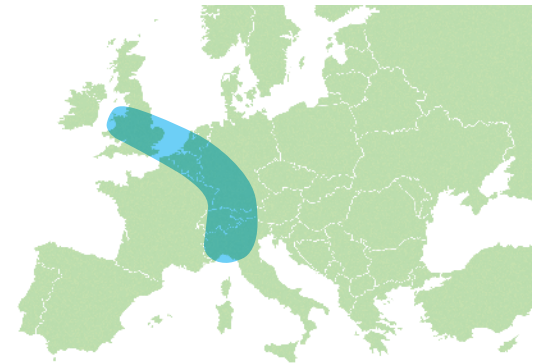


# Blauwe bananen bestaan niet

De economische context van gebiedsontwikkeling is mondiaal en lokaal. Hoe verhouden abstracte ruimtelijk-economische concepten zich tot de dagelijkse praktijk van gebiedsontwikkeling?

We kennen economische kerngebieden op alle schaalniveaus: van de Blauwe Banaan in Europa tot het klassieke Randstadmodel in Nederland. Maar voorzichtigheid is geboden met zulke sexy ogende agglomeraties, zeker op multinationaal niveau. Onderzoek van de Universiteit Utrecht en de TU Delft heeft recent weer duidelijk gemaakt dat de economische prestaties van Europese regio's nauwelijks afhangen van hun ligging in een Europese corridor. De interactie tussen de economisch sterke regio's binnen de Blauwe Banaan, zoals Londen, het Nederlandse 'rompertje', de Duitse metropoolregio's Rhein-Ruhr (Keulen-Düsseldorf) en Rhein-Main (Frankfurt en omgeving) – voor zover al interactie bestaat tussen die gebieden – is lang niet altijd gebaseerd op geografische nabijheid.

Bovendien lijkt de Blauwe Banaan in een aantal opzichten verouderd. Aan het ontbreken van een opkomende economie als Polen is duidelijk te zien dat het model vóór de val van de Berlijnse Muur is bedacht. Buiten de boog vallen ook Parijs en enkele succesvolle Zuid-Franse regio's als Toulouse met zijn aerospace-industrie en medische bedrijvigheid en Lyon met zijn nanotechnologiecluster. Voor woningontwikkelaars en andere investeerders zijn zulke regio's met moderne bedrijvigheid en een hoge bevolkingsconcentratie juist erg interessant. Aan de zuidkant van de Blauwe Banaan is de positie van Noord-Italië verzwakt, terwijl ten noorden ervan enkele Scandinavische stedelijke regio's het momenteel juist goed doen.



De 'Blauwe Banaan' wordt gevormd door de aaneenschakeling van economisch sterke regio's als Londen, de Randstad, het Ruhrgebied, Rhein-Main en Milaan. De term Blauwe Banaan werd in 1989 bedacht door de Franse geograaf Roger Brunet van het onderzoeksinstituut RECLUS in Montpellier. Hij beschouwde de stedelijke corridor met zijn concentratie aan industriële bedrijvigheid en dienstverlening als de economische 'ruggengraat' van Europa. Deze boogvormige corridor van de West Midlands in Groot-Brittannië tot het Italiaanse Lombardije zou met zijn bovengemiddeld hoge bevolkingsdichtheid en bruto regionaal product het economische centrum van het continent vormen. Er wonen zo'n 110 miljoen mensen en de economische toegevoegde waarde overstijgt met gemak de twee biljoen euro.

Brunet had een duidelijke bedoeling met zijn model. Hij wilde ermee aantonen dat Frankrijk de aansluiting met het economisch centrum van West-Europa had verloren. De politiek van economische en bestuurlijke concentratie op Parijs had in zijn ogen gefaald. De eenvoud en het krachtige beeld van de Blauwe Banaan misten hun uitwerking niet: beleidsmakers en adviseurs pikten het concept snel op. Wetenschappers gingen met het model aan de slag en lobbyisten gebruikten de corridor om geld van overheden los te krijgen om perifere regio's alsnog op het economische centrum van Europa te laten aansluiten.

**Wil van der Hoek** directeur portefeuille Ruimte en Wonen, dienst Stedelijke Ontwikkeling Den Haag

'Naast regie over de openbare ruimte ligt er een belangrijke rol voor de gemeente in het aantrekken van investerend vermogen. Naast het investerend vermogen uit de stad zelf, oftewel het kleinschalig opdrachtgeverschap, richt Den Haag zich op het aantrekken van investeerders van buiten de stad.'

**Astrid Sanson** directeur Stedelijke kwaliteit, Stadsontwikkeling Rotterdam

'Het verschil met vroeger is dat de nadruk vooral op het fysieke lag, het bouwen. Nu lopen sociaal, fysiek en economisch meer door elkaar heen. Het gaat bijvoorbeeld om een werkgelegenheidsproject, of het afnemen van kerstpakketten om de middenstand in een bepaald gebied te steunen. Het is allemaal veel diverser geworden. Maar het startpunt is altijd gezamenlijke betrokkenheid.'

