, waar realisatie van het station voor de HSL naar Zaragoza en Madrid centraal staat samen met een knooppunt van openbaar vervoer en een verbindingssas naar het Plaza de las Gloríes die ingevuld wordt met woningen, kantoren en een park.
- Het Plaza de las Gloriés, een verkeersknooppunt dat getransformeerd wordt tot nieuw centrum van cultuur, diensten en openbare voorzieningen en een cultuuras langs de Avenida Meridiana.
- Het Forum-gebied, een industrieel restgebied aan de uiterste noordoostkant van de kust dat getransformeerd is tot nieuwe pool van activiteit met onder meer een groot Congrescentrum aan het einde van de verlengde Diagonal, als knooppunt

tussen Diagonal en de verstedelijkingsas langs de kust (Front Litoral). Het Forum-gebied wordt in de nabije toekomst nog uitgebreid met onder meer een Universiteitscampus en een Maritieme Zoo.

### **Het Universele Forum van Culturen 2004 als katalysator voor de ontwikkeling van 22@ BCN?**

Alhoewel het Forum-gebied formeel geen onderdeel uitmaakt van het 22@-project, heeft het een aantal verbanden met de ontwikkelingen in 22@ BCN.

- De ontwikkeling van deze locatie is mede bedoeld om de uiterste noordoost-kant van de stad op de kaart te zetten als 'nieuw centraal gebied';
- De ontwikkeling is ingezet om de economische transformatie van Barcelona naar een innovatieve kenniseconomie fysiek zichtbaar te maken;
- De ontwikkeling heeft een versnelde aanleg van infrastructuur in het noordoostelijk deel van Barcelona mogelijk gemaakt (zoals verlenging van de Diagonal en nieuwe openbaar vervoer-verbindingen);
- De relatie tussen het 22@-gebied en de kuststrook is met de ontwikkeling tot stand gebracht;
- De functies in het gebied (zoals het congrescentrum en in de toekomst de Universiteitscampus en de maritieme Zoo) zijn mede gecreeërd ten behoeve van de gewenste ontwikkeling van het 22@-gebied;
- De ontwikkeling van het Forum-gebied geeft een interessante kijk op de praktijk van de huidige stedelijke ontwikkelingen in Barcelona.

Bij de ontwikkeling van het Forum heeft het Barcelonese stadsbestuur gebruik gemaakt van een beproefd instrument: een internationaal evenement als katalysator voor stedelijke ontwikkeling. Deze keer gaat het echter niet om een al bestaand evenement dat Barcelona in competitie met andere steden binnensleept. Het 'Foro Universal de las Culturas' is een zelfbedacht evenement, dat na de organisatie in Barcelona in 2004

door andere steden overgenomen kan worden. Dit vormt meteen zowel de kracht als de zwakke kant van het evenement. Enerzijds laat Barcelona hiermee de kracht van haar organiserend vermogen zien, door op eigen kracht een groot evenement tot stand te brengen waarmee zowel de mensen als het benodigde geld bijelkaar kan worden gebracht om de stedelijke ontwikkeling van een strategisch gebied in de stad van de grond te trekken. Anderzijds wordt met het evenement zelf pijnlijk zichtbaar dat het eigenlijk om andere zaken dan het evenement zelf gaat. Het evenement kan als onsuccesvol betiteld worden, door het gebrek aan inhoud, het feit dat het evenement weinig tot de verbeelding sprak en de perifere ligging van het evenementterrein. Er barsten dan ook de nodige discussies los over nut en noodzaak van het evenement en het overheidsgeld dat eraan besteed is. Door deze discussie (die al voordat het evenement zelf van start ging woedde) is het draagvlak om nogmaals dergelijke grote evenementen binnen de stad te organiseren ernstig afgenomen.

Het Forumgebied bestaat uit een platform van circa 10 hectare, die aangelegd is boven de rondweg en de afvalverbrandingsinstallatie en de rioolzuiveringsinstallatie, met daarnaast nog steeds in het zicht de energiecentrale. Het idee hierachter is dat in de metropolis van de 21<sup>e</sup> eeuw de stedelijke infrastructuur ook zichtbaar moet zijn als belangrijk landmark.

De formele doelstellingen van de ontwikkeling van het Forum-gebied zijn als volgt.

1. Het opwaarderen van een onaantrekkelijk en vervuild deel van de stad met een industrieel uiterlijk, dat op een strategische locatie aan de kust ligt en waar vitale stedelijke voorzieningen liggen, zoals een energiecentrale, een vuilverbrandingsinstallatie, een rioolzuiveringsinstallatie, etcetera.
2. Om tegenwicht te bieden aan de gevolgen van het wegtrekken van industrie uit dit deel van de stad,

door het in fysieke zin (in de vorm van architectuur) zichtbaar maken van de transitie van Barcelona naar een kenniseconomie. De nadruk ligt daarbij op transformatie en innovatie.

Het concept voor het Forum-project stoelt op vijf kernelementen:

1. het behouden en versterken van de bestaande infrastructuur
2. het creëren van een nieuwe stedelijke omgeving;
3. het transformeren van het gebied in een motor en tevens een functionele component voor het 22@-gebied;
4. het ontwikkelen van een nieuw centraal gebied in de Barcelonese regio;
5. het ontwikkelen van een duurzaam project.

Van het totale programma voor het Forum-gebied is voor het Forum-evenement slechts een deel gerealiseerd. In de komende jaren moeten ondermeer de Universiteits-campus en de Maritieme Zoo nog worden gerealiseerd.

#### **De betekenis van de Forum-ontwikkeling voor de identiteit van 22@ BCN.**

Met de ontwikkeling van het Forum-gebied is zichtbaar - door de organisatie van het evenement, de markante verschijningsvorm, het toevoegen van een hoogbouwcluster die van verre zichtbaar is, de kwalitatief hoogwaardige architectuur en de ligging op een knooppunt van belangrijke stedelijke assen (Front Litoral en Diagonal) - een nieuw centraal gebied aan de stad toegevoegd, waarvan het bijzondere is dat het aan de uiterste noordoostrand van de stad ligt. Hiermee is het 22@ BCN gebied als strategische zone tussen nieuwe centrale gebieden in de stad op de kaart gezet. Het is geen vergeten industriële zone meer, maar wordt nu gezien als gebied met grote ontwikkelingspotentie en met een hoge ambitie,.

Daarnaast heeft de Forum-ontwikkeling een functionele betekenis voor het 22@ BCN-gebied.

- In het Forum-gebied bevindt zich een cluster van functies die als belangrijke 'voedingsbron voor de gewenste ontwikkeling van 22@ BCN kan dienen. Dit zijn het congrescentrum in de zin van faciliteit voor kennisuitwisseling, de Universiteitscampus voor de ontwikkeling en uitwisseling van kennis en als bron voor nieuwe kenniswerkers en de maritieme Zoo voor kennisontwikkeling. Deze laatste functie heeft tevens een andere, belangrijke betekenis voor de ontwikkeling van het 22@ BCN-gebied. Met de ontwikkeling van de nieuwe Zoo wordt verplaatsing mogelijk van de huidige Zoo, die enerzijds een blokkade opwerpt tussen het 22@ BCN-gebied (het cultuurcluster en de Audio-visuele campus) en de historische binnenstad en anderzijds een uitbreiding van de Pompeu Fabra Universiteit en blokkeert.
- De gebouwontwikkeling in het Forum-gebied en het feit dat hier een belangrijk evenement plaatsvond, heeft ervoor gezorgd dat de noodzakelijke openbare ruimte en infrastructuur versneld werd aangelegd.
- De basisvoorzieningen in het gebied (energiecentrale, afvalverwerking en rioolzuivering) zijn gemoderniseerd en er zijn duurzame elementen (zoals een fotovoltaisch park) toegevoegd, waarmee het gebied een schoner en meer high tech imago heeft gekregen.

De ontwikkeling van het Forum heeft er tevens voor gezorgd dat het 22@ BCN versneld in het stedelijk netwerk van Barcelona is opgenomen, doordat:

- de relatie tussen de stad en de zee/kuststrook is hersteld;
- het project is aangegrepen voor het schoonmaken en aantrekkelijker maken van de Río Besos.
- een aantal structurele elementen uit het Cerdá-plan zijn toegepast:

- o Het tot stand brengen van een nieuwe pool van centraliteit, die reeds opgenomen was in het Cerdá-plan, als beëindiging van de Diagonal.
  - o Het realiseren van een aantal grote structuren, zoals de Diagonal, de Ronda Litoral en de kustboulevard, die de stad verbinden met haar omgeving en die overzicht bieden.
- er nieuwe openbaarvervoersverbindingen zijn aangelegd.

Er zijn nieuwe architectonische blikvangers toegevoegd, met het Forum-gebouw als meest opvallende, waarmee de transformatie van een industrieel gebied naar nieuwe economische activiteiten zichtbaar is gemaakt. Interessant hierbij is dat tevens een deel van het industriële karakter bewust behouden is als landmark (de energiecentrale met karakteristieke schoorstenen), als icoon voor een compact stadslandschap van de 21<sup>e</sup> eeuw. Andere, binnen dit kader minder aantrekkelijke, industriële infrastructuur is weggewerkt, ofwel ondergronds, zoals hoogspanningskabels, ofwel door integratie in nieuwe openbare ruimte (het platform), zoals de afvalverbranding en de rioolzuivering). Dit geeft het gebied een identiteit die aansluit bij de ambities voor Poblenou: het op een hedendaagse manier herinterpreteren van de oude industriële functie van het gebied.

Als laatste was de Forum-ontwikkeling tevens de motor voor het Diagonal Mar project, waarmee nieuwe functies aan het 22@-gebied zijn toegevoegd. Dit gebied is totaal door een private ontwikkelaar ontwikkeld - het Amerikaanse bedrijf Hines - die na vele mislukte pogingen om tot ontwikkeling te komen, in 1997 is geselecteerd. Het programma voor dit gebied bestaat uit woningbouw, hotels, kantoren, winkelcentrum en een park. De ontwikkeling van dit gebied werd mogelijk door

het vertrek van een groot bedrijf dat 34 hectare land achterliet. Voor het stadsbestuur bood dit de mogelijkheid om zowel een groot, kwalitatief hoogwaardig gebied middenin het transformatiegebied Poblenou te ontwikkelen, als de relatie tussen Poblenou en de kust te versterken.

Bij het resultaat van het Forum-project zijn de volgende kanttekeningen te maken. De ontwikkeling van het Forum-gebied en het naastliggende Diagonal Mar-gebied worden over het algemeen niet als succesvol gezien. De kritiek voor het Forum-gebied spitst zich met name toe op het gebrek aan inhoud voor het Forum-gebied, de grootschaligheid en het isolement van deze ontwikkeling ten opzichte van haar omgeving. Opvallend is bijvoorbeeld dat het Forum-gebouw na het evenement geen invulling heeft gekregen en tot nu toe ook nog niet duidelijk is welke functie het gebouw gaat krijgen. De functionele invulling van het gebouw is van wezenlijk belang voor het toekomstig functioneren van dit gebied.

De kritiek op het isolement van de omgeving is fundamenteeler van aard. Het Forum-gebied kenmerkt zich door een moeilijke bereikbaarheid op micro-niveau, door de slechte aantakking op haar omgeving. Enerzijds wordt dit veroorzaakt door de infrastructuur en de verkeerssituatie, anderszijds door het winkelcentrum Diagonal Mar dat de toegankelijkheid van het gebied belemmert. Boze tongen beweren dat dit isolement ten opzichte van de omgeving opzettelijk tot stand is gebracht om dit 'representatieve' stadsdeel af te schermen van de naastliggende probleemgebieden la Mina en la Catalana. Zo valt het op dat het laatste deel van de Diagonal, een avenue die over de gehele lengte als een openbaar verblijfsgebied en verbinding tussen de naastgelegen gebieden is vormgegeven, ter hoogte van het Diagonal Mar-project opeens een ander profiel krijgt waarbij het opeens tot scheidslijn wordt tussen Diagonal Mar/Forum en de bestaande wijken aan de andere

kant van de Diagonal. De Forum-ontwikkeling is echter nog niet voltooid en het ziet ernaar uit met de toekomstige ontwikkeling van de Universiteitscampus en de Maritieme Zoo het gebied een betere inbedding in haar omgeving kan krijgen.

Voor het Diagonal Mar-gebied is de kritiek genadelozer. Er is sprake van 'spektakel-stedebouw', die gekenmerkt wordt door een gefragmenteerde opzet, met geïsoleerde objecten en de inschakeling van internationale ster-architecten. Het resultaat is een totaal fremdkörper, dat geen enkele relatie heeft met de Barcelonese vorm van stedelijkheid. In die - meer negatieve - zin heeft het gebied wel een eigen identiteit, maar deze identiteit staat totaal los van de lokale context en heeft meer te maken met stedelijke ontwikkelingen zoals we die met name in Amerikaanse steden zien. Het is duidelijk een van bovenaf opgelegde ontwikkeling, die geen relatie heeft met de stad. Een echte top down benadering, gebaseerd op een stedelijk model dat niets te maken heeft met de lokale omstandigheden en waarbij geen wisselwerking met de lokale cultuur heeft plaatsgevonden. De ontwikkeling keert zich eerder af van haar omgeving, als enclave voor de elite, in plaats van dat het als hoogwaardige impuls voor de ontwikkeling van 22@ dient. Als laatste is de ontwikkeling in plaats van een multifunctioneel project dat een wisselwerking aan gaat met het openbaar gebied, een optelsom van monofunctionele deelprojecten, die zich afkeren van het openbaar gebied.

De belangrijkste verklarende factor voor het tot stand komen van deze ontwikkeling, is de macht die de ontwikkelaar ten opzichte van het stadsbestuur kon uitoefenen, gezien de wens om het gebied snel tot ontwikkeling te brengen. En deze ontwikkeling voorspelt niet veel goeds voor de toekomstige projecten in de omgeving.

## **22@BCN: sturingsmiddelen voor identiteit**

Naast het Forum-gebied, dat mede als startmotor voor de ontwikkeling van 22@ BCN dient, en de Diagonal Mar-ontwikkeling, dat diende om een belangrijk deel van het gebied van de gewenste hoogwaardige invulling te voorzien, is er een nog een heel pakket aan instrumenten dat ingezet wordt om het 22@ BCN-gebied daadwerkelijk tot het gewenste high tech-district te transformeren. Het stadsbestuur streeft er daarbij naar om het gebied enerzijds op te nemen in de stadsstructuur van Barcelona, als nieuw en modern onderdeel van het zakendistrict (een soort van 'High Tech-Ensanche') en onderdeel van de City of Knowledge, en anderzijds het gebied ook een eigen identiteit en sfeer mee te geven, door te kiezen voor een strategie waarbij het op een hedendaagse manier herinterpreteren van de bestaande industriële structuur centraal staat. Deze ambities komen tot uitdrukking in de instrumenten die de gemeente inzet voor de transformatie van het gebied.

### **Het aangepaste PGM van 2000.**

Om de transformatie te sturen is het eerder genoemde aangepaste PGM van 2000 opgesteld. Hierin staan, naast de spelregels voor de ontwikkelingen binnen het gebied, de strategische interventies in het gebied opgenomen. Met de uitvoering van het plan wordt gestuurd op het verdichten van het huidige gebied en het tot stand brengen van een meer complexe, gedifferentieerde stedelijke structuur. Het gebied moet een compact stadsdeel worden, waar door een hoge concentratie van functies synergie ontstaat. Door de nadruk te leggen op schone, technologische sectoren wordt een intensieve menging van technologie, kantoren, toeleverende sectoren, bedrijven, wonen, hotels en voorzieningen mogelijk. De economische functie van het gebied heeft in de strategie de prioriteit.

Basis voor de ontwikkeling vormt de grid-structuur van Cerdá. Deze grid-structuur is nu in Poblenou slechts ten dele te herkennen, omdat in het verleden de belangen van de industrie prevaleerden boven die van de stedenbouwkundige structuur. Met de transformatie van het gebied wordt de grid-structuur als ordenend principe hersteld en vervolmaakt. Bijkomend voordeel hiervan is dat een groot deel van de bestaande wegenstructuur kan worden gehandhaafd.

De grid-structuur wordt verrijkt met een aantal ingrepen: de verlenging van de Diagonal tussen Plaza de las Gloriés en het Forum-gebied, het Front Litoral (het waterfront), het Diagonal Mar-gebied en nieuwe stedelijke assen zoals (Diagonal 2.5 km en Passeig Garcia Faria 1.5 km), grote parken (Parque Diagonal-Pere IV, Parque Diagonal Mar) en bijzondere elementen en open ruimtes op lokaal niveau (21 nieuwe elementen van meer dan 0,5 hectare).

Het plan gaat uit van een flexibele en veelzijdige aanpak, met de mogelijkheid om zich steeds aan de context aan te passen, zoals de morfologie van het Cerda-plan en de bestaande industriële en sociale context. Er wordt gestuurd op het opnemen van bestaande elementen - die te maken hebben met de huidige en vroegere functie van het gebied, in de nieuwe structuur - zoals oude bedrijfscomplexen en wegenstructuren, historische kernen, industriële architectuur etcetera. Er wordt als het ware een wisselwerking aangebracht tussen de bestaande structuur en activiteiten en de nieuwe structuur en activiteiten. Er wordt bewust naar gestreefd om hiermee het gebied een onderscheidende identiteit te geven ten opzichte van het stedelijke grid in het centrum van de stad.

Er zijn in het PGM 6 strategische gebieden aangewezen, waar vanuit het publieke initiatief ontwikkelingen op gang worden gebracht die de motor moeten vormen voor de transformatie van het gebied tot high tech-district.

Deze 6 gebieden vormen totaal 46% van de oppervlak van het gebied. Deze 6 motor-gebieden zijn:

1. Lluçana-as: transformatie van de as tussen Parc del Clot en de kust. Langs deze stedelijke as worden nieuwe activiteiten, open ruimtes en installaties gerealiseerd.
2. Audio-visuele campus: rond de gerenoveerde Ca l'Araño (met de vestiging van de audio-visuele afdeling van de Pompeu Fabra Universiteit) en naast het geplande Cultuurcluster bij het Plaza de las Gloriés, moet een Mediapark voor de audio-visuele industrie ontwikkeld worden. Bij deze toekomstige campus is inmiddels een belangrijk landmark verschenen, de Torre Agbar<sup>12</sup>, die zowel het nieuwe centraal gebied Plaza de las Gloriés op de kaart zet, als een nieuw high tech-landmark vormt voor het 22@ BCN-gebied.
3. Parque Central: een nieuw park aan de Diagonal met bestaande en nieuwe activiteiten.
4. Pujades-Llull Oost: driehoek aan de Diagonal, naast het Diagonal Mar-gebied, die de uitstraling van de Diagonal over een lengte van drie bouwblokken bepaalt.
5. Pujades Llull West: het grootste interventiegebied, 18 bouwblokken. Revitalisering van het oude centrum van Poblenou en verbinding met het stadscentrum, door een combinatie van economische activiteiten en wonen.
6. Pere IV-Perú: het noordelijke einde van de as Pere IV, waar het tot stand brengen van centraliteit en het verminderen van de bebouwingsdichtheid speerpunten zijn.

Naast het op gang brengen van deze 6 motorgebieden, investeert de overheid in zogenaamde 7@-activiteiten. Dit zijn activiteiten die de kennisinfrastructuur in het district moeten gaan vormen. Voorbeelden van 7@-

---

<sup>12</sup> Agbar staat voor Aguas de Barcelona, het Barcelonese waterbedrijf. Agbar betekent in het Arabisch tevens groot.

activiteiten zijn Barcelona Activa en de audiovisuele campus in de Ca l'Araño.

Naast deze overheidsgestuurde activiteiten, moet de rest van het gebied vorm krijgen door privaat initiatief. Er wordt daarbij gestuurd op samenhangende private ontwikkelingen die minimaal het niveau van één bouwblok moeten omvatten en waarvoor zogenaamde PERIS (planuitwerkingen) gemaakt moeten worden. Om ervoor te zorgen dat de programmatische ambities zoveel mogelijk vorm krijgen, wordt gestuurd op het aantrekken van de gewenste economische activiteiten, door extra bouwrechten toe te kennen als meer dan 20% van het bebouwingspercentage bestaat uit zogenaamde @-activiteiten en doordat per te ontwikkelen bouwblok 10% van het land aan de overheid moet worden overgedragen ten behoeve van zogenaamde 7@-activiteiten.

#### **Het PEI (Plan Especial d'Infrastructures) voor Poblenou.**

Behalve het aangepaste PGM, is er een speciaal Infrastructuur Plan (PEI) voor Poblenou vastgesteld. In dit PEI staan de infrastructurele ingrepen opgenomen die de overheid uitvoert in het gebied, zowel boven- als ondergronds. De nadruk ligt daarbij op hoogwaardige infrastructuur (zoals de aanleg van een glasvezelnetwerk) en duurzaamheid (zoals het gebruik van restwarmte en de nadruk op duurzame en schone vormen van vervoer). Het principe is dat de overheid zorgdraagt voor alle hoofdinfrastructuur, waarvan de kosten overigens deels op de ontwikkelende partijen worden verhaald. De distributienetwerken, parkeren, laad- en losactiviteiten en afvalinzamelingsinstallaties moeten allemaal binnen het bouwblok, op privaat terrein, opgenomen worden.

De basisgedachte achter het PEI is dat steeds, vooruitlopend op de gebouwontwikkeling in een gebied, eerst de hoofdinfrastructuur wordt aangelegd (de zogenaamde re-urbanisatie). Hierbij wordt de hoogwaardige onder-

grondse infrastructuur aangebracht, wordt het gridpatroon zoveel als mogelijk gerealiseerd en wordt de straat ingericht. De ontwikkeling van de bouwblokken wordt hiermee min of meer 'plug and play'. Er is sprake van een hoogwaardiger grid dan in het traditionele zakendistrict van Barcelona, door de hoogwaardige ondergrondse infrastructuur, zoals glasvezelkabel, die wordt aangelegd. Met deze aanpak wordt beoogd de gewenste economische sectoren naar het gebied te trekken.

Daarnaast vormt het PEI de basis voor het realiseren van de benodigde hoofdinfrastructuur en de aanleg van een netwerk van fietspaden (als onderdeel van het duurzame karakter van het district).

### **Conclusies**

De conclusie van de analyse van het project 22@ BCN luidt dat de toegepaste instrumenten enerzijds gericht zijn op het inbedden van het 22@ BCN-gebied in de totale stadsstructuur, via de daartoe geëigende middelen en anderzijds het geven van een onderscheidende identiteit van het gebied binnen het totaal. De intentie van de ontwikkeling op papier is helder. De vraag is echter of deze instrumenten in de praktijk het gewenste effect zullen hebben.

De ontwikkeling van het 22@ BCN-gebied maakt onmiskenbaar onderdeel uit van het Barcelonese model van stadsontwikkeling. De bij de stedelijke ontwikkeling in Barcelona gebruikelijke instrumenten moeten zorgen voor integratie van het gebied in de stadsstructuur.

Via een aantal bijzondere instrumenten moet het gebied een onderscheidende identiteit krijgen. Deze onderscheidende identiteit heeft betrekking op twee zaken:

- a. Een hoogwaardig technologisch district door het bieden van extra faciliteiten. Zoals een 'high tech'-grid, een kennisinfrastructuur in de vorm van

7 @-activiteiten en faciliteiten in het Forum-gebied, het bieden van extra bouwrechten bij de ontwikkeling van @-activiteiten, de marketing van het gebied als hoogwaardig, duurzaam en 'schoon' innovatie-district en het onder hoede van de publieke sector ontwikkelen van strategische locaties die bijna 50% van het oppervlak beslaan.

- b. Een onderscheidende invulling van de stadsplattengrond en het activiteitenpatroon door het respecteren van het bestaande stedelijk, sociale en productieve weefsel en het verrijken hiervan met een nieuwe, moderne productieve laag (de zogenaamde 'localized globalization')

De ontwikkelingen in het Forum-gebied en Diagonal Mar en de lopende ontwikkelingen in het 22@BCN-gebied, doen echter vrezen dat de ambities op een aantal punten niet gerealiseerd zullen worden. De belangrijkste kritiek spitst zich hierbij toe op drie onderdelen.

#### **1. De nagestreefde wisselwerking tussen de bestaande en nieuwe functies en activiteiten.**

Ondanks de intenties van een wisselwerking met de lokale context in Poblenou, is hier in de praktijk niet of nauwelijks sprake van. Zo worden de ontwikkelingen en de ontwikkelstrategie niet in de openbaarheid bediscussieerd en pas naar buiten wordt gebracht als alles al besloten is, samen met de ontwikkelende vastgoedsector. De invloed van de ontwikkelende vastgoedsector is zo groot omdat de uitvoering van de plannen voor het grootste deel afhangt van de inbreng van privaat kapitaal en vanwege de sterke verwevenheid in Catalonië van de politieke en zakelijke elite. Dit leidt ertoe dat plannen onevenredige aandacht geven aan de problemen van grote schaal, aan grootschalige ontwikkelingen en aan de belangen van de grote en invloedrijke publieke en private stedelijke actoren, en niet aan de lokale belangen en activiteiten. Er is dus sprake van een van bovenaf (en van buitenaf) opgelegde stedelijke structuur, waarbij geen wisselwerking met de



lokale context plaatsvindt. Er is dus sprake van minder 'localized globalization' dan nagestreefd.

