

‘De waarde van multiculturele manifestaties in Utrecht, Rotterdam en Den Haag’

Een verkenning naar etnisch-culturele ruimtes in de multiculturele steden Utrecht, Rotterdam en Den Haag en de actoren en motivaties die een rol spelen in het manifesteren van multiculturaliteit.

Master Thesis Sociale Geografie

Jona Janssen (0527904)

25-10-2010

Begeleider : Martin van der Velde

Tweede lezer : Ton van Naerssen

Radboud University Nijmegen



Voorwoord

Deze masterthesis is het eindwerk van mijn masterspecialisatie Urban Geography and Culture. Na een leerzame stage bij het programma Diversiteit en Integratie bij de Gemeente Utrecht en is deze thesis het product geworden.

Het schrijven van een masterthesis is me leerzamer gebleken dan ik ooit gedacht had. De doelstelling die mede door de Gemeente Utrecht werd aangediend bleek lastig af te bakenen te zijn. Het empirisch te werk gaan, het structureren, argumenteren en verwoorden van mijn eigen gedachten bleek niet altijd even gemakkelijk maar is me uiteindelijk goed afgegaan. Zowel de praktijkervaring als het schrijven van een masterthesis zijn goede leerprocessen voor mij geweest. Mijn dank gaat uit naar Martin van der Velde die vooral mijn methoden en structuren in de conceptversies kritisch bekeek. Tevens is de gehele afdeling diversiteit en integratie van de Gemeente Utrecht van waarde geweest voor de kijk op de praktijk van de gemeente

Jona Janssen
Juli 2010

Samenvatting

In 2006 zette de Gemeente Utrecht het programma voor Diversiteit en Integratie op vanuit de doelstelling om 'Utrechters met elkaar en met de stad te verbinden'. De diversiteit aan mensen in de stad leverde de vraag op hoe etnisch-culturele diversiteit (refererend aan het multiculturalisme) fysiek meer zichtbaar gemaakt zou kunnen worden in de stad. Deze vraag omvat het externe doel van deze thesis. Om het externe doel te doen realiseren, was er de opdracht om beter te onderzoeken wat voor waarde het manifesteren van etnisch-culturele diversiteit in het fysieke straatbeeld zou hebben. Het externe doel dat vanuit de gemeente kenbaar gemaakt was, vroeg om een beleidsvoorbereidende, maar ook verkennende inslag. De waarde van het manifesteren van etnisch-culturele diversiteit is namelijk niet iets wat gemakkelijk gedaan kan worden gemeten, aangezien actoren de waarde zelf toekennen aan manifestaties.

De studie in deze thesis met betrekking het manifesteren van etnisch-culturele diversiteit is gebaseerd op een aantal casussen in de steden Den Haag, Rotterdam en Utrecht en de actoren die betrokken zijn bij het realiseren van deze manifestaties. Op basis van praktijkstudies is er geanalyseerd en worden er uitspraken gedaan. Het interne doel in de thesis is om inzicht te krijgen in hoe, waar en waarom overheid en niet-overheid actoren in Rotterdam en Den Haag en Utrecht etnisch-culturele diversiteit laten manifesteren, teneinde het Utrecht zichtbaarheidsbeleid te ondersteunen. De hoofdvraag is uit de doelstelling afgeleid:

Hoofdvraag:

Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?

Uit de hoofdvraag zijn een aantal deelvragen afgeleid op basis waarvan empirisch onderzoek is gedaan. Gaandeweg de samenvatting zullen de deelvragen en de conclusies worden uitgewerkt in samengevatte vorm.

Om te bekijken waarom diversiteit gemanifesteerd wordt, hoe, door welke actoren en waar dat gebeurt, is er allereerst gekozen voor een aantal te bestuderen casussen. Omdat de gemeente Utrecht bovenstaande hoofdvraag beantwoord wilt zien (waarin ook het toekomstperspectief voor Utrecht is opgenomen), is er gekozen om Rotterdam en Den Haag ook te onderzoeken op manifestaties van diversiteit. In Rotterdam is de casus Le Medi gekozen als mogelijkheid om het 'multicultureel wonen' te onderzoeken. In Den Haag is de wijkontwikkeling van Transvaal als mogelijkheid gekozen om het integrale ontwikkelingsplan van de wijk te bekijken. In Transvaal wordt de etnisch-culturele achtergrond van de wijk zeer sterk gebruikt bij de ontwikkeling van de wijk. In Utrecht is de Kanaalstraat gekozen als mogelijkheid om allochtoon ondernemerschap te bekijken. De Amerhof is als casus genomen om de transformatie van een groot plein naar etnisch-cultureel uiterlijk te analyseren. 'Hoograven Invites You' is als casus genomen om een methode om de ruimte vorm te geven naar wens van voornamelijk de allochtone de burger te bekijken. De keuze voor deze

casussen komt voort uit aandacht vanuit de media en de etnisch-culturele associatie met de casussen die daarin gemaakt werd.

Bij het analyseren van de casussen zijn allereerst de actoren geanalyseerd die de casussen tot stand gebracht hebben. Hierbij is een onderscheid gemaakt tussen overheid en niet-overheidactoren om een onderscheid te behouden tussen respectievelijk aanbodzijde en vraagzijde in de ruimtelijke ontwikkeling. De gemeente stelt namelijk de beleidslijnen op en de marktactoren hebben in de beleidslijnen beweegruimte om te ruimte te ontwikkelen. De waarde van de verschillende casussen in de steden bleken verschillend voor elke actor evenals de bedoeling van de manifestatie en de manier waarop de manifestaties van diversiteit tot stand werden gebracht.

Tussen de verschillende casussen was een duidelijk onderscheid te vinden in de bedoeling van de manifestaties. Allochtoon ondernemerschap en woonomgeving aangepast op etnisch-culturele achtergrond van de omgeving waren de twee meest voorkomende manifestaties. In deze twee vormen van manifestaties was weer een duidelijk onderscheid aan te geven tussen passieve en actieve vormgeving van de manifestatie. Dit betekent respectievelijk organische vormgeving van een manifestatie van diversiteit of bewuste vormgeving van een manifestatie door interventie van bepaalde actoren in de ruimtelijke ordening. Bij het analyseren van de casussen werd het onderscheid actief versus passief en overheid versus niet-overheid in de gaten gehouden om de rollen van de actoren die de manifestatie tot stand brachten goede te analyseren. Door middel van het toepassen van het model van Vertovec wordt de totstandkoming van de manifestatie verder geanalyseerd. Het model bekijkt per casus de 'representation'(representatie), 'Encounters' (ervaring en betekenis van diversiteit) en 'configuration' (hoe diversiteit zich uit). Elke actor past het model van Vertovec (misschien wel onbewust) toe waardoor een manifestatie waarde en belang krijgt voor burgers en actoren zelf.

Bij het analyseren van de casussen in Den Haag en Rotterdam valt op dat het respectievelijk over herstructurering in combinatie met commerciële marketing en wonen gaat. In het geval van de wijk Transvaal Den Haag wordt er vanuit de gemeente als overheidsactor opdracht gegeven om de wijk te herstructureren vanuit de betaande waarden van de wijk. Dit houdt in dat het al bestaande allochtoon ondernemerschap actief vormgegeven wordt in een integraal plan van herstructurering van de wijk. Etnisch-culturele diversiteit manifesteert dus vooral in allochtoon ondernemerschap en zorgt ervoor dat de wijk een bepaalde identiteit met zich mee gaat dragen. De ondernemers in de wijk hebben, als niet-overheid actor, bij de gemeente aangedragen de Paul Krugerlaan te gaan marketen als 'Indiatown' wat betekent dat Transvaal en vooral het gebied bij de Paul Krugerlaan een meer multiculturele insteek krijgt. Naamsbekendheid en het aantrekken van toeristen wordt de belangrijkste meerwaarde van deze ontwikkeling. Het manifesteren van etnisch-culturele diversiteit betekent in Transvaal het beter benutten van de economische mogelijkheden. De welvaart van de wijk, die bij de herstructurering ook van belang is, wordt hierbij in het achterhoofd gehouden.

De gemeente Utrecht gebruikt de cassussen uit Rotterdam en Den Haag als ‘learning lessons’ als het gaat om het leren over het gebruik van diversiteit in het fysieke straatbeeld. De resultaten uit de cassussen kunnen voor in Utrecht in toekomst worden gebruikt. Hoofdstuk vier beschrijft voornamelijk de casus ‘Kanaalstraat’ als plek waar diversiteit zich voornamelijk manifesteert. De Kanaalstraat is een straat net buiten het centrum waar veel allochtoon ondernemerschap heerst. Deze straat in de wijk Lombok staat bekend als een plek met een eigen identiteit. Veel burgers en ook de gemeente vinden dat dit beeld vooral zo dient te blijven. Het beleid dat de gemeente voert is dan ook een beleid dat zich richt op de kleinschalige ondernemer zodat er in de toekomst geen filialisering op zal treden. De Kanaalstraat is vooral ontstaan door organische groei en filialisering zal de straat en de wijk niet helpen de identiteit zoals deze nu is te behouden. De Kanaalstraat betekent voor Utrecht zelfs een economische trekpleister. Thematische citymarketing zoals in Den Haag heeft plaatsgevonden heeft zou de Kanaalstraat dan ook geen toegevoegde waarde. Integratie van Lombok met het stationsgebied door verandering van de verkeerssituatie tussen Lombok en het stationsgebied is op dit moment de enige manier waarop Lombok enigszins hervormd wordt qua planning.

De Kanaalstraat representeert als het ware de multiculturele en diverse samenstelling van de bevolking van Utrecht. De tweede Utrechtse casus Amerhof, een plein dat het uiterlijk van een perzisch tapijt in het stratenpatroon heeft, probeert symbolisch weer te geven dat Utrecht uit verschillende bevolkingsgroepen bestaat. Deze casus heeft vooral te maken met sociale samenhang: bewustmaking van de bevolkingsamenstelling door het veranderen van het uiterlijk van de omgeving. De waarde van het plein is niet meteen meetbaar en kan alleen onttrokken worden uit een filosofische gedachtengang over de vormgeving van het plein. De verbeelding, betekenis en representatie uit het model van Vertovec zijn goed toe te passen op deze casus, maar zijn niet eenduidig in te vullen.

De derde Utrechtse casus ‘Hoograven Invites You’ gaat in op het transponeren van de wensen van de gebruiker van de ruimte naar het ontwerp van de werkelijke ruimte. Dit is meer een methode dan een werkelijke manifestatie van etnisch-culturele diversiteit maar gaat voornamelijk in op de achterliggende gedachten van de vorming van manifestaties van diversiteit. Ook de redenen die de actoren hebben om manifestaties van diversiteit vorm te geven en welke waarde overheids-of marktactoren zien in het manifesteren van diversiteit zijn in deze methode van belang.

De conclusie die getrokken wordt is tweedelig. Het is duidelijk geworden dat causen door verschillende actoren vormgegeven kunnen worden. Iedere actor heeft een andere reden om een manifestatie van diversiteit actief te verwezenlijken. Elke actor zal ook een andere waarde toekennen aan de manifestatie. Uit de praktijk blijkt dat manifestaties veelal een economisch-sociale waarde toegekend krijgen. Er wordt zowel voor de allochtone bevolking gepland maar dit gebeurt voornamelijk ook om de stad sociaal-economisch te helpen. City en placemarketing helpen daarin door een bepaald beeld en ervaring met de ruimte te geven aan de burger. Manifestaties en de waarde die eraan wordt toegekend worden geconstrueerd door actoren.

Als stad Utrecht kan er zodoende worden afgevraagd ten bate van wat diversiteit terug moet komen in de fysieke omgeving. Moet de ruimte ontwikkeld worden zodat de allochtoon beter kan functioneren omdat hij zich meer associatie heeft met de ruimte of

wordt diversiteit meer ontwikkeld om de stad sociaal-economisch te ontwikkelen met behulp van het thema diversiteit? Voor de toekomst in Utrecht is het raadzaam om diversiteit meer te laten manifesteren in de zin dat actoren in de planning rekening dienen te houden met de ruimte en de gebruiker. Alle aangehaalde voorbeelden van manifestaties in deze thesis zijn, met uitzondering van Transvaal, individuele en incidentele projecten waarin er weinig discussie is geweest over het gebruik van de ruimte door de allochtone bevolking. Met het oog op de etnisch-diverse stad Utrecht is het raadzaam om rekening te houden met meerdere gebruikers van de ruimte. Een vastgestelde beleidsvorm wat betreft de methode en het middel dat wordt gebruikt voor het ontwikkelen van de toekomstige ruimte in de stad is voorwaarde om actoren aan te sporen iets met dat idee te doen.

Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
SAMENVATTING	5
<u>1. INTRODUCTIE</u>	<u>12</u>
1.1 INLEIDING	12
1.2 AANLEIDING EN MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE	13
1.3 WETENSCHAPPELIJKE RELEVANTIE	15
1.4 PROBLEEMSTELLING	16
1.5 METHODES	18
1.6 LEESWIJZER	19
<u>2. DIVERSITEIT IN THEORIE</u>	<u>22</u>
2.1 INTRODUCTIE	22
2.2 DIVERSITEIT, POLITIEK EN BELEID	23
2.2.1 EEN KORTE GESCHIEDENIS VAN HET BELEID TEN AANZIEN VAN IMMIGRANTEN	23
2.2.2 MULTICULTURALISME	24
2.2.3 DILEMMA OF RECOGNITION	24
2.2.4 DIVERSITEIT	25
2.3 PLANNEN VOOR DIVERSITEIT	27
2.3.1 PLANNINGSBENADERINGEN	27
2.3.2 JANE JACOBS EN DIVERSITEIT	29
2.3.3 AANBOD- EN VRAAGDIVERSITEIT	30
2.3.4 THE JUST CITY	31
2.4 FYSIEKE MANIFESTATIES VAN ETNISCH-CULTURELE DIVERSITEIT	33
2.4.1 HET BENADEREN VAN ETNISCH-CULTURELE MANIFESTATIES	34
2.4.2 ERVARING EN BETEKENIS VAN DIVERSITEIT (ENCOUNTERS)	35
2.4.3 DE REPRESENTATIE (REPRESENTATION)	37
2.4.4 DE MANIFESTERING VAN DIVERSITEIT (CONFIGURATION)	39
City Marketing	40
Beeldvorming door marketing	42
2.5 CONCLUSIE EN SAMENVATTING	45
<u>3. DIVERSITEIT IN DEN HAAG EN ROTTERDAM</u>	<u>46</u>
3.1 INTRODUCTIE	46
3.2 DIMENSIES VAN MANIFESTATIES	46
3.3 CASUS 1: TRANSVAALKWARTIER DEN HAAG	48
3.3.1 RUIMTELIJKE ONTWIKKELING VAN DE WIJK	49
3.3.2 CITYMARKETING: DE ONTPLOOIING VAN HET CULTUREEL KARAKTER VAN DE WIJK	51
3.3.3 CASUS ANALYSE	53
Politiek: herstructurering met een thema	53
Planning: vraag en aanbod	54
De uitvoering: beeldvorming door middel van placemarketing	55
3.4 SYNTHESE	58
3.5 CASUS 2: LE MEDI ROTTERDAM	59
3.5.2 DE WAARDE VAN LE MEDI VOOR DE STAD	64

3.5.3 CASUS ANALYSE	65
<i>Politiek</i>	65
<i>Planning</i>	66
<i>Uitvoering</i>	67
3.6 SYNTHESE	68
3.7 SAMENVATTING EN CONCLUSIE	69
 4. DIVERSITEIT IN UTRECHT	 72
4.1 INLEIDING	72
4.2 ACTOREN EN DE WAARDE VAN DIVERSITEIT IN UTRECHT	72
<i>4.2.1 DE GEMEENTE UTRECHT</i>	72
<i>4.2.2 ONDERSTEUNENDE ACTOREN</i>	74
4.3 CASUSSEN	76
<i>4.3.1 CASUS 1: DE MULTICULTURELE IDENTITEIT VAN LOMBOK</i>	77
<i>4.3.2 CASUS 2: DE SYMBOLISCHE WAARDE VAN HET TAPIJT</i>	80
<i>4.3.3 CASUS 3: BURGERPARTICIPATIE IN HOOGRAVEN</i>	81
4.4 CASUSSENANALYSE	82
<i>4.4.1 LOMBOK</i>	83
<i>4.4.2 DE AMERHOF</i>	84
<i>4.4.3 HOOGRAVEN INVITES YOU!</i>	85
4.5 SYNTHESE	85
4.6 SAMENVATTING EN CONCLUSIE	86
 5. DE POTENTIE VAN DIVERSITEIT IN UTRECHT	 88
5.1 INLEIDING	88
5.2. DE AANWEZIGHEID EN BETEKENIS VAN DIVERSITEIT IN UTRECHT	88
5.3. STRATEGIEËN VOOR DE TOEKOMST	92
<i>5.3.1 DE STRATEGIE VAN INBO</i>	92
<i>5.3.2 DE STRATEGIE VAN SALUTI</i>	93
5.4 SAMENVATTING EN CONCLUSIE	94
 6. CONCLUSIE	 96
6.1 INTRODUCTIE	96
6.2 HOOFD- EN DEELVRAAG BEANTWOORDING	96
 BRONNEN	 102

1. Introductie

“Steden kunnen nadrukkelijk gekarakteriseerd worden door een omvangrijke en heterogene populatie [...]. Manifestaties van diversiteit in de publieke stedelijke ruimte zijn afhankelijke van stedelijke omstandigheden, maar deze omstandigheden zijn constant aan verandering onderhevig door de dynamiek van diversiteit als gevolg van immigratie” (vrij vertaald naar Bodaar en Rath, 2005:3-4).

1.1 Inleiding

Moskeeën, Chinatowns, allochtoon ondernemerschap, buitenlandse architectuur en symboliek in het straatbeeld; allen herkenbare etnisch-culturele invloeden die terug te vinden zijn in het straatbeeld van de Nederlandse stad. Deze thesis zal ingaan op plekken in de stad waar de aanwezigheid van verschillende etnisch-culturele achtergronden herkenbaar zijn in het fysieke straatbeeld. Daarbij wordt de vraag gesteld wat de waarde is van etnisch-culturele uitingen (verder manifestaties van diversiteit genoemd) voor de stad, welke actoren dat bewerkstelligen en hoe het uitgevoerd wordt. Als gevolg van immigratie en de daaruit volgende veranderende samenstelling van de bevolking zijn manifestaties van diversiteit, zoals Chinatowns, meer aanwezig in de stad. Ook in Nederland is de bevolkingssamenstelling niet meer eenzijdig en veel grotere steden worden geassocieerd met ‘multiculturaliteit’ en ‘diversiteit’. Veelal worden deze bevolkingsveranderingen in steden geassocieerd met integratie en achterstandswijken en is het onderwerp multiculturaliteit een voedingsbodem voor politieke discussie maar voor de stad heeft de immigratie in fysieke zin een duidelijkere herkenbare betekenis.

De verandering van de bevolkingssamenstelling betekent óók een verandering van de stedelijke fysieke omgeving; manifestaties van diversiteit in de publieke stedelijke ruimte komen op en zijn daarbij afhankelijk van de stedelijke omstandigheden die ervoor zorgen dat immigranten zich ruimtelijk kunnen manifesteren (Bodaar en Rath, 2005). Veranderingen – zoals allochtone ondernemers die een straat een bepaald cultureel imago meegeven – zijn een gevolg van immigratie, maar tegelijkertijd óók aanleiding om in het kader van de ontwikkeling van de fysieke ruimte in te spelen op de veranderende bevolkingssamenstelling van de stad. De verandering van de stedelijke omgeving gebeurt grotendeels passief organisch, maar kan ook actief gestuurd worden door actoren in de stad en voornamelijk de gemeentes. De ontwikkeling van de stad dient immers ten goede te komen van de inwoners, die de stad ‘maken’.

Deze thesis gaat in op de rol en het belang van verschillende actoren (zowel de gemeente als marktactoren) om manifestaties van diversiteit te verwezenlijken en op de (meer)waarde die deze fysieke manifestaties kunnen hebben. Er wordt daarbij ingegaan op casussen in de steden Rotterdam, Den Haag en Utrecht waarin het etnisch-culturele herkenbaar is in het fysieke straatbeeld. Vanuit Utrecht zal er naar de casussen van etnisch-culturele manifestaties in Den Haag en Rotterdam worden gekeken vanuit een verkennend karakter. Een belangrijk aspect bij het bekijken van deze casussen is de betekenis en het belang van deze manifestaties en de uiteindelijke (meer)waarde die deze manifestaties in de fysieke ruimte hebben voor de stad. De betekenis en de waarde van etnisch-culturele

manifestaties worden geanalyseerd om in Utrecht gemeentelijke ontwikkelingen op het gebied van etnisch-culturele manifestaties zo goed mogelijk vorm te geven. De bestaande casussen in Den Haag, Rotterdam en Utrecht worden afzonderlijk van elkaar geanalyseerd om inzicht te krijgen in de betekenis en waarde van diversiteit. Het perspectief dat wordt ingenomen bij de beantwoording van dit vraagstuk is een gemeentelijk perspectief en een marktperspectief dat kijkt vanuit niet-overheid actoren zoals de woningbouwvereniging, architecten, wijkraden en individuele actoren.

1.2 Aanleiding en maatschappelijke relevantie

Vanuit het programma Diversiteit en Integratie, binnen de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO) van de gemeente Utrecht en vanuit het college van B&W van de gemeente Utrecht, is de ambitie gesteld om 'Utrechters met elkaar en met de stad te verbinden' (Gemeente Utrecht, 2007:16). Als ondersteuning van deze ambitie is in het uitvoeringsprogramma van het programma Diversiteit en Integratie het speerpunt opgenomen om 'diversiteit zichtbaar te maken', met als gedachte dat diversiteit een (meer)waarde heeft voor de stad Utrecht wat zich fysiek nadrukkelijk moet manifesteren in de het straatbeeld. Deze thesis ligt in het verlengde van dit speerpunt. In het uitvoeringsprogramma wordt genoemd dat diversiteit zich kan uiten in de inrichting van de openbare ruimte, architectuur of in het winkelaanbod. Diversiteit is echter een containerbegrip waar van alles onder kan worden verstaan en waar op allerlei manieren op kan worden geanticipeerd: In het uitvoeringsprogramma worden vier "diversiteit groepen" genoemd te weten (1) allochtonen, (2) homoseksuelen, (3) mensen met een functiebeperking, en (4) ouderen. In het uitvoeringsprogramma worden deze vier groepen gezien als groepen die maatschappelijke aandacht nodig hebben. Dit gebeurt vanuit verschillende invalshoeken; op het gebied van integratie, emancipatie en/of ondersteuning, afhankelijk van de groep en wat de groep over het algemeen verlangt van de Utrechtse indeling van de fysieke ruimte. In deze thesis zal er alleen in worden gegaan op de groep 'allochtonen' en wordt diversiteit gezien als werkbegrip van het woord 'multicultureel'. De keuze voor de allochtone groep is gemaakt omdat de andere diversiteitsgroepen verschillende benaderingen vragen. De allochtone groep is daarnaast het meest fysiek herkenbaar en er valt het meest over te verkennen en te bevinden.

De aanzet tot het opzetten van het programma diversiteit en integratie en het uitvoeringsprogramma, met ondersteunende ambities en speerpunten, komt voort uit een breed maatschappelijk vraagstuk. In de hedendaagse maatschappij en ook in het meer recente verleden is er in Nederland door de media aandacht gegeven aan allerlei maatschappelijke vraagstukken die betrekking hebben op verschillende maatschappelijke groepen. Vooral in de grotere steden Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht wordt er vanuit verschillende invalshoeken regelmatig aandacht besteed aan de heterogene samenstelling en de te onderscheiden groepen die in het programma voor diversiteit en integratie genoemd zijn. De overheid anticipeert op maatschappelijke vraagstukken door er beleid voor te maken of door het houden van politieke discussies. De media heeft één van de belangrijkste rollen in het weergeven van de maatschappij en vraagstukken die betrekking hebben op de verschillende groepen in de steden of in het land. De

maatschappelijke aandacht gaat vooral in de media vaak uit naar allochtone groepen in relatie tot integratie. Frequent wordt er bericht over de discussies die politieke partijen hebben over vraagstukken die betrekking hebben op bijvoorbeeld inburgering, of de toename van het aantal moskeeën. Nieuwsbladen geven aandacht aan de maatschappelijke diversiteit door vrijwel elke dag te berichten over een vraagstuk dat betrekking heeft op de allochtone bevolking. Met betrekking tot andere maatschappelijke groepen is er regelmatig maatschappelijke aandacht voor homoseksualiteit. Dit is vaak in het teken van discriminatie als het om bijvoorbeeld homo uitgaansgeweld gaat. Op het gebied van emancipatie van homoseksuelen is er aandacht wanneer er evenementen plaats vinden zoals de 'gay parade' of homo/lesbische trouwerijen. De aandacht voor de homoseksuele groep en de etnisch-culturele groep is vooral van respectievelijk emancipatieve en integratieve aard. De functie beperkte groep wordt meer benaderd vanuit voorzienende en functionele aard. De maatschappelijke aandacht voor deze groep komt vooral vanuit belangenverenigingen of overheden, waar gesproken wordt over de toegankelijkheid van de openbare ruimte. De aandacht voor deze groep is van een meer noodzakelijke aard dan in de zin dat minder validen hinder ondervinden van het feit dat er bepaalde ingrepen in de ruimte, zoals het verplicht maken van rolstoeltoegankelijke entrees en het aanbrengen van blinde geleiden paden op stations, niet aanwezig zijn. In het kader van toegankelijkheid en voorzieningen zal er de komende decennia waarschijnlijk meer aandacht komen voor de ouderen in Nederland en de vergrijzingproblematiek die voor een nieuw demografisch vraagstuk zorgt.

Het bovenstaande geeft, aan de hand van een aantal vraagstukken, kort weer dat de aandacht voor bepaalde maatschappelijke groepen niet ongewenst is. Vanuit de integratie, emancipatie of ondersteuning zijn er vraagstukken die maatschappelijke aandacht verdienen. Vanuit een sociaal geografisch en planologisch oogpunt is het, binnen het programma diversiteit en integratie, interessant te kijken naar de allochtone groep. Deze thesis focust zich met betrekking op etniciteit (vanaf hoofdstuk 2 aangeduid als diversiteit, waar etnisch-culturele diversiteit mee bedoeld wordt) alleen op de fysieke manifestaties daarvan. Dit onderwerp dient niet verward te worden met vraagstukken die puur betrekking hebben op herstructurering van wijken en het welzijn van etnische bevolkingsgroepen. De zojuist genoemde voorbeelden gaan namelijk meer in op sociale voorzieningen en integratie.

Hoewel Jacobs het onderwerp plannen voor diversiteit in de jaren '60 van de vorige eeuw geleden introduceerde, is er geen eenduidige aanpak voor het tot uiting brengen van diversiteit in de stad. De lokale en nationale context geven volgens Sandercock (2003) aan welke actoren belangrijk zijn en waar:

'Living with diversity is a challenge for planners, and for urban governance, and for citizens, and for accepted notions of citizenship, and that the local and national context will determine which is more important, and when' Sandercock (2003:321).