**Cis Apeldoorn** Stedelijk directeur Ruimte en Economie, gemeente Amsterdam

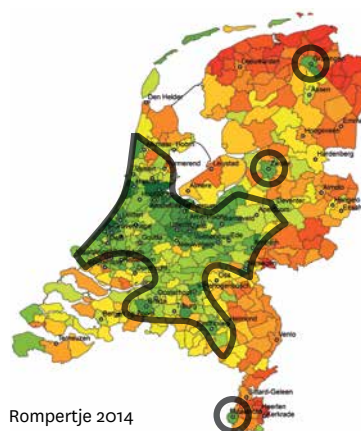
'De banken spelen nauwelijks meer een rol in de financiering van de bouw. Partijen en particulieren die investeren zijn dus aangewezen op eigen vermogen. Snelheid is cruciaal voor deze partijen, die bovendien een sterke betrokkenheid hebben bij het gebied. Het succes van het gebied is immers belangrijk voor het slagen van het project waar ze hun eigen geld in steken. Ze willen zeggenschap. Met deze partijen gaan we in gesprek als volwaardig gesprekspartner, met respect voor ieders rollen. Als je mensen wilt verleiden om in een gebied te investeren, moet je laten zien wat voor gebied je voor ogen hebt, wat het gebied gaat toevoegen aan de stad.'

## Groei regio's in Frankrijk

Binnen kleinere gebieden kan het denken in economische corridors wel nuttig zijn. Wie inzoomt op individuele stedelijke regio's in Europa, ziet dat de demografische en economische groeiregio's als confetti over het continent zijn verspreid. Binnen Frankrijk valt, naast Parijs en de eerdergenoemde steden Lyon en Toulouse, de sterke positie van de regio Nantes-Rennes op. Deze regio heeft een nog altijd bloeiende auto-industrie en herbergt hoogwaardige bedrijven op het gebied van voedingsmiddelentechnologie. De omgeving van Bordeaux en grote delen van de mediterrane kust – met een hoofdrol voor de Côte d'Azur – profiteren vooral van de komst van grote aantallen gepensioneerden en welgestelden met een tweede woning; zij geven een impuls aan de lokale diensten-

## Economische differentiatie in Nederland

In Frankrijk en Duitsland is het contrast tussen stad en platteland veel scherper dan in Nederland. Ook in ons land nemen de verschillen tussen stad en periferie toe, maar dit blijft kinderspel in vergelijking met deze twee landen. Duitsers en Fransen willen graag in de stad zelf wonen. Het verschil in verstedelijkingspatroon zien we bijvoorbeeld terug in de woningprijzen. In ons land dalen de prijzen van woningen op grotere afstand van het stadscentrum minder snel dan in andere landen. Nu in Nederland de economie voorzichtig aantrekt, zal blijken dat de vraag naar producten en diensten in sommige gebieden toeneemt, maar in andere achterwege blijft. Het rompertje is een hulpmiddel om sterke regio's in beeld te brengen. Het geeft het gebied weer waar in Nederland de economie, de demografie en de woningvraag groeikracht vertonen. Grofweg omvat het gekrompen rompertje de Metropoolregio Amsterdam, de regio's Alkmaar, Utrecht, Leiden en Den Haag, Brabantstad (Den Bosch, Breda, Tilburg, Helmond, Eindhoven) en een stuk van West-Gelderland, met onder meer Nijmegen en Food Valley. Daarnaast scoren de steden Groningen, Zwolle en Maastricht goed. Binnen het rompertje manifesteert zich een trek naar de steden.



Rompertje 2014

Rotterdam viel altijd buiten het rompertje, nu is het een grensgeval. De stad zag in 2014 een groeiende stroom bezoekers op zich afkomen, na vermeldingen in de *New York Times* en de *Rough Guides* top-10. De opening van het nieuwe Centraal Station, de transformatie van het nabijgelegen Zomerhofkwartier, het gebied rond de Markthal (meer dan een miljoen bezoekers in drie weken!) en Katendrecht laten zien wat nationale investeringen en lokaal ondernemerschap in beweging kunnen brengen. Het verhaal staat centraal in deze gebieden en trekt investeringen aan. Nieuwe en oude economie floreren naast elkaar, evenals nieuw vastgoed en tijdelijk gebruik. De voormalige Fenixloodsen op Katendrecht zijn nu een tijdelijke Fenix Food Factory. Hier zitten lokale ondernemers uit de regio die in tijdelijk gebruik samen met Theater Walhalla smoel geven aan de verdere transformatie van dit stuk Katendrecht. Op steenworp afstand van Hotel New York, ooit de aanjager voor de ontwikkeling van de nabijgelegen Wilhelminapier.