Door de onevenredige aandacht voor de belangen van de ontwikkelende vastgoedsector, de snelheid van de ontwikkeling en de nadruk op de representatieve high tech-sector, moeten veel van de huidige, meer marginale activiteiten (vaak broedplaatsfuncties in de creatieve, productieve sector, maar ook meer ambachtelijk midden- en kleinbedrijf), wijken voor de nieuwe ontwikkelingen. Daarmee verdwijnt een belangrijke peiler voor het ontstaan van een innovatief district en lijkt er in de praktijk slechts een nieuw, modern zakendistrict tot stand te worden gebracht.

Daarnaast blijkt van de voorgenomen bescherming van het industrieel erfgoed in de praktijk weinig terecht te komen. Dit komt enerzijds doordat de publieke sector aan bepaalde gebouwen en structuren meer waarde hecht dan aan andere en doordat bij private partijen de economische waarde prevaleert boven de symbolische en monumentale waarde. Land zonder bestaande gebouwen brengt immers meer op dan met deze gebouwen.

Voor de publieke sector gelden in de praktijk de volgende criteria voor het wel of niet behouden van gebouwen en stedelijke structuren:

- De interpretatie die gegeven wordt aan de symbolische waarde van gebouwen. Volgens deze interpretatie maken bepaalde gebouwen onderdeel uit van het collectief geheugen en andere niet.
- Een tweede criterium is dat gebouwen die zich in een transformatiezone bevinden en die niet een officieel beschermd monument zijn, verdwijnen.
- De stedelijke structuur van de Ensanche prevaleert boven de deels afwijkende stedelijke structuur in Poblenou. Voor het (alsnog) uitvoeren van de grid-structuur van de Ensanche moet vaak ook het belang van het gebouw als industrieel erfgoed wijken.

- Het belang van de aanleg van vastgelegde openbare ruimte (zoals het Parque Central aan de Diagonal) prevaleert boven het belang van een goed functionerend bedrijvencomplex (zoals het Ca Ricart).

Op deze manier kan de sloop van het industrieel erfgoed in Poblenou uitgelegd worden door de noodzaak om het gebied schoon te vegen voor het herstructureren van de stedelijke structuur, infrastructuur, zowel boven- als ondergronds, en openbare ruimte en om de operatie snel en zonder obstakels en met maximale winst uit te kunnen voeren.

Het resultaat is dat, in tegenstelling tot de intenties van het plan, een belangrijke laag van de stad, bestaand uit gebouwen, structuren en activiteiten, en het collectief geheugen worden uitgewist.

## **2. De stedelijke verschijningsvorm en functionele invulling van de ontwikkelingen.**

Alhoewel de intentie voor de invulling van het gebied aansluit bij het Barcelonese model van stedelijke ontwikkeling, waarbij onder andere veel aandacht is voor stedelijke samenhang en een wisselwerking tussen bouwprogramma en openbare ruimte, roept de praktijk van de ontwikkelingen in het oostelijk deel van Barcelona op twee belangrijke locaties (Diagonal Mar-Forum en rond Plaza de las Gloriés), twijfels op. Dit zijn ontwikkelingen die het grondgebied eerder fragmenteren dan samenhang creëren. Zo is het gebied Diagonal Mar een elitair getto, afgesloten van de omliggende buurten. De aansluitende ontwikkeling van Llull-Taulat dreigt, onder druk van de private ontwikkelaars, hetzelfde lot te ondergaan. Deze gefragmenteerde ontwikkeling leidt tot sociale segregatie, in tegenstelling tot het zoeken van een sociale mix (wat met de 22@-ontwikkeling gepoogd wordt). De architectuur van autonome objecten van internationale ster-architecten

is een andere kant van de nieuwe, alleen door private belangen gedomineerde ontwikkelingen. Ook dit is zichtbaar in Diagonal Mar-Forum en Plaza de las Gloriés. Deze autonome projecten hebben geen relatie met het stedelijk weefsel, en 'hangen' eerder vast aan infrastructurele assen. Het aanleggen van openbare ruimte en het promoten van duurzaamheid worden hierbij eerder ingezet als middelen om deze ontwikkelingen te rechtvaardigen dan als onderdelen van een samenhangende strategie.

### **3. De flexibiliteit van de ontwikkeling.**

Het project 22@ BCN is bedoeld als een flexibel project dat over een lange periode gestalte moet krijgen en daarmee de ruimte krijgt om langzaam te groeien en zich aan te passen aan een veranderende context. In de praktijk ontwikkelt het gebied zich in een rap tempo en vertonen de ontwikkelingen steeds meer speculatieve kenmerken. De nadruk van het programma dat nu wordt ontwikkeld ligt vooral op de lucratieve woningbouw, hotels en winkelcentra en veel minder op de ontwikkeling van nieuwe economische functies. De nieuwe economische functies die zich in het gebied vestigen zijn over het algemeen bedrijven die door ruimtegebrek in het huidige zakencentrum van Barcelona, kiezen voor 22@ BCN, vanwege de redelijk centrale ligging.

Door de snelle ontwikkeling van het project, staat de strategie om via een geleidelijke ontwikkeling een nieuwe, innovatief milieu tot stand te brengen steeds meer onder druk. Het gebied lijkt zich nu meer in de richting van een modern zakelijk centrum en nieuw hoogwaardig woongebied in de stad te ontwikkelen.

Daarnaast wordt het plan voor de transformatie van 22@ BCN door de uitvoerende instantie (Barcelona 22@ SA) niet flexibel toegepast. In de praktijk wordt de voorgestelde structuur rigide uitgevoerd, zonder ruimte te laten voor veranderingen in de context. Meest sprekende voorbeeld hiervan is de ontwikkeling van het

Parque Central, waar een bestaand, goed functionerend bedrijfsverzamelgebouw kost wat kost moet wijken om uitvoering van het park volgens het oorspronkelijk ontwerp mogelijk te maken.

Samengevat lijkt de opgave om de oorspronkelijke bedoelingen van het 22@ BCN-ontwikkeling tot stand te brengen (en om ervoor te zorgen dat er geen doorsnee, modern zakelijk district ontstaat) vooral te liggen in het zorgdragen voor een echte wisselwerking tussen de bestaande context en de nieuwe ontwikkelingen. Dit kan door:

- het openstellen van de planvorming voor een dialoog met de omgeving, ooit een belangrijk element van het Barcelonese urbanismo;
- ruimte laten voor nieuwe, onverwachte en lokale initiatieven
- meer ruimte in de uitvoering voor integratie van belangrijke bestaande activiteiten en elementen
- een goede balans vinden tussen voldoende voortgang van de ontwikkelingen en de tijd die nodig is om een gebied te laten 'rijpen';
- het strikter beschermen van elementen die van belang worden geacht voor het tot stand brengen van de onderscheidende identiteit.

## **5C. Ceramique in Maastricht**

### **Inleiding**

Maastricht heeft zich de afgelopen decennia steeds meer op de kaart gezet als aantrekkelijke stad met een zuidelijke atmosfeer in een mooie landschappelijke omgeving. Maastricht staat vaak symbool voor het 'goede leven'. De basis voor dit imago ligt in de ligging van de stad ( de meest zuidelijke stad van Nederland) en in hoe Maastricht de afgelopen decennia haar kwaliteiten verder heeft ontwikkeld en onder de aandacht heeft gebracht.

Mede door haar centrale ligging in een Europese regio, heeft Maastricht zich ontwikkeld tot een belangrijk dienstencentrum en tot vestigingsplaats van een aantal Europese instellingen. Ook krijgt Maastricht steeds meer naam als hoogwaardige toeristenbestemming, met name vanwege het historisch karakter van de binnenstad, de mooie omgeving, de culinaire traditie en het hoogwaardig winkelaanbod. Maastricht heeft zich ondermeer op de kaart gezet met de ontwikkeling van een nieuw, in het oog springend stadsdeel langs de rivier de Maas: het Ceramique-terrein. De terrein is in de afgelopen 15 jaar ontwikkeld tot een nieuwe toevoeging aan de binnenstad van Maastricht.

De historische vestingstad Maastricht op de linkeroever van de rivier de Maas, vormt een opvallend contrast met het nieuwe, moderne stadsdeel dat op de rechteroever is verrezen. Het terrein van 23 hectare, dat in 1987 beschikbaar kwam door het vertrek van aardewerkfabrikant Sphinx, is in één allesomvattend plan als een doordachte aanvulling op de bestaande stad bebouwd. In opdracht van Gemeente en ABP en onder supervisie van stedenbouwkundige en architect Jo Coenen, hebben toonaangevende Europese architecten een modern stadsdeel ontworpen. De inzet daarbij was om een uitbreiding van het historische centrum tot stand te

brengen door een stedelijke gebied met een moderne, mediterrane sfeer toe te voegen. Daarbij was de ontwikkeling sterk gericht op het ontwikkelen van een nieuwe woonmilieu voor nieuwe stedelingen in Maastricht, met een grote nadruk op kapitaalkrachtige ouderen en in mindere mate op jonge tweeverdieners.

Het Ceramique-terrein heeft de aandacht op Maastricht gevestigd en de identiteit van de stad op een positieve manier beïnvloed. Er kan dan ook van een succesvolle en aantrekkelijke ontwikkeling gesproken worden. Met de ontwikkeling van Ceramique is niet alleen een nieuw, modern stedelijk woonmilieu aan de stad toegevoegd, maar hebben belangrijke culturele functies (zoals het Bonnefantenmuseum) een nieuwe, gezichtsbepalende plek gekregen en zijn nieuwe, aantrekkelijke openbare ruimtes gerealiseerd, zoals het Plein 1992 en het Charles Eijck-park langs de Maas.

### **Feiten over Maastricht**

Maastricht is een middelgrote stad in het uiterste zuiden van Nederland met 120.000 inwoners en wordt ook wel de meest 'zuidelijke noordelijke stad' genoemd. Maastricht is de hoofdstad van de provincie Limburg en ligt langs de rivier de Maas, middenin het typerende Limburgse heuvellandschap.

Van oorsprong was Maastricht een militaire vestingstad. Na een industriële periode heeft de stad zich de laatste twee decennia steeds meer ontwikkeld tot een dienstverlenende stad waar het accent ligt op zakelijke dienstverlening en de universiteit. Een belangrijke rol is daarbij weggelegd voor het congrescentrum MECC en het toerisme. Maastricht is daarnaast de laatste 15 jaar steeds meer op de kaart komen te staan als Europese stad. De Europese top in 1992, die geleid heeft tot ondertekening van het bekende 'Verdrag van Maastricht', heeft daarbij een belangrijke rol gespeeld. Maar ook de gunstige en steeds centralere ligging van

Maastricht, dichtbij steden als Luik, Aken, Hasselt en Keulen, versterkt deze Europese identiteit van de stad.

Maastricht staat bekend als aantrekkelijke stad met een aantrekkelijke historische binnenstad, een culinaire traditie en een hoogwaardig winkelapparaat. Verbonden met haar zuidelijke ligging en de aantrekkelijke omgeving rond de stad, heeft de stad daarmee een sterke identiteit als de meest bourgondische, meest middeleeuwse en monumentale, en mooist gelegen stad van Nederland.

### **Kort overzicht van de stedelijke ontwikkeling in Maastricht.**

In het ruimtelijk beleid van Maastricht staat het uitbuiten en versterken van een aantal kwaliteiten centraal. Deze kwaliteiten zijn:

- een compacte stad in een weids landschap;
- de gunstige en centrale ligging in een Europese regio;
- de identiteit van Maastricht als Europese stad;
- de identiteit van Maastricht als meest bourgondische, meest middeleeuwse en monumentale, en mooist gelegen stad van Nederland.

Bij het vernieuwen van de stad legt het stadsbestuur van Maastricht al jaren de nadruk op een hoge kwaliteit. Mede geholpen door een grote continuïteit in het ambtelijk en bestuurlijk apparaat, heeft de gemeente hierin een reputatie opgebouwd. Al meer dan twintig jaar wordt aan iedere ingreep in de stad hoge eisen gesteld op het gebied van architectuur en stedenbouw. Elke herstructureringsoperatie moet iets toevoegen aan de stad, en zijn identiteit en/of positie versterken.

Het eerste resultaat van deze aanpak was de restauratie van het Stokstraatgebied eind jaren zestig. Deze verpauperde buurt werd omgevormd tot een exclusief

winkelgebied. In de jaren tachtig volgde met de sloop-nieuwbouw van het Boschstraat-kwartier een tweede spraakmakende vernieuwingsoperatie. Hier werd in het hartje van de stad een dicht, maar aantrekkelijk woongebied tot stand gebracht. Beide ingrepen staan in Nederland bekend als geslaagde voorbeelden van stadsvernieuwing.

In de jaren tachtig en negentig is nog een groot aantal plekken in de stad vernieuwd, op basis van de Structuurvisie van de gemeente Maastricht. Er werd doorgezet met het ontwikkelen van de stad 'van binnenuit'. De nadruk bleef dus liggen op binnenstedelijke ontwikkellocaties. Het vraagstuk waar de gemeente destijds tegenaan liep was: hoe kunnen de verschillende locaties tot ontwikkeling worden gebracht. De gemeente koos voor een strategie van sterke programmatische sturing over verschillende gebieden in de stad. Zo kreeg bijvoorbeeld de rechter Maasoever een nieuwe impuls met de ontwikkeling van Randwyck, waar het MECC en het Provinciehuis zijn gevestigd. Het meest in het oog springende project in Maastricht is echter de transformatie van het voormalige fabrieksterrein Ceramique tot een nieuw binnenstedelijk gebied aan de Maas.

Met de ontwikkeling van het Ceramique-terrein heeft het stadsbestuur een belangrijke stap gezet om haar ambitie te verwezenlijken Maastricht te ontwikkelen tot 'cultuurstad van Europese allure'. Daarbij was Ceramique van essentieel belang, aangezien het enige gebied in Maastricht was met de potentie tot uitbreiding van de binnenstad met hoogwaardige functies.

### **Conclusie: De rol van identiteit bij de stedelijke ontwikkeling in Maastricht.**

Op grond van het bovenstaande kunnen een aantal algemene elementen benoemd worden die een belangrijke rol spelen bij de specifieke identiteit van stedelijke gebieden in Maastricht. Naast deze algemene elementen

spelen vanzelfsprekend een aantal gebiedseigen elementen een rol. Deze komen bij de beschrijving van Ceramique aan de orde.

Het versterken en uitbuiten van de identiteit van Maastricht staat in het stedelijk beleid van het stadsbestuur centraal. Het positieve imago van de stad door haar onderscheidende en aantrekkelijke identiteit wordt gezien als belangrijk instrument voor verdere stedelijke groei en ontwikkeling. De volgende algemene elementen spelen een rol bij het vormgeven van een eigen identiteit aan stedelijke gebieden in Maastricht:

- het versterken en uitbuiten van de identiteit van Maastricht als meest bourgondische, meest middeleeuwse en monumentale, en mooist gelegen stad van Nederland.
- het versterken van een compacte, overzichtelijke stad in een weids landschap;
- het benadrukken van de gunstige en centrale ligging in een Europese regio;
- het realiseren van een hoge ruimtelijke kwaliteit;
- het versterken van groene, zachte stedelijkheid langs de Maasoever;
- het benutten van de omgevingskwaliteiten;
- het gebruik van de historie en het monumentaal karakter van de stad;
- het gebruik van meer 'zuidelijk' getinte architectuur.
- het benutten van nieuwe stedelijke ontwikkelingen als nieuwe toevoegingen aan de identiteit van de stad;
- het leggen van de nadruk op hoogwaardige dienstverlening en cultureel programma.

### Het project Ceramique.

Het Ceramique-terrein is 23 hectare groot en ligt op de oostelijke (rechter) Maasoever van Maastricht, tussen het oude stadsdeel Wyck en de nieuwe wijk Randwyck. Middenin de jaren tachtig stonden op het terrein de

fabrieken van de NV Koninklijke Sphinx, de misschien wel bekendste fabriek van Maastricht.

Ceramique is een voorbeeld van een 19<sup>e</sup>-eeuws fabrieksterrein dat door de stadsuitbreidingen in de 20<sup>e</sup> eeuw steeds meer middenin de stad kwam te liggen. Het Ceramique-terrein werd daarom de 'missing link' in de stad die de continuïteit en harmonieuze uitbouw van Maastricht beleemmerde.

Het stadsbestuur keek al lange tijd met een begerig oog naar de ontwikkeling van het Ceramique-terrein. Het ommuurde gebied lag als een blokkade in de stad. Het beleemmerde daarmee de continuïteit in de stad en de organische uitgroei van de binnenstad van Maastricht. In het Structuurplan binnenstad Maastricht van 1982 heeft het stadsbestuur daarom de herontwikkeling van het fabrieksterrein van Sphinx-Ceramique opgenomen. Alhoewel destijds de N.V. Koninklijke Sphinx nog volop in bedrijf was op het terrein, was in het structuurplan opgenomen: 'bij refunctionalisering zal multifunctionaliteit, stimulering van de woonfunctie en aanleg van groenvoorzieningen verwezenlijkt moeten worden' (gemeente Maastricht, Raadsstuk volgnr. 211 - 1988, 15 augustus 1988).

Vervolgens is bij het bepalen van de prioriteiten voor de periode 1986-1990 herontwikkeling van het Ceramique-terrein als belangrijke prioriteit naar voren gekomen. In de nota 'Hoofdpunten van Beleid 1986 t/m 1990' staat: 'Er zal een visie worden ontwikkeld voor de aanpak van het Sphinx-Ceramique-terrein in Wyck. Dit gebied vormt een belangrijke schakel tussen Wyck en Randwyck en is gezichtsbepalend voor het oostelijk deel van de Maaswand. Belangrijke randvoorwaarden hiervoor zijn behoud van de werkgelegenheid van het bedrijf in Maastricht en een gevarieerde invulling van het terrein, zowel qua functie als bebouwing.' (gemeente Maastricht, Raadsstuk volgnr. 211 - 1988, 15 augustus 1988) In 1987 heeft vervolgens NV Koninklijke Sphinx,

toch nog onverwacht, het terrein aan de gemeente Maastricht aangeboden.

Omdat Maastricht onvoldoende geld had, door de financiële nasleep van het MECC-project, zocht de gemeente voor de aankoop samenwerking met een kapitaalkrachtige partner. Dit werd de belegger ABP. Het ABP was op dat moment op zoek naar een vooruitstrevende manier van beleggen in onroerend goed op enkele zeer goed gelegen locaties in Nederland, met name in middelgrote steden in Nederland. Beide partijen vonden elkaar in de lange termijnvisie op het gebied. Het ABP schreef in 1987 aan het College van B&W: 'Het is ons gebleken dat uw en onze visie .... geheel gelijkloidend zijn. Wij streven beide naar een invulling van dusdanige allure dat van een wezenlijke toegevoegde waarde voor Maastricht gesproken kan worden, terwijl tevens de schakelfunctie naar Randwyck van betekenis is ....' (Custers, 1999, pagina 11-12). Vervolgens is de samenwerking vastgelegd in een globale samenwerkingsovereenkomst.

De ambitie van de partijen was om 'in een brede en toekomstgerichte context een nieuw binnenstedelijk stadsdeel van hoge kwaliteit met een grote uitstraling voor Maastricht en regio te realiseren' (gemeente Maastricht, 1988). De gemeente gaf daarnaast aan dat de plannen het bovendien mogelijk maakten de nationaal en internationaal groeiende aandacht voor de woon- en economische potenties van Maastricht inhoud te geven.

Het stadsbestuur en ABP moesten zeer snel handelen om tot aankoop van het terrein over te gaan. Sphinx had een harde deadline gesteld, waarbinnen de aankoop rond moest komen. Er was sprake van een echte 'pressure cooker'. Om tot een grondbod te komen zijn twee acties genomen:

1. het uitvoeren van een marktonderzoek om een haalbaar programma op te stellen;
2. het opstellen van een stedenbouwkundig Masterplan.

Het marktonderzoek en het masterplan werden in klein comité (directeur ABP, directeur Stadsontwikkeling en wethouder met klein team externen) uitgewerkt. Dit gebeurde in de periode juni 1987 tot september 1988.

Uit het marktonderzoek kwam de keuze voor een mengvorm van functies voort en werd het belang van een goede ontsluiting naar omliggende wijken en een verbinding met de historische binnenstad (de voetgangers- en fietsersbrug) duidelijk. Voor het opstellen van het Stedenbouwkundig Masterplan werd architect/stedenbouwkundige Jo Coenen aangesteld. Hij werd om twee redenen gekozen.

- Hij was bekend in Maastricht en had groot vertrouwen bij de bestuurders.
- Zijn visie op stedenbouw paste bij de visie van de gemeente en ABP. Men wilde namelijk een sterk en samenhangend stadsontwerp dat een krachtig beeld gaf van wat partijen wilden en daardoor een min of meer dwingend karakter had, maar wel met programmatische flexibiliteit.

Toen de plannen klaar waren en het duidelijk was dat de ontwikkeling van het Ceramique-terrein door kon gaan, ontstond een belangrijk momentum. In 1988 kwam namelijk de 4<sup>e</sup> Nota Ruimtelijke Ordening uit in Nederland, waarbij een tentoonstelling van grote projecten plaatsvond in de Ridderzaal in Den Haag. De gemeente Maastricht en het ABP hebben toen het plan van Jo Coenen tentoongesteld. Door de grote wervende kracht die van het plan uitging (marketing!) en het feit dat er sprake was van een publiek-private samenwerking, heeft het project de status als sleutelproject en (als eerste) een Rijkssubsidie gekregen. Dit bracht grote publiciteit voor het plan met zich mee.

#### **Het Masterplan Ceramique.**

Het uitgangspunt voor het Masterplan was dat het een sterk en samenhangend stadsontwerp moest zijn dat een

krachtig en wervend beeld gaf van wat partijen wilden en daardoor een min of meer dwingend karakter had, maar wel met programmatische flexibiliteit. Deze flexibiliteit werd ingegeven door de mogelijkheid om in te spelen op toekomstige sociale en economische veranderingen en nieuwe kansen, én om het mogelijk te maken later alsnog bepaalde bestaande elementen in het gebied in het plan op te nemen. Het Masterplan moest immers in een korte tijd worden opgesteld en daardoor was er niet de tijd om bijvoorbeeld een cultuur-historisch onderzoek uit te voeren.

Een belangrijk element bij het Masterplan was het gewenste hoogwaardige karakter van de wijk, waarmee een (inter)nationale uitstraling werd beoogd. Het programma dat aan de basis ligt voor het Masterplan is een gemengd stedelijk programma van 1.600 woningen (waarvan 95% marktsector), 70.000 m<sup>2</sup> kantoren, 20.000 m<sup>2</sup> horeca/hotel, 20.000 m<sup>2</sup> culturele functies, 5.000 m<sup>2</sup> detailhandel, 4.400 ondergrondse parkeerplaatsen en een fiets- en voetgangersbrug die het gebied verbindt met het oude, historische centrum van Maastricht.

Het Masterplan is van de hand van de architect/stedebouwkundige Jo Coenen. Zijn opdracht luidde: 'het creëren van een verbinding tussen het stadsdeel Randwyck en het 17<sup>e</sup> en 19<sup>e</sup> eeuwse binnenstadsdeel Wyck om zodoende de stedelijke kwaliteit van Maastricht te verbeteren respectievelijk te completeren, waarbij rekening houdende met de marktvisie een reëel uitvoerbaar plan ontstaat'. (gemeente Maastricht, Raadsstuk volgnr. 211 - 1988, 15 augustus 1988)

Het door Jo Coenen opgestelde Masterplan voor Ceramique is een drie-dimensionaal en wervend stadsontwerp. Niet alleen functies, rooilijnen e.d. worden aangegeven maar er wordt tevens een beeld gegeven van de gewenste verschijningsvorm. Het is daarnaast een flexibel plan, waarmee ingespeeld kan worden op nieuwe ontwikkelingen

en waarin ruimte zit om alsnog belangrijke historische elementen op te nemen.

De belangrijkste onderdelen in het plan zijn:

▪ **Ontsluitingen**

De Limburglaan in Randwyck en de Wilhelminasingel in Wyck worden met elkaar verbonden via de Avenue Ceramique, de drager en ruggengraat van het plan. De bocht die de Avenue maakt volgt de loop van de oude stadswallen, en accentueert daarmee de uitbreiding van de Maastrichtse binnenstad. De historische binnenstad wordt met Ceramique verbonden door een fiets- en voetgangersbrug over de Maas. Langs de Maas is een langzaamverkeersroute opgenomen, die Wyck en Randwyck ook hier met elkaar verbindt.