Zoals Sandercock aangeeft bepaalt de lokale en nationale context hoe er rekening moet worden gehouden met diversiteit, hoe het tot stand moet worden gebracht door actoren en hoe het er fysiek uit moet komen te zien. De maatschappelijke relevantie van deze thesis ligt dan ook in de lokale sfeer: het is erop uit om te bekijken hoe er in de stad Utrecht rekening wordt gehouden met diversiteit en hoe dit zich fysiek uit in het straatbeeld. Het vraagstuk

van manifestaties van diversiteit draagt bij aan de ambitie ‘het verbinden van Utrechters met elkaar en met de stad’. Het uiteindelijke interne (en maatschappelijke georiënteerde) doel van de thesis en van de ambitie is om de (meer)waarde van diversiteit in etnische manifestaties vanuit een aantal casussen inzichtelijk te maken. Het externe doel is om diversiteit letterlijk meer zichtbaar te maken in het straatbeeld van Utrecht. Het externe doel is gekoppeld aan de ambitie van het fysiek zichtbaar maken van diversiteit. Een manifestatie van diversiteit kan volgens het uitvoeringsprogramma voornamelijk vorm krijgen door architectuur, in de openbare ruimte, of in winkelstraten. Deze thesis draagt bij aan deze doelstelling door in te gaan op hoe binnen de stad Utrecht diversiteit zich manifesteert, welke overheidsactoren en welke marktactoren hierachter zitten. Dit zal gebeuren vanuit een gemeentelijke gedachte, waar diversiteit wordt gezien als een (meer)waarde voor de stad, iets dat duidelijk aanwezig moet zijn in het Utrechts straatbeeld. Er zal worden bekeken of de ambitie reëel en of manifestaties van diversiteit een aanzienlijke (meer)waarde hebben voor de stad, en op welke manier.

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Vele steden in Nederland maar ook in Europa en de rest van de wereld hebben te maken met diversiteit en de manier waarop diverse groepen een tastbare plaats moeten krijgen binnen de stad. Vele theoretische inzichten over hoe te plannen voor diversiteit zijn geschreven. Jacobs gaf in 1962 één van de eerste inzichten in haar boek “The death and life of great American Cities”, waarin ze opriep om bij het inrichten van de stad rekening te houden met de diverse samenstelling van de bevolking. De uiting van een bepaalde groep in de stad kan zich, volgens haar, op allerlei plekken voordoen en in allerlei verschijningen. Ook heeft elk van deze uitingen een andere achtergrond, een andere waarde en een ander belang.

Vanuit de wetenschappelijke literatuur worden er een aantal invalshoeken gegeven aan hoe om te gaan met diversiteit, hoe met het begrip te werken is en hoe er voor te plannen is in de stad. Zoals Sandercock (2003) stelde, is de nationale en lokale context daarbij van invloed op de manier waarop er voor diversiteit gepland wordt; dat geldt ook voor Utrecht. De opgedane theorieën zijn vanwege de contextafhankelijkheid lastig te generaliseren en de wetenschappelijke waarde van dit onderzoek zal zich beperken tot het testen van de theorie aan het stedelijke niveau en de daarvoor gekozen casussen. Er zal worden ingegaan op hoe etnisch-culturele diversiteit zich in de stad Utrecht manifesteert, wat voor belang deze uitingen hebben, en hoe etnisch-culturele diversiteit waar mogelijk en wenselijk zichtbaar kan worden gemaakt. Wetenschappelijk gezien, wordt er zodoende een bijdrage geleverd door inzichtelijk te maken hoe er in een geval als Utrecht wordt omgegaan met etnisch-culturele diversiteit, en specifiek met de manier waarop dit in de stad herkenbaar is in het straatbeeld. Er wordt daarbij ingespeeld op de lokale en nationale context door inzichtelijk te maken welke overheid en niet-overheid actoren betrokken zijn bij het zichtbaar maken van etnisch-culturele diversiteit en de redenen waarom zij dat doen. De toetsing van de casussen aan de bestaande theoretische inzichten zal de enige wetenschappelijke toevoeging zijn. Door de contextafhankelijkheid van het vraagstuk zullen de resultaten

minimaal toevoegen aan de wetenschap en zal de maatschappelijke relevantie van een meer doorslaggevend belang zijn.

1.4 Probleemstelling

De nadruk in de thesis ligt op de totstandkoming van etnisch-culturele manifestaties vanuit de overheid en de niet-overheid actoren en de waarde die deze etnisch-culturele manifestaties hebben voor de stad. Om hier inzicht in te krijgen wordt gekeken naar de ervaringen in manifestaties van etnisch-culturele diversiteit die er zijn in de steden Den Haag, Rotterdam en Utrecht. Vervolgens wordt, mede aan de hand van de casussen in Den Haag en Rotterdam, bekeken hoe Utrecht in de toekomst om kan gaan met manifestaties van diversiteit. Dit resulteert in de volgende doelstelling:

Doelstelling:

Inzicht krijgen in hoe, waar en waarom overheid en niet-overheid actoren in Rotterdam en Den Haag en Utrecht etnisch-culturele diversiteit laten manifesteren, teneinde het Utrecht zichtbaarheidsbeleid te ondersteunen.

Om duidelijk te krijgen hoe er in Utrecht door de overheid en niet-overheid in de toekomst om zou kunnen worden gegaan met het zichtbaar maken van etnisch-culturele diversiteit, is het van belang om te bekijken hoe er op verschillende plekken in Den Haag, Rotterdam en Utrecht om wordt gegaan met manifestaties van diversiteit en wat deze manifestaties betekenen. De inzichten die verkregen worden door de analyse van verscheidene casussen in de drie genoemde steden kunnen worden gebruikt om te bekijken hoe er in de toekomst om kan worden gegaan met de manifestering van etnisch-culturele diversiteit. De hoofdvraag luidt dan ook als volgt:

Hoofdvraag:

Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?

Om de totstandkoming van etnisch-culturele manifestaties in de verschillende steden uit te leggen, worden in de eerste deelvraag de posities van de overheid actoren en de niet-overheid actoren (markt actoren) bekeken als het gaat om etnisch-cultureel beleid in de gebouwde omgeving. Vanuit een theoretische achtergrond worden in deze deelvraag de rol en de middelen die de actoren hebben om de stedelijke ruimte te beïnvloeden uiteengezet alsmede het beleid en de visies die verschillende actoren toepassen. Dit resulteert in de eerste deelvraag:

Deelvraag 1: Wat houdt het manifesteren van etnisch culturele diversiteit in voor overheid actoren en niet-overheid actoren?

Het fysiek realiseren van etnisch-culturele manifestaties door overheid en niet-overheid actoren gebeurt vanuit een visie of beleid. Middels uiteenzetting van casussen in Den Haag, Rotterdam en Utrecht wordt bekeken hoe actoren betrokken zijn bij realisatie van etnisch-culturele manifestaties en wat de beweegredenen daarvoor zijn. Op deze manier wordt het duidelijk welke overheid en niet-overheid actoren een rol spelen in het realiseren van etnisch-culturele uitingen in de realiteit. Dit resulteert in deelvraag 2:

Deelvraag 2: Waar wordt diversiteit tot uiting gebracht, welke actoren zijn daarbij betrokken, en wat voor waarde en belang hebben deze actoren bij het zichtbaar maken van diversiteit?

De informatie die volgt uit de eerste twee deelvragen kan worden gebruikt om een analyse te maken van de casussen. De bestudering van de casussen zal uitwijzen wat de verschillen zijn in het tot stand brengen van etnisch-culturele manifestaties en welke actoren daarbij betrokken zijn. Daarnaast zullen deze manifestaties een bepaalde betekenis met zich mee brengen, zal de waarde ervan verschillen en anders worden uitgelegd per casus. Deelvraag 3 ziet er als volgt uit:

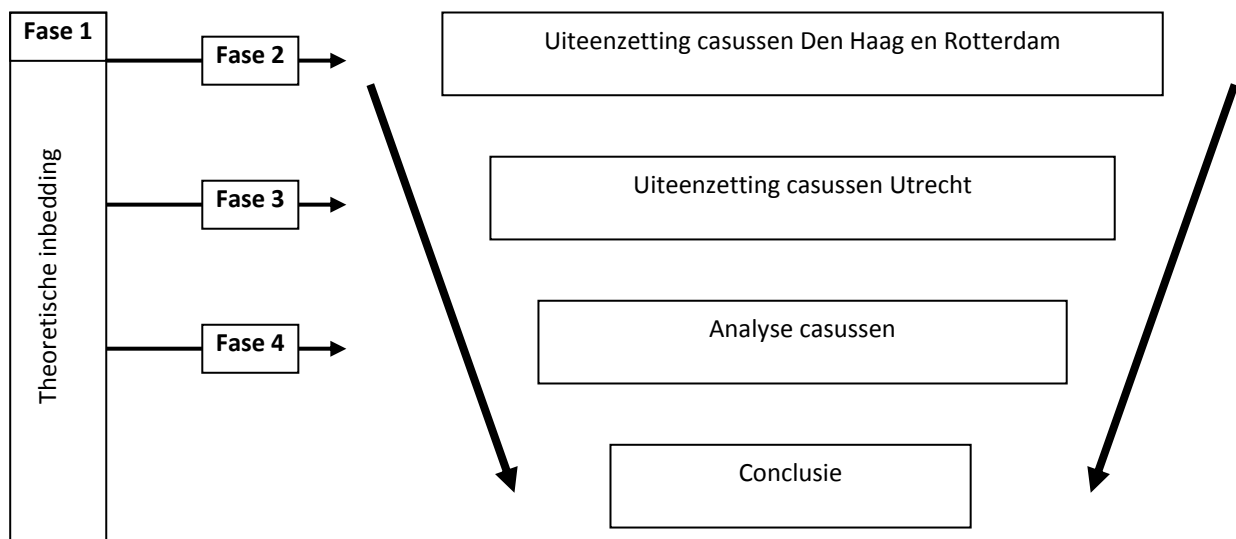
Deelvraag 3: Welke vormen nemen manifestaties van diversiteit aan en wat is de betekenis daarvan?

De zichtbaarheid van diversiteit in etnisch-culturele manifestaties zal op sommige plekken in Utrecht minder zijn dan op andere plekken. Plekken waar diversiteit wél tot uiting is gekomen hebben een bestaansreden. Er zal in deelvraag 4 een analyse worden gemaakt van de actoren die met de besluitvorming en uitvoering in Utrecht te maken hebben. Aan de hand hiervan kan bekeken worden wat de factoren zijn die zorgen voor de fysieke herkenbaarheid van diversiteit. Daarbij zal een licht worden geworpen op de citymarketing (met betrekking tot uitingen van etnisch culturele diversiteit), een methode die de overheid gebruikt om de stad, of delen van de stad, te laten profileren op een bepaalde manier.

Deelvraag 4: Hoe is etnisch-culturele diversiteit op sommige plekken in Utrecht zichtbaar en betekenisvol en hoe kan dit waar mogelijk en wenselijk verbeterd worden?

Figuur 1.1 geeft de opbouw van het onderzoek weer.

Figuur 1.1 Opbouw van het onderzoek



1.5 Methodes

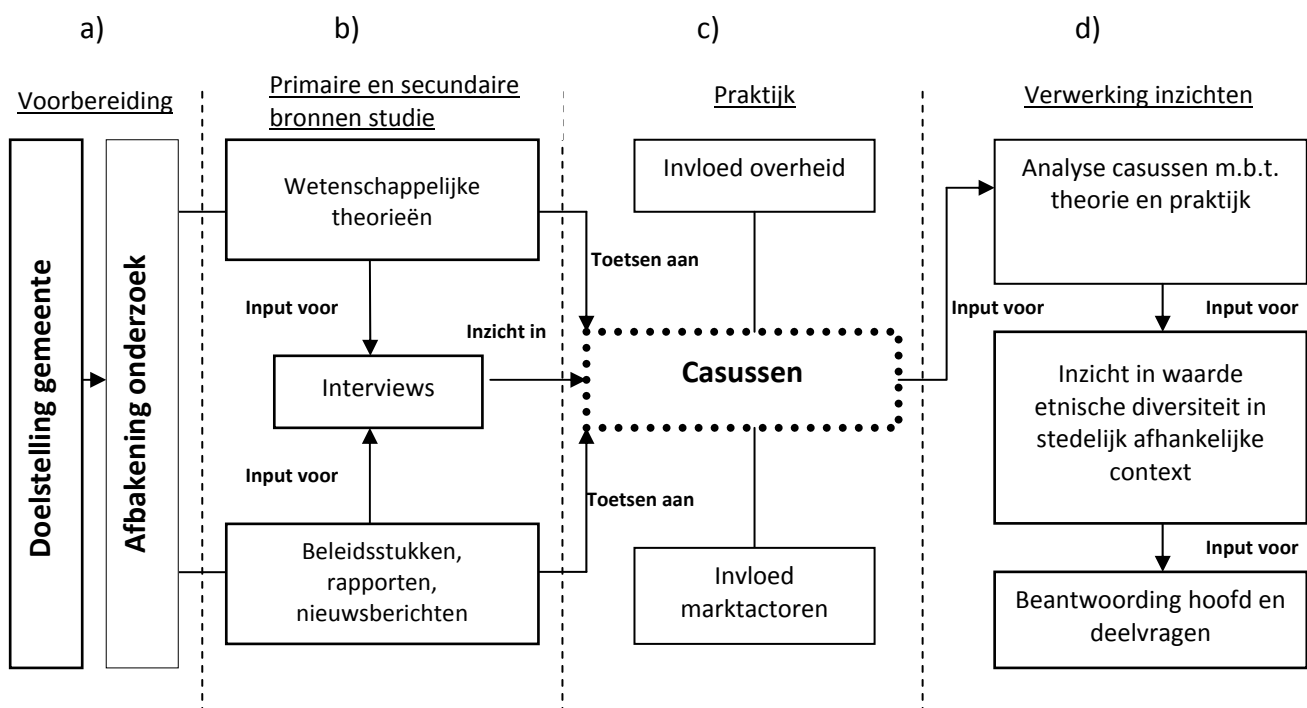
In de doelstelling is opgenomen om inzicht te krijgen in hoe, waar en waarom actoren rekening houden met diversiteit. In de 'hoe' vraag wordt vanuit de overheid en de niet-overheid actoren gekeken hoe diversiteit terug kan worden gebracht in het fysieke straatbeeld. Er wordt ook aandacht gegeven aan de realisatie van de fysieke ruimte als gevolg van communicatie tussen de overheid en de niet-overheid actoren. De waarde en het belang van etnische manifestaties worden behandeld in het 'waarom' gedeelte. Dit is een van de belangrijkste onderdelen van de doelstelling en de hoofdvraag aangezien het realiseren van etnische manifestaties achterliggende gedachten hebben. Het 'waar' gedeelte zorgt ervoor dat het mogelijk is een aantal casussen naast elkaar te leggen in en buiten Utrecht waar methodes en de fysieke vormgeving bekeken worden (vanuit de overheid en niet-overheid actoren). Ten eerste zal er aan de hand van beleidsdocumenten en onderzoeksrapporten inzicht worden verkregen over de onderwerpen. Theoretische achtergrond helpt bij het positioneren van het diversiteit denken in verschillende contexten en hoe ervoor te plannen is en of er überhaupt voor gepland kan worden. Ten tweede zullen middels interviews de belangrijkste actoren gevraagd worden over de positie die ingenomen wordt ten aanzien van diversiteit en de manier waarop de actoren diversiteit zichtbaar maken in de fysieke ruimte. De theoretische inzichten en inzichten vanuit beleidsstukken, rapporten en nieuwsberichten zullen worden toegepast op de casussen die in subparagraaf 1.1 beschreven zijn.

Uiteindelijk zullen de literatuurstudies (onderzoeksrapporten, beleidsdocumenten en wetenschappelijke inzichten) en de interviews het mogelijk maken de hoofdvraag: "Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?" te beantwoorden.

Figuur 1.2 bevat 4 fases te weten a) voorbereiding, b) primaire en secundaire bronnen studie, c) toetsing aan praktijk en d) verwerking van inzichten. Fase a omvat het interpreteren van de doelstelling die in het programma diversiteit en integratie gegeven is en de afbakening van het onderzoeksgebied. In fase b worden inzichten verworven met betrekking tot praktijksituaties waarin diversiteit zich manifesteert. Dit gebeurt door het lezen van wetenschappelijke theorieën, beleidsstukken, rapporten en nieuwsberichten. Op basis van de secundaire literatuur en verkenning van de praktijk worden interviews afgenomen die betrekking hebben op verkozen praktijksituaties, casussen genoemd (in 3 steden). Als onderdeel van de casus worden de invloeden van de markt- en overheid actoren nadrukkelijk bekeken omdat zij de actoren zijn die de casus vorm geven. Met de opgedane inzichten vanuit de primaire en secundaire literatuur en de toetsing aan de theorie en praktijk worden in d de resultaten geanalyseerd waardoor er uiteindelijk inzichten worden verworven met betrekking tot de waarde van diversiteit in de stedelijke context. Uiteindelijk kunnen de deelvragen en hoofdvraag beantwoord worden als gevolg van de verworven inzichten.

De fasen van het onderzoek worden schematisch weergegeven in figuur 1.2.

Figuur 1.2 Onderzoeksfasen



1.6 Leeswijzer

Het uitgangspunt van deze thesis is om casusspecifiek te bekijken hoe en waarom manifestaties van diversiteit vorm worden gegeven door de tussenkomst van overheid en niet-overheid actoren alsmede de middelen en motivaties die zij daarvoor hebben.

Wanneer deze inzichten verworven zijn, kan er een vergelijkende analyse gemaakt worden waarin duidelijk wordt hoe de drie gemeentes al dan niet vanuit het gemeentelijke beleid omgaan met manifestaties van diversiteit en hoe dit in samenwerking met marktactoren praktisch uitvoerbaar wordt gemaakt. Daaruit zal blijken hoe diversiteit in de stedelijke ruimte een plaats krijgt en wat de verschillen en overeenkomsten tussen de gemeentes zijn. Het is daarbij van belang de nadruk te leggen op de vergelijking tussen de casussen om de verworven inzichten bruikbaar te maken voor de gemeente Utrecht.

In hoofdstuk 3 en 4 zullen een aantal casussen geïntroduceerd worden waar diversiteit zich in de drie genoemde steden manifesteert. Aan de hand van de casussen en aan de hand van het stedelijke diversiteitsbeleid kan bekeken worden wat de aanwezigheid van manifestaties van diversiteit betekenen voor de stad en op welke manier de overheid en de marktactoren zoals woningbouwverenigingen en architecten omgaan met etniciteit in de stad. In Rotterdam zal gekeken worden naar Le Medi, in de wijk Bospolder. Le Medi is een wooncomplex dat ontworpen is naar Marokkaans – Mediterrane inrichting en uiterlijk. In Den Haag Transvaal zal gekeken worden naar de marketing van de Paul Krugerlaan als Indiatown. In Utrecht zal gekeken worden naar de Kanaalstraat als plek waar allochtoon ondernemerschap het imago en gezicht van Lombok bepaald. Daarnaast zal er in Utrecht worden ingegaan op de Amerhof, een plein dat is ontworpen als Perzisch tapijt, en het project 'Hoograven Invites You!' als middel om de wensen van de (allochtone) burger in de fysieke ruimte terug te laten komen.

Hoofdstuk 5 gaat in op de potentie die manifestaties van diversiteit in Utrecht hebben. Er wordt daarbij gekeken naar de lessen die geleerd kunnen worden van de behandelde en geanalyseerde casussen. Ook zullen de strategieën van actoren die in Utrecht diversiteit fysiek meer terug kunnen brengen in de ruimte behandeld worden.

Het laatste inhoudelijke hoofdstuk zal de hoofd- en deelvraag beantwoording zijn, waarbij ook de conclusie wordt getrokken.

2. Diversiteit in theorie

"I have often amused myself, with thinking how different a place London is to different people. They, whose narrow minds are contracted to the consideration of some particular pursuit, view it only through that medium [...] But the intellectual man is struck with it, as comprehending the whole of human life in all its variety, the contemplation of which is inexhaustible"

Boswell, 1791 (in Jacobs, 1962:143)

2.1 Introductie

Verschillende auteurs, zoals Boswell, die ruim twee eeuwen geleden schreef over het begrijpen van het menselijk leven vanuit verschillende perspectieven en de variëteit van mensen, schreven over diversiteit. De diversiteit aan mensen in de samenleving roept, in meeste brede zin, allerlei vraagstukken op van geografische en planologische aard die het functioneren van de stad in relatie tot de veelzijdige en diverse bevolking kan bevorderen. Deze thesis zal zich binnen het begrip diversiteit specifiek focussen op etnisch-culturele diversiteit als onderdeel van de stedelijke bevolking (etnisch-culturele diversiteit wordt verder aangeduid als 'diversiteit'). Diversiteit zal in deze thesis in relatie staan tot de stedelijke fysieke planning en de rol die de overheid en de niet-overheid actoren (marktactoren) spelen in het tot stand brengen van manifestaties van diversiteit. Dit komt wordt geformuleerd in de hoofdvraag:

"Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?

In dit hoofdstuk zal een theoretische basis worden gelegd waarin inzicht wordt gegeven in hoe er in de fysieke planning met diversiteit wordt omgegaan door overheid en niet-overheid actoren. Diversiteit, planning en etnische manifestaties in de fysieke ruimte zullen als hoofdonderwerpen in dit hoofdstuk behandeld worden. Dit gebeurt in de volgende paragraafindeling:

- Ten eerste zullen in paragraaf 2.2 inzichten worden verschaft in diversiteit in relatie tot politiek en beleid.
- Ten tweede zal in paragraaf 2.3 in worden gegaan op het planningsinstrument als middel om de fysieke ruimte te beïnvloeden. In de paragraaf zal de link met het fysiek plannen voor diversiteit nadrukkelijk aan de orde komen.
- Ten derde zal paragraaf 2.4 specifiek ingaan op het creëren van fysieke ruimtes voor etnisch-culturele groepen in de stad.
- Als vierde zal in paragraaf 2.5 een samenvatting van het hoofdstuk worden gegeven waarin duidelijk wordt gemaakt hoe de theoretische inzichten van toepassing zijn op de daaropvolgende hoofdstukken.

2.2 Diversiteit, politiek en beleid

De zichtbaarheid van etnische culturen in het fysieke straatbeeld, het onderwerp waar in deze thesis de focus op ligt, is in relatie te zien tot de mate waarin deze culturen door de maatschappij en de politiek worden toegelaten en geïntegreerd zijn. Deze paragraaf zal ingaan op de acceptatie van immigranten in de politiek en de manier waarop de gemeente van de grotere steden aankijken tegen de verkleuring van de samenleving en hoe daar in stedelijk beleid vorm aan gegeven wordt. De grondslag voor het antwoord op de vraag voor wie er fysiek gepland moet worden ligt in de discussie over de toename van het aandeel allochtonen, die met name door de politiek gevoerd wordt.

2.2.1 Een korte geschiedenis van het beleid ten aanzien van immigranten

Pennix et al.(2005) geven aan dat net na de tweede wereldoorlog Nederland door de politiek niet werd bestempeld als een immigratie land. Immigranten werden gezien als tijdelijke migranten of gastarbeiders en werden in de landelijke politiek dus niet gezien als onderdeel van de Nederlandse bevolking maar als mensen die tijdelijk in Nederland aanwezig waren. Migratie werd tot midden jaren 70 minimaal gereguleerd. Woon- en arbeidsvergunningen waren verplicht voor immigranten om in Nederland te wonen en te werken, maar dit werd minimaal gecontroleerd en het ontbreken van deze vergunningen werd feitelijk gedoogd. Vanaf begin jaren 80 werd de aanwezigheid van immigranten en hun langdurige verblijf politiek erkend en het doel werd gesteld om ze te laten integreren in de samenleving. De integratie van de allochtone bevolking moest gebeuren, maar dit betekende niet dat iedere immigrant zomaar toegelaten zou worden. Het etnisch minderhedenbeleid (zoals dat destijds genoemd werd) legde de nadruk op de emancipatie van verschillende etnisch culturele minderhengroepen om in socio-economisch, cultureel en religieus opzicht. Dit zou de vorming van randgroepen tegengaan. Vanaf de jaren 80 en 90 werd het integratiebeleid toegepast waarin immigratie eisen werden aangescherpt. Pennix et al (2005) geven aan dat lokale overheden vanaf de jaren 90 hun eigen integratie beleid begonnen te hanteren. Op een pragmatische manier werd lokaal beleid aangepast aan de lokale omstandigheden. Vanuit de landelijke overheid werd immigratiebeleid decentraal verzorgd, op grootstedelijk niveau. De nadruk lag daarbij op het zogenoemde 'burgerschap' en 'zelfverantwoordelijkheid' en de acceptatie van etnisch-culturele groepen in de Nederlandse maatschappij.

Bovenstaand verhaal geeft een verandering weer in het denken over de toelating en aanwezigheid van immigranten in Nederland. Vanaf de jaren 90 werd er op grootstedelijk niveau pragmatisch gedacht over de immigratie en integratie van allochtonen. Hoewel dit onderzoek geen analyse is van het integratie en immigratiebeleid in Nederland, geeft de omslag in het denken over de immigratie en integratie van allochtonen aan dat de allochtone bevolking steeds meer gezien werd als een onderdeel van de Nederlandse samenleving, zeker in de grootstedelijke gemeentes. In plaats van exclusie is er sprake van inclusie van de allochtone bevolking in de Nederlandse grootstedelijke gemeentes. Pennix et al. (2005) geven aan dat vanaf kabinet Balkenende I vanuit de bevolking een afkeer ontstond tegen het nationaal immigranten en integratie beleid. Dit gebeurde vooral op het lokale

niveau en vanuit de gehele maatschappij waar vanuit er tegen het kabinet geprotesteerd tegen het immigratie en integratiebeleid. Er werd getracht de allochtone bevolking te beschermen tegen kabinetsbeslissingen die in vanuit de samenleving als onjuist werden gezien. In Rotterdam liet de allochtone bevolking zelf hun stem in de maatschappij horen tegen de lokale politiek door in 2006 de linkse partijen weer aan de macht te helpen nadat het rechtse LPF aan de macht was geweest.

2.2.2 Multiculturalisme

De Zwart (2005) geeft aan dat de nadruk in de traditionele Nederlandse benadering tegenover de integratie en emancipatie van minderheden ligt op de erkenning en ondersteuning van de etnisch-culturele identiteit. Dit wordt door de politiek en de samenleving vooral gezien als een probleem en niet als een oplossing van de integratie en emancipatie van minderheden. Joppke (2004) ziet deze benadering als manier waarop segregatie en afscheiding van de samenleving van etnisch-culturele groepen wordt bevorderd. Deze manier van handelen door, met name, de politiek is onder de term 'multiculturalisme' te scharen. Voor beleidsmakers en voor etnische minderheden zijn erkenning van de etnische culturen, het aanwezig zijn van voorzieningen en de mogelijkheden om te ontplooiën onderdeel van het multiculturalisme. In de politiek werd het begrip multiculturalisme in cultureel opzicht gezien als werkwijze om de verschillen tussen etnische culturen bij elkaar te brengen en in economisch opzicht om de groepen te laten ontplooiën. Het nadeel van de term en werkwijze 'multiculturalisme' is de doelgerichte benadering waarin groepen binnen de samenleving gedefinieerd, erkend worden en in dezelfde positie worden gezet. Dit zorgt voor het creëren van een harde definitie van één groep in de samenleving en creëert afstanden tussen de groep en de rest van de samenleving. Dit is een belangrijk bijeffect dat door de politiek als nadelig wordt gezien. Vooral in de politiek en op gemeentelijk niveau is de terminologie van belang, in de volksmond wordt multiculturalisme vaak als term gebruikt. De doelgerichte benadering legt de nadruk op het onderscheiden van groepen, kan stigmatiseren en kan voor conflicten tussen etnische groepen zorgen. Sinds de jaren 90 is er verminderde aandacht voor het multiculturalisme op de politieke agenda omdat dit het 'in-verschillen-denken' bevordert en wordt er meer gesproken over 'diversiteit' (zie 2.2.4.).