▪ **Pleinen**

De diverse ontsluitingen in het plan lopen uit in onderling verbindende pleinen. Het eigen karakter van de binnenstad wordt hier via deze nieuwe invullingen bevestigd. Zo vormt het Plein 1992, samen met drie grote pleinen op de andere Maasoever een netwerk van grote centrale pleinen in de binnenstad.

▪ **Groen en water**

Het gebied wordt gekenmerkt door onderscheidende groenpartijen van verschillende karakteristieken. Langs de Maasoever is een park aangelegd, als voortzetting van het groen aan de overzijde van de Maas. Bij de Maaspunttoren is een nieuwe waterpartij ingevoegd als verwijzing naar de gracht langs de vroegere vestingwerken. Het onderscheidende groen (Chinese hemelbomen) langs de Avenue Ceramique verbindt de noord- en zuidpunt van het plan. In de circussen zijn groene, openbare binnenhoven aangelegd, die zichtbaar zijn vanaf de Avenue.

#### ▪ **Bouwblokken**

De rechthoekige verkaveling van het plan sluit aan op de opzet van de laat 19<sup>e</sup> eeuwse wijk tussen de Wilhelminasingel en het station. De bouwblokken in het plan zijn sterk oost-west georiënteerd. Opvallend daarin zijn de circussen: langgerekte, half open bouwblokken met groene binnentuinen. De Noord-zuidrichting wordt geaccentueerd met torens en de Avenue Ceramique. De afbouw van Wyck en de overgang naar het nieuwe gebied wordt gemarkeerd door de zogenaamde winkelhaak. De bouwhoogten varieert van 4½ tot 6 lagen (met uitzondering van de torens in het plan), hetgeen overeenkomt met de bestaande bouwhoogte van Wyck.

#### ▪ **Sfeerbeelden**

De gewenste hoogwaardige kwaliteit en (inter) nationale uitstraling van het gebied is in het Masterplan vertaald in het streven naar de atmosfeer en omgeving van een mediterrane stad, om het zuidelijke en aantrekkelijke imago van Maastricht te versterken. In het Masterplan zijn daartoe zes identiteiten of 'sferen' benoemd: de Noordknoop, de Zuidknoop, de Winkelhaak, de Circussen, de Stoa en de Avenue. Deze sferen worden gedetailleerd beschreven in de uitwerking van het stedenbouwkundig plan, waarin tevens de randvoorwaarden voor de architectonische invulling worden aangegeven, zoals vorm en beoogde uitstraling van de gebouwen.

De belangrijkste elementen zijn de Noordknoop en Zuidknoop in het plan. De Noordknoop vormt de verbinding tussen Ceramique en de historische binnenstad. Het is het centrum van de nieuwe wijk, waar de voetgangers- en fietsersbrug aanlandt. Hier bevindt zich het Plein 1992, dat samen met drie grote pleinen op de andere Maasoever een netwerk van grote centrale pleinen in de binnenstad uitmaakt. De Zuidknoop is naast de Noordknoop de tweede publieke

pool. Hier ligt het Bonnefantenmuseum. Het gebied is hier door bebouwing aan en onder de bestaande Kennedybrug verbonden aan het naastliggende Randwyck

Later is aan het plan de zogenaamde nestelzône toegevoegd, om ook de Zuidknoop met de binnenstad te verbinden. Deze nestelzône bevindt zich langs de Avenue Ceramique die de Noord- en Zuidknoop met elkaar verbindt. De nestelzône betekent dat de gehele begane grond langs de Avenue flexibel is ontworpen, zodat functiewijzigingen in de toekomst mogelijk zijn.

#### **De strategie voor Ceramique**

Het Ceramique-project kenmerkt zich door zijn hoge ambities en kan beschouwd worden als geslaagd voorbeeld van een gebiedsgerichte aanpak van een binnenstedelijk transformatiegebied. De gemeente legde het accent op het tot stand brengen van het project in grote samenhang met de omgeving, en binnen het plan zelf. De gemeente wilde daartoe een sterk overkoepelend plan inzetten dat een krachtig beeld gaf van wat de gemeente wilde en daardoor een min of meer dwingend karakter had, maar wel met programmatische flexibiliteit. Deze kracht werd versterkt door te kiezen voor samenwerking met een partij met een lange termijnvisie en een belang op de langere termijn: een belegger.

#### **Masterplan en Supervisor**

Het belangrijkste plandocument dat ingezet is voor de ontwikkeling van Ceramique is het hier boven beschreven Masterplan uit 1988. Het meest opvallend aan dit masterplan zijn:

- Een wervend, driedimensionaal stadsontwerp als sturingsinstrument, inspiratiebron en marketingtool. Aangrijpingspunt was de stad als geheel, en het karakter van die stad.
- De flexibiliteit van het plan.



Na vaststelling van het Masterplan is Jo Coenen benoemd tot supervisor voor het project. Hij stuurde daarbij de architectenkeuze en het ontwerpproces door de architecten aan en was verantwoordelijk voor het ontwerpen van de openbare ruimte van het plan.

### **Mediterrane sfeer**

De belangrijkste leidraad bij de architectenkeuze en de aansturing van het ontwerpproces was het tot stand brengen van de gewenste mediterrane sfeer. De instrumenten die daarbij werden ingezet waren: sfeerbeelden (die de gewenste uitstraling, het gevoel, materiaal en kleur weergaven), de keuze voor 'zuidelijke' architecten en de inrichting van openbare ruimte (ontworpen door Jo Coenen). Ook werden uitdrukkelijk Zuid-Europese (naast enkele Engelse, zoals de 'crescents' in Bath) voorbeelden als referentie gebruikt.

### **Stedelijk, gemengd programma**

Het doel van de ontwikkeling van Ceramique was het toevoegen van een hoogwaardig binnenstadsgebied. Daartoe lag de nadruk op het tot stand brengen van een gemengd stedelijke programma bestaand uit wonen, werken, toerisme en cultuur met een bovenregionale functie en (inter)nationale uitstraling.

De nadruk lag binnen het programma sterk op hoogwaardig wonen voor stedelijke doelgroepen, met als accenten kapitaalkrachtige ouderen en (in mindere mate) starters. Om dit hoogwaardig stedelijk woonmilieu tot stand te brengen werden stedelijke voorzieningen en een goede verbinding met het historisch centrum essentieel geacht. Daarnaast werd de wisselwerking tussen groen en stedelijke dichtheid gedacht als katalysator voor levendigheid.

Het gemengde programma dat is gerealiseerd heeft nog een bij-effect. Alhoewel in het gebied voornamelijk kapitaalkrachtige ouderen wonen, heeft het gebied door

de functiemenging (bedrijven en culturele functies) met bovenregionale functie niet deze uitstraling.

Om zorg te dragen voor invulling van het niet-woonprogramma is actief gestuurd door de betrokken partijen. Op invulling van het kantoorprogramma is gestuurd door een exclusiviteitsbepaling in de samenwerkingsovereenkomst. Daarnaast is actief op invulling van het winkelprogramma gestuurd door deze deels in eigendom bij de gemeente te houden en pioniersshuren in te zetten. Verder is door de gemeente actief gestuurd op de invulling van het cultureel programma (zie 'katalysatoren in het plan').

### **Katalysatoren in het plan**

In het plan zijn drie katalysatoren: de openbare ruimte (met als belangrijkste de Avenue Ceramique), het Bonnefantmuseum en het Centre Ceramique. De eerste katalysator was bij het opstellen van het Masterplan bewust ingezet. De laatste twee zijn, door een samenloop van omstandigheden, gedurende het proces ontstaan.

#### *Openbare ruimte*

Bij aanvang van de ontwikkeling is bewust gekozen voor een omdraaiing van het in Nederland gebruikelijke proces: de belangrijke openbare ruimte werd eerst in zijn definitieve vorm aangelegd. Zo is de Avenue Ceramique als eerste door het gebied aangelegd, waarmee Ceramique meteen verbonden was met de omliggende stadsdelen en het ambitieniveau zichtbaar werd. Later is ook het Charles Eyckpark langs de Maas vooruitlopend op de bebouwing gerealiseerd.

#### *Bonnefantmuseum*

In het Masterplan was rekening gehouden met culturele functies, maar op dat moment was nog niet duidelijk welke dat zouden worden. Al vroeg in het proces bleek dat landelijke culturele functies niet naar Maastricht zouden komen. Via de Provincie (die de bovenregionale

functie van het gebied ook in haar Structuurplan had vastgelegd), is toen het initiatief gekomen om het Bonnefantenmuseum naar het Ceramique-terrein te verplaatsen. Toevallig vond deze beslissing gelijk plaats met het gemeente besluit om definitief tot ontwikkeling van het terrein over te gaan. Dit heeft er toe geleid dat het Bonnefantenmuseum (een ontwerp van Aldo Rossi) als eerste 'landmark' in het gebied verscheen, als belangrijke publieksfunctie op de Zuidknoop van het plan. Daarmee werd het gebied (en Maastricht) internationaal op de kaart gezet.

#### *Centre Ceramique*

Het Centre Ceramique kwam, net als het Bonnefantenmuseum, door een samenloop van omstandigheden in het plan terecht. In het oorspronkelijke Masterplan stond in de Noordknoop van het plan een markthal als publiekstrekker opgenomen. Aan deze functie kon echter geen invulling worden gegeven. Door de onduidelijkheid over met name dit programma-onderdeel kwam dit belangrijke plandeel maar niet tot ontwikkeling. Daar komt bij dat op dat moment (in 1995) behoefte was aan een nieuwe impuls voor het plan. De gemeente heeft vervolgens strategisch ingegrepen. In een deal met de Universiteit van Maastricht over vestiging van de Universiteitsbibliotheek in het centrum van Maastricht, ontstond de ruimte om de stadsbibliotheek naar Ceramique te verplaatsen. Vervolgens is besloten om de nieuwe Stadsbibliotheek te combineren met het gemeente-archief en een stadshal voor exposities in het nieuwe Centre Ceramique. Hiermee werd invulling gegeven aan de grote publieksfunctie op de Noordknoop van het plan en kon dit plandeel tot ontwikkeling worden gebracht.

#### **Verbondenheid met de historie**

Aanvankelijk was in het Masterplan geen behoud van historische elementen voorzien. Doordat het Masterplan flexibel was gehouden, was hier echter gedurende het proces nog wel ruimte voor.

In fysieke zin is de historische verbondenheid van het gebied nagestreefd door historische overblijfselen in de bebouwing op te nemen. Zo is er voortgebouwd op delen van vestingswerken, die in de 16<sup>e</sup>/17<sup>e</sup> eeuw in de buurt van de stadsmuur zijn aangelegd. Ook is de overgang tussen de grenzen van de oude binnenstad en de nieuwe uitbreiding goed zichtbaar gemaakt, zowel in de bebouwing als het stratenpatroon. De middeleeuwse stadswallen liepen over het noordelijk deel van het terrein, met het uitbreiden van de binnenstad op Ceramique wordt daarom een historische situatie hersteld. Daarnaast werd de 'zachte' sfeer van de binnenstad van Maastricht benadrukt, door veel gebruik van wit en grijs natuursteen.

De bijzondere historie van Maastricht als industriestad is herkenbaar in de Wiebengahal, die deels behouden is, de Bordenhal, de oude directeursvilla Jaunez en de muur die het gebied aan de oostkant afsloot van haar omgeving. Daarnaast zijn op enkele plekken kunstwerken die verwijzen naar de historie van het gebied opgenomen, zoals bij de Bordenhal.

#### **Verbinding met de stad**

Een aantal elementen in het Masterplan zijn ingezet om de Ceramique te verbinden met de stad.

- De drager en ruggengraat van het plan is de Avenue Ceramique, die het oude en nieuwe Maastricht verbindt en aantakt op de Wilhelminasingel. De bocht die de Avenue maakt volgt de loop van de oude stadswallen, en accentueert daarmee de uitbreiding van de Maastrichtse binnenstad.
- De rechthoekige verkaveling van het plan sluit aan op de opzet van de laat 19<sup>e</sup> eeuwse wijk tussen de Wilhelminasingel en het station.
- De fiets- en voetgangersbrug verbindt Ceramique met de historische binnenstad.
- De Noordknoop vormt de verbinding tussen Ceramique en de historische binnenstad. Het is het centrum van

de nieuwe wijk, waar de voetgangers- en fietsersbrug aanlandt. Hier bevindt zich het Plein 1992, dat samen met drie grote pleinen op de andere Maasoever een netwerk van grote centrale pleinen in de binnenstad uitmaakt.

- De Zuidknoop is naast de Noordknoop de tweede publieke pool. Hier ligt het Bonnefantenmuseum. Het gebied is hier door bebouwing aan en onder de bestaande Kennedybrug verbonden aan het naastliggende Randwyck
- Om ook de Zuidknoop met de binnenstad te verbinden is de nestelzône ontwikkelt. De nestelzône bevindt zich naast de Avenue Ceramique die de Noord- en Zuidknoop met elkaar verbindt. De nestelzône betekent dat de gehele begane grond langs de Avenue flexibel is ontworpen, zodat functiewijzigingen in de toekomst mogelijk zijn.

#### **Ligging aan de rivier**

Het Ceramique-terrein ontleent zijn kwaliteit en identiteit mede aan de ligging aan de rivier de Maas. Van deze kwaliteit is gebruik gemaakt door het aanleggen van een driehoekig openbaar park langs de Maasoever, begeleid door een 300 meter lang woongebouw. Dit park is min of meer het spiegelbeeld van het park aan de overzijde van de Maas. Daarnaast is een hoge en beeldbepalende voetgangers- en fietsersbrug over de Maas gelegd. Tot slot bepaalt de beeldbepalende toren van het Bonnefantenmuseum het silhouet van de nieuwe wijk aan de Maas. Er is echter geen vrij uitzicht op de Maas vanuit de wijk tot stand gebracht.

#### **Top down en in klein gezelschap**

Het afgesloten, enclave-achtige karakter van het gebied heeft zich ook vertaald in het proces. Het spelersveld was beperkt en overzichtelijk. Met name daardoor heeft men sterk aan oorspronkelijke uitgangspunten van het plan vast kunnen houden. Sprake van wisselwerking met lokale bevolking of belangengroepen was er niet. Ook

was er, doordat er sprake was van een afgesloten enclave, geen sprake van tijdelijke gebruikers in het gebied die invloed hebben uitgeoefend op de ontwikkeling.

De enige wisselwerking die er heeft plaatsgevonden was met bewoners die aan de oostgrens van het gebied wonen. Zij wilden dat de oude muur rond het terrein werd afgebroken, omdat zij deze muur een symbool van afscheiding vonden. De muur was in de plannen steeds opgevat als een belangrijk historisch element. Uiteindelijk is de muur wel blijven staan, als herinnering aan de oude functie van het terrein, maar is hij zoveel mogelijk opengewerkt met toegangen.

#### **Ceramique: sturingsmiddelen voor identiteit**

Bij de ontwikkeling van Ceramique is gestuurd op het tot stand brengen van een sterke eigen identiteit van het gebied, die wel verbonden is met de bestaande identiteit van Maastricht, als een moderne toevoeging hierop. Deze eigen identiteit is gebaseerd op de trekkersfunctie die het gebied voor de stad moet uitoefenen, met een bovenregionale en (inter)nationale betekenis voor de stad. Met andere woorden: Ceramique moest het moderne visitekaartje van Maastricht worden.

De bovenregionale en (inter)nationale betekenis kwam tot uitdrukking door middel van:

- sturen op representatieve stedelijkheid;
- de toepassing van hoogwaardige kwaliteit (architectonisch, stedenbouwkundig en openbare ruimte) met een mediterrane sfeer als nieuwe interpretatie van het 'zuidelijke' en 'Bourgondische' karakter van Maastricht;
- het tot stand brengen van een nieuw, representatief stadsfront aan de Maas;
- het completeren van de binnenstad;
- het verbinden van oud Maastricht (Wyck) en nieuw Maastricht (Randwyck);

- het bedienen van een marktsegment (hoogwaardig stedelijk wonen) dat voorheen in Maastricht nauwelijks voorkwam;
- vestiging van het Bonnefantenmuseum in het gebied.

De middelen die bij het tot stand brengen van de eigen identiteit van het gebied zijn ingezet, zijn de volgende.

1. Een afgeschermd proces met een beperkt aantal spelers, waardoor sterk aan de uitgangspunten en doelstellingen van het project vastgehouden kon worden.
2. Het Masterplan, in de vorm van een samenhangend, driedimensionaal en beeldend stadsontwerp.
3. De sfeerbeelden die de gewenste identiteit van zes verschillende deelgebieden weergaven.
4. De architectenkeuze, die aansloot bij de gewenste identiteit van het gebied.
5. De inzet van drie katalysatoren, de openbare ruimte (met name de Avenue en het park), het Bonnefantenmuseum en het Centre Ceramique, die de gewenste kwaliteit en uitstraling van het gebied bepalen en voor stedelijk leven zorgen.
6. Het actief sturen op invulling van het niet-woonprogramma, onder andere door middel van een exclusiviteitsbeding, als belangrijke element om de gewenste stedelijkheid tot stand te brengen.
7. Het behoud van historische elementen (archeologisch en industrieel), die het gebied verbinden met haar historie.
8. De realisatie van een nieuw binnenstadsplein dat d.m.v. een nieuwe fiets- en voetgangersbrug aan de historische binnenstad is verbonden en het markeren van de historische binnenstadsgrens, dat het gebied opneemt in de binnenstad van Maastricht.
9. De realisatie van een groene, zachte stedelijkheid langs de Maas (als voortzetting van de overzijde),

dat het gebied onderdeel laat zijn van de Maastrichtse vorm van stedelijkheid langs de Maas.

10. De realisatie van markante bebouwing (Stoa en Bonnefantenmuseum) langs het park aan de Maas, als opvallend contrast met de historische vestingstad Maastricht op de linkeroever.

### **Conclusies**

De conclusie van de analyse van het project Ceramique luidt dat de toegepaste instrumenten geleid hebben tot het maken van een stadsdeel waar de internationale verbeelding aan de macht is gekomen, maar de lokale identiteit ook is gewaarborgd. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat het om een geïnterpreteerde, artificiële lokale identiteit gaat (de mediterrane atmosfeer als vertaling van het zuidelijk karakter van Maastricht).

Het gebied heeft als toegevoegde waarde voor de stad:

- het doorbreken van de enclave;
- het aantrekken van hogere inkomens naar de stad;
- een economische impuls voor de stad;
- een modern visitekaartje voor de stad, die (inter)nationaal aandacht trekt;
- moderne toevoeging aan de binnenstad aan de overkant van de Maas;
- impuls voor de opwaardering van omliggende wijken (zoals Wyck).

Bij de ontwikkeling van Ceramique valt een aantal zaken op:

- Er is sprake geweest van een sterke top-downstrategie, waarbij een zwaar accent ligt op meer 'elitaire' stedelijke functies en een representatieve vorm van stedelijkheid.
- Er is sprake geweest van een behoorlijk dichtgetimmerd proces, waardoor alle partijen wisten waar ze aan toe waren en waarmee afwijkingen en incidenten zoveel mogelijk werden voorkomen.

- Er heeft vanuit het stadsontwerp met bijbehorende sfeerbeelden een sterke sturing plaatsgevonden op de gewenste hoogwaardige kwaliteit en de gewenste mediterrane sfeer.
- Voor de culturele functies is een strategie gevolgd van verplaatsing van bestaande functies in de stad naar het nieuwe gebied, zoals het Bonnefantenumuseum, het Derlon-theater, de stadsbi-bibliotheek en het Gemeente-archief. Zowel het nieuwe gebied als de bestaande culturele functies kregen daarbij een nieuwe impuls.
- De identiteit van het gebied is sterk bedacht vanuit de markt: een vertaling van de wensen van de beoogde doelgroep. Door de sterke rol die de gemeente heeft gespeeld heeft het gebied echter toch een zekere verbondenheid met de lokale identiteit van Maastricht gekregen.
- Door de flexibiliteit in de plannen was er tijdens het proces ruimte voor nieuwe ontwikkelingen en ideeën, zoals inpassing van archeologische elementen, behoud van oude gebouwen en culturele functies (uiteindelijk is er 35.000 m<sup>2</sup> in plaats van 20.000 m<sup>2</sup> cultuur gerealiseerd).

Alhoewel sprake is van een succesvolle ontwikkeling met een sterke eigen identiteit, zijn er een aantal punten van kritiek. Deze hebben betrekking op de hieronder genoemde punten.

### **1. Het dichtgetimmerde proces en de sterke top-downstrategie**

Het proces is bewust beperkt gehouden tot een klein aantal spelers en er is sterk vastgehouden aan een in beperkte kring tot stand gekomen plan. Dit heeft het onmiskenbare positieve effect dat daardoor sterk aan oorspronkelijke uitgangspunten en de gewenste identiteit van het plan vast is gehouden. Het bij-effect van deze strategie is echter dat er geen sprake is geweest van een wisselwerking met de

sociale context in de stad, zoals de lokale bevolking, belangengroepen of maatschappelijke stromen. De vraag is daarbij of het eindresultaat ook daadwerkelijk onderdeel van het stedelijk leven in Maastricht gaat uitmaken, of dat het gebied op een nieuwe manier haar enclave-achtige karakter behoudt. Vooralsnog is er geen sprake van spontane levendigheid in het gebied die ook bij het stedelijk leven hoort.

Een ander effect van het in een dichtgetimmerd proces sturen van de ontwikkeling is dat er sprake is van een gemaakte 'zuidelijke' atmosfeer (die door de betrokkenen mediterraan genoemd wordt). Deze atmosfeer is duidelijk van 'buitenaf' bedacht en is slechts fysiek vertaald. Het is onduidelijk in hoeverre deze atmosfeer ook daadwerkelijk aansluit bij de lokale cultuur en de gebruikers van het gebied, die de uiteindelijke atmosfeer in het gebied gaan bepalen. Door het inbrengen van een wisselwerking met de lokale cultuur, had wellicht meer een Maastrichtse vorm van een mediterrane atmosfeer kunnen ontstaan.

### **2. De wisselwerking met de lokale cultuur**

Bij de totstandkoming van het Ceramique-terrein heeft slechts een wisselwerking plaatsgevonden met een zeer beperkte representatie van de lokale cultuur (politiek, bestuurlijk en ABP). Daarnaast heeft een interpretatie van de lokale cultuur en context plaatsgevonden door een stedenbouwkundige en architecten die buiten de lokale context staan. Daarmee is er bij de invulling van het Ceramique-terrein sprake van een beperkte interpretatie van de lokale cultuur en context. Dit laat zich bijvoorbeeld zien in de representatieve, 'cleane' stedelijkheid in het gebied en de vertaling die de 'zuidelijke' sfeer van Maastricht heeft gekregen: een op moderne, mediterrane steden gebaseerde sfeer.

### **3. De sterke sturing op de beoogde doelgroepen.**

Er is tijdens vanaf het begin van de ontwikkeling sterk vanuit de markt gestuurd, waarbij het aantrekken twee beoogde doelgroepen sterk de invulling van het gebied hebben bepaald: kapitaalkrachtige ouderen en starters (in de vorm van tweeverdieners). Door de focus op met name deze twee doelgroepen en het bijbehorend woonmilieu, is er meer een luxe stedelijke enclave tot stand gekomen dan een echte stedelijke mix. Het gebied maakt in die zin dan ook niet de ambitie waar dat er sprake is van een echt binnenstadsgebied.

### **4. Het elitaire, representatieve karakter van de ontwikkeling.**

Het gebied is ontwikkeld als een hoogwaardig en representatief stadsdeel. Door deze insteek heeft het gebied vooral een representatief en elitair karakter gekregen en is het gericht op stedelijke consumptie. Het gebied heeft geen betekenis als nieuw stedelijk productiemilieu, wat wel kenmerkend is voor binnenstedelijke milieus.

### **5. De flexibiliteit van het plan op termijn**

Alhoewel een belangrijk kenmerk van het Masterplan de flexibiliteit voor de invulling van het programma was, kent het gebied na realisatie weinig flexibiliteit om toekomstige veranderingen te kunnen opvangen. De enige plek waar hiermee rekening is gehouden is de zogenaamde 'nestelzone', maar dit is slechts een zeer beperkt deel van het gebied. Verder is er in het gebied nauwelijks ruimte voor spontaneiteit, een kenmerk van stedelijk leven. De geringe flexibiliteit en de beperkte ruimte voor spontaneiteit, komen met name doordat er geen sprake is van een kleine korrelgrootte, en door het representatieve karakter van de openbare ruimte in het plan.

## **5D. Oostelijk Havengebied in Amsterdam**

### **Inleiding**

Na een periode van stedelijke crisis in de jaren zeventig en tachtig - met een uit de stad wegtrekkende bevolking, afnemende werkgelegenheid en onveiligheid en criminaliteit - heeft Amsterdam zich in de jaren negentig zeer succesvol ontwikkeld tot een aantrekkelijke vestigingsplaats voor creatief, jong talent en belangrijke toeristenbestemming: de 'place to be' in Nederland.