2.2.3 Dilemma of recognition

De Zwart (2005) geeft in bovenstaand verhaal aan dat in het vraagstuk van emancipatie en het behouden van de eigen identiteit voor de politiek een vraagstuk is dat niet gemakkelijk in te vullen is. Drie benaderingswijzen ten aanzien van verschillende etnisch-culturele groepen worden omschreven in het 'dilemma of recognition'.

- 1) 'Denial' is een vorm waarin groepen binnen de samenleving niet apart erkend worden door de overheid. Er is geen al bestaande structuur in de samenleving en de focus op en de rechten van het individu worden nagestreefd. Deze vorm is ideaal

omdat er geen grenzen worden getrokken tussen groepen in de samenleving maar is een ideaal dat lastig uit te voeren is.

- 2) 'Accommodatie' is een vorm waar de meeste overheden mee werken binnen het dilemma. In tegenstelling tot de 'denial' vorm wordt er uitgegaan van bestaande sociale structuren, zoals in het multiculturalisme waarin het groepsdenken aanwezig is. Sociale identiteiten worden erkend, maar het risico van het creëren van grenzen tussen groepen is aanwezig.
- 3) 'Replacement' is een optie die tussen 'accomodation' en 'denial' inzit. De overheid streeft groepsspecifieke ontplooiing na, maar de aandachtspunten worden zo gedefinieerd dat de bijeffecten van 'accommodatie' niet teveel de nadruk krijgen. Overheden definiëren hun eigen groepen die sociaal geconstrueerd worden: 'vervangingscategorieën' genoemd.

Het omgaan met de manier waarop de samenleving demografisch in elkaar zit in termen van etnisch-culturele diversiteit heeft een bepaalde benaderingswijze nodig vanuit de overheid. De drie genoemde vormen zijn een kijk vanuit de overheid op samenleving en hoe daar mee om te gaan. Het beleid sluit daarop aan en zal uiteindelijk ook bepalen op welke manier etnisch - culturele groepen zich fysiek kunnen manifesteren in de ruimte. De toename van immigranten en het nationale en lokale beleid dat daarvoor ontworpen werd heeft nooit op een eenduidige manier bestaan. De positie die de maatschappij en de politiek heeft ingenomen ten aanzien van de aanwezigheid van immigranten en de verkleuring van, met name, de grootstedelijke gemeentes, is niet altijd hetzelfde geweest.

2.2.4 Diversiteit

Het begrip diversiteit is een containerbegrip waar veel onder kan worden verstaan en die op vele manieren kan worden toegepast in de stedelijke geografie en planologie. Een letterlijke definitie van diversiteit is 'verscheidenheid' (Van Dale, 2009): een verzameling van zeer verschillende zaken. 'Diversiteit' en 'verscheidenheid' zeggen als begrip vrij weinig en dienen gekoppeld te worden aan vraagstukken in de stad om het als begrip verder inzichtelijk en toepasbaar te maken. In de volgende twee alinea's wordt ingegaan op diversiteit in beleid en diversiteit in de relatie met de indeling van de fysieke ruimte.

Wanneer het begrip in verband wordt gebracht met beleid benadrukt Ghorashi (2006) dat het democratische systeem van Nederland mensen de mogelijkheid zou moeten kunnen geven om 'anders' te zijn. Gezien de geschiedenis van het immigratie en integratie beleid is dit vanuit de Nederlandse politiek en overheid niet altijd zo geweest. Verschillende vormen van beleid waren vanaf de tweede wereldoorlog van toepassing. Het samenleven van meerdere culturele en etnisch-culturele groepen zou volgens Ghorashi in een democratie zoals in Nederland "*niet moeten leiden tot dichotomieën die elkaar bij voorbaat uitsluiten*" (2006:1). De culturele erkenning binnen de samenleving is volgens hem van belang waarbij er ook ruimte moet zijn voor minderheden. Vanuit de 'replacement' wordt er – zeker binnen grootstedelijke gemeentes – steeds meer gewerkt met het begrip en

werkwijze 'diversiteit', dat anders dan het begrip 'multiculturaliteit' niet de nadruk legt op onderscheid tussen verschillende etnisch-culturele groepen in de gemeentelijke werkwijze.

In relatie van diversiteit en ruimte noemt Beall (1997) de indeling van de fysieke stedelijke ruimte als beperkend voor sommige mensen en als 'setting' waar anderen die zich in de stedelijke ruimte juist (beter) kunnen ontplooien. De manier waarop mensen deel nemen aan het sociale, economische en politieke leven in de stad is verschillend en de structuur en de patronen in het stedelijke bestuur voorzien in de behoeftes die in de samenleving aanwezig zijn. De stedelijke structuur heeft invloed op de levenswijze van de verschillende soorten inwoners van de stad. De verschillen tussen mensen moeten in de stedelijke structuur in acht worden genomen omdat elk mens tegenstrijdige behoeftes heeft en omdat een ieder verschillend gebruik maakt van de fysieke ruimte. Een wijk met een hoog percentage Chinezen of Kantonezen zal zich bijvoorbeeld beter lenen om te ontwikkelen tot Chinatown met het bijbehorende allochtone ondernemerschap en de ontplooiing van symboliek. In het licht van deze verschillen en overeenkomsten van mensen en in verhouding tot de fysieke ruimte maakt Beall een nadrukkelijk onderscheid tussen de termen "verschillend" en "divers". Door dit onderscheid te maken wil ze aan tonen dat het begrip "diversiteit" — anders dan "verschillend" (een term die ook gekoppeld kan worden aan multiculturalisme)— van een verenigend karakter is en daardoor meer werkbaar en vooruitstrevend is. Volgens haar kan er bij het benadrukken van verschillen categorisering, priorisering, en hiërarchisering ontstaan waardoor bepaalde groepen buiten worden gesloten. Differentiëring betekent volgens haar het labelen, benoemen en het bevorderen van het wij - zij denken, wat een afstand creëert tussen verschillende maatschappelijke groepen. De term 'diversiteit' gaat meer in op processen met betrekking tot het bevorderen van de stedelijke samenleving als eenheid. Diversifiëren omvat variatie, aanpassing en het aandacht geven aan verschillende groepen. Bij het werken met en plannen voor verschillende groepen kan volgens Beall zodoende beter gewerkt worden met de gedachte van 'diversiteit', omdat dat begrip inclusie van elk maatschappelijke groep inhoudt. Bij het begrip 'verschil' ligt de nadruk op verschillende groepen (wat de kritiek is op de term 'multiculturalisme'). Door de nadruk op verschillende groepen te leggen is er sneller sprake van discriminatie. Het werkbare begrip "diversiteit" geniet voor haar zo de voorkeur, boven het statische begrip "verschil". Overigens betekent dit niet dat er geen verschillen zijn, want deze zijn er wel degelijk. Beall pleit er daarom voor de werkwijze: "To value difference and to work with diversity" te gebruiken, waarin er inzichten verworven worden over de behoeftes en eigenschappen van bepaalde groepen. Vanuit die kennis kan er vanuit de overheid gepland worden voor diversiteit.

In het kader van deze thesis zal diversiteit worden gekoppeld aan de stedelijke ruimte en de etnische groepen die daarin zichtbaar zijn. Er vindt als het ware een koppeling plaats tussen de positie die grootstedelijke overheden innemen ten aanzien van etnisch-culturele groepen en de fysieke aanwezigheid van etnisch-culturele groepen in winkels, openbare ruimte en architectuur. Beleid ten aanzien van ruimte heeft vaak de strekking om hoogwaardige ruimtelijke kwaliteit te hebben (Voogd, 2004). Deze hoogwaardige ruimtelijke kwaliteit suggereert dat het ruimtegebruik en de beleving van de ruimte voor iedereen hetzelfde is. Gezien het feit dat de waarde en de positie van dit soort plekken in gemeentelijk beleid niet altijd even duidelijk is, is dat een reden om de waarde van etnisch-

culturele plekken verder te verkennen. Een studie van Florida (2000) koppelt de welvaart van hedendaagse steden aan de benutting van de economie door middel van het benutten van stedelijke diversiteit. Economische ontplooiing houdt in dat geval hoogwaardig ruimtegebruik in. Het NICIS (2009) voegt daaraan toe dat:

“Diversiteit verwijst naar de veelheid en intensiteit van uiteenlopende subculturen en levensstijlen, die op hun beurt een excellente voedingsbodem vormen voor een reeks creatieve processen. Veel steden laten zich door deze moderne inzichten inspireren en gaan op zoek naar manieren om creativiteit de ruimte te geven en culturele industrieën aan te jagen”(NICIS, 2009:4).

Of diversiteit in de gebouwde omgeving een voortbrengsel is van de komst van immigranten of dat de oorzaak elders licht zal casusgericht uiteengezet worden in hoofdstuk 3 en 4. In de volgende paragraaf zal verder worden ingegaan op het ruimtelijk plannen voor etnisch-culturele diversiteit.

2.3 Plannen voor diversiteit

De manier waarop de allochtone bevolking tegen de ruimtelijke indeling aankijkt, hoe deze ingedeeld kan worden door de gemeente, met wie er in de planning van de ruimte rekening moet worden gehouden en op welke manier, zijn allen aandachtspunten die mee moeten worden genomen in de ruimtelijke planning. De nadruk in deze thesis ligt op de rol die de overheid en de niet-overheid actoren kunnen spelen in de realisatie van etnisch-culturele manifestaties in de stad. Verder is het belangrijk af te vragen wat de (meer)waarde is van deze etnisch-culturele manifestaties in de stad omdat het proces van de transformatie van stedelijke ruimtes een grondslag moet hebben en betekenis vol moet zijn om ontwikkeld te worden. Deze paragraaf zal de ruimtelijke planning verder toelichten en theoretische inzichten verschaffen die ingaan op het plannen voor diversiteit.

2.3.1 Planningsbenaderingen

Thomas (2008) noemt de insteek van de planner als een belangrijke factor in de ontwikkeling van de stad met betrekking tot diversiteit. De achterliggende vraag die bij elke vorm van planning gesteld moet worden is: ‘voor wie wordt er gepland?’. In het kader van het plannen voor etnisch-culturele groepen is de vraag of de nadruk meer ligt op de aanboddiversiteit of de vraagdiversiteit. Of de overheid de ontwikkeling van de ruimte af laat hangen van de niet-overheid actoren of van zichzelf hangt af van de positie die de overheid inneemt (nl. objectief of subjectief). Uiteindelijk resulteert de vorm van planning in de waarde die etnisch-culturele ruimtes krijgen op sociaal en economisch niveau en voor wie het gebied waarde heeft (de overheid of de burger). In de planologie zijn vier hoofdvormen van planning te onderscheiden die in figuur 2.1 zijn weergegeven.

Figuur 2.1 Vormen van planning

(1)Rationele veelomvattende planning	Een klassieke rationele opvatting waarin planning gefaseerd opgebouwd wordt met een vooraf gesteld doel. Het planningsschema is niet aanpasbaar en wordt strak uitgevoerd.
(2)Pragmatische stap voor stap planning	Problemen in het planningproces worden zoveel mogelijk terug gebracht naar kleine proporties en niet in een strak schema uitgevoerd. Planning is geen rationeel proces maar moet zich in het proces aan kunnen passen aan maatschappelijke processen.
(3)Pleitplanning (advocacy planning)	Een opvatting waarin voor goede planning en goed beleid uit wordt gegaan van een botsing tussen de ideeën van verschillende belangengroepen. Er wordt vanuit één voorname gedachte gepland.
(4)Communicatieve planning	Volgens communicatieve planning is planning een proces van communicatie waar het doel is om een zo breed mogelijk draagvlak te krijgen voor beslissingen. Een planningsbeslissing is rationeel als alle betrokkenen akkoord gaan op grond van hun eigen beweegredenen.

Bron: naar Voogd (2004:17-18)

De insteek van pleitplanning en communicatieve planning komt vanuit de vraagdiversiteit en neemt een *antropocentrisch* perspectief in waarin de ruimte aangepast moet worden op de mens. Vanuit een *ecocentrisch* perspectief zou het natuurlijke ecosysteem centraal staan. De vraagzijde, de mens, zou zich aan moeten passen aan de omgeving. Dit sluit ook weer aan bij de vraag voor wie er gepland moet worden en de waarde die de ruimte (in het bijzonder etnisch-culturele manifestaties) biedt en voor wie. Voogd (2001) noemt het pleitplannen (of advocacy plannen) als methode om de nadruk te leggen op 'vraagdiversiteit' en het opkomen voor bepaalde belangengroepen in de samenleving. In het pleitplannen zijn vele varianten zoals communicatieve planning en participatieve planning. Davidoff (1965)¹ spreekt over het pleitplannen waarin de planner de „advocaat" van de samenleving is. Een planner zou moeten plannen voor zijn „cliënt"; de burger:

" The planner as advocate would plead for his own and his client's view of the good society. The advocate planner would be more than a provider of information, an analyst of current trends, a simulator of future conditions, and a detailer of means. In addition to carrying out these necessary parts of planning, he would be a proponent of specific substantive solutions. The advocate planner would be responsible to his client and would seek to express his client's views. This does not mean that the planner could not seek to persuade his client".(Davidoff, 1965:333)

¹ Davidoff is de grondlegger van het advocacy plannen.

Thomas (2008) noemt 'communicatieve' en 'collaboratieve' (een vorm van communicatieve planning) planning als hedendaagse populaire middelen om de waarden en behoeften van verschillende groepen in de samenleving duidelijk te maken. Deze vormen van planning vallen terug op het begrip 'macht' en de overheid die het planningsinstrument in handen heeft.

In deze paragraaf is een theoretisch overzicht gegeven van hoe er in de planning om kan worden gegaan met diversiteit en hoe er vanuit de vraag- en aanboddiversiteit gekeken kan worden naar hoe de ruimte vorm wordt gegeven. De manier waarop de stad fysiek vorm gegeven wordt in etnisch-culturele zin hangt af van de manier waarop de overheid en de allochtone burgers aankijken tegen de ontwikkeling van de ruimte en de waarde die zij eraan toekennen. In de volgende paragraaf wordt de link gelegd van planning naar fysieke etnisch-culturele manifestaties, hoe hier door de overheid, marktactoren voor gepland kan worden en welke (meer)waarde deze gebieden kunnen hebben voor de stad.

2.3.2 Jane Jacobs en diversiteit

In een geografisch planologische context kan het begrip diversiteit verschillend geïnterpreteerd en gebruikt worden. Lees (2003:621) noemt het begrip diversiteit *"conceptual chaos fostering a diversity of diversities that is potentially counter-productive"*. Wanneer het begrip in de context van de stedelijke en maatschappelijke ontwikkeling wordt geplaatst heeft het betrekking op de veelzijdige samenstelling van de stad in de bevolking, de verscheidenheid van de fysieke omgeving en hoe dit het functioneren van de stad beïnvloedt. Door de verschillende samenstelling van de bevolking wordt vanuit de politiek en de gemeentelijke planning vaak de nadruk gelegd op anti-discriminatie campagnes, dialoog en ontmoetingsplekken voor sociaal contact. Sandercock (2003) geeft aan dat de heropvoeding van stedelijke planners daar ook bij zou moeten horen wanneer het gaat om het omgaan met diversiteit.

Wanneer er gesproken wordt over 'diversiteit' is het volgens Lees van groot belang om het begrip goed af te bakenen en te conceptualiseren, evenals de bepaling van de context waarin het wordt toegepast. Fainstein (2005) voegt eraan toe dat er in geografisch planologische zin vanuit verschillende perspectieven naar diversiteit gekeken kan worden:

"The term diversity has a variety of meanings in urban literature. Among urban designers it refers to mixing building types; among planners it may mean mixed uses or class and racial-ethnic heterogeneity; for sociologists and cultural analysts it primarily takes on the latter meaning. Some writers focus on only one of these interpretations; many, however, see each type of diversity as linked to the others, even while there is considerable disagreement as to the direction of causality" (Fainstein, 2005:4).

Uit het citaat blijkt dat diversiteit vanuit verschillende posities anders gezien kan worden en dat er niet een eenduidige vorm van benaderen is. In een geografisch planologische context gezien deed Jane Jacobs in de 20^e eeuw één van de eerste memorabele pogingen om inzicht

te geven in het begrip diversiteit, wat het belang daarvan is, hoe het begrip te conceptualiseren en hoe daar in de stad voor te plannen. Jacobs' werk heeft betrekking op het focussen op diversiteit als specifieke eigenschap van de stad en de manier waarop daar volgens haar mee om kan worden gegaan. Ze introduceerde een nieuwe manier van kijken naar stadsplanning en het (her)bouwen van de stad aan de hand van de vraag *"How can cities generate enough mixture among uses – enough diversity – throughout enough of their territories, to sustain their own civilization?"* (Jacobs 1962:144). Het gebruik van de ruimte in de stad moet volgens haar voldoen aan de vraag die vanuit de verscheidenheid in de samenleving komt. Interactie van het individu met de openbare ruimte zou dan de stedelijke cultuur bepalen en het sociale en economische klimaat bepalen (Hutte 2007). Daardoor zou de stad de eigen samenleving in de indeling van de stad het aanbod kunnen geven dat het vraagt om zichzelf een plaats te geven in de stad. Jacobs heeft het hierbij vooral over het stimuleren van de economische en sociale diversiteit binnen een stad (Fainstein, 2005).

Met betrekking tot het verschil in architectuur noemen Bodaar en Rath (2005) de diversiteit en de architectonische stijlen, zoals pagodes, minaretten en koepels, en verdere veranderingen in het straatbeeld die te maken hebben met immigranten. In verlengde van de vierde vuistregel, die van mensen op straat, heeft de immigratie betrekking op veranderingen in de publieke ruimte. Sommige immigranten gebruiken de publieke ruimte mogelijk verschillend van hoe een doorsnee Nederlander deze zou gebruiken. Het rondhangen van allochtone jongeren op de straat kan door een doorsnee Nederlander worden gezien als onwenselijk, terwijl deze jongeren het ervaren als ontmoetingsplek. Het bekijken van de waarde en functie van etnisch diverse plekken in de stad behoort tot vuistregel 1, dat een toevoeging biedt aan het beantwoorden van de hoofdvraag. Voortbouwend op Jacobs, ziet Talen (2008) diversiteit in het algemeen als de belangrijkste motor voor stedelijke leefbaarheid omdat het de interactie tussen verschillende stedelijke componenten stimuleert en plekken in de stad heterogeen maakt. Ruskin (in Jacobs, 1961) ondersteunt dit door diversiteit te zien als een verrijking. Hij beschouwt de verscheidenheid aan mensen in de maatschappij als iets dat levendigheid en kleur aan de samenleving geeft.

2.3.3 Aanbod- en vraagdiversiteit

In de planologie, zijn er twee basisprincipes te onderscheiden die relevant zijn om de totstandkoming van de ruimte te begrijpen. Het fysiek interveniëren in de ruimte via regelgeving en fysieke maatregelen met de kwaliteit van de ruimte als uitgangspunt is wat ruimtelijke ordening omvat (eerste basisprincipe). Ruimtelijke planning (tweede basisprincipe) is daar nauw aan verwant aangezien het meer betrekking heeft op de voorbereiding van de beleidsuitvoerende en –vormende handelingen die niet alleen gericht zijn op het interveniëren, zelf maar ook op de organisatie van de interventies. Het uitgangspunt van de ruimtelijke planning is de kwaliteit van de ruimte door het behouden of verbeteren van deze kwaliteiten (Voogd, 2004). Planologie is niet alleen geworteld in wetenschappelijke studies. Voogd noemt dat het in de planologie niet alleen gaat om de kennis van de ruimtelijke orde, maar meer om het begrijpen van de beïnvloeding van de ruimtelijke orde door actoren en de doelen die zij voor ogen hebben. De overheid, en op stedelijk niveau nadrukkelijker gezien de gemeente, gebruikt de ruimtelijke planning als

middel om de ruimte voor haar leefbaar te houden of te maken. De fysieke vorm die de stad aanneemt wordt door Beall hieronder beschreven. Bij de ontwikkeling van de stedelijke ruimte in relatie tot het manifesteren van diversiteit beschrijft zij de ontwikkeling en de besluitvorming die resulteert in de ontwikkeling van de ruimte:

'The physical structure of the city is the product of conscious decision-making and social relations and therefore can never be neutral. What gets built, where, how and for whom reflects relations of power and the often stereotypical assumptions of planners, architects and other urban-decision-makers. Cities are literally concrete manifestations of ideas on how society was, is and should be' Beall (1997:3).

Voogd (2004) haakt in op de besluitvorming door een onderscheid te maken tussen 'aanboddiversiteit' en 'vraagdiversiteit'. De variatie aan eigenschappen binnen een bepaald gebied en de functies die dat gebied ruimtelijk gezien bezit wordt door Voogd gezien als 'aanboddiversiteit'. De variatie van gebruikers evenals hun mogelijkheden, wensen en kenmerken vallen onder de noemer 'vraagdiversiteit'. In de praktijk, zo stelt Voogd, is de gehele ruimtelijke ordening vrij aanbodgericht (Jacobs pleit juist voor het bijeenbrengen van aanbod en vraagdiversiteit). Wanneer de aanbodgerichtheid betrokken wordt op Beall's constatering – dat de fysieke structuur van de stad het product is van constante besluitvormingen van verschillende actoren die allemaal anders denken over de indeling van de stad – betekent de aanbodgerichtheid in plannen ruwweg dat er vanuit de overheid (op stedelijk niveau de gemeente) niet vaak de neiging is de variatie aan gebruikers van die ruimte mee te nemen. De fysieke stad is een product van een stereotype kijk op de maatschappij vanuit verschillende actoren en machtsverhoudingen.

De termen vraagdiversiteit en aanboddiversiteit geven aan dat er een onderscheid bestaat tussen hoe er in de ruimte geïntervenieerd wordt en wat van de ruimte vraagt van de burger. Zoals in de vorige alinea is aangegeven, heeft de gemeente de macht om te bepalen hoe de ruimte in de stad ingedeeld wordt; De gemeente is degene die het ruimtelijk planningsinstrument in handen heeft. In theoretisch opzicht wordt er door verscheidene auteurs de vraag gesteld voor wie er gepland wordt en wordt er meer vanuit vraagdiversiteit gekeken naar de ruimte (Voogd, 2003). Op stedelijk niveau is het voor de gemeente dan ook de vraag hoe de stad gepland moet worden en voor wie. In de volgende alinea zullen manieren van het uitvoeren van planning besproken worden. In paragraaf 2.5 zal planning gerelateerd worden aan etnisch-culturele manifestaties.

2.3.4 The just city

Fainstein publiceerde in 2005 een artikel met de titel 'Cities and diversity: Should we want it? Can we plan for it?'. Ze beargumenteert dat het neerzetten van diversiteit als doel binnen de stedelijke planning beter kan worden ingevuld door Nussbaum's concept van stedelijke capaciteit.² De ontwikkeling van ondermeer de factor diversiteit zouden het individu

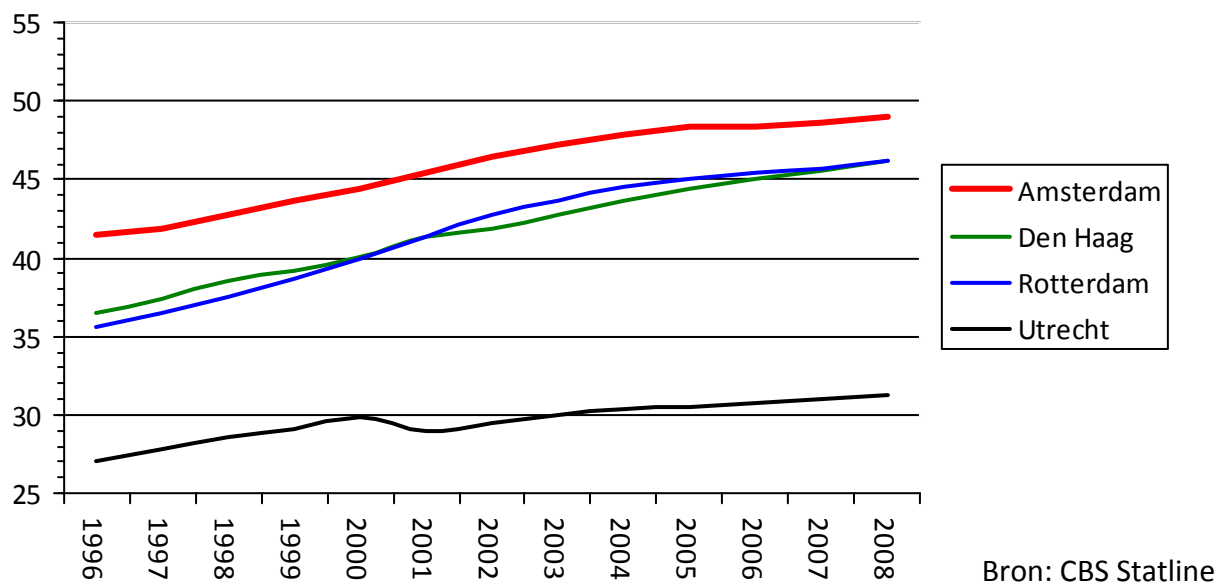
² In Nussbaums benadering werden de factoren democratie, gelijkheid, diversiteit, groei en duurzaamheid meegenomen.

optimaal doen functioneren. Fainstein werkt met het concept 'the just city' dat gebaseerd is op het concept van Nussbaum en dat toegepast is op de ontwikkeling van de stad in plaats van de ontwikkeling van het individu. In deze benadering wordt ondermeer de factor diversiteit ontwikkeld die uiteindelijk zorgt voor een 'just city': een stad die op de juiste manier functioneert. Planning en planning theorie houden voor haar in dat er een nadrukkelijke normatieve positie in moet worden genomen als het gaat om de verdeling van welvaart (door te focussen op diversiteit). Ze legt de 'just city' uit als *"the just city values participation in decision making by relatively powerless groups and equity of outcomes"* (Fainstein, 2000:468). De 'just city' is uiteindelijk een stad die voor elke inwoner ontworpen wordt en waarin elke inwoner zou moeten kunnen leven. Dit wordt volgens haar bereikt door onder andere de factor diversiteit te ontwikkelen. Om 'the just city' te bereiken moet men kijken naar de nationale en regionale context (Sandercock, 2003, Thomas, 2008). In het vormen van 'the just city' is het belangrijk gelijkheid na te streven, maar economische belangen zullen hier altijd een rol in spelen. Het gemeenschappelijke doel wordt in de planning wel nagestreefd maar planning heeft vaak in ongelijkheid geresulteerd (Thomas, 2008). Met betrekking tot de vraagstelling – Op welke manier, waar en waarom wordt in Utrecht de zichtbaarheid van diversiteit terug gebracht in het straatbeeld, wat is daarbij de rol van de overheid en niet-overheid actoren en wat zijn daarin de verschillen met Rotterdam en Den Haag? – kunnen de relaties van stedelijke planning en 'the just city' worden gezien als discours om de stad op een juiste manier te ontwerpen. De 'juiste manier' is een factor die afhankelijk is van de actoren de stad besturen en vorm kunnen geven. De lokale overheid, de gemeente, is daar uiteraard de belangrijkste actor in aangezien de gemeente het planningsinstrument in handen heeft. De facetten 'waarom' en 'de rol van de overheid' die in de hoofdvraag verwerkt zijn hebben betrekking op het discours van 'the just city'.