De basis voor het succes van Amsterdam ligt enerzijds in het economische en sociale profiel van de stad dat uitstekend aansluit bij de eisen van de huidige kenniseconomie en anderzijds in de investeringen in de aantrekkelijkheid van de stad die vanaf de jaren tachtig zijn uitgevoerd. Zo is de binnenstad van Amsterdam ingrijpend opgeknapt en is het leefklimaat in de oude wijken door de stadsvernieuwing aanzienlijk verbeterd. De meest opvallende projecten in de stad bevinden zich echter langs de IJ-oever.

Amsterdam keert, voor het eerst sinds een eeuw, zijn gezicht weer naar het IJ. De IJ-oevers komen weer tot leven. Van de Houthavens in het westen, tot IJburg in het Buiten-IJ, overal heerst activiteit. Er is sprake van een stedelijke ontwikkeling van een grote allure, vergelijkbare met eerdere grote stedelijke werken zoals de aanleg van de grachtengordel, Berlage's Plan Zuid of de visionaire stadsuitbreiding met de Bijlmermeer.

Het Oostelijk Havengebied is het eerste deel van de IJ-oevers dat ontwikkeld is. Over een periode van ruim 15 jaar is dit voormalig havengebied getransformeerd tot een succesvol woon-werk-gebied van een hoge, stedelijke kwaliteit. Een nieuwe, succesvolle toevoeging aan de Amsterdamse binnenstad en de aantrekkelijkheid van Amsterdam. Zowel op het gebied van wonen, werken als

verblijven. Het Oostelijk Havengebied is uitgegroeid tot één van de culturele motors van de stad, een nieuw en populair uitgaansgebied en een steeds belangrijkere toeristenbestemming. Het Oostelijk Havengebied en haar bijzondere architectuur vormt één van de speerpunten in de laatste internationale toerisme-campagne van de stad onder het motto: Stad Aan Het Water. Een succes dat niemand bij aanvang had kunnen bevroeden.

### **Feiten over Amsterdam.**

Amsterdam is de hoofdstad van Nederland en telt ca. 800.000 inwoners. Amsterdam ligt in het westen van het land en vormt onderdeel van de Randstad: een stedelijke agglomeratie die bestaat uit vier grote steden (Amsterdam, den Haag, Rotterdam en Utrecht) en kleinere stedelijke kernen. Van de vier grote steden ligt Amsterdam het meest noordelijk. Het gebied rond Amsterdam wordt ook wel de Noordvleugel genoemd.

Amsterdam ligt aan het IJ en aan de monding van de rivier de Amstel. Deze twee waterstructuren hebben een grote invloed gehad op de ontwikkeling van de stad, zowel op fysiek gebied als op economisch gebied. In haar ligging ligt de oorsprong van de handelsfunctie van de stad, die in het verleden twee grote bloeiperiodes kende: de Gouden Eeuw in de 17<sup>e</sup> eeuw met als belangrijkste exponent de VOC en de tweede Gouden Eeuw aan het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw, de tijd van de koloniale handel, toenemend scheepsvervoer en de industriële revolutie.

De haven van Amsterdam speelt naast een economische rol ook een belangrijke rol bij de stedelijke ontwikkeling. De haven bevond zich altijd in de voorhoede van de stadsontwikkeling. De uitbreiding van de haven bood op diverse momenten een gelegenheid om de stad uit te breiden. De dynamiek van de haven leidde bijvoorbeeld in de 16<sup>e</sup> eeuw reeds tot het eerste geval van herontwikkeling: in onbruik geraakte havens werden

opgenomen in de stad en getransformeerd tot woongebieden, terwijl in het IJ nieuwe, grotere haveneilanden werden gebouwd.

Eeuwenlang trekt Amsterdam reeds de aandacht vanwege haar culturele diversiteit, dynamiek en handelsgeest. Amsterdam is dan ook de culturele en financiële hoofdstad van Nederland. Amsterdam staat internationaal bekend om haar openheid, tolerantie en creatieve klimaat. Amsterdam neemt daarmee internationaal een sterke positie in, niet alleen als toeristenstad of door haar sleutelpositie in het internationale luchtverkeer, maar ook door de omvangrijke bevolking afkomstig uit een groot aantal verschillende delen van de wereld. Een aandeel van tien procent van de bevolking is afkomstig uit andere rijke landen. Dit geeft een indicatie van de sterke inbedding in de netwerken van de meest welvarende economieën. Amsterdam heeft verder een aanzienlijke kennisinfrastructuur. Tien procent van de bevolking betreft studenten in het hoger onderwijs en de stad heeft grote internationale kennis ontwikkelende bedrijven aan zich weten te binden.

Amsterdam heeft in de loop der tijden een veelzijdig economisch en sociaal profiel ontwikkeld, waarmee de stad relatief gemakkelijk de overgang naar de hedendaagse kenniseconomie heeft kunnen maken. Slechts tien procent van de werkgelegenheid is in de industrie en bouw te vinden. Met name de handelsfunctie, de financiële sector en verzekeringen zijn belangrijke economische sectoren. Daarnaast zijn de creatieve en culturele sector en de toeristenindustrie in de afgelopen jaren sterk in omvang gegroeid,

Het Amsterdamse profiel lijkt goed te passen bij de groeisectoren van de economie waarin communicatie, cultuur, creativiteit en kennis vereist zijn, dan in veel andere steden het geval is. Het relatief geringe stempel van de industrie en het rijke koloniale

verleden, die Amsterdam ook in fysiek opzicht een unieke en niet gemakkelijk te kopiëren structuur hebben opgeleverd, en het opgebouwde imago rond openheid en tolerantie en daarnaast haar internationale positie en de gegroeide sociale en culturele structuur, hebben de stad aantrekkelijk gemaakt voor de vestiging van jong talent.

### **Kort overzicht van de stedelijke ontwikkeling in Amsterdam.**

De stedelijke ontwikkeling van Amsterdam staat bekend om haar vooruitstrevendheid, maar ook om de logische relatie die iedere nieuwe ontwikkeling met totale stad kreeg. Dit geldt voor de 17<sup>e</sup> eeuwse grachtengordel, het eind 19<sup>e</sup> eeuwse uitbreidingsplan van Kalff, het Plan Zuid van Berlage uit begin 20<sup>e</sup> eeuw en het Algemeen Uitbreidingsplan van Van Eesteren uit 1935. De uitbreidingen werden steeds als concentrische ringen rond de oude stad gerealiseerd. Met het plan van Van Eesteren werd daaraan een zogenaamde lobbenstructuur toegevoegd: bebouwing die als vingers aan een handpalm het omringende groen in steken. Wat opvalt is dat de stad zich in de loop der tijd steeds verder van het IJ afkeerde.

Iedere uitbreiding die de stad paste in de heersende esthetische opvatting over de stad en de lokale economische en sociale context van dat moment. Dit vormde in combinatie met de territoriale eigenschappen en de financiële en technische haalbaarheid, iedere nieuwe uitbreiding van de stad. Zo is de grachtengordel van Amsterdam in de 17<sup>e</sup> eeuw ontstaan uit een combinatie van het aanwezige water, de instroom van immigranten en de handelsgeest van de welvarende, Calvinistische bestuurders. Berlages Plan Zuid was het product van de sociaal-democratische energie die Amsterdam vervulde in het begin van de 20<sup>e</sup> eeuw.



Amsterdam heeft zich van oorsprong ontwikkeld langs het IJ en de rivier de Amstel. Water speelt een belangrijke rol in de geschiedenis van de stad en de stedelijke ontwikkeling die de stad heeft doorgemaakt. Amsterdam heeft daarbij in grote delen van de stad een sterke waterstructuur gekregen, die haar de bijnaam het 'Venetië van het Noorden' hebben opgeleverd. De stad ligt grotendeels op gemaakt land. Land dat in de loop der eeuwen op het IJ gewonnen is. Verder is de stad, vanwege de van nature slappe ondergrond, gebouwd op palen.

Het oudste deel van de stad bevindt zich langs het IJ. De zeedijk langs de zuidelijke IJ-oever vormt een belangrijk element in de stedelijke structuur van de stad. Binnen de dijk ligt de stad, daarbuiten de haven. In de stad zien we huizenblokken omgeven door grachten, buiten de dijk een structuur van haveneilanden, aangelegd in het IJ. Daarbij hebben de haveneilanden de weidsheid van het water (de grachten zijn daar twee keer zo breed als de grachten in de stad). Een voorbeeld hiervan is de 'Binnenkant', bij de Oude Schans.

Als gevolg van het afsluiten van het 'historisch havenfront' door de bouw van het Centraal Station en de bijbehorende spooremlacements, eind 19<sup>e</sup> eeuw, verloor de stad haar directe relatie met het IJ en de haven. Buiten het nieuwe spoor werd een nieuw havengebied gerealiseerd, het Oostelijk havengebied. Na de Tweede Wereldoorlog werd de functie van dit gebied langzamerhand overgenomen door het nieuwe havengebied aan de westkant van de stad. De directe relatie tussen stad en haven werd daarmee voorgoed verbroken.

Sinds eind tachtiger jaren staat het opnieuw verbinden van de stad met het IJ centraal in het ruimtelijk beleid van de stad. Deze aanpak past in de veranderde opvatting over de ontwikkeling van de stad. In de jaren

zeventig en begin jaren tachtig was een beleid gevoerd van 'gebundelde deconcentratie', waarbij de draagkrachtige stedelijke bevolking de stad verliet voor nieuwe groeigemeentes in de buurt van de grote steden, en stadsvernieuwing en bouwen voor de buurt in de stad, gericht op het realiseren van betaalbare woningen voor de stadsbewoners die achterbleven. Dit beleid maakte in de tweede helft van de jaren '80 plaats voor het compacte stadsbeleid, waarbij het versterken van de grote steden en het aantrekken van economische activiteiten en draagkrachtige bewoners naar de stad centraal stonden. Daarnaast vond begin negentiger jaren de omslag plaats naar bouwen voor de markt, waarbij de nadruk van de woningbouw op de marktsector (met name koop) kwam te liggen.

Deze veranderingen in het beleid hebben hun invloed op de stedelijke ontwikkeling van Amsterdam. In 1985 verscheen het structuurplan voor de stad met de titel 'de Stad Centraal', waarin het compacte stad-beleid omarmd werd. Tevens werden de gevolgen van 15 jaar stadsvernieuwing duidelijk: de oude wijken waren dan wel grotendeels opgeknapt, maar door de nadruk op met name sociale woningbouw was de bevolkingsstructuur van de stad verzwakt en was de bedrijvigheid en daarmee de dynamiek grotendeels uit de stad verdwenen.

Er werd een stedelijke revitaliseringsbeleid ingezet. Dit beleid hield in dat geïnvesteerd werd in het aantrekkelijker maken van de stad en de stedelijke leefomgeving met als doel het aantrekken van nieuwe, koopkrachtige bewoners en het versterken van het economisch potentieel van de stad. De nadruk kwam naast verbetering van de kwaliteit (en kwantiteit, maar dan in duurdere segmenten) van het woningaanbod en het verbeteren van de kwaliteit van het openbaar gebied en het groen, ondermeer te liggen op het tot stand brengen van nieuwe culturele en commerciële faciliteiten en het aantrekken van hoogwaardige werkgelegenheid. De drie

strategische projecten in deze nieuwe aanpak zijn de ontwikkeling van de luchthaven Schiphol, de Zuidas en de IJ-oever.

Het motto bij de ontwikkeling van de zuidelijke IJ-oever is: Stad Aan Het IJ. Met de woningbouw (ruim 8.000 woningen) en bijzondere voorzieningen op de eilanden van het Oostelijk Havengebied (KNSM, Java en Borneo/ Sporenburg) werd al een belangrijke stap gezet om stad en IJ te herenigen. De ontwikkeling van de eilanden aan weerszijden van het Centraal Station, vormt het sluitstuk van de terugkeer van de stad naar het IJ. Het doel is het ontwikkelen van een binnenstedelijk milieu door het realiseren van hoge dichtheden en veel functiemenging. Een nieuwe uitbreiding van de binnenstad.

Op de eilanden rond het Centraal Station is de ontwikkeling inmiddels in volle gang. Aan de IJ-oever komen ruim 2.500 woningen, 330.000 m<sup>2</sup> kantoor- en bedrijfsruimte, 105.000 m<sup>2</sup> aan culturele en maatschappelijke voorzieningen en circa 130.000 m<sup>2</sup> aan horeca en detailhandel. Door de aanleg van nieuwe infrastructuur wordt de bereikbaarheid van het gebied sterk verbeterd, zowel per auto en openbaar vervoer als via het water. Diverse gebouwen zijn opgeleverd: het wetenschapsmuseum NEMO, het Muziekgebouw aan het IJ, de Passengers Terminal Amsterdam, Pakhuis Amsterdam, Pakhuis Wilhelmina, het Arcam-paviljoen, het Goedkoopgebouw en de Silodam. Daarnaast is een groot aantal gebouwen in aanbouw zoals de bibliotheek op het Oosterdokseiland en diverse woon- en werkgebouwen.

### **Conclusie: de rol van identiteit bij de stedelijke ontwikkeling in Amsterdam.**

Op grond van het bovenstaande kunnen een aantal algemene elementen benoemd worden die een belangrijke rol spelen bij de specifieke identiteit van stedelijke gebieden in Amsterdam. Naast deze algemene elementen

spelen vanzelfsprekend een aantal gebiedseigen elementen een rol. Deze komen aan de orde bij de beschrijving van het Oostelijk Havengebied.

Het versterken van het eigen karakter van Amsterdam staat in het stedelijk beleid van het stadsbestuur in de laatste twee decennia centraal. Bij de hedendaagse uitbreidingen van de stad staan met name bestaande, en succesvolle, Amsterdamse buurten als de grachtengordel, de Jordaan, de Pijp en Zuid model voor de nieuwe opzet. Het eigen karakter van Amsterdam, zowel fysiek als sociaal-cultureel en economisch, wordt gezien als een belangrijke succesfactor voor de stad, nu en in de toekomst.

De volgende elementen spelen een rol bij het vormgeven aan een eigen identiteit aan stedelijke gebieden in Amsterdam:

- Gebruik van de natuurlijke ligging van de stad aan de Amstel en het IJ. Zowel de Amstel als het IJ hebben niet alleen een fysieke betekenis in de stad, maar ook een economische (handel) en sociaal-culturele. Dit laatste komt bijvoorbeeld tot uitdrukking in het feit dat Amstel en IJ op zichzelf sterke merken zijn met een gevoelswaarde binnen en buiten de stad.
- Het omgaan met de specifieke lokale omstandigheden (bouwen in water en in drassig gebied), door het realiseren van specifieke bouwmethoden, zoals het op palen bouwen en het integreren van water en bebouwing.
- Het behouden en verder benutten van het imago als 'Venetië van het Noorden' door het behouden en verder realiseren van een sterke waterstructuur.
- Gebruik van de eigen successen en eigen stedelijke ontwikkeling als inspiratiebron voor nieuwe ontwikkelingen. Zo worden bijvoorbeeld succesvolle buurten en methoden van stadsontwikkeling uit het

verleden als referentie voor nieuwe ontwikkelingen gebruikt.

- De samenhangende ruimtelijke ontwikkeling van de stad, gestuurd vanuit visie op de stad als totaal en beïnvloed door de op dat moment geldende opvatting over de stad en de lokale economische en sociale context.
- De grote aandacht voor de esthetische kwaliteit van nieuwe stadsuitbreidingen en -ontwikkelingen.
- De nadruk op het realiseren van compacte stedelijke milieus met hoge dichtheden en functiemenging. Bij de start van nieuwe stedelijke uitbreiding ligt een zeer zware nadruk op het realiseren van hoge dichtheden, uitgedrukt in aantal woningen per hectare of FSI. Daarnaast is het realiseren van functiemenging een belangrijk uitgangspunt bij nieuwe stedelijke ontwikkelingen.
- Het binnenstad-gecentreerd denken bij de stedelijke ontwikkeling. De nadruk ligt zeer sterk op behoud van voldoende draagvlak voor het centrum, behoud van de veelzijdige regionale functie van centrum én behoud van het centrum als het representatieve centrum van Nederland. De nieuwe uitbreidingen zijn dan ook functioneel zeer sterk gericht op het centrum, zoals bijvoorbeeld te zien is bij de ontwikkeling van IJburg en het Oostelijk Havengebied. De relatie met andere delen van de stad en de regio zijn zwaar ondergeschikt aan de relatie met het centrum van de stad.
- De nadruk op niet alleen het behoud van, maar ook het geven van nieuwe economische of culturele betekenis aan historisch en cultureel erfgoed (zowel gebouwen als structuren). Zo is de Amsterdamse binnenstad met haar monumentale karakter met ca. 80.000 arbeidsplaatsen economisch nog steeds van groot belang voor de stad. Ook de aandacht voor de historische structuur van het gebied langs het IJ, een kralensnoer van eilanden, en het hieraan geven

van een nieuwe economische en culturele betekenis is hier een voorbeeld van.

- Het benutten van de culturele diversiteit, dynamiek en handelsgeest in de stad en de verbinding die gelegd wordt tussen cultuur en handel/commercie. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de grote rol van cultuur en cultureel ondernemerschap bij stedelijke ontwikkelingen en het grote aantal culturele evenementen in de stad.
- Het benutten (door het koesteren en stimuleren) van het klimaat van openheid, tolerantie en creativiteit. Dit heeft geleid tot een (licht anarchistische) omgeving in en rond het stadscentrum met een grote vrijheid in het volgen van de eigen voorkeur in uiterlijk en gedrag, ook in werksituaties. Er wordt dan ook ruimte gegeven aan lokale initiatieven, nieuwe initiatieven en innovatie worden gestimuleerd en de eigen expressie van de verschillende stedelijke groepen krijgt alle ruimte.
- De grote nadruk die bij stedelijke ontwikkelingen gelegd wordt op wonen als belangrijke conditie voor stedelijkheid.

### **Het project Oostelijk Havengebied.**

Het Oostelijke Havengebied is de eind 19<sup>e</sup> eeuwse uitbreiding van de oude 16<sup>e</sup> en 17<sup>e</sup> eeuwse havens en past in de traditie van haveneilanden. In de loop der tijden is een archipel van eilanden gebouwd langs de IJ-oever met een ingewikkeld infrastructuurnetwerk. Een dynamisch gebied waar in de loop der tijd verschillende ontwikkelingen hebben plaatsgevonden.

Het Oostelijk Havengebied stamt uit de economische bloeiperiode uit het eind van de 19<sup>e</sup> eeuw. De Amsterdamse haven was aan toen aan uitbreiding toe. Het gebied bestaat bijna helemaal uit tussen 1874 en 1927 aangelegde kunstmatige schiereilanden. De Oostelijke Handelskade werd vanaf 1874 aangelegd. Daarna volgden

de Stadsrietlanden, Borneo, Sporenburg en de IJ-kade (nu Java- en KNSM-eiland). In 1900 vestigde de eerste grote gebruiker zich in het gebied: de Koninklijke Nederlandse Stoomboot Maatschappij (KNSM), als snel gevolgd door andere, zoals de Stoomboot Maatschappij Nederland en de Zuid-Amerika Lijn.

Maar het nieuwe havengebied lag eigenlijk vanaf het begin aan de verkeerde kant van Amsterdam. Want in 1876 werd het Noordzeekanaal geopend en door de bouw van de Oranje Sluizen werd het IJ afgesloten van de Zuiderzee. Toch kende het gebied een bloeiperiode, vooral tussen de twee wereldoorlogen. Het onontkoombare einde kwam na de oorlog, toen de meeste lijndiensten wegvielen, en het stukgoederentransport plaats maakte voor container- en bulktransport, waarvoor aan de westkant een havengebied ingericht werd. Vanaf de tweede wereldoorlog tot de zeventiger jaren is het gebied steeds meer in verval geraakt. Het grootste deel van de havenactiviteiten was verplaatst naar het ruimer opgezette Westelijk Havengebied.

Na het vertrek van de KNSM (Koninklijke Nederlandsche Stoomboot Maatschappij) kraakten kunstenaars en jongeren de oude kantoren en maakten daar ateliers en woonruimten van. Op de Oostelijke Handelskade gebeurde hetzelfde met pakhuis Wilhelmina en het voormalig ontsmettingsgebouw van de Koninklijke Hollandsche Lloyd. De gemeente, die aanvankelijk de leeggekomen gebouwen sloopte, verhuurde daarop de bovenverdieping van Loods 6 aan kunstenaars en het middengebouw op de Veemarkt aan een woongroep. Verdere sloop van gebouwen was hierdoor beëindigd en het gebied trok steeds meer bewoners aan, die in de loop van de tijd stadsnomaden zijn gaan heten. Op wat nu het Java-eiland en KNSM-eiland is gaan heten ontstond een nieuwe leefgemeenschap met eigen voorzieningen als restaurants, café's en winkels.

Onder invloed van het compacte stadsbeleid, dat begint in de jaren '80, werd het gebied bestemd als woningbouwlocatie bij het centrum, voor mensen die in de stad wilden blijven of komen wonen. Een programma van woningbouw, bedrijvigheid, scholen en winkels moest de verlaten havens nieuw leven inblazen. Het nieuwe gebied zou een stedelijk woongebied moeten worden met ca. 8.000 woningen gemengd met andere functies en activiteiten en een hoge dichtheid, van 100 woningen per hectare.

### **De strategie voor het Oostelijk Havengebied**

Het Oostelijk Havengebied kenmerkt zich door zijn hoogwaardige kwaliteit, bijzondere havenatmosfeer en gemengde karakter van oud en nieuw. Het Oostelijk Havengebied is binnen Nederland, maar ook internationaal een geslaagd voorbeeld van een gebiedsgerichte aanpak van een binnenstedelijk transformatiegebied. De gemeente legde sterk het accent op het tot stand brengen van het project in wisselwerking met de bestaande context van het gebied én het tot stand brengen van een gebied met een typisch Amsterdams karakter. Uitgangspunt was verder het ontwikkelen van het gebied per deelgebied, waarbij ieder deelgebied een eigen karakter moest krijgen. De belangrijkste basisuitgangspunten voor het project, die gedurende het gehele proces overeind zijn gebleven, zijn vastgelegd in de Nota van Uitgangspunten van 1989.

### **Nota van Uitgangspunten voor de IJ-oever: plannen voor het Oostelijk Havengebied als basis voor de ontwikkeling van het gebied.**

De eerste gemeentelijke plannen gaan uit van het dempen van een deel van de havenbekkens. Ook was een nieuw eiland, het zogenaamde Kompas-eiland, voorzien ten noorden van het KNSM-eiland. Hiertegen kwam veel verzet omdat met deze ingrepen het karakter van het gebied verloren zou gaan. In 1985 stemde de gemeenteraad in met een nieuwe opzet waarbij het water gehandhaafd

blijft. In een Nota van Uitgangspunten werden de plannen voor realisatie van de nieuwe stadswijk vastgesteld. Het moest een gebied worden waarin men kon wonen, werken en winkelen. Een belangrijke randvoorwaarde daarbij was dat de gemeente een compacte stad nastreefde en aanvullende woningbouw in of nabij de stad moest worden gesitueerd. Het OHG beantwoordde in hoge mate aan deze criteria. Het programma voor het gebied voorzag in 8000 woningen, waarvan 40% in de sociale sector en 60% in de licht- en ongesubsidieerde sector. Daarnaast zou er 100.000 m<sup>2</sup> commerciële ruimtes (kantoren, bedrijven en winkelcentrum) en ca. 20.000 m<sup>2</sup> onderwijs- en welzijnsvoorzieningen gebouwd worden. Het totale plangebied beslaat ca. 313 hectare, waarvan 136 hectare land.

In 1989 nam de gemeenteraad een gewijzigde Nota van Uitgangspunten aan, die sterk was beïnvloed door de opgedane ervaringen met de ontwikkeling van het Abattoir- en Veemarktterrein, de wensen en opvattingen van de bestaande gebruikers en bewoners van het gebied én de ontwikkelingen aan de centrale IJ-oeveren en de stadsuitbreiding aan de oostkant. Het Oostelijk Havengebied werd nu dan ook getypeerd als onderdeel van de herontwikkeling van de totale IJ-oeveren: van Houthavens tot het IJmeer. De nieuwe infrastructuur van het Oostelijk Havengebied werd daarmee ook aan deze visie opgehangen. De ontsluiting van het gebied zou plaats moeten vinden via een nieuwe oost-westverbinding langs het IJ, die de noordkant van de binnenstad verbindt met de A10-oost en de A10-west, de zogenaamde IJ-boulevard. Dit betrof zowel een auto- als een railverbinding. De IJ-boulevard zou in een tunnel (de huidige Piet Heintunnel) onder het Oostelijk Havengebied aangelegd worden, om daar woningbouw mogelijk te maken.

Een belangrijke wijziging die in de Nota van Uitgangspunten optrad uit 1989 optrad was de inzet om een confrontatie aan te gaan tussen het nieuwe programma en de oude structuur van het gebied, met als

idee dat dit leidt tot bijzondere, inspirerende en creatieve oplossingen.

Voor de stedenbouwkundige planvorming van de eilanden is de Nota van Uitgangspunten uit 1989 kaderstellend geweest. De belangrijkste elementen in deze Nota van Uitgangspunten waren (gemeente Amsterdam, Nota van Uitgangspunten voor de IJ-oeveren. Plannen voor het Oostelijk Havengebied, Amsterdam 1990):

- Handhaving van de bestaande pierenstructuur in het gebied;
- Bebouwing in een dichtheid van 100 woningen per hectare land;
- Circa 8.500 woningen (inclusief de Oostelijke Handelskade-West, exclusief Java-eiland);
- Menging van functies, met een accent op woningbouw op de havenpielen en een accent op werkfuncties langs de toekomstige IJ-boulevard;
- De bestaande havenstructuur wordt gecombineerd met een fijnmazige verdeling van autoverkeer. Het doorgaand verkeer gaat via een tunnel die de oostzijde van de IJ-boulevard verbindt met de A10;
- Benutting van het water voor recreatieve doeleinden;
- Eén centraal gelegen winkelcentrum ten zuiden van de IJ-haven;
- De specifieke kwaliteiten van het OHG optimaal benutten om een hoogwaardig stedelijk milieu tot stand te brengen. De klassieke stedenbouwkundige middelen worden hierbij toegepast: lanen, pleinen, straten, stegen en vooral kades moeten het gebied tot een uniek stuk Amsterdam maken;
- Verbinding van het gebied met het stadscentrum en haar culturele voorzieningen worden van nationaal belang geacht;
- Voorzieningen komen langs de IJ-haven (en niet langs de van Eesterenlaan, zoals eerder gepland);
- Het versterken van het contrast tussen water en bebouwing door parallel aan de havenbekkens te bouwen;

- Het realiseren van typisch Amsterdamse bebouwing, vooral langs de havenbekkens;
- De eilandenstructuur als fundament voor een specifiek metropolitaan woon- en werkmilieu, als een 20<sup>e</sup> eeuwse variant van de grachtengordel;
- Functies krijgen een zo direct mogelijke relatie met de openbare ruimte;
- Een bouwhoogte van 15-25 meter met op strategische locaties een hoogte van 60-100 meter;
- Het water vormt een recreationeel element: de havenbekkens worden gezien als openbare ruimte met steigers een aanlegplekken;
- Het behoud van zoveel mogelijk bestaande elementen als herinnering aan het verleden van het gebied.
- Het streven kleinschalige bedrijfsruimten, kantoor of atelier-achtig van aard, te realiseren in de woonbuurten, onder de woningen. De motivatie hiervoor was dat zij de levendigheid van het gebied ten goede komen en in een behoefte voorzien. Ook wordt het mengen van verschillende functies gezien als een middel om een stedelijk woonmilieu te bereiken.
- Een hoge kwaliteit van de openbare ruimte. De te handhaven havenbekkens vormen hierin een niet te onderschatten element net als het onderbrengen van een flink deel van de parkeerruimte in gebouwde parkeervoorzieningen.
- Het gesloten bouwblok als overheersende bebouwingsvorm. Hiermee wordt bereikt dat er fysiek een afdoende scheiding is tussen privé en publiek en dat een zo groot mogelijk deel van de woningen naast een drukke zijde (aan het water) ook een rustige zijde (aan een groen binnengebied) heeft.
- Streven naar een eigen invulling per eiland, met als doel het tot stand brengen van een grote variëteit aan woonmilieus.

#### **Uitwerking Nota van Uitgangspunten per deelgebied.**

De bovenstaande uitgangspunten hebben de basis van het huidige Oostelijk Havengebied in zeer sterke mate

bepaald. De NvU werd gebruikt als leidraad bij de uitwerking per deelgebied. De gemeente heeft per deelgebied een vertaling gemaakt in basisuitgangspunten, die vervolgens door een extern ontwerper zijn uitgewerkt tot een stedenbouwkundig plan.

Bij het planvormingsproces werden de aanwezige gebruikers in het gebied intensief betrokken, waarbij sprake was van een grote mate van interactie tussen de ideeën van de plannemakers en die van de huidige gebruikers. Deze wisselwerking was het sterkst bij de plannen voor het KNSM-eiland en de Oostelijke Handelskade/Rietlanden.

#### **Start van de ontwikkeling met Abattoir- en Veemarktterrein**

In 1987 begon de ontwikkeling van het Oostelijk Havengebied met de bebouwing van een terrein waar vroeger de Veemarkt en het Slachthuis gevestigd waren. Op de plaats van het voormalige abattoir verrees vanaf 1987 de architectenbuurt met 550 woningen in de sociale sector. Dat ging op de toen gebruikelijke manier, waar later veel kritiek op komt: bijna alles werd gesloopt en het terrein helemaal opnieuw verkaveld. De architectuur spreekt niet tot de verbeelding en het gebied lijkt één grote parkeerplaats. Het wijkje had overal kunnen staan.

Er werd een duidelijke scheiding aangebracht tussen wonen en werken. Naast het Abattoir-terrein verrezen op het Veemarktterrein tussen 1985 en 1993 nieuwe gebouwen voor kleine bedrijven. Een aantal karakteristieke panden en elementen bleef behouden: het voormalig Kantinegebouw in chaletstijl, gebouwd in 1887, de woningen bij de ingang in dezelfde stijl en de toegangspartijen tot het terrein.

Rond dezelfde tijd veranderden de inzichten van het gemeentebestuur over de woningbouw. Er vond een cultuuromslag plaats van 'bouwen voor de buurt' voor de

lagere inkomensgroepen naar bouwen voor de markt en hogere inkomensgroepen. Menging van marktsector en sociale sector werd het nieuwe beleid, waarbij de nadruk steeds meer kwam te liggen op de marktsector. Het Abattoir-terrein blijft daarmee een uitzondering in het OHG met 100% sociale woningbouw.

#### **De omslag: de ontwikkeling van Entrepot-West**

Na het Abattoir-terrein werd vervolgens eind jaren '80 het Entrepot-terrein ontwikkeld. Onder invloed van de overgang van sociale woningbouw naar bouwen voor de markt, zijn hier naast sociale woningbouw ook vrije sectorwoningen en bedrijfsruimten gerealiseerd. Tevens had het bouwen voor de markt tot gevolg dat er meer aandacht kwam voor architectonische en stedenbouwkundige allure. De gedachte was dat de nieuwe bewoners met een aansprekend woonmilieu verleid moesten worden om in het gebied een huis te kopen.

Om de benodigde stedenbouwkundige en architectonische allure tot stand te brengen, werd besloten om inspiratie van buiten te halen. De stedenbouwkundige voorstellen van de gemeente werden door een extern ontwerper, in dit geval Atelier Pro, uitgewerkt tot een stedenbouwkundig plan. In het geval van Entrepot-West nam het bureau tevens de architectuur van de nieuwbouw voor haar rekening.

Meest prominent onderdeel van Entrepot West zijn het zogenaamde Bruggebouw over de Entrepothaven (die daarmee als waterroute bleef bestaan) met daarnaast de 60 meter hoge watertoren en de herbestemde pakhuizen: de 300 meter lange Pakhuizen Maandag tot en met Zondag uit de 19<sup>e</sup> eeuw en pakhuis Koning Willem I uit 1961 gebouwd. Het laatste gebouw werd in 1989 verbouwd tot huisvesting van het Internationale Instituut voor Sociale Geschiedenis (IISG), een instituut met een wereldberoemde collectie in haar archief.

De openbare ruimte in het gebied is van hoge kwaliteit en er zijn verschillende oude havenelementen in opgenomen. Daarnaast is een relatie gelegd met het water, door middel van het aanleggen van steigers aan het water en het aanleggen van een wandelroute via boardwalks over het water.

#### **Wisselwerking met lokale context en katalysator voor de IJ-oeverontwikkeling: de ontwikkeling van het KNSM-eiland**

De publieke belangstelling voor de ontwikkeling van het Oostelijk Havengebied kwam pas goed op gang bij de planvorming voor het KNSM-eiland. Over de plannen voor het KNSM-eiland is veel gediscussieerd met de gebruikers van het gebied: krakers, kunstenaars en bewoners van de woningen op het eiland en de woonschepen. De gebruikers komen met een eigen plan, gelijktijdig met de opdrachtg aan Jo Coenen om een stedenbouwkundig plan op te stellen. Uiteindelijk beslist het stadsbestuur om het stedenbouwkundig plan van de hand van Jo Coenen te realiseren. Hierin zijn echter wel verschillende elementen van de bewoners en gebruikers van het eiland verwerkt: er komen steigers voor woonschepen en een fors aantal havengebouwen wordt gehandhaafd.

De discussies over de invulling van het KNSM-eiland die zich rond 1989 afspeelden, hebben een doorslaggevende rol gehad op de Nota van Uitgangspunten van 1989. De nadruk kwam minder te liggen op de totale transformatie van het gebied en verschoof meer naar het behoud en hergebruik van karakteristieke gebiedselementen zoals het water, kades en markante gebouwen. Mede hierdoor is de stedenbouwkundige en architectonische invulling van het Oostelijk Havengebied n de loop van de tijd gewijzigd. De verschillende deelgebieden hebben daardoor een eigen karakter gekregen die soms aanleiding geeft tot visuele contrasten.

Het Stedenbouwkundig Plan van het KNSM-eiland is geïnspireerd op Plan Zuid van Berlage: een sterk geometrisch plan met een groene laan in het midden van het eiland en aan weerszijden gesloten en half open bouwblokken, waarbij de te handhaven gebouwen zijn ingepast. De opvallendste zijn Loods 6, het Kantinegebouw Edelweiss en het Douanekantoor, dat op een vernuftige manier is ingepast in het bouwblok Piraeus. In het plan zijn een aantal grote, monumentale nieuwe gebouwen opgenomen, het latere Piraeus, Barcelonaplein en Emerald Empire. Het karakter van het schiereiland grotendeels behouden. Er werden, naast een aantal gebouwen, tevens enkele karakteristieke gebieden, zoals het Mien Ruyschplantsoen en de monumentale bomen, behouden. Aan de zuidkade is ruimte gecreeërd voor varende woonschepen en een jachthaven met havenactiviteiten, binnenvaartschepen hebben een plek aan de noordkade. Met name aan de zuidkade en de KNSM-laan heerst levendigheid door de hoge dichtheid en de menging van functies. Het eiland kent één hoogte-accent: het 60 meter hoge Skydome aan de noordkade.

In tegenstelling tot Entrepot West wordt er niet meer voor gekozen om de ontwerper van het stedenbouwkundig plan ook de architectuur van de nieuwbouw uit te laten werken. Hiervoor worden verschillende architecten ingeschakeld, die onder supervisie van Jo Coenen hun ontwerpen opstellen.

Het KNSM-eiland is begin jaren negentig met woningen bebouwd. Een belangrijke rol bij de ontwikkeling is weggelegd voor twee woningcorporaties: het Oosten en het Westen (nu De Key). Deze twee corporaties hebben ieder een monumentaal bouwblok (Barcelonaplein en Piraeus) aan de zuidkade ontwikkeld, beiden paradepaardjes van het KNSM-eiland. In beide gebouwen is sprake van een gemengd woon- en werkprogramma, grotendeels in de sociale huur. Beide gebouwen zijn op te vatten als katalysator, omdat met de programmering van deze gebouwen en hun uitstraling de toon is gezet voor

het gewenste stedelijke milieu in het gebied. Het gebouw Piraeus is daarbij het meest invloedrijk. Het gebouw is op te vatten als een echt stadsgebouw met een zeer divers programma. De architectuur van het gebouw is geïnspireerd door de Amsterdamse school architectuur. Piraeus heeft als grote inspiratiebron gediend voor de architectuur en stedelijkheid in de rest van het gebied. Voor de zogenaamde meteoren op Borneo/Sporrenburg is Piraeus bijvoorbeeld als referentie genomen.

Een andere belangrijke katalysator is Loods 6. In dit langgerekte gebouw, de voormalige aankomst- en vertrekhal van de KNSM, is sinds het vertrek van de KNSM in 1979 het Open Haven Museum gevestigd. Hier is de geschiedenis van het Oostelijk Havengebied in beeld gebracht. De rest van het gebouw is onderkomen van een groot aantal ateliers en bedrijven op het gebied van vormgeving en beeldende kunst. De plint van het gebouw is uitgegroeid tot een landelijk bekende trekpleister voor design op het gebied van wonen en leefstijl.

Een laatste opvallend element op het KNSM-eiland is de integratie van kunst in de bebouwing, zoals later op de andere eilanden ook toegepast is.

De belangrijkste succesfactoren van het KNSM-eiland zijn:

- Wisselwerking met oude structuur van het gebied: oude gebouwen, havenelementen, eilandkarakter, kades, bestaande bijzondere gebieden;
- Handhaven en versterken havenatmosfeer, door uitstraling van architectuur, openbare ruimte, aandacht voor wateractiviteiten en behoud van deel van bestaande activiteiten.
- Wisselwerking met de lokale subcultuur: de bestaande gebruikers van het gebied hebben een belangrijke invloed gehad op de plannen en hebben een plek gekregen in de nieuwe opzet van het gebied.



- Ruimte bieden voor creativiteit en aandacht voor de broedplaatsfunctie van het gebied: door het uitdagen tot bijzondere oplossingen en het handhaven van bestaande panden voor de creatieve sector en de programmering van nieuwe gebouwen (zoals Piraeus en Barcelonaplein). Naast de gemeente was hierbij een belangrijke rol weggelegd voor twee ondernemende woningcorporaties met durf.
- Het tot stand brengen van stedelijkheid, door de hoge dichtheden en het realiseren van functiemenging in het gebied en het actief stimuleren van invulling hiervan. De gemeente heeft voor de bedrijfsruimtes startsubsidies verleend om ervoor te zorgen dat deze ruimtes meteen in gebruik werden genomen.

#### **De nieuwe grachtengordel: het Java-eiland**

Het Java-eiland werd in het midden van de jaren negentig ontwikkeld. De ervaringen met het KNSM-eiland en beleidsveranderingen met betrekking tot de markt en overheid, vormden de achtergronden van de projecten op het Java-eiland. Daarnaast oefende de in 1991 gepubliceerde Amsterdamse Woonatlas invloed uit. Hierin werden bij de woonconsumenten 14 doelgroepen onderscheiden, waarvan er vier werden gekozen die voor het Java-eiland interessant waren: werk/hobby, low budget, representatie en gezinnen (E. Louw en E. Hoppenbrouwer, 2002, p. 67). Dit resulteerde in een zeer grote diversiteit aan woningtypen en woningplattegronden.

Het Java-eiland is bebouwd volgens een Stedenbouwkundig Plan van architect Sjoerd Soeters. Door de beperkte breedte van het eiland (20 meter smaller dan KNSM-eiland) was er slechts ruimte voor 1 bouwblok in de breedte. Over de totale lengte van het eiland zijn 4 bouwblokken gerealiseerd en 1 zogenaamd parkblok, op het overgangsgebied naar het KNSM-eiland.

Soeters vond zijn inspiratie in de Amsterdamse grachtengordel. Delen van het beeld van de Amsterdamse

grachtengordel zijn vertaald naar het Java-eiland. Daarnaast is de relatie met het omliggende water versterkt, door evenwijdig aan het water te bouwen, door water het gebied in te halen (in de vorm van grachten), door het toevoegen van waterprogramma aan de kade en het maken van verblijfsplekken aan het water.

De middelen die zijn toegepast om de identiteit van de grachtengordel te vertalen zijn:

- Een enorme verscheidenheid aan panden, moderne grachtenpanden, die samen voor een groots geheel zorgen. Tientallen architecten hebben een of meer gebouwen voor het Java-eiland ontworpen, waarbij iedere woningtypologie uit de Woonatlas een eigen gezicht kreeg.
- Door vier grachten die het eiland tussen de bouwblokken doorsnijden en waarlangs kleine, moderne grachtenpanden staan. Bijzondere bruggen verbinden de verschillende delen van het gebied.
- Door hoogteverschillen in het gebied aan te brengen (zoals de verlaagde grachtenkades, 1,5 meter lager dan omliggende kades, en de boogbruggen aan de noordzijde).
- Door het realiseren van een groen binnenmilieu binnen de bouwblokken, met als referentie de keurtuinen. Binnen deze binnentuinen (met ieder een eigen inrichting) bevinden zich lagere woongebouwen, met als referentie die achterhuizen aan de grachtengordel, om de relatie tussen de hoge bebouwing en de binnenzijde te verzachten en de openbare langzaam verkeersroute te begeleiden.

Er zijn echter ook een aantal essentiële afwijkingen ten opzichte van de grachtengordel. Zo is er sprake van gebouwd parkeren in het gebied, waarmee het openbaar gebied ontlast wordt van de parkeerdruk. En op het Java-eiland is, in tegenstelling tot de grachtengordel, nauwelijks sprake van functiemenging. Alleen aan de

noordkade bevinden zich een beperkt aantal bedrijfsruimtes en horecagelegenheden.

Andere opvallende elementen op het Java-eiland zijn:

- Het 'stadspark' bij het overgangsgedebied tussen Java-eiland en KNSM-eiland, in het verlengde van de groene KNSM-laan.
- Er is slechts één oud gebouw bewaard gebleven: het Voormalig Administratiekantoor Samenwerkende Havengebouwen uit 1918, verbouwd tot woningen en bedrijfsruimte.
- Het overgangsblok 'Hoogtij' tussen KNSM- en Java-eiland, als poort naar de eilanden. Dit overgangsblok bestaat uit twee delen: 'Hofhaus' en 'Langhaus' die het Java-eiland met het KNSM-eiland verbinden. De grote monumentale gebouwen van het KNSM-eiland vinden er hun voortzetting dankzij een aangeplempt stukje land in de IJhaven. De lange gevel van het Langhaus verwijst ook naar de langgerekte pakhuizen aan de Oostelijke Handelskade.
- Het gebruik van de IJ-haven als recreatieve ruimte, waar tevens één keer per 5 jaar het nautisch evenement SAIL plaatsvindt.
- De Jan Schaefer-brug, opgeleverd in 2001, die de kop van het Java-eiland met de Oostelijke Handelskade verbindt. Een echte eye-catcher: een beeldbepalend ontwerp. De brug boort zich door pakhuys De Zwijger aan de Oostelijke Handelskade en sluit aan op de Kattenburgerstraat.
- De kop van het Java-eiland moet nog bebouwd worden. De locatie wordt te mooi bevonden om lukraak iets neer te zetten en is gereserveerd voor een bijzonder initiatief in de toekomst. Voorlopig functioneert het gebied als een stadspark en evenemententerrein.

#### **Stedelijk wonen voor gezinnen: Borneo en Sporenburg**

Borneo en Sporenburg zijn de twee laatst ontwikkelde schiereilanden in het OHG. In de Nota van Uitgangspunten was besloten om deze twee gebieden als één

stedenbouwkundige opgave uit te werken. Doel is het realiseren van een ruimtelijk samenhangend geheel rondom het Spoorwegbassin, dat als een centraal waterplein moet gaan fungeren.

Een essentieel verschil met de eerder gerealiseerde deelgebieden was dat het stedenbouwkundig plan uitging van een woonmilieu met laagbouw met grondgebonden woningen in hoge dichtheden (100 woningen per hectare). De inzet was namelijk om, in tegenstelling tot het KNSM- en Java-eiland waar vooral één- en tweepersoons-huishoudens wonen, in het gebied stedelijke gezins-huishoudens te huisvesten.

Het Stedenbouwkundig Plan is opgesteld door West 8, een landschapsarchitectenbureau. Het plan van West 8 had de Amsterdamse Jordaan als referentie, met een vergelijkbare dichtheid aan woningen met een beperkte openbare ruimte. Landschapsarchitect Adriaan Geuze van bureau West 8 koos voor een zee van woningen met patio's en dakterrassen - de gebruikelijke voor- en achtertuintjes namen te veel plaats in beslag - en 3,5 meter hoge benedenverdiepingen, waar gewoond en gewerkt kan worden. Drie enorme gebouwen (waarvan er tot nu toe twee zijn gerealiseerd: Pacman en The Whale) staan als ingeslagen 'meteoren' in de laagbouwzee. Deze belangrijke strategisch geplaatste landmarks zijn geïnspireerd op het Piraues-gebouw op het KNSM-eiland. De laagbouw bestaat uit woningen in de koopsector (70% van de woningen). In de appartementengebouwen zijn woningen in de huursector (de resterende 30%) gerealiseerd. De openbare ruimte bestaat uit nauwe straten de bestaande havenbekkens, waarvan het Spoorwegbassin de belangrijkste is, een groenstrook op Sporenburg. Een belangrijk verschil met de binnenstad is ook hier dat het parkeren op eigen terrein opgelost is en dat er nauwelijks sprake is van functiemenging.

Op Borneo is aan de Scheepstimmermanstraat een experiment met 60 individuele grondkavels uitgevoerd, wat

dit gebied een bijzonder cachet geeft, met een grote variëteit aan architectuur. Het zijn Amsterdamse stads-huizen van de 21<sup>e</sup> eeuw die in groot contrast staan met de rest van het gebied, dat een vrij monotone uitstraling heeft,

Een bijzonder element in het gebied vormt het Spoorwegbassin waar twee bijzondere bruggen Sporenburg en Borneo verbinden. De loopbrug biedt een spectaculair uitzicht over het gebied en is een beeldbepalend element in het gebied.

In het gebied is slecht één oud gebouw gehandhaafd en van een nieuwe functie voorzien. Dit is de voormalige kantine en kantoor 'De Oceaan' van de gelijknamige stoomvaartmaatschappij uit 1951. Dit gebouw is verbouwd tot woningen, ateliers en een trendy restaurant met vooral jong publiek. De Oceaan is met zijn schitterende daklijnen en detaillering een subtiel hoogtepunt in de architectuur van Borneo.

#### **Nieuwe entree van de binnenstad: Rietlanden en Oostelijke Handelskade**

Voorlopig sluitstuk van het OHG vormt het deelgebied Rietlanden en de Oostelijke Handelskade. De Rietlanden is vernoemd naar het voormalige havenrangeerterrein op deze plek. De wijk is het scharnierpunt tussen de schiereilanden en de binnenstad.

De Rietlanden vormt in verschillende opzichten het centrum van het Oostelijk Havengebied. Wijkvoorzieningen en winkels zijn hier geconcentreerd en verkeersstromen uit verschillende richtingen kruisen elkaar. Daarnaast vormt de ingang van de Piet Heintunnel de oostelijke entree tot de binnenstad vanaf de A10. De Oostelijke Handelskade vormt daarbij het verbindingsstuk tussen het centrale IJ-oeverproject en het Oostelijk Havengebied.

De Rietlanden en de Oostelijk Handelskade zijn vormgegeven als:

- Woon-werkgebied
- Representatieve stadsentree
- Voorzieningencluster
- Verbinding naar de stad
- Knooppunt van infrastructuur

Deze uitgangspunten zijn verwerkt in een stedenbouwkundig plan van de Dienst Ruimtelijke Ordening, In tegenstelling tot de andere deelgebieden is hier geen gebruik gemaakt van een extern ontwerper. In het stedenbouwkundig plan voor de Rietlanden en de Oostelijke Handelskade zijn de volgende elementen opgenomen:

- De infrastructuurknoop is uiteengerafeld, gestileerd en 'geabsorbeerd' in een stadspark bestaand uit groene schollen.
- De gebouwstructuren van de omliggende eilanden zijn doorgetrokken tot aan het Rietlandpark.
- In het gebied overheerst de beweging, er is een constant veranderend perspectief van contrasterende elementen, bouwmassa's en vergezichten.
- De bestaande bebouwing langs de Oostelijke Handelskade is behouden. Er is daarmee een interessante mix ontstaan van oud en nieuw, waarbij de oude elementen een nieuwe betekenis hebben gekregen.

Rond de ingang van de tunnel is een parkachtige omgeving gecreëerd. Hierin zijn negen zogenaamde Parktorens en een verdiepte, maar open, tramhalte gebouwd. Daarvan hebben vier een woonbestemming en vijf een kantoorbestemming. Midden in het park staat een beeldbepalend kunstwerk, dat verwijst naar de gelaagdheid van het gebied en de continue beweging daarbinnen.

De torens aan het Rietlandpark vormen de opmaat voor het gemengde woon- en werkgebied (in hoge dichtheden) dat richting het Centraal Station in de strook tussen de Veemkade en de Piet Heinkade wordt gebouwd. Langs de

Oostelijke Handelskade bevindt zich een gemengd programma van oude en nieuwe gebouwen en van wonen, winkel en horecavoorzieningen, bedrijfsruimtes, scholen en culturele functies.