2.4 Fysieke manifestaties van etnisch-culturele diversiteit

De vier grote steden van Nederland, Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht hebben in de door het CBS geregistreerde periode 1996 – 2008 allen een stijging laten zien in het aandeel allochtone bevolking (zie figuur 2.2)³. Een verklaring voor de groei van het aandeel allochtonen is gezien de vraagstelling van dit onderzoek niet relevant. Belangrijker is om te erkennen dat de samenstelling van de stedelijke bevolking veelzijdig is en dat stedelijke vraagstukken voor een groot deel betrekking hebben op de etnische bevolking.

Figuur 2.2 Percentage allochtone bevolking per jaar op 1 januari



Vertovec (2009) geeft aan dat etnisch-culturele diversiteit op een aantal plekken aanwezig is. Met het noemen van de aanwezigheid van diversiteit (figuur 2.3) wordt herkenbaar gemaakt waar diversiteit zich manifesteert in de stad. Met betrekking tot de hoofdvraag van deze thesis – Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit? – kan er als gevolg van de in de tabel gemaakte classificatie worden gefocust op plekken waar diversiteit zich fysiek manifesteert. Ondernemerschap en de transformaties van gebieden, ontmoetingsplekken in de openbare ruimtes en de menging van architectuur zullen voor deze thesis aandachtspunten zijn waar verder op in wordt gegaan omdat deze aandachtspunten fysiek herkenbaar zijn in de stad en als zodanig verder bestudeerd kunnen worden. De nadruk zal daarbij liggen op de waarde van deze plekken voor de stad en de manier waarop de overheid en niet - overheidactoren deze waarde kunnen ontplooiën door middel van city- of placemarketing.

³ CBS Statline definieert allochtonen als “Personen van wie ten minste één ouder in het buitenland is geboren als percentage van het totaal aantal inwoners per 1 januari”

Figuur 2.3 Aanwezigheid van diversiteit in de stad (encounters of diversity)

• Dagelijkse praktijk	Persoonlijk contact, religie, integratie, creëren van culturele afstand, kosmopolitische plekken.	Niet-fysiek
• Meertaligheid	Verschillende manieren van communiceren	
• Sociale – conflicten	Probleemwijken	
• Interculturele programma's	Voor contact en delen van cultuur	
• Menging van materiële zaken	Architectuur (maar ook voedsel en cultuur)	fysiek
• Ondernemerschap en transformaties van gebieden	Etnisch-culturele winkelstraten en etnisch-culturele 'dorpen' (bijvoorbeeld Chinatowns)	
• Ontmoetingsplekken	Parken, bazaars, gemeenschappelijke ruimtes (maar ook scholen en werkplekken)	

Bron: naar Vertovec (2009)

2.4.1 Het benaderen van etnisch-culturele manifestaties

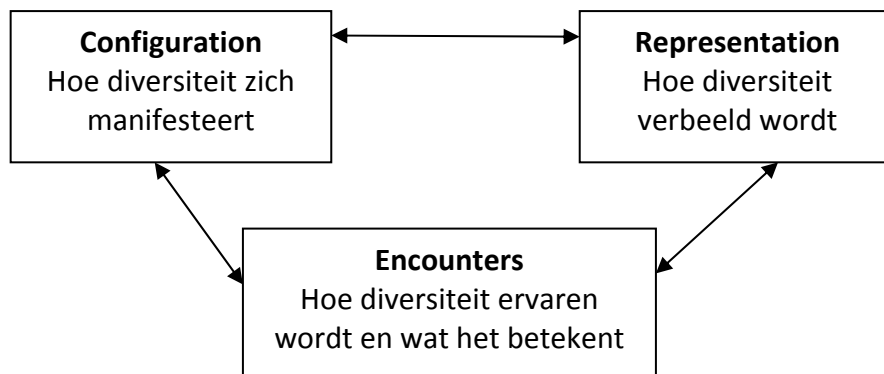
In het doel van deze thesis is het doel gesteld om 'Inzicht te krijgen in hoe, waar en waarom overheid en niet-overheid actoren in Rotterdam en Den Haag en Utrecht diversiteit laten uiten teneinde het Utrechts zichtbaarheidbeleid te ondersteunen'. Er zijn dus drie vragen die beantwoord dienen te worden.

- Waar: Waar bevindt zich de etnisch-culturele manifestatie?
- Hoe: Welke vorm nemen etnisch-culturele manifestaties aan wat is de betekenis en uitstraling ervan?
- Waarom: Waarom is een manifestatie op een bepaalde manier aanwezig en wat is daar de (meer)waarde van voor de marktactoren en voor de overheid als actor?

Bij het bekijken van deze vragen kan theoretisch gezien gekeken worden naar ruimtelijke ontwikkeling vanuit de vraagdiversiteit (marktpartijen): de gevraagde ruimtelijke eigenschappen en functies van de ruimte. Als tweede speelt de aanboddiversiteit een rol; de lokale overheid (grootstedelijke gemeente) die de ruimte eigenschappen en functies kan toebedelen. De totstandkoming van een etnisch-culturele ruimte gebeurt door vraag en aanboddiversiteit.

De manier waarop het ontstaat kan passief of actief gebeuren. In het eerste geval ontwikkelt zich een gebied in de stad met een fysiek etnisch-culturele uitstraling of wordt de ruimte vormgegeven naar allochtone behoeftes in een organisch proces (straat met allochtone ondernemers, moskeeën, architectuur of plekken voor interactie). In het tweede geval worden gebieden met etnisch-culturele manifestaties actief ontwikkelt door de gemeente en eventueel gepromote door middel van citymarketing. In het geval van citymarketing wordt aan het gebied een bepaalde waarde toegekend waar door de consument kennis van moet worden genomen (bijvoorbeeld cultuur of economisch). De uitstraling en de betekenis van etnisch-culturele manifestaties kunnen beïnvloed worden naar wens van de gemeente en de marktactoren.

Figuur 2.4 Componenten van etnisch-culturele manifestaties



Vertovec (2009) geeft aan hoe er met de betekenis en de representatie van etnisch-culturele manifestaties (encounters of diversity) door de overheid en marktactoren om kan worden gegaan). In zijn model (figuur 2.4) hebben de factoren 'configuration', 'representation' en 'encounters' te maken met de manier waarop er met manifestaties van diversiteit wordt omgegaan door de marktactoren en de overheid. De 'encounters' geven de betekenis weer die door ervaring van de manifestatie gevormd wordt. De 'representation' geeft aan hoe diversiteit verbeeld wordt en hoe de manifestatie in de ruimte geplaatst wordt door actoren. 'Configuration' geeft de manifestatie aan zich aan: de manier waarop diversiteit zich manifesteert en fysiek toont en hoe dat vormgegeven wordt door actoren. Configuration, het tot stand brengen van de manifestatie, is beïnvloedbaar door representatie en encounters. Actoren willen namelijk een bepaald doel bereiken door het realiseren van een manifestatie.

De vormgeving en betekenis van etnisch-culturele manifestaties en de beïnvloeding hiervan door de lokale overheid en marktactoren vormen de kern van deze thesis. Deze gebieden hebben een bepaalde waarde voor de overheid (de taak van de overheid is immers om de stad te besturen en in te richten) en voor de marktactoren die de stad niet besturen maar vanuit zichzelf vormgeven (architecten, allochtone ondernemers, projectontwikkelaars, onderzoeksbureaus, stedenbouwkundigen etc.). De betekenis van de in figuur 2.3 genoemde fysieke manifestaties van diversiteit zullen in casussen (hoofdstuk 3 en 4) aan de orde komen en in verband worden gebracht met de gemeentelijke beleidsvormen en verdere theoretische inzichten.

2.4.2 Ervaring en betekenis van diversiteit (encounters)

Zoals aangegeven bestaat er een belangrijk verschil tussen het actief en passief manifesteren van diversiteit. Rath beschrijft de vorming van allochtoon ondernemerschap als een passieforganische vorm van manifesteren. Rath (2005) beschrijft de transformatie naar etnisch-culturele manifestaties op de onderstaande manier. Hij geeft daarbij aan dat deze transformaties onderhevig zijn aan economische, sociale, culturele en politieke invloed.

- 1) Immigranten hebben een plek nodig om te leven, die ruimte bakenen ze zelf af en zo creëren ze vanzelf etnisch-culturele ruimtes.
- 2) Etnisch ondernemerschap baseert zich op de etnisch-culturele achtergrond. Hun etnische achtergrond manifesteert zich in het fysieke straatbeeld.
- 3) Vanuit punt 1 en 2 ontstaat een infrastructuur die gericht is op de etnisch publieke ruimte.
- 4) De ruimte moet gereguleerd worden en in stand gehouden worden (bijvoorbeeld toezicht houden op de toegankelijkheid van het gebied en het garanderen van de veiligheid).

De verkleuring van gebieden in de stad en de representatie daarvan worden voor een groot deel bepaald door allochtoon ondernemerschap. Allochtoon ondernemerschap is voor veel immigranten de eerste stap om inkomen te verwerven. Kaplan et al. (2004) beschrijven de traditionele waarde van allochtoon ondernemerschap naar Amerikaans model:

De concepten van '*etnische economieën*' en '*enclave economieën*' zijn van belangrijke waarde als het gaat om de betekenis die aan allochtoon ondernemerschap gegeven kan worden. Etnisch-culturele economieën bestaan uit bedrijven die in het bezit zijn van een specifieke etnisch-culturele groep en waar de eigenaren ook werknemer van zijn. Deze economieën clusteren zich vaak op plaatsen waar locatievoordelen zich voor doen: Etnische economieën trekken voordeel uit etnisch-culturele consumenten die zich daar bevinden of etnisch-culturele werknemers die zich aanbieden. Ook kan het clusteren zorgen voor links tussen allochtone ondernemers onderling waardoor ze van elkaar profiteren. De bekendheid van een etnisch-culturele clustering (zoals in een Chinatown) kan als een symbolische magneet dienen om de over de stad verspreide bevolking tot één brengen in een bepaald gebied in de stad. Instituties, bedrijven, geloofsondersteuning en welvaartsvoorzieningen die een etnisch-culturele gemeenschap verder kunnen steunen op het gebied van welzijn en welvaart voelen zich eerder geneigd om naar een clustergebied te trekken. Het gevolg van het clusteren van mensen van een bepaalde etnisch-culturele groep is dat het gebied zich een bepaalde allure en uitstraling aanmeet. De ruimte wordt als zodanig gerepresenteerd en krijgt bekendheid als gebied waar een bepaalde etnisch-culturele groep zich goed kan ontplooiën. In het klassieke model worden de voordelen van etnisch-culturele concentraties beschouwd. Het opbouwen van een eigen gemeenschap binnen de stad voor immigranten betekende het vestigen van nieuwe immigranten tussen hun eigen landgenoten. Het gebied waar de groep zich concentreerde werd gebruikt als springplank om zich in de stad te vestigen. Etnisch-culturele gebieden waren voorzien van instituties (zoals religieuze ontmoetingsplekken, welvaartsorganisatie, ontmoetingsplekken en bedrijvigheid) die immigranten konden helpen met het integreren in de samenleving. Deze etnisch-culturele gebieden werden voor de immigrant bestempeld als een goede mogelijkheid om aan werk te komen. Elders in de stad was het moeilijk om aan werk te komen, in de gebieden waar mensen van dezelfde afkomst woonde was het gemakkelijker aan werk te komen mede omdat de vaardigheden op laag niveau lagen. Voor veel autochtone Amerikanen waren concentraties van immigranten aanleiding om te vrezen voor een verandering van de Amerikaanse cultuur. In etnisch-culturele concentraties werd de Amerikaanse cultuur niet nageleefd maar een eigen cultuur opgebouwd. In deze gebieden werd sociale onrust en

anarchie gevreesd. Vandaag de dag bestaan deze etnisch-culturele gebieden nog steeds. Het enige grote verschil is dat deze gebieden voor de tweede wereldoorlog afgescheiden waren van de rest van de stad. De term assimilatie geeft de verandering aan waarin verschillende bevolkingsgroepen op meer gelijke voet komen te leven. De etnisch-culturele achtergrond is niet meer onderhevig aan de cultuur van de autochtone bevolking, maar heeft een meer gelijke status in cultuur, gebruiken, aandeel van werknemers binnen bedrijven. Verschillen in culturen zijn er nog steeds maar een versmelting van etnische culturen is gaande.

Het gevolg van deze functioneel-organische manifestering is dat voor een gemeente economische ontplooiingsmogelijkheden ziet en citymarketing en afgestemd beleid in de armen neemt om inkomsten te genereren uit toerisme. Zukin (2005) geeft binnen die economische ontplooiingsmogelijkheden het belang aan van allochtoon ondernemerschap in het revitaliseren van winkelgebieden. Ze beschrijft dat immigranten zich niet alleen in vaak kleine en goedkope winkels vestigen om hun buitenlandse producten aan te bieden, maar dat het vestigen ook vooral het doel heeft om wijken te revitaliseren. Deze ontwikkeling hoeft niet alleen binnen immigrantenwijken plaats te vinden maar vindt ook plaats in grote winkelstraten in stedelijke centra. Zukin doelt voornamelijk op het transformeren van publieke ruimte naar gecommercialiseerde ruimte (commercialized consumption spaces). Onderdeel van deze ontwikkeling zijn bijvoorbeeld restaurants, markthallen en boetiekjes. Het herstructureren van gebieden op deze manier, wordt gezien als een economische ontwikkeling die zich niet alleen op wijkniveau richt. Naast de lokale bevolking zijn vooral mensen – toeristen – van buiten de wijk, of zelfs buiten de stad de doelgroep.