Bijzondere elementen in het gebied zijn:

- De 60 meter hoge IJ-toren bij de Verbindingsdam, die de overgang naar Java-eiland, KNSM-eiland en Sporenburg markeert.
- De oude koffie- en cacaoloods Brazilië (1915) van de toenmalige Koninklijke Hollandsche Lloyd die verbouwd is tot winkelcentrum voor het OHG. De ingangen van de winkels liggen direct aan de OHK en de IJhaven. Langs de kade liggen horecaschepen en een Nautisch centrum.
- Een belangrijk beeldbepalend gebouw langs de zuidzijde van het Rietlandpark is het woongebouw Hoop, Liefde en Fortuin, met 300 woningen in sociale huur en koopsector. Vernoemd naar de drie molens die hier vroeger hebben gestaan.
- Een groot plein op het dak van de tunnelingang, dat uitzicht biedt over het gebied.
- Het Lloyd-hotel uit 1918 aan de Oostelijke Handelskade. Dit gebouw was oorspronkelijk voor landverhuizers die per schip van de Koninklijke Hollandsche Lloyd naar Zuid- en Midden-Amerika voeren. Later gebruikt als jeugdgevangenis en nu verbouwd tot hotel voor kunstenaars en kunstminnaars, met culturele ambassade en restaurant.
- De Havencentrale uit 1885 aan de Oostelijke Handelskade, verbouwd tot het internationaal gerenommeerde Panama: theater/nachtclub en café-restaurant.
- Het Quarantaine-gebouw uit 1920/23 aan de oostelijke Handelskade, verbouwd tot 12 ateliers, 2 muziekstudio's, expositieruimte en lunchroom.

### **Ontwikkeling resterend deel Oostelijke Handelskade (Oostelijke Handelskade West)**

In het kader van het Oostelijk Havengebied is het oostelijk deel van de Oostelijke Handelskade herontwikkeld. Momenteel wordt, in het kader van het IJ-oeverproject, het westelijk deel ontwikkeld.

De ontwikkeling van het Oostelijk Havengebied, IJburg, en de Piet Heintunnel heeft de positie van de Oostelijke Handelskade versterkt. Het westelijk deel vormt als het ware een verlengstuk van de binnenstad. Een mix van bestaande pakhuizen en nieuwe gebouwen in een voor Amsterdam ongekende dichtheid, moet het gebied een grootstedelijk karakter gaan geven, met woningen en kantoren, bedrijfsgebouwen en culturele instellingen. Niet alleen de kade, maar ook het water neemt in het plan een belangrijke plaats in. De IJ-haven krijgt een sterk nautisch karakter door de grote cruiseschepen die er aanleggen, de binnenvaartschepen en evenementen als Sail.

De Oostelijke Handelskade is zowel onderdeel van het Oostelijk Havengebied als van de Zuidelijke IJ-oever, maar straalt wel één geheel uit. De ruimtelijke samenhang wordt bevorderd door één ruimtelijke uitwerking. Vervolgens is bij de ontwikkeling van de Oostelijke Handelskade gekozen voor een opdeling in verschillende projectgebieden. Op deze manier is het mogelijk om gefaseerd te werk te gaan, waarbij ieder project een eigen tijdpad heeft en niet afhankelijk van de andere is. Door enkele robuuste pakhuizen te handhaven worden historie en toekomst in de identiteit van het gebied geïntegreerd. De panorama's vanaf de Oostelijke Handelskade bieden bijzondere kwaliteit waar bij het opstellen van de plannen uit geput kon worden.

Naast de pakhuizen, zijn aan de Oostelijke Handelskade een aantal bijzondere functies en gebouwen gesitueerd.

- Muziekgebouw aan het IJ en BIMHUIS: een groot, beeldbepalend cultureel gebouw op de kop van de Oostelijke Handelskade met een adembenemend uitzicht.
- De nieuwe Cruise Terminal (PTA). Mede door deze nieuwe voorziening is Amsterdam tegenwoordig een geliefde aanlegplaats voor cruiseschepen.
- Bank Labouchère. Dit 80 meter hoge gebouw is veruit het hoogste gebouw aan de zuidelijke IJ-oever, en zal dat nog decennia blijven.
- Pakhuis Amsterdam, een op bijzondere wijze gerenoveerd pakhuiskompleks dat fungeert als bedrijfsverzamelgebouw en waarin het beroemde restaurant Fifteen van Jamie Olliver is gevestigd.
- Het Pakhuis Wilhelmina met atelierruimtes en culturele functies.
- Koelpakhuis De Zwijger, dat momenteel verbouwd wordt tot cultureel centrum met broedplaatsen, ruimte voor creatieve ondernemers, theaterzalen en horeca. De nieuwe Jan Schaeferbrug boort zich dwars door De Zwijger heen.
- Nieuwe verbindingen met de stad: langs de kop van de Oostelijke Handelskade worden nieuwe langzaam verkeersverbindingen gerealiseerd via het Oosterdok naar de binnenstad, als onderdeel van een nieuwe culturele route.

### **Oostelijk Havengebied: sturingsmiddelen voor identiteit.**

Op grond van de bovenstaande beschrijvingen kunnen een aantal belangrijke middelen benoemd die zijn ingezet bij de ontwikkeling van het Oostelijk Havengebied om het gebied een eigen, Amsterdams karakter te geven.

#### **Nota van Uitgangspunten, Stedenbouwkundige Plannen en Supervisie**

De Nota van Uitgangspunten voor het gehele gebied werd gebruikt als leidraad bij de uitwerking per deelgebied. De gemeente heeft per deelgebied een vertaling gemaakt

in basisuitgangspunten, die vervolgens door een extern ontwerper zijn uitgewerkt tot een stedenbouwkundig plan. De externe ontwerpers werden vervolgens supervisor van hun deelgebied. Dit planvormingsproces met stappen (van NvU tot en met Stedenbouwkundig Plan) bood steeds de mogelijkheid om in te spelen op veranderingen in de algemene context (markt, maatschappelijk en beleid) en de specifieke context per deelgebied.

Met deze methode is zowel sterk gestuurd op verscheidenheid per eiland (d.m.v. het stedenbouwkundig plan) en de onderlinge samenhang (d.m.v. de Nota van Uitgangspunten, die per deelgebied vertaald werd in basisuitgangspunten).

#### **Eilanden-archipel benadrukken met ieder eigen identiteit/karakter**

Er is op gestuurd om ieder eiland een eigen atmosfeer te geven. Daartoe werden in een vroeg stadium van de planvorming externe architecten (zoals Jo Coenen, Sjoerd Soeters en Adriaan Geuze) ingeschakeld.

#### **Wisselwerking met lokale context**

De wisselwerking tussen de lokale context van het havengebied en de nieuwe invulling van het gebied is bewust opgezocht, om een confrontatie tot stand te brengen tussen het nieuwe programma en de oude structuur van het gebied. Het idee hierachter was dat dit leidt tot bijzondere, inspirerende en creatieve oplossingen.

#### **Subcultuur als generator van stedelijke activiteit**

Met het vertrek van de havenactiviteiten naar het Westelijk Havengebied, veranderde ook de functie van de Oostelijke Handelskade. Dit heeft andere gebruikers en functies opgeleverd. Op sommige plaatsen (zoals op het KNSM-eiland en aan de Oostelijke Handelskade) heeft dit geleid tot zeer gemengde, innovatieve en artistieke milieus die horen bij de broedplaatsfunctie van de

stad. Deze bestaande gebruikers van het gebied hebben een belangrijke invloed gehad op de uiteindelijke invulling en de specifieke atmosfeer die in het gebied is ontstaan. Het ging hierbij om twee groepen:

- De bewoners van de woningen langs de Oostelijke Handelskade, aan de Verbindingsdam en op de woonschepen;
- De krakers en kunstenaars in de voormalige havengebouwen, met name op het KNSM- en Java-eiland.

Beide groepen hebben vanaf het begin ingezet op een dialoog met de plannenmakers. Langzamerhand is deze dialoog ook echt tot stand te komen. De oorspronkelijke plannen gingen bijvoorbeeld uit van het opvullen van de havenbekkens om een efficiënte nieuwe lay out van de wijk mogelijk te maken. De bestaande bewoners en gebruikers trokken deze ideeën in twijfel door de simpele, maar effectieve slogan: Blauw is Groen. Deze slogan is later door de plannenmakers ook overgenomen.

Bij de ontwikkeling van het KNSM-eiland is met name ingespeeld op de aanwezige bijzondere leefgemeenschap. Met de ontwikkeling van een aantal bestaande panden (zoals Loods 6 en het kantinegebouw Edelweiss) en twee bijzondere stadsblokken met een gedifferentieerd programma voor lage lasten (voornamelijk sociale huur en gesubsidieerde bedrijfsruimtes), werd de bestaande subcultuur als het ware in een nieuw jasje gestoken. Hiermee werden nieuwe bewoners naar de eilanden getrokken die aansloten bij het gewenste karakter van het gebied en bij de bestaande subcultuur op de eilanden. Een belangrijke rol bij de realisatie van deze twee gebouwen speelden twee ondernemende woningcorporaties en de gemeente.

#### **Het sturen op het tot stand brengen van een typisch Amsterdamse invulling van het havengebied.**

Vanaf het begin was het uitgangspunt van het Stadsbestuur om een typisch Amsterdamse buurt tot stand

te brengen. Buitenlandse voorbeelden van getransformeerde havengebieden werden uitdrukkelijk niet als inspiratie genomen. Uitgangspunt in de Nota van Uitgangspunten was dan ook het verbinden van de kwaliteiten van het centrum met de grotere schaal van de havenpiëren. Het nastreven van de karakteristiek van de bebouwing van het centrum en het handhaven van de schaal en het ruimtelijk effect van de haven: dit wordt bedoeld met de 20<sup>e</sup> eeuwse variant van de grachten-gordel.

Tijdens het planvormingsproces is steeds teruggegrepen op stedelijke woontypes en -milieus in Amsterdam. Een interessant sturingsmiddel bij het Java-eiland is bijvoorbeeld de Woonatlas Amsterdam geweest, die letterlijk vertaald is in een gedifferentieerd gevelbeeld en woonmilieu op het Java-eiland. Referenties voor de eilanden liggen in typisch Amsterdamse buurten, zoals Plan Zuid (KNSM-eiland), de grachtengordel (Java-eiland), de Jordaan (Borneo Sporenburg) en het binnenstedelijke woon-werkmilieu (Oostelijke Handelskade). Maar is daarbij wel sprake van een moderne invulling van deze referenties.

#### **Het manifest maken van het gebied aan de andere kant van het spoor door middel van hoogbouw op strategische plekken.**

In het gebied is op strategische plekken hoogbouw (60-100 meter hoog) gesitueerd, om belangrijke schakels in het gebied te markeren en om het gebied vanuit verschillende perspectieven zichtbaar te maken in de stad. Daarnaast was het wonen in hoogbouw een woonproduct dat in Amsterdam nog niet bestond, en is dit dus een toevoeging aan het stedelijke woningaanbod.

#### **Het aanleggen van een nieuw netwerk van verbindingen tussen centrum en OHG.**

Het leggen van een relatie met de binnenstad werd door het stadsbestuur van wezenlijk belang gezien voor de ontwikkeling van het Oostelijk Havengebied. Er heeft

bijvoorbeeld een jarenlange strijd gewoed tussen het stadsbestuur en het stadsdeelbestuur van Zeeburg over de tramverbinding naar het Oostelijk Havengebied. Het stadsdeel wilde deze via de bestaande Indische Buurt laten lopen, terwijl het stadsbestuur een directe, snelle verbinding wilde met het stadscentrum. De laatste optie is uiteindelijk gerealiseerd.

Daarnaast zijn, door het omhoog brengen van de laagliggende sporen en het aanbrengen van nieuwe bruggen en verbindingsteigers, verschillende routes naar de binnenstad gerealiseerd.

### **Grote aandacht voor architectonische, stedenbouwkundige en woonkwaliteit.**

Bij de ontwikkeling van ging grote aandacht uit naar het realiseren van een hoogwaardige architectonische en stedenbouwkundige kwaliteit, waarbij het belang van de stedenbouwkundige compositie voorop stond. Ook op het realiseren van nieuwe stedelijke woningtypologieën werd sterk gestuurd, onder andere door middel van de Amsterdamse Woonatlas en de verschillende studies naar een laagbouwmilieu in hoge dichtheden. Het Oostelijk havengebied is dan ook een laboratorium voor architectuur en woningbouw en een catalogus voor stedelijk wonen aan het eind van de 20<sup>e</sup> eeuw. Dit sluit aan bij de voorhoedepositie die Amsterdam op dit gebied vaak inneemt.

### **Kwaliteit Openbare Ruimte.**

De gemeente stelde hoge eisen aan de kwaliteit van de openbare ruimte. De geur, geluiden en golfslag van het water met haar vergezichten vormden daarvoor de inspiratiebron. Zo is er een aparte lijn straatmeubilair voor het gebied ontworpen en zijn bestaande haven-elementen ingepast in de openbare ruimte.

### **Havenatmosfeer/karakter**

Het Oostelijk Havengebied vormt samen met de rest van de zuidelijke IJ-oever een kralensnoer van eilanden langs het IJ. Deze eilanden worden één voor één vernieuwd. De eilanden krijgen daarbij elk een eigen sfeer en karakter, die zoveel mogelijk aansluit bij de havenatmosfeer van het gebied.

Vanaf de ontmanteling van de havenactiviteiten, trok de architectuur van de loodsen, kantoren en pakhuizen, krakers en kunstenaars aan. Daarna bleek de architectuur van de haven, als een atmosfeer-element in een omgeving met een overvloed aan water, een troefkaart in de woningmarkt. Nieuwe gebouwen en infrastructuur worden daarom zorgvuldig ingepast.

De havenatmosfeer is zoveel mogelijk behouden door:

- Handhaving van de bestaande havenstructuur;
- De gebruikte materialen in de openbare ruimte;
- Het zicht op of voeling met het water op alle locaties;
- De inpassing van de infrastructuur, op een logische manier binnen de oude, pragmatisch opgezette infrastructuur van de havens.
- Het architectonisch ontwerp van de nieuwe gebouwen:
  - de kolossale schaal;
  - de massieve, compromisloze architectuur;
  - de nadruk op het silhouet;
  - het gebruik van donkere baksteen;
  - de grote diversiteit aan woningtypes voor bijzondere stedelijke woonwensen en de aandacht voor menging van wonen en werken.
- De diversiteit en het vrije inrichtingsprincipe van het woonoppervlak (en woonschepen en binnenvaart) reflecteren de vrijheid die de eerste infromele bewoners van de eilanden hadden, toen ze de havengebouwen aanpasten voor eigen gebruik als woon- en werkgebouwen;
- Gebruik van het water met waterprogramma;

- Evenementen in het gebied in relatie tot het havenkarakter: Sail, Zeeburg-regatta, Aqua Musica, Open Haven-festival en tal van andere culturele initiatieven.

### **Hergebruik bestaande structuur**

De handhaving van de oude structuur daagde uit tot inspirerende, onconventionele en creatieve oplossingen. De oude kades en het eilandkarakter geven het gebied een historie, een worteling in het verleden en een typische havenatmosfeer.

De eilanden hebben verschillende kwaliteiten die ze een potentieel aantrekkelijk woongebied maken:

- De lengte van de havenbekkens betekenen dat er veel water is. Wonen aan het water heeft een enorme populariteit gekregen.
- De ligging van de eilanden: aan de rand van het centrum.
- De configuratie van de eilanden, havenbekkens en het water is bijna nagenoeg gebleven tijdens de herontwikkeling.

Een aantal pakhuizen, loodsen en kantoorgebouwen op de OHK, KNSM-eiland en Entrepot West zijn gebleven op hun prominente plek en zijn medebepalend voor de nieuwe bebouwingsstructuur van de eilanden. Soms zelfs als ze uiteindelijk toch verdwenen zijn, zoals bij het gebouw Einde van de Wereld op het Java-eiland. Nieuwbouw werd, net als de bestaande gebouwen, georiënteerd over de lengte van de eilanden. En op bepaalde plekken vindt een bijzondere inpassing plaats van de oude gebouwen in de nieuwe structuur ( Piraeus en Oostelijke Handelskade).

### **Wisselwerking met lokale cultuur: het benutten van de bestaande culturele broedplaatsfunctie van het gebied**

Het Oostelijk Havengebied was voor de herontwikkeling reeds een culturele broedplaats avant-la-lettre én had

een naam in het aantrekken van creatieven. Van deze kwaliteit is tijdens de herontwikkeling gebruik gemaakt door deze bestaande gebruikers te betrekken bij de planvorming en een definitieve plek in het gebied te geven.

### **Hergebruik van cultureel erfgoed**

Het behoud van originele gebouwen heeft delen van het gebied meer identiteit dan alleen bij nieuwbouw het geval geweest zou zijn.

Bij de herontwikkeling is voor een aantal belangrijke gebouwen die tot het cultureel erfgoed behoren actief naar herbestemming gezocht die deze gebouwen een nieuwe waarde geeft, ze als het ware op een hoger plan tilt. Bij een aantal gebouwen is de invulling vanuit de gebruikers van het gebied zelf ontstaan, hier is zelfs een hele beweging uit ontstaan: het gilde van werkgebouwen aan het IJ. Deze beweging heeft zelfs geleid tot een officieel gemeentelijk Broedplaatsbeleid, waarbij de gemeente actief nieuwe culturele broedplaatsen ontwikkeld in bestaande gebouwen. Voor anderen heeft de gemeente actief gezocht naar een bijzondere, vaak cultureel-commerciële invulling (vaak met een startsubsidie van de gemeente) zoals bij het Lloyd Hotel, het Quarantaine-gebouw, de havencentrale (Panama), het gebouw De Oceaan en recentelijk Pakhuis De Zwijger.

### **Conclusies**

Bij het Oostelijk Havengebied kan gesproken worden van een zeer succesvolle ontwikkeling, met een onmiskenbare Amsterdamse uitstraling. Het gebied vormt nu, samen met de in ontwikkeling zijnde IJ-oeveren en IJburg, onderdeel van aantrekkelijkheid van Amsterdam, zowel voor bewoners als bezoekers. Een voorbeeld hiervan is de promotie van de IJ-tram, die gepositioneerd wordt als een tramverbinding tussen de nieuwe toeristische hoogtepunten in Amsterdam. Ook functioneert het gebied



als culturele en creatieve motor. Dit is tot stand gebracht door gebruik te maken van de bestaande subcultuur in het gebied en het toevoegen van nieuwe elementen in het gebied, zoals de culturele broedplaatsen en Lloyd Hotel, Panama en Muziekgebouw aan het IJ.

De belangrijkste succesfactoren van het Oostelijk Havengebied zijn:

- De inspiratie die uit Amsterdam en het gebied zelf (zowel bestaand als wat tijdens de ontwikkeling ontstond) gehaald is tijdens het ontwikkelingsproces.
- De wisselwerking tussen het bestaande en de nieuwe invulling, wat leidt tot creatieve, inspirerende oplossingen.
- Het handhaven van de havenatmosfeer en het levend houden hiervan: geen museumstukken, maar levende cultuur.
- Het gebruik van het IJ, hetgeen een sterk merk vertegenwoordigd, verbonden met de cultuur van Amsterdam.
- Het opknippen van het gebied in deelfasen en het onderverdelen van het planvormingsproces in stappen (van Nota van Uitgangspunten tot en met Stedenbouwkundig Plan). De ontwikkeling van één eiland per keer en de stappen in het planvormingsproces zorgden voor de mogelijkheid in te spelen op ontwikkelingen zoals de markt, beleid en de context van het gebied én maakten het mogelijk om bestaande en nieuwe gebruikers invloed te laten hebben op de inrichting van het gebied. Zo kon Rietlanden (het overgangsgebied tussen de eilanden) aangepast worden aan de wensen van de gebruikers van de eilanden: meer groen en openbare ruimte.
- Het realiseren van voldoende kritische massa om tot functiemenging over te gaan. Door het accent op woningbouw én de durf die getoond is om functiemenging tot stand te brengen op de eerste eilanden, is een kritische massa ontstaan die de

positie van de bijvoorbeeld de Oostelijke Handelskade en de rest van de IJ-oeveren versterkt. Het westelijk deel van de IJ-oeveren vormt als het ware een verlengstuk van de binnenstad. Je ziet deze invloed ook op de ontwikkelingen rond de Czaar Peterbuurt, waar het Oostenburgereiland herontwikkeld wordt tot een binnenstedelijk woon-werkmilieu. Iets wat voor de ontwikkeling van het Oostelijk Havengebied ondenkbaar was, gezien de toen perifere ligging.

Alhoewel sprake is van een zeer succesvolle ontwikkeling met een eigen identiteit, zijn er ook een paar punten van kritiek.

### **1. Groot accent op wonen: suburbaan karakter**

Het Oostelijk Havengebied is onmiskenbaar stedelijk in termen van ligging, dichtheid en verschijningsvorm. Maar door het grote accent op wonen zijn grote delen van het gebied ook suburbaan maar dan wel in een hoge dichtheid: een stedelijke woonwijk aan het water. De vraag is met name bij Borneo Sporenburg of dit woonmilieu daadwerkelijk op de langere termijn de stedelijke gezinshuishoudens weet vast te houden. De eerste tekenen baren zorgen: er is het laatste jaar een toenemende trek met name vanuit dit gebied waar te nemen naar de nieuwe woonwijk IJburg.

### **2. Gebrek aan functiemenging op cruciale plekken**

Alhoewel op een aantal plekken in het Oostelijk Havengebied (zoals op het KNSM-eiland en aan de Oostelijke Handelskade) een geslaagde en interessante functiemenging tot stand is gebracht, is dit in het grootste deel van het gebied niet gelukt. Het Java-eiland en Borneo Sporenburg zijn, ondanks hun referenties van de grachtengordel en de Jordaan, woonbuurten waar nauwelijks andere functies voorkomen. Dit is vooral opvallend op een aantal cruciale plekken.

De doodse Java-kade, waaraan uitsluitend gewoond wordt, staat bijvoorbeeld in schril contrast met de Levantkade op het KNSM-eiland, waar sprake is van zeer levendige stedelijkheid. In die zin lijkt de Levantkade meer op de grachtengordel dan de Javakade, waarvoor de grachtengordel model gestaan heeft.

Ook in de straten op Borneo-Sporenburg overheerst de stilte en niet de gezellige drukte van de Jordaan. Hier wordt dat, behalve door de monofunctie wonen, mede bepaald door de inpandige parkeerplekken aan de straat. Deze zijn vaak afgesloten met hekken waardoor er geen relatie is met tussen de woning en de straat.

In de Rietlanden is op een tweetal plekken, onder invloed van de eisen van de markt, sprake van een meer suburbane functie-invulling dan een stedelijk functie-menging. Het winkelcentrum Brazilië (alhoewel gerealiseerd in een gerenoveerde havenloods en extern georiënteerd) is een gewoon winkelcentrum dat je in vele Vinex-wijken tegenkomt. Door de concurrentiebedingen van de ontwikkelaar mocht in de rest van het gebied de eerste 10 jaar geen andere detailhandel gerealiseerd worden. Op dit moment probeert het stadsdeel (nu de 10 jaar voorbij zijn) met alle macht in de rest van het gebied detailhandel mogelijk te maken, maar dit is in het voltooide en geheel in gebruik genomen gebied een lastige opgave. Verder staan in het Rietlandpark aan de Piet Heinkade vijf geschakeld kantoorstorens genaamd Quintet Office park. Dit kantorengedebied staat vrij geïsoleerd van de rest van de buurt en kent hier geen enkele wisselwerking mee. Dit lijkt sterk op de kantoorstroken die bij veel nieuwe buitenwijken worden gerealiseerd in geluidbelaste zônes.

### **3. Artificieel Amsterdams karakter**

Voor de ontwikkeling van het gebied hebben bestaande, aantrekkelijke Amsterdamse buurten model gestaan. Op sommige plekken, waar een interessante wisselwerking is opgetreden met de context van het gebied, heeft dit

geleid tot succesvolle buurten met een sterke eigen identiteit. Op andere plekken, waar deze wisselwerking in mindere mate is opgetreden, is sprake van een artificiële vertaling van het specifieke karakter van de buurt die voor de ontwikkeling model heeft gestaan. Er lijkt daar sprake te zijn van een soort modegril. Dit geldt in het bijzonder voor het Java-eiland, in wezen een woonbuurt met een bijzondere aankleding die geïnspireerd is op de grachten. De vraag is in hoeverre dit gebied uiteindelijk met haar eigen kwaliteiten zal wortelen in de stadscultuur.

## Hoofdstuk 6: Conclusies en aanbevelingen

In dit scriptie-onderzoek stond de vraag centraal wat de rol is van identiteit bij de ontwikkeling van stedelijke transformatiegebieden, en welke succesfactoren in de praktijk onderscheiden kunnen worden bij het tot stand brengen van een identiteit van deze stedelijke transformatiegebieden. Om deze probleemstelling te beantwoorden zijn tijdens het onderzoek de volgende onderzoeksvragen aan bod gekomen:

1. In welke algemene context (structurele ontwikkelingen en de gevolgen hiervan voor het beleid bij stedelijke ontwikkeling) kan de ontwikkeling van transformatiegebieden geplaatst worden.
2. Wat betekent deze context voor het begrip identiteit bij transformatiegebieden?
3. Hoe kan op identiteit gestuurd worden bij de ontwikkeling van transformatiegebieden?
4. Welke rol heeft identiteit gespeeld en hoe is op identiteit gestuurd bij vier praktijkcases van gebiedsontwikkeling in transformatiegebieden: Oostelijk Havengebied in Amsterdam, Ceramique in Maastricht, 22@BCN in Barcelona en Abandoibarra in Bilbao?
5. Welke succesfactoren kunnen bij het ontwikkelen van identiteit bij bovengenoemde praktijkcases onderscheiden worden?

### De context bij de ontwikkeling van transformatiegebieden.

Het blijkt dat de herontwikkeling van transformatiegebieden een cruciale rol speelt in de concurrentiestrijd die zich in toenemende mate tussen steden afspeelt, zowel nationaal als internationaal. Deze concurrentiestrijd beperkt zich niet alleen tot de grote steden, maar ook middelgrote steden doen hier in toenemende mate aan mee. De achtergrond van deze concurrentiestrijd ligt in een aantal structurele ontwikkelingen die zich de afgelopen decennia hebben

voltrokken. Deze structurele ontwikkelingen hebben te maken met de opkomst van de Informatie- en Communicatie Technologie (ICT), de overgang van het industriële naar het post-industriële tijdperk en de hiermee gepaard gaande economische herstructurering.

Door deze structurele ontwikkelingen zijn economische sectoren schijnbaar footloose geworden. De werkelijkheid is echter anders. Het belang van locatie is alleen nog maar toegenomen. De stad staat bij de nieuwe economische sectoren weer centraal, doordat vooral in de stad invulling kan worden gegeven aan de nieuwe vestigingsplaatsfactoren: de aanwezigheid van voldoende kenniswerkers, bereikbaarheid en aantrekkelijkheid ('quality of life' of 'quality of place').

De ontwikkelpotentie van een stad, in een groeiende internationaal concurrerende omgeving, hangt niet alleen af van de faciliteiten en kwaliteiten die een stad biedt vanuit een objectief perspectief. Het is vooral van belang om concurrentievoordelen te genereren voor de stad. De sleutel hiervoor ligt in het kiezen van de juiste positionering, een attractief imago en zichtbaarheid op wereldschaal. De ontwikkeling van steden kan dus niet alleen door investeringen in aantrekkelijkheid en bereikbaarheid maar ook door een positief, onderscheidend imago worden beïnvloed. Deze onderwerpen vormen dan ook steeds vaker de doelstellingen van stedelijk beleid.

Stedelijk beleid krijgt onder invloed van de (inter)nationale concurrentie steeds meer de kenmerken van marketingbeleid (onder de noemer strategische citymarketing). En er wordt steeds meer gebruik gemaakt van strategische planning, waarbij de relevante publieke en private actoren gezamenlijk de stedelijke ontwikkelingsactiviteiten plannen en uitvoeren. Van groot belang daarbij is dat de afzonderlijk te nemen maatregelen deel uitmaken van een breder product en een hoger doel, zoals het economisch herpositioneren van

een stedelijke regio. Strategische citymarketing en strategische planning evolueren daarbij tot een stedelijke ontwikkelingsmethode die de term 'urban entrepreneurialism' draagt. Deze methode onderscheidt zich vooral door de nadruk op een projectgeleide ontwikkeling van de stad. Ondernemende steden richten zich op het tot ontwikkeling brengen van strategische gebieden in de stad (de zogenaamde opportunity-areas) waarmee ze concurrentievoordeel t.o.v. andere steden denken te kunnen halen en waarmee ze de stad economisch kunnen positioneren. Met deze gebieden wordt de gewenste identiteit en het imago van de stad onder de aandacht gebracht of gevormd, in de hoop daarmee het (inter)nationale kapitaal (in de vorm van investeringen en bezoekers) naar de stad te krijgen.

#### **De betekenis van de context voor het begrip identiteit bij gebiedsontwikkeling.**

De ontwikkeling van projecten op strategische locaties die een uitstraling moeten hebben op verschillende schaalniveaus, vormt momenteel vaak het vertrekpunt van stedelijk beleid. Stedelijke transformatiegebieden bieden door hun aard en ligging hiertoe een uitgelezen kans. Veel steden hebben de herontwikkeling van deze gebieden dan ook tot een belangrijk speerpunt gemaakt.

Stedelijke transformatiegebieden vormen dus een belangrijke strategisch instrument voor steden bij hun stedelijke ontwikkeling. Ze vormen als het ware de voorgevel of de etalage van de stad. Maar deze etalages hebben de neiging om steeds meer op elkaar te gaan lijken (McDonaldization, de grote wereldbrands die over de hele wereld hetzelfde zijn) onder invloed van de globalisering. De nadruk komt daarom steeds meer te liggen op het tot stand brengen van een eigen identiteit onder het motto: think global, act local. Er wordt gepoogd om het (internationale) kapitaal te koppelen aan de lokale identiteit, als onderscheidende kracht van de stad en de regio.

Stedelijke identiteit kan beschouwd worden als de symbolische dimensie van stedelijke concurrentie. Stedelijke transformatiegebieden hebben daarbij de kracht, door hun strategische rol in stedelijke ontwikkeling, om een bijzondere identiteit aan de stad toe te voegen. Steden proberen, onder de invloed van 'parity marketing', unieke kwaliteiten te claimen die ze onderscheidt van de concurrentie. Omdat steden en stedelijke gebieden een specifieke, sociaal-culturele en niet-kopieerbare betekenis hebben, kunnen ze zichzelf onderscheiden van andere steden en stedelijke gebieden. Dit kan ze een bepaald concurrentievoordeel geven. De opgave is dus vooral om voor de transformatiegebieden als strategische plekken in de stad, vormen van identiteit te ontwikkelen die een duurzaam karakter moeten krijgen en waarbij het stedelijk leven opnieuw wordt verankerd

Om de nieuw gevormde identiteit van een transformatiegebied duurzaam te laten zijn, zal deze betekenisvol moeten zijn in de stad. Het gaat er daarbij om dat de nieuwe identiteit verbonden is met de bijzondere, onderscheidende aspecten van de stad, met de kwaliteiten en potenties van de stad zelf. Dit zijn dan met name de fysieke, sociale, culturele en economische structuren die over een lange periode zijn ontwikkeld (de zogenaamde statische en semi-statische elementen) en daardoor een zekere eigenheid hebben gekregen. Deze historisch gegroeide stedelijke structuren zijn zelden gemakkelijk te kopiëren en ze zijn evenmin gemakkelijk ongedaan te maken. Hoe de lokale structuren (de 'persoonlijkheid' van de stad en de lokale cultuur) wortelen in de nieuwe identiteit van een transformatiegebied, is dus bepalend voor de uiteindelijke betekenis die de identiteit van dit gebied krijgt.

#### **Sturen op identiteit bij de ontwikkeling van transformatiegebieden.**

Het interessante is dat bij de ontwikkeling van transformatiegebieden de statische elementen van identiteit geherinterpreteerd kunnen worden en aan de semi-sta-

tische en inkleurende elementen invulling gegeven kan worden. Hiermee ontstaat dus een basis voor een sturingsmiddel om een eigen, onderscheidende en duurzame identiteit tot stand te brengen. Door de onderscheidende identiteit van een stad te gebruiken als instrument bij de ontwikkeling van transformatiegebieden en daarmee ook zichtbaar te maken, kan zowel een onderscheidende invulling van het transformatiegebied tot stand komen als de identiteit - en daarmee het imago - van een stad versterkt of bijgesteld worden.

Strategieën die zich richten op de verbinding tussen uiterlijk en innerlijk, lijken het meest kansrijk om een onderscheidende, duurzame identiteit voor een transformatiegebied tot stand te brengen. Het 'innerlijk' wordt daarbij gedefinieerd als de regionaal-stedelijk-context, de lokale cultuur en de specifieke context in het transformatiegebied. Het uiterlijk bestaat uit de 'kwaliteit' (vormgeving en omvang) en 'katalysatoren' (evenementen, functies en gebouwen) die in het transformatiegebied gerealiseerd worden.

#### **De praktijk: de rol van identiteit bij stedelijke transformatiegebieden in Bilbao, Barcelona, Maastricht en Amsterdam.**

De vier steden, waar in het kader van deze scriptie vier cases zijn onderzocht, **Abandoibarra** in Bilbao, **22@BCN** in Barcelona, **Ceramique** in Maastricht en **Oostelijk Havengebied** in Amsterdam, voeren bij de ontwikkeling van hun stedelijke transformatiegebieden een strategie die zich richt op het tot stand brengen van een unieke identiteit. Wat daarbij opvalt is dat in alle steden zowel de regionaal-stedelijke context, als de lokale cultuur en de specifieke context van het transformatiegebied een rol spelen om de elementen 'katalysatoren' en 'kwaliteit' een invulling te geven. Alleen de mate waarin en de manier waarop verschilt sterk tussen de steden.

Wat betreft de regionaal-stedelijk context blijkt vooral de fysieke structuur een belangrijke rol te spelen. In alle gevallen wordt gezocht naar fysieke structuren die een belangrijke culturele betekenis hebben in de stad. De strategieën richten zich daarbij op een combinatie van het integreren of voortbouwen op bestaande fysieke structuren in het gebied en de vormgeving van de nieuwe elementen, die door bouwvormen en stedenbouwkundige setting vaak aansluiten bij de lokale traditie van stadsontwikkeling. Wat de architectuur betreft wordt soms gezocht naar elementen die de lokale architectuur kenmerken, maar vaak wordt ook bewust gezocht naar nieuwe, moderne (vaak internationale) architectuur. De openbare ruimte wordt in alle gevallen gezien als een belangrijke drager van de identiteit en daarbij wordt ingezet op openbare ruimte die aansluit bij de stadscultuur. De invulling die de nieuwe elementen in het gebied krijgen is daarbij sterk afhankelijk van de doelstellingen van het project: wordt er bewust gestuurd op het tot stand brengen van een nieuwe identiteit voor de stad of een nieuwe toevoeging aan de bestaande identiteit.

Bijzonder in de stad Bilbao is dat het vormen van een nieuwe identiteit (in de vorm van een nieuwe fysieke werkelijkheid die het innerlijk - de lokale sociale, culturele en economische structuren - moet gaan veranderen) van de totale regio centraal staat en de herontwikkeling van Abandoibarra hier een belangrijke katalysator bij is. Daarbij worden nieuwe fysieke structuren (zoals de nieuwe metro, vliegveld, het Guggenheim-museum en stragische kans-gebieden als Abandoibarra en Zorrozaure) en herinterpretatie van bestaande structuren (zoals de rivier als centrale as en de 'Ensanche') als dragers van de nieuwe identiteit benoemd. Er wordt bij de invulling van de nieuwe identiteit bewust gezocht naar impulsen van buiten af, bijvoorbeeld door het aantrekken van buitenlandse architecten en stedenbouwkundigen van grote naam en faam en het zoeken van inspiratie bij succesvolle buitenlandse

voorbeelden. De bestaande lokale cultuur en de specifieke context van het transformatiegebied spelen bij deze strategie dus een minder grote rol.

In het geval van Barcelona en Amsterdam speelt de wisselwerking tussen de lokale stedelijke context, de specifieke context van het transformatiegebied en de nieuwe invulling van het gebied een belangrijke rol. In beide gevallen wordt bewust de confrontatie tussen beide opgezocht om tot bijzondere, inspirerende en creatieve oplossingen te komen. In Barcelona gaat het hierbij om de confrontatie tussen de doorgezette structuur van de Ensanche, Front Litoral, Diagonal en nieuwe centrale gebieden, de bestaande industriële structuur in Poblenou en het nieuwe programma in het gebied. In het Oostelijk Havengebied om de confrontatie tussen Amsterdamse vormen van stedelijkheid, de bestaande structuur van het Oostelijk Havengebied en waardevolle gebouwen daarin en het nieuwe programma in het gebied.

In beide steden maken de ontwikkelingen tevens onderdeel uit van een bredere transformatiestrategie, die zich richt het herontwikkelen en herpositioneren van een deel van de stad, waarbij de eigen stedelijke ontwikkeling een belangrijke inspiratiebron is. In Barcelona betreft het de gehele noord-oostkant van de stad, waarbij de opgave zich in de nabije toekomst ook op regionaal schaalniveau zal moeten manifesteren om daadwerkelijk succesvol te kunnen zijn. In Amsterdam gaat het om de herontwikkeling van de IJ-as, die loopt van de ringweg A10-west tot en met IJburg aan de oostkant van de ring A10. Ook hier zal de opgave zich in de nabije toekomst op regionaal schaalniveau moeten manifesteren om het huidige succes te kunnen continueren.

In Maastricht is sprake van een strategie die zich richt op het enerzijds verbinden van het gebied met het historisch centrum van de stad en het 'afmaken' van de historische binnenstad en anderzijds op het toevoegen van een nieuw hoogwaardige stadsdeel, waarmee een

(inter)nationale uitstraling ontstaat. Bij de fysieke invulling van het gebied is een interpretatie gemaakt van de 'zuidelijke' atmosfeer van Maastricht, die heeft geleid tot een mediterrane stedelijke sfeer. Met name door deze interpretatie is meer sprake van een artificiële Maastrichtse identiteit dan een met de regionaal-stedelijke context en lokale cultuur verbonden identiteit. De ontwikkeling van het gebied staat daarbij ook redelijk zelfstandig binnen de stedelijke ontwikkeling van Maastricht. Er heeft, zoals wel het geval is in Bilbao, geen verbreding plaatsgevonden naar een aanpak op regionaal schaalniveau waarbinnen de positionering van Ceramique één van de elementen is. Daarnaast heeft de specifieke context van het transformatiegebied slechts een zeer beperkte rol gespeeld. Door het enclave-karakter van het gebied, is het gebied redelijk afgeschermd van omgevingsinvloeden tot ontwikkeling gebracht. De gebouwen en structuren die behouden zijn, zijn beperkt gebleven en hebben ook een beperkte betekenis in het huidige karakter van het gebied.

Het belangrijkste onderscheid tussen de gebieden is de invloed van de sociale, culturele en economische structuren, zowel lokaal als op de schaal van het transformatiegebied, op de identiteit van het transformatiegebied. In het geval van het Oostelijk Havengebied in Amsterdam is sprake van een grote invloed van deze structuren op de totstandkoming van de identiteit van het gebied. Het meest bepalend zijn hierbij:

- De invloed die de in het gebied aanwezige subcultuur heeft gehad. Deze invloed kon ondermeer tot stand komen door de traditie in Amsterdam van het benutten van het klimaat van openheid, tolerantie en creativiteit. Dit gebeurt onder andere door het ruimte geven aan de eigen expressie van de verschillende stedelijke groepen.

- De nadruk die gelegd is op het tot stand komen van een bijzonder stedelijk woonprogramma, waarmee zowel ingespeeld is op de diversiteit van de Amsterdamse stedelijke cultuur als op de reeds aanwezige leefcultuur in het gebied. De stadsgebouwen op het KNSM-eiland hebben in dit opzicht een belangrijke katalyserende werking gehad.
- De nadruk die gelegd is op niet alleen het behoud van, maar ook het geven van nieuwe economische of culturele betekenis aan historisch en cultureel erfgoed (zowel gebouwen als structuren).
- Het benutten van de culturele diversiteit, dynamiek en handelsgeest in de stad en de verbinding die gelegd is tussen cultuur en handel/commercie.

Dit heeft alles heeft geleid tot een unieke identiteit van het gebied, die sterk verbonden is met de Amsterdamse identiteit. Daarbij zijn er nog twee belangrijke succesfactoren geweest.

- De inspiratie die uit Amsterdam en het gebied zelf (zowel bestaand als wat tijdens de ontwikkeling ontstond) gehaald is tijdens het ontwikkelingsproces;
- Het opknippen van het gebied in deelfasen en het onderverdelen van het planvormingsproces in stappen (van Nota van Uitgangspunten tot en met Stedenbouwkundig Plan) geweest. De ontwikkeling van één eiland per keer en de stappen in het planvormingsproces zorgden voor de mogelijkheid in te spelen op ontwikkelingen zoals de markt, beleid en de context van het gebied én maakten het mogelijk om bestaande en nieuwe gebruikers invloed te laten hebben op de inrichting van het gebied.

In het geval van Barcelona is de invloed van de sociale, culturele en economische structuren op lokaal niveau wel in bepaalde mate aanwezig, maar ontbreekt het volkomen aan invloed van deze structuren op de schaal van het gebied zelf. Alleen de vanuit de

politiek-zakelijk elite gewenste structuren krijgen invloed op de ontwikkelingen in het gebied, waardoor er een elitaire interpretatie van de identiteit plaatsvindt. Dit wordt nog versterkt door de het sterke speculatieve karakter en het korte termijn-rentabiliteitsdenken van de marktsector, die een grote invloed heeft op de ontwikkeling van het gebied. Er is sprake van nieuwe structuren die top-down op het gebied werden gelegd, waarbij de bestaande sociale, culturele en economische structuren totaal dreigen te verdwijnen. Ontluisterend voorbeeld van wat dit in de praktijk oplevert is het gebied Diagonal Mar, waar eerder sprake is van een op Noord-Amerikaanse leest geschoeide suburbaan gebied dan een Barcelonese stadswijk. Deze ontwikkelingen staan overigens haaks op de vooralsnog papieren intenties van de plannen voor het gebied, waarbij wel degelijk een wisselwerking wordt gezocht met de bestaande sociale, culturele en economische structuren. In het geval van Barcelona valt verder op dat, ook weer in tegenspraak met de papieren intenties, er in de praktijk nauwelijks flexibiliteit in de plannen bestaat om in te spelen op een veranderende context. Zo lijkt het gebied bijvoorbeeld steeds meer de belangstelling te krijgen van de creatieve sector, maar wordt nog steeds rigide vastgehouden aan het realiseren van een modern, high tech zakendistrict.

In het geval van Bilbao en Maastricht is, vanuit verschillende achtergronden, bewust geen directe wisselwerking met de sociale, economische en culturele structuren aangegaan. In Bilbao is de achtergrond hiervan de ingezette strategie om door middel van het transformeren van het imago en de fysieke omgeving van de stad, het innerlijk van de stad te veranderen. De bedoeling is een 'shock-therapie' uit te voeren, waarbij de fysieke maatregelen een proces van verandering van sociale, economische en culturele structuren op gang moet zetten. De veranderingen die optreden (in de vorm van particuliere initiatieven) worden daarbij

welkom omarmd en gefaciliteerd door de publieke instanties.

In Maastricht is geen directe wisselwerking met de lokale cultuur aangegaan. Dit komt met name door een aantal specifieke kenmerken van de ontwikkeling. De korte tijd die de verkopende partij van het gebied bood om tot de grondtransactie te komen en de betrokkenheid van een private partij vanaf de initiatieffase zijn hiervan de belangrijkste oorzaken. Het afgesloten, enclave-achtige karakter van het gebied heeft zich vertaald in het proces. Het spelersveld was beperkt en overzichtelijk. Met name daardoor heeft men sterk aan oorspronkelijke uitgangspunten van het plan vast kunnen houden. Ook was er, doordat er sprake was van een afgesloten enclave, geen sprake van tijdelijke gebruikers in het gebied die invloed hebben uitgeoefend op de ontwikkeling. Door deze inrichting van het proces is er sprake van een sterke top-downstrategie, waarbij een zwaar accent ligt op meer 'elitaire' stedelijke functies en een representatieve vorm van stedelijkheid. De identiteit van het gebied is sterk bedacht vanuit de markt: een vertaling van de wensen van de beoogde doelgroep en een artificiële interpretatie van de Maastrichtse identiteit. De vraag is daarmee of er echt sprake is van een duurzaam verankerde identiteit, of meer van een modegril.

Uit de vier cases is daarmee duidelijk geworden dat:

- vooral de confrontatie tussen de lokale fysieke stedelijke context, de specifieke fysieke context van het transformatiegebied en de nieuwe fysieke invulling van het gebied een belangrijk middel zijn om bijzondere, inspirerende en creatieve oplossingen te komen en een transformatiegebied een unieke, lokaal gebonden identiteit te geven;
- de wisselwerking die plaats vindt met de (sub) cultuur op lokaal en gebiedsniveau transformatiegebied van wezenlijk belang is voor het tot stand

brengen van een duurzame identiteit, in de zin van dat deze verbonden is met de historisch gegroeide sociale, culturele en economische structuren;

- de procesvoering van wezenlijk belang is voor de mate waarin de sociale, culturele en economische structuren op lokaal en gebiedsniveau een wisselwerking aangaan met de nieuwe invulling van het gebied;
- het inbouwen van flexibiliteit en een stapsgewijze ontwikkeling ruimte biedt om in te spelen op ontwikkelingen zoals de markt, beleid en de context van het gebied én het mogelijk maakt om bestaande en nieuwe gebruikers invloed te laten hebben op de inrichting van het gebied.

#### **Succesfactoren bij het tot stand brengen van een duurzame, onderscheidende identiteit voor stedelijke transformatiegebieden.**

De belangrijkste succesfactor blijkt te zijn de rol die de historisch gegroeide stedelijke constellatie speelt bij de ontwikkeling van een transformatiegebied, zowel **inhoudelijk**, in de vorm van de wisselwerking tussen bestaande en nieuwe structuren, als **procesmatig**, in de vorm van procesvoering en de ruimte die daarbij bestaat voor de wisselwerking tussen de lokale cultuur, de bestaande subcultuur in het gebied en de nieuwe invulling van het gebied. Dit betekent dat, om een duurzame en voor de stedelijke regio betekenisvolle identiteit tot stand te brengen, bij de ontwikkeling van een transformatiegebied de structuren - fysiek, sociaal, economisch en cultureel - die een belangrijke lokale betekenis hebben een leidende rol moeten spelen.

Het lijkt logisch om te veronderstellen dat, als er bewust gestuurd wordt op het tot stand brengen van een totaal nieuwe identiteit voor de stedelijke regio, zoals het geval is bij Bilbao, bestaande stedelijke structuren juist geen rol zouden moeten spelen. Dit is echter niet het geval. Ook bij het vestigen van een



nieuwe identiteit blijven deze historisch gegroeide structuren een rol spelen, want deze zijn niet gemakkelijk ongedaan te maken. Een beter strategie zou dan zijn om de wortels van de lokale cultuur en context op te zoeken en te proberen om hier nieuwe lagen (in de vorm van nieuwe interpretaties) aan toe te voegen. Het schaalniveau waarop dat gebeurt speelt hierbij een belangrijke rol. Dit vergt bij uitstek een sterk organiserend vermogen op regionaal-stedelijk niveau waarbij de relevante publieke en private actoren een samenhangende, langjarige strategie opzetten met een duidelijke prioriteitsstelling.

Bij het tot stand komen van de identiteit van een transformatiegebied vormt het lokale organiserend vermogen, dat bepaald wordt door de regionaal-stedelijke context, de lokale cultuur en de specifieke context van een transformatiegebied, een belangrijke succesfactor. Het organiserend vermogen bepaalt in sterke mate of en hoe er verbinding ontstaat tussen het innerlijk en uiterlijk en het schaalniveau waarop dit gebeurt - het gebied, de stad, de regio. In de huidige situatie wordt voldoende organiserend vermogen op regionale schaal steeds meer van belang voor het verder ontwikkelen en positioneren van het stedelijk gebied. Met name het vermogen om een gemeenschappelijke visie op regionaal schaalniveau tot stand te brengen en vervolgens gezamenlijk, met alle betrokken partners, duidelijke prioriteiten te stellen, vormt één van de sleutels tot succes.

Maar ook het belang van voldoende organiseren vermogen op het gebied van het project moet niet worden onderschat. Het voorbeeld van het KNSM-eiland in Amsterdam laat zien wat samenwerking van de gemeente met de bestaande gebruikers en de juiste ontwikkelende partijen, in dit geval twee ondernemende woningcorporaties, kan opleveren.

#### **Lering uit Spaanse en Nederlandse praktijkcases.**

In het kader van deze scriptie zijn transformatiegebieden in twee Spaanse steden en twee Nederlandse steden onderzocht. Het is daarom interessant om te kijken waar de belangrijkste verschillen in aanpak zitten.

Interessant is dat de ontwikkelingen in de twee Spaanse steden naadloos passen binnen een omvattende strategie op een hoger schaalniveau. Bij de twee Spaanse steden staan het stedelijk beleid en ontwikkeling volkomen in het teken van het 'marketen' van hun gewenste identiteit en projecten die hieraan invulling moeten geven. Zelfs ontwikkelingen die nog in hun kinderschoenen staan worden daarbij al onderdeel gemaakt van de identiteit en actief ingezet in imagocampagnes.

Beide Spaanse steden werken aan een eindeloze reeks projecten die elkaar in snel tempo opvolgen. Er is sprake van een sterk ontwikkeld organiserend vermogen, in Bilbao georganiseerd op regionaal niveau, in Barcelona op stedelijk niveau, maar langzamerhand ontstaat dit ook hier steeds meer op regionaal niveau. Daarbij worden specifieke arrangementen opgezet in de vorm van publiek gecontroleerde private ontwikkelingsmaatschappijen (zoals Bilbao Ría 2000 en 22@BCN S.A.) en publiek-private samenwerkingen (zoals Bilbao Metropolli-30).

Bij de twee cases in Nederland bevindt het organiserend vermogen zich meer op het niveau van de gebieden zelf. Via gebiedsgerichte samenwerkingsarrangementen zijn beide projecten tot stand gebracht, waarbij het accent in Maastricht sterk op publiek-private samenwerking lag en in Amsterdam op een sterk sturende lokale overheid. Bij de Nederlandse voorbeelden is schoorvoetend sprake van een toenemend bewustzijn van de noodzaak om de stad door middel van een meeromvattende strategische projecten aanpak te 'marketen'. Zo is het Oostelijk Havengebied pas toen er al geruime tijd aan de plannen werd

gewerkt, in relatie gebracht met de herontwikkeling van de gehele IJ-as. En is Amsterdam pas zeer recent, na afronding van het Oostelijk Havengebied, gestart met deze nieuwe toevoeging aan de binnenstad actief te promoten. Bij de meer recente ontwikkelingen (zoals IJ-burg en de IJ-oever) gaat het stadsbestuur van Amsterdam steeds meer over tot het 'urban entrepreneurialism' waar Spaanse steden al veel langer mee werken. Zo wordt de nieuwe IJtram, die de binnenstad en de in ontwikkeling zijnde nieuwe gebieden verbindt, vanaf de opening al gepromoot als de 'culturele tram' en de 'tram die de meeste architectonische hoogstandjes verbindt'.

Een tweede punt dat opvalt in de vergelijking is dat bij de twee Spaanse steden de lokale cultuur wel een bepaalde rol speelt - met name gericht op het versterken van de regionale identiteit - maar er geen sprake is van een echte wisselwerking met de (sub)cultuur op lokaal niveau en op het niveau van het transformatiegebied. De cultuur van de politiek-zakelijke elite voert bij beide steden de boventoon. Dit is, naast een cultureel verschil met de Nederlandse situatie waar de lokale democratie en zeggenschap van de burger sterker is geworteld, ook een uitwas van het 'urban entrepreneurialism', waar door de arrangementen tussen publieke partijen en private ontwikkelaars de democratische contrôle sterk verminderd.

Ook in Maastricht is dit, alhoewel minder uitgesproken, het geval. Ook hier is sprake van een afgesloten proces, waar de betrokken publieke en private partij in beslotenheid de plannen tot ontwikkeling brengen. Het voorbeeld van Amsterdam staat daar tegenover als voorbeeld waar de (sub)cultuur op lokaal niveau én op het niveau van het transformatiegebied een zeer belangrijke rol heeft gespeeld bij de invulling van de identiteit van het Oostelijk Havengebied. Dit heeft geleid tot een unieke identiteit van het gebied, die sterk verbonden is met de Amsterdamse identiteit en

daar nieuwe waarden aan toevoegt. In Barcelona bestaat deze intentie overigens op papier wel, maar in de praktijk nog niet. De vraag is of dit niet alsnog, onder de toenemende maatschappelijke druk waar momenteel sprake van is, tot stand zal komen. Dit zal het uiteindelijke succes van de ontwikkeling in Barcelona gaan bepalen.

Het laatste opvallende punt is dat bij beide Nederlandse ontwikkelingen het wonen centraal staat. Dit past in de strategie die eind jaren '80 op Rijksniveau is ingezet om het stedelijke gebied weer centraal te zetten als woongebied voor meer draagkrachtige huishoudens. In de loop der jaren heeft dit zich, onder invloed van de economische en maatschappelijke ontwikkelingen, langzamerhand geëvolueerd tot een bredere strategie, gericht op het aantrekkelijker maken van de stad voor bewoners, bedrijven en bezoekers. Bij zowel Oostelijk Havengebied als Ceramique geldt dat door de nadruk op het wonen (in hoge dichtheden), er ook in het gebied zelf voldoende kritische massa aanwezig is voor extra stedelijke voorzieningen. In het Oostelijk Havengebied heeft dit er mede toe geleid dat in de latere fasen van de ontwikkelingen bijzondere voorzieningen aan het programma konden worden toegevoegd. Het wonen kan hier dus als één van de katalysatoren van de ontwikkeling gezien worden.

In beide Spaanse voorbeelden ligt de nadruk sterk op de economische functie van het gebied en is het wonen in de ontwikkelstrategie ondergeschikt. In het geval van Bilbao was wonen in eerste instantie ook uitdrukkelijk niet gewenst binnen het transformatiegebied. In de praktijk echter heeft het wonen in beide ontwikkelingen wel een plek gekregen, maar meer uit noodzaak van financiële haalbaarheid dan om inhoudelijke redenen. Daarmee is het wonen meer een restcategorie in de ontwikkeling dan een katalyserende functie.

### **Naar een succesvolle identiteitsstrategie voor de Randstad?**

Op basis van de conclusies uit deze scriptie, is het interessant om te kijken wat dit zou betekenen voor de Randstad.

Opvallend is dat de Randstad in Nederland een papieren begrip is en nog geen cultureel begrip. In het buitenland bestaat het begrip Randstad echter wel degelijk en er wordt op deze manier ook over de steden in het westen van het land gesproken. Dit betekent dat het externe imago van de Randstad anders is dan het interne imago. Het probleem is dat de identiteit van de Randstad in werkelijkheid niet bestaat, er is meer sprake van losse onderdelen (de vier grote steden, het groene hart, en kleinere en middelgrote gemeentes), die samen het begrip Randstad invullen. De Randstad is dus eigenlijk een optelsom van losse delen en het geheel is niet meer dan dat.

In de internationale concurrentiestrijd is het echter wel van wezenlijk belang om de Randstad te positioneren als één geheel en de ontwikkeling vanuit deze schaal op te pakken. Daarmee worden nieuwe ontwikkelingen mogelijk die er inderdaad voor zorgen dat het geheel meer wordt dan de som der delen. Door op het niveau van de Randstad te denken, ontstaat bijvoorbeeld de kritische massa om bijzondere functies en voorzieningen toe te voegen die de betekenis van de Randstad als metropolitaan gebied zullen vergroten.

Het is daarbij van belang projecten te initiëren die de schaal van de individuele stad te boven gaan. Deze projecten moeten ervoor zorgen dat de stad inspeelt op de kansen en uitdagingen van de (postmoderne) economie met de informatie- en communicatietechnologie als grondslag. Investerings in transport- en infrastructuurnetwerken spelen daarbij een belangrijke rol, omdat ze werken als katalysatoren voor verandering en ze de condities creëren voor het herontwikkelen van

stedelijke gebieden. Daarmee vormen deze investeringen een belangrijke basis voor een projectgeleide stedelijke revitalisering. Ze plaveien de weg voor groot-schalige stedelijke projecten die onder andere worden ontwikkeld op verlaten industrie- en haventerreinen en overbodig geworden infrastructuur.

Met de ontwikkeling van deze grootschalige stedelijke projecten, kan de identiteit van de Randstad gevormd worden. Daarvoor is het van belang de fysieke, sociale, economische en culturele structuren in de Randstad te ontdekken die zich over een lange periode hebben ontwikkeld en daardoor een zekere eigenheid hebben gekregen. Dat geldt ook voor de verzameling van soms diep gewortelde instituties. Deze historisch gegroeide stedelijke structuren vormen de kern van de identiteit. Ze zijn niet gemakkelijk te kopiëren en ze zijn evenmin gemakkelijk omgedaan te maken. Het ontwikkelingspad van de Randstad zal zich op deze basis moeten funderen. Van wezenlijk belang is daarbij dat er organiserend vermogen op Randstadniveau tot stand komt. Dit organiserend vermogen zal in sterke mate bepalen hoe de eigen identiteit van de Randstad zich manifesteert. Met name het vermogen om een gemeenschappelijke visie op regionaal schaalniveau tot stand te brengen en vervolgens gezamenlijk, met alle betrokken partners, duidelijke prioriteiten te stellen, vormt een belangrijke sleutel tot succes.

Er zijn al snel een aantal unieke kenmerken van de Randstad te noemen. Zo is er sprake van sterke deelmarkten en daardoor een zeer veelzijdige specialisatie. Kijk maar naar de verschillende profilering van de vier grote steden, zoals Amsterdam als internationaal financieel en cultureel centrum en Den Haag als internationale stad van recht en bestuur. Verder heeft de Randstad een unieke, over de eeuwen gevormde stedelijke structuur met een belangrijke culturele betekenis. Echter: deze structuur vormt nog geen integraal onderdeel van ruimtelijk beleid, omdat er op dat

schaalniveau geen of onvoldoende organiserend vermogen aanwezig is. Deze structuur wordt daarom bijvoorbeeld niet ondersteunend door een samenhangend fysiek en non-fysiek netwerk.

Samengevat is voor het versterken van de identiteit van de Randstad (en daarmee haar in- en externe imago) een strategie op Randstadniveau nodig met een duidelijke prioriteitsstelling van grote, strategische projecten die voortbouwen op de sterke fysieke, sociale, culturele en economische structuren van de Randstad en daar een nieuwe laag aan toevoegt die inspeelt op kritische massa van de Randstad als geheel, waardoor nieuwe, bijzondere functies en voorzieningen mogelijk

worden. Hiermee wordt het geheel daadwerkelijk meer dan de som der delen. In hoeverre dit realiteit kan worden is afhankelijk van de vraag of en hoe het organiserend vermogen op het niveau van de Randstad vorm krijgt en hoe dit vervolgens naar het niveau van de concrete projecten wordt vertaald. Het organiserend vermogen zal bepalen of een gemeenschappelijke visie op Randstedelijk niveau tot stand wordt gebracht, of vervolgens gezamenlijk, met alle betrokken partners, duidelijke prioriteiten worden gesteld en hoe er bij de stedelijke ontwikkelingen verbinding ontstaat tussen het innerlijk en uiterlijk op de verschillende schaalniveaus.

## Literatuur

1. Arquitectura Viva (2004), *Forúm de Barcelona*, nr. 94-95, Madrid, Arquitectura Viva S.L., pagina 34-102.
2. Avraham, E. (2000), *Cities And Their News Media Images*, in: *Cities*, vol. 17, no. 5, p. 363-370.
3. Berg, L. v.d, Klaassen, L.H. en Meer, J. van der (1990), *Strategische City-Marketing*, Schoonhoven, Academic Services.
4. Berg, L. v.d., Meer, J. v.d. en Otgaar, A.H.J. (2002), *The Attractive City, Catalyst For Economic Development And Social Revitalisation*, Rotterdam, Euricur.
5. Berg, L. v.d. et al. (2004), *European Cities In The Knowledge Economy, the cases of Amsterdam, Dortmund, Eindhoven, Helsinki, Manchester, Munich, Münster, Rotterdam and Zaragoza*, Rotterdam, Euricur.
6. Bilbao Metropoli-30 (2001), *Bring your dreams to Bilbao, Bilbao 2010 Reflexión Estratégica*, Bilbao, BM-30.
7. Bilbao Metropoli-30 (2001), *Bilbao as a Global City*, Bilbao, BM-30.
8. Bilbao Metropoli-30 (2004), *Ahora Las Personas*, Bilbao, BM-30.
9. Bilbao Metropoli-30 (2004), *Informe Anual de Progreso '03*, Bilbao, BM-30.
10. Bilbao Ría 2000 (2000-2005), *Bilbao Ría 2000 Magazine*, nrs 1-10, Bilbao, Bilbao Ría 2000.
11. Boixader Solé, J. (2004), *Nuevas tecnologías y renovación urbana: luces y sombras del distrito 22@Barcelona*, in: *Scripta Nova*, vol. VIII, nummer 170 (34).
12. Borja, J., Muxí, Z. (eds) (2004), *Urbanismo en el Siglo XXI*, Barcelona, Edicions UPC.
13. Bruil, I., Hobma, F., Peek, G-J., Wigmans, G. (2004), *Integrale Gebiedsontwikkeling, Het Stationsgebied 's-Hertogenbosch*, Amsterdam, Uitgeverij SUN.
14. Buchel, Hogervorst en Vermaase (1997), *Het Kerend Tij, De Rol Van De Gebruiker Bij de Herontwikkeling Van Havenpanden In Noord-West Europa*, , Amsterdam, Gilde van Werkgebouwen aan het IJ in samenwerking met de Appelbloesempers.
15. Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell.
16. Castells, M. (1997), *The Power of Identity*, Oxford, Blackwell.
17. Chollet, L.B. (2001) *The Essential Frank O. Gehry*, New York, Harry N. Abrams Inc. Publishers.
18. Cia, B. (2005), *El Consorcio de la Zona Franca cofinanciará el campus del Llevant*, in: *El País*, 27 mei 2005, pagina 7.
19. Cruz Gallach, H. (2004), *Strategic Planning in Barcelona and Venice: a methodological approach*, Rotterdam, Erasmus Universiteit.
20. Cüsters, J. (1999), *Maastricht maakt een stadsdeel, cahier I*, Maastricht, Gemeente Maastricht.
21. Dienst Ruimtelijke Ordening Gemeente Amsterdam (1994), *A City In Progress, Physical Planning In Amsterdam*, Amsterdam, Stadsuitgeverij Amsterdam.
22. Dienst Ruimtelijk Ordening Gemeente Amsterdam (2004), *de Creatieve Kennisregio*, Plan Amsterdam Special nr. 8, Amsterdam, Gemeente Amsterdam.
23. El País (31 oktober 2004), *Arquitecturas y Atascos*, p.14.
24. Ernste, H. (2005), *Playing Selves, De Ontdekking Van Een Stedelijke Identiteit*, in: *Agora, Tijdschrift voor Sociaal-Ruimtelijke Vraagstukken*, 2005-2, p. 8-11.
25. Florian, B. (2004), *De Stad Als Merk, De Regie Van Een Unieke Belevenis*: van website [www.devrbldng.nl](http://www.devrbldng.nl)

26. Florian, B. (2004), *Identiteit Als Vernieuwingsopgave Voor Het KAN*: van website [www.devrblldng.nl](http://www.devrblldng.nl)
27. Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books.
28. Gemeente Amsterdam (2004), *Programma Ruimtelijke Investerings 2004*, Amsterdam, Gemeente Amsterdam.
29. Gemeente Barcelona (2000), *Modification of the PGM (General Municipal Plan) for the renovation of the Industrial Areas of Poblenou, 22@BCN Activity District*, Barcelona, Gemeente Barcelona.
30. Gemeente Barcelona (2000), *Presentation of Special Infrastructure Plan Poblenou District*, Barcelona, gemeente Barcelona.
31. Gemeente Barcelona (2005), *Presentation 22@ Barcelona*, Barcelona, Gemeente Barcelona.
32. Gemeente Barcelona (2005), *State of Execution 22@ Barcelona*, Barcelona, gemeente Barcelona.
33. Gemeente Maastricht (1988), *Raadsstuk volg.nr. 211 - 1988*, Maastricht, Gemeente Maastricht.
34. Gemeente Maastricht (1990), *Overeenkomst Supervisorschap Project Ceramique te Maastricht*, Maastricht, Gemeente Maastricht.
35. Gemeente Maastricht (1998), *Centre Ceramique: een nieuw cultureel informatiecentrum in Maastricht*, Maastricht, Gemeente Maastricht.
36. Gold, J.R. en Ward, S.V. (1994), *Place Promotion, The Use Of Publicity And Marketing To Sell Towns And Regions*, Chichester, Wiley.
37. González Ceballos, S, (2004), *The Role of the Guggenheim Museum in the Development of Urban Entrepreneurial Practices in Bilbao*, in: *International Journal of Iberian Studies*, jaargang 16, nummer 3, p. 177-186.
38. Harvey, D. (1989), *From Managerialism To Entrepreneurialism: The Transformation In Urban Governance In Late Capitalism*, in: *Geografiska Annaler* 71 B (1), p. 3-17.
39. Harvey, D. (1990), *The Condition of Postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*, Oxford, Blackwell.
40. Havik, K. (2004), *Subcultuur als Generator van Stedelijke Activiteiten*, in: *De Architect*, juli-augustus 2004, p. 30-33.
41. Heijdra, T. (2000), *Zeeburg, Geschiedenis Van De Indische Buurt En Het Oostelijk Havengebied*, Alkmaar, Uitgeverij René de Milliano.
42. Heijkers, B. (2005), *Stedelijke Vernieuwing als Culturele Opgave: Van Sloophamer Naar Figuurzaag*, in: *Tijdschrift voor de Volkshuisvesting*, nr.3, p. 31-33.
43. Huisman, J. (1999), *Maastricht maakt een stadsdeel, cahier II*, Maastricht, Gemeente Maastricht.
44. Jabary Salamanca, O. (2004), *Huburban Environments, hybrid productive urban spaces on a knowledge based economy*, Rotterdam, Erasmus Universiteit.
45. Jacobs, K. (2005), *Why I Don't Like Richard Florida*, in: *Metropolis Magazine*, [www.metropolismag.com](http://www.metropolismag.com)
46. Kotler, P., Haider, D.H., Rein, I. (1993), *Marketing Places, Attracting Investment, Industry, and Tourism To Cities, States, And Nations*, New York, The Free Press.
47. Königs, M. (2004), *Nieuw Meso Ontmoet Nieuw Macro, Het Ontstaan Van Nieuwe Samenwerking*, Utrecht.
48. López Varela, R. (ed.) (2004), *Bilbao, Léon*, Editorial Everest S.A.
49. Louw, E. en Hoppenbrouwer, E. (2002), *Kleinschalige Bedrijvigheid In Het Oostelijk Havengebied*, Delft, Onderzoeksinstituut OTB.
50. Lynch, K. (1998), *La Imagen de la Ciudad*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili S.A.

51. Masbounji, A. (red.) (2001), *Bilbao, La Cultura Como Proyecto De Ciudad*, Parijs, Direction Générale de l'Urbanisme de l'Habitat et de la Construction.
52. McNeill, D. (2000), *McGuggenisation? National Identity and Globalisation in the Basque Country*, in: *Political Geography*, jaargang 19, p. 473-494.
53. Mead, N. (2004), *Forum Barcelona 2004 Peace or Profit?*, in : *Zmag.org*, 12 mei 2004 ([www.barcel0na.com](http://www.barcel0na.com)).
54. Meyer, H. (1999), *City and Port, urban Planning as a Cultural Venture in London, Barcelona, New York and Rotterdam: changing relations between public urban space and large-scale infrastructure*, Rotterdam, International Books.
55. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap/Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu, Cultuur en Stedelijke Vernieuwing (2004), *Denkboek Voor De Cultuurimpuls IPSV*, Den Haag, Ministerie OCW en Ministerie VROM.
56. Mol, G. de (2004), *Het Ontstaan van het Oostelijk Havengebied*, in: *De Kadecrant*, p. 13-14, jaargang 15, nummer 5, Amsterdam, WCHO Amsterdam.
57. Musterd, S. (2004), *Vorbij de Creatieve Kennisstad*, in: *Nul20, Tijdschrift voor Amsterdams Woonbeleid*, september 2004, p. 8-10.
58. Muxí, Z. (2004), *La Arquitectura De La Ciudad Global*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili S.A.
59. NAI Publishers en Physical Planning Department of Amsterdam (2004), *Eastern harbour District Amsterdam, Urbanism and Architecture*, Rotterdam, NAI Publishers.
60. Noordman, Th.B.J., Kroes, M. en Wagensfeld, J.D. (2004), *De Identiteit Van Delft*, Rotterdam, Risbo.
61. Nul20, Tijdschrift voor Amsterdams Woonbeleid (2005), *Gezocht: Kritische Massa Kunstenaars*, mei 2005, p. 6.
62. Onderzoeksinstituut OTB (2004), *Merkwaardige Wijken*, Delft, OTB.
63. Pedersen, M.C. (2004), *Cities In The Digital Age*, in: *Metropolis Magazine*, [www.metropolismag.com](http://www.metropolismag.com)
64. Pol, P., Otgaar, A. en Woets P. (2004), *Restructuring Urban Port Areas in Rotterdam, learning from experiences in other European Cities*, Rotterdam, Euricur.
65. Pol, P., Otgaar, A. en Woets, P. (2005), *Restructuring Urban Port Areas in Rotterdam, Learning From Experiences in Other European Cities*, Hoofdstuk 2 en Hoofdstuk 4, Rotterdam, Euricur.
66. Reinders, L. (2005), *Identiteit, Ruimte en de Emotionele Logica van een Post-Industriële Stad*, in: *Agora, Tijdschrift voor Sociaal-Ruimtelijke Vraagstukken*, 2005-2, p. 4-7.
67. Reinders, L. (2003), *Een Supermarkt Van Wijkconcepten: Imago, Identiteit En Herprofilering In De Stedelijke Vernieuwing*, in: *Tijdschrift Voor De Volkshuisvesting*, vol. 9, nr. 6, p. 38-41.
68. Rodríguez, A. (2002), *Reinventar La Ciudad: Milagros y Espejismos De La Revitalización En Bilbao*, in: *Lan Harremanak*, jaargang 6, nummer 1, p. 69-108.
69. Rodríguez, A. en Martínez, E. (2004), *Restructuring Cities: Miracles and Mirages in Urban Revitalization in Bilbao*, in: Moulart, F., Rodríguez, A. en Swyngedouw, E. (2004), *The Globalized City, Economic Restructuring and Social Polarization in European Cities*, Oxford, Oxford University Press, p.181-207.
70. Rooijendijk, C. (2005), *De Huidige Oostelijke Handelskade*, in: *De Kadecrant*, p. 17, jaargang 16, nummer 1, Amsterdam, WCHO Amsterdam.
71. Roothart, H. en Pol, W. van der (2001), *Van Trends Naar Brands*, Deventer, Kluwer.
72. Sassen, S. (1991), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton, Princeton University Press.

73. Smyth H. (1994), *Marketing The City, The Role Of Flagship Developments In Urban Regeneration*, Londen, E&FN Spon.
74. Stichting Werkspoor (2002), *11 Ha, Het Storkterrein In Amsterdam Verkend Door Kunstenaars En Onderzoekers*, Amsterdam, Uitgeverij De Balie.
75. Urhahn, G.B. en Bobic, M. (1996), *Strategie Voor Stedelijkheid*, Bussum, Toth.
76. Verlaat, J. van 't (2003), *Stedelijke Gebiedsontwikkeling in Hoofdlijnen*, Erasmus Universiteit: Rotterdam.
77. Vicario, L. en Martínez Monje, P.M. (2003), *Another Guggenheim-effect? The Generation of a Potentially Gentrifiable Neighbourhood in Bilbao*, in: *Urban Studies*, vol. 40, no. 12, p. 2383-2400.
78. Ward, S.V. (1998), *Selling Places, The Marketing And Promotion Of Towns And Cities 1850-2000*, Londen, E&FN Spon.
79. Weidema, N. (2005), *Hoeders van Monumenten Houden Moed*, in: *Amsterdams Stadsblad*, 27 april 2005, Amsterdam.
80. Wouden, R. van der (2005), *Identiteit onder Constructie*, in: *Agora, Tijdschrift voor Sociaal-Ruimtelijke Vraagstukken*, 2005-2, p. 12-15.
81. Zabalbeasco, A. (2004), *Arquitectos Estrella*, in: *El País Semanal*, 29 februari 2004, p. 46-55.

Interviews :

82. De heer P. M. Martínez Monje, Universidad de País Vasco (UPV).
83. De heer L. Vicario, Universidad de País Vasco (UPV).
84. Mevrouw S. de la Madrid, Bilbao Ría 2000.
85. Mevrouw Idoia, Bilbao Metropoli-30.
86. De heer Sj. Soeters, architect en supervisor van het Java-eiland.
87. De heer S. Notten, oud projectleider voor het Ceramique-terrein.
88. De heer H. Smeets, directeur Vesteda.
89. Mevrouw E. Broux van de gemeente Maastricht.
90. De heer O. Jabary Salamanca van Barcelona Regional.
91. Departamento de Urbanismo, gemeente Barcelona.
92. De heer B. Florian, De Verbeelding, Amersfoort.
93. De heer R. Peeters, Woonbron, Rotterdam.

Websites:

94. [www.ij-oevers.nl](http://www.ij-oevers.nl)
95. [www.ijoever.nl](http://www.ijoever.nl)
96. [www.bcn.es/urbanisme](http://www.bcn.es/urbanisme)
97. [www.bm-30.es](http://www.bm-30.es)
98. [www.bilbaoria2000.com](http://www.bilbaoria2000.com)
99. [www.maastricht.nl](http://www.maastricht.nl)