2.4.3 De representatie (representation)

Wanneer er verder wordt gefocust op de representatie van manifestaties van diversiteit is het van belang een link naar de hoofdvraag te leggen. Wanneer marktactoren of de overheid diversiteit fysiek meer zichtbaar wil maken – wil laten manifesteren – is het relevant de (meer)waarde van diversiteit te kennen. De betekenis van een manifestatie van diversiteit en de representatie (de manier waarop het gezien wordt) die daarvan bestaat is dus van doorslaggevend belang om te bepalen wat voor (meer)waarde het heeft voor de stad. Het belang van de representatie en reputatie die manifestaties van diversiteit hebben in een stad heeft effect op het maatschappelijke beeld dat er over deze plekken bestaat. Afhankelijk van het beeld dat de maatschappij van deze plekken heeft zal de politiek methodes toepassen om manifestaties van diversiteit een andere beeldvorming en betekenis te laten krijgen. Wanneer de overheid weinig intervineert in de vorming van deze manifestaties groeien deze plekken organisch en krijgen ze vanzelf een betekenis en creëert de plek een eigen identiteit. In de manier van ontstaan van manifestaties kan een onderscheid worden gemaakt tussen het ontstaan vanuit de *vraagdiversiteit* en het ontstaan vanuit de *aanboddiversiteit*. Vanuit de vraagdiversiteit wordt de ruimte gevormd naar maatschappelijke behoeften. In feite is de uitstraling van het gebied van nature het gevolg van vraagdiversiteit. Immigranten geven op hun eigen manier invulling aan het gebruik en de betekenis van de ruimte. Voorbeelden hiervan zijn vormen van allochtoon ondernemerschap, koepels, minaretten en moskeeën. Volgens het model van Vertovec (2.3)

hebben immigratie en de aanwezigheid van allochtone groepen effect op de representaties in de ruimte. Dit heeft effect op de manier waarop andere actoren (overheid en marktactoren) inspelen op het gebruik en de betekenis van de ruimte. Met de aanwezigheid van immigranten wordt er een langdurige organische transformatie van het straatbeeld ingezet. Aanpassingen in de ruimte blijven tientallen zo niet honderden jaren staan en daardoor krijgen ruimtes waarin etnische groepen zich manifesteren andere betekenis met zich mee. In de volgende twee alinea's wordt de representatie van etnisch-culturele manifestaties omschreven in de termen 'heterotopias' en 'vernacular landscapes'.

Zukin (1998) geeft aan dat plekken waar etnische culturen zich fysiek manifesteren in de jaren 60 veelbesproken en bekritiseerd werden vanwege – voor autochtonen – een ongebruikelijke manier van leven en andere gewoontes die aanschouwd werden. Onbewust wordt voor de autochtoon duidelijk dat sommige gebieden in de stad verkleuren: bijvoorbeeld door het aanbod van buitenlands eten en geur die van gekruide gerechten af komt. Op straat is ook dikwijls een andere soort muziek hoorbaar dan in Nederland gewend is (Bodaar en Rath, 2005). Foucault zag het gebruik van 'andere taal en tekst' – waar Zukin, Bodaar en Rath op duiden – als 'spaces of heterotopia'. Hij zag heterotopias als *"spaces outside of all places, even though it may be possible to indicate their location in reality"* (Parker, 2004:146). Het woord heterotopia is afgeleid van utopia's wat – in tegenstelling tot heterotopias – plekken zijn die niet gemakkelijk in de realiteit te plaatsen zijn. Heterotopias zijn interpreteerbaar als plekken die wroeging opleveren, en niet geheel in het straatbeeld te passen zijn. Bhaba (1994) geeft aan dat heterotopias niet per se geïsoleerde plekken hoeven te zijn die vreemd zijn in de stad. Ze kunnen ook worden gezien als 'locaties waar cultuur aanwezig is'.

Kräse (2007) noemt de veranderende betekenis van de ruimte door het gebruik van cultuur 'vernacular landscapes'. Deze plekken vormen zich vaak in multi-etnische steden maar hoeven niet alleen in gebieden voor te komen waar de allochtone bevolking de meerderheid vormt. Virtueel worden deze gebieden vaak gezien als bijvoorbeeld Chinatown, Little India of Little Italy. 'Vernacular landscapes' vormen zich door het fysieke uiterlijk van de plek. Het gebruik en de betekenis van deze plekken komt tot uitdrukking door 'semiotics', de betekenis die de symboliek van de fysieke ruimte met zich mee brengt. De betekenis van de ruimte kan opgesplitst worden in economische, politieke en culturele betekenis waarbij het gebruik afhankelijk van deze factoren wordt geconstrueerd. Er zijn vele manieren waarop het gebruik en de betekenis van de ruimte wordt uitgedrukt. Kräse (2007) geeft aan dat de meeste van deze uitingen gebeuren door individueel sociaal contact maar dat uitingen zich ook kenbaar maken via de fysieke en zichtbare stad. De aanwezigheid van bepaalde etnisch-culturele bevolkingsgroepen drukt zich uit in visuele vormen en de betekenis van een wijk of gebied wordt door de fysieke stad bepaald. Little Italy is bijvoorbeeld een product en bron van sociaal en cultureel kapitaal wat gecreëerd wordt door de mensen in de ruimte en de manier waarop de ruimte is vormgegeven. Door de ruimte vorm te geven door bepaalde architectuur toe te passen, piazza's aan te leggen en Italiaans ondernemerschap te vestigen krijgt de wijk een bepaalde uitstraling die zichzelf in stand houdt. De anonimiteit van de ruimte en de mensen die in de wijk leven gaat verloren en de wijk houdt zich in stand als Little Italy omdat het ook als zodanig gezien wordt buiten de wijk. De ruimte die door de allochtone bevolking gecreëerd wordt resulteert in het beeld

waarin zij herkend worden. Het model dat Kräse hanteert sluit aan op het model van Vertovec (figuur 2.4), waar de representatie ook in verband staat met de betekenis die aan het gebied gegeven wordt. Allochtonen maken als het ware hun eigen stereotype omgeving waarin ze zelf het beeld voor de buitenstaander vormen. De representatie van een wijk als Little Italy wordt door Kräse (2007:99) in een proces omschreven: (1) individuen uit een etnisch-culturele groep maken zichzelf herkenbaar door hun eigen aanwezigheid in de wijk in en in fysieke vorm, (2) door mensen van buiten de wijk worden observaties gemaakt van de vorm die de wijk aanneemt, die gereproduceerd worden in beschrijvingen van de wijk (3) de reproductie van de wijk wordt een representatie van de wijk waardoor het een bepaalde betekenis en imago krijgt. De etnisch-culturele identiteit van een wijk wordt dus van buitenaf beoordeeld en bestempeld.

2.4.4 De manifestering van diversiteit (configuration)

De gebieden waarin allochtoon ondernemerschap, buitenlands architectuur en andere uitingen van diversiteit het straatbeeld doen bepalen, ontwikkelen zich vaak uit zichzelf. Simpelweg de aanwezigheid van allochtonen heeft dan zijn weerslag op de gebouwde omgeving. Tourisme, migratie en de relatie plaats specifieke voordelen worden door Hall en Rath (2006) gezien als factoren die een onderling verband hebben bij het stimuleren van 'the global cultural economy' en het multiculturele karakter. Een goed voorbeeld van het globale in het lokale zijn de Chinatown die in vooral veel grotere internationale steden te vinden zijn. Reeds in 1880 werd in New York Chinatown al populair en in 1938 werd dat in Vancouver ook het geval. In Melbourne werd Chinatown in de jaren '70 gezien als een achterstandbuurt maar werd herontwikkeld met de hulp van de lokale overheid. Chinatown werd gezien als een symbool van diversiteit en lokale trots. Door deze kenmerken werd de toeristische sector tot de Chinatowns aangetrokken. In San Francisco staat Chinatown zelfs in de top 5 van meest bezochte attracties in de stad. Vooral in hedendaagse Noord-Amerikaanse steden zijn niet alleen vele Chinatowns te vinden, maar ook plekken genaamd Little Italy, Greektown, Little Saigon, Little Havana, Little Odessa, Punjabi Market. Santos en Yan (2008) geven aan dat toerisme tegenwoordig als een van de grootste economische ontwikkelingsbronnen wordt gezien. Binnen de ontwikkeling van het toerisme worden cultuur en culturele producten als hoofdontwikkeling gezien. De ontwikkeling van de economie die op deze manier plaatsvindt, draagt bij aan de snelle groei van cultureel toerisme en de ontwikkeling van "buitenlandse" wijken. Santos en Yan (2008) geven aan dat het in het aantrekken van toeristen belangrijk is dat vooral het unieke van culturele gebieden wordt gepromote. De representatie van een dergelijke wijk staat daarbij voorop: Het moet verkocht kunnen worden aan het publiek.

Hall en Rath (2006:4) zien de toeristische ontwikkeling van culturele gebieden – zoals Chinatowns – gekoppeld aan drie redenen.

- 1 Ten eerste worden etnisch-culturele gebieden veelal gezien als toeristische trekpleisters, waar toeristen geld uitgeven.

- 2 Ten tweede is er sprake van het 'halo effect' waar het marketen van dit soort plekken een brede uitwerking heeft op de lokale, regionale en in sommige gevallen mondiale bekendheid.
- 3 Ten derde worden toeristische trekpleisters als deze gezien als aantrekkers van toeristen die op de lange termijn zich kunnen en willen vestigen.

Steden hebben in de promotie van hun stad te maken met een dilemma in hoe deze plekken in de stad te marketen en te promoten en tegelijkertijd uniek te houden. Het plan om een bepaalde plek of gebied te marketen is stap één, het realiseren van de investeringen die in gebieden gestopt worden en het omgaan met de toename van de toeristische druk is stap twee. Daarom stellen Fainstein en Powers (2006) dat *'tourism is caught in a paradox whereby its succes can destroy it'*. De twee gevaren van city- en placemarketing waarin de eigenwaarde van het gebied verloren gaat worden door Fainstein en Powers genoemd:

- 1) Overheidsvisies die betrekking hebben op het stimuleren van business districten en het vestigen van grote bedrijven gaan ten koste van de ontwikkeling van de gemeenschap en de etnische ondernemers.
- 2) Er is gevaar van 'Commercial gentrification' en comodificatie van een culturele zone waardoor de eigen identiteit verloren kan gaan.

City Marketing

Wanneer de gemeente en eventuele externe actoren zich voegen in het promoten van multiculturele gebieden in combinatie met het verhogen van de sociale en economische status kan er worden gesproken over city- of placemarketing. Tevens zou door deze manier van marketing het functioneren van het gebied moeten verbeteren:

'City marketing kan worden omschreven als een proces om een stedelijke ruimte zo goed mogelijk te laten aansluiten bij wensen dienaangaande van geselecteerde doelgroepen ten einde permanente stimulansen te scheppen voor de sociale en economische functies en activiteiten van het betreffende gebied' (Voogd, 2004:47).

City marketing kan op verschillende geografische niveaus worden toegepast. Op stedelijk niveau krijgt het de naam *citymarketing*. Op een lager geografisch schaalniveau wordt het omschreven als *place-marketing (of place-branding)*. Als er wordt gekeken naar de trend in citymarketing vanuit het stedelijk beleid is er in bijvoorbeeld Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en Nederland te zien dat er nadrukkelijk een rol voor de private sector wordt weggelegd als het gaat om initiatieven en financiering van citymarketing projecten. Maatschappelijke veranderingen die zich over de lange termijn uitspreiden worden vaak aangepakt in een PPS constructie waar private en publieke actoren samenwerken en gezamenlijk de verantwoordelijkheid en de financiering dragen. Een verschuiving van het aanbodgerichte naar het vraaggerichte plannen in citymarketing – wat steeds meer het geval wordt – zou er in theorie voor moeten zorgen dat de gebruikers beter profiteren van de ontwikkelingen (in het geval van dit onderwerp de allochtone gebruikers). Het sociale en economische

functioneren van de ruimte staat vrijwel altijd voorop, in samenspraak met de doelen die zijn gesteld voor de ontwikkelingen van een bepaald gebied en de gebruikers die daarin aanwezig zijn (Ashworth & Voogd: 1990,1). Young (2008) noemt het rekening houden met culturen in planning een reactie op een scheve balans in de machtsverhoudingen die minderheden hebben in vergelijking met ontwikkelaars en overheden. Hij benadrukt dat het plannen voor bepaalde culturen of groepen al een aantal decennia een trend is binnen overheden op nationaal en lokaal niveau. Ashworth en Voogd (1990) stellen dat het gebruik van citymarketing meer impliceert dan het zomaar toepassen van een nieuw instrument. Vooral een goede georganiseerde structuur en werkende methodes zijn belangrijk om het te doen slagen. Daarbij is het belangrijk plaatsmarketing te zien als een planning instrument in het marktplaning proces als geheel, en niet als instrument opzich. Wanneer citymarketing in verband wordt gebracht met het thema multiculturalisme is dat goed te zien. Wanneer city en/of placemarketing in verband wordt gebracht met manifestaties van diversiteit, betekent dit dat de betekenis en de waarde van diversiteit beter gestuurd kan worden. Het product dat door de overheid ontwikkeld wordt kan vanuit de aanboddiversiteit ontwikkeld worden op een manier dat 'populations'(zie figuur 2.6) er baat bij hebben. Mogelijk is om een gebied met een multicultureel thema te ontwikkelen in samenwerking met de bewoners, zodat de ruimte voor de overheid en bewoners (economisch) interessant wordt. De manifestatie van het multiculturele alsmede de ervaring, betekenis en verbeelding kan in samenspraak worden ontwikkeld. Het multiculturele wordt in deze een deze thematische marketing een middel om deze facetten te ontwikkelen. Het gebruik van city en/of placemarketing samen met multiculturaliteit wordt er in dienst van de ruimtelijke gebruiker gepland, maar kan ook de allochtone ondernemer worden gestimuleerd mee te denken over de ruimtelijke vormgeving.

Er bestaan grofweg vijf vormen van planning in (city- of place)marketing (figuur 2.5). Deze worden uitgelegd aan de hand van het aanbodperspectief (planningpositie van de overheid) en het vraagperspectief (het belang van de burger en de marktactoren) die zich aandienen in de ruimtelijke planning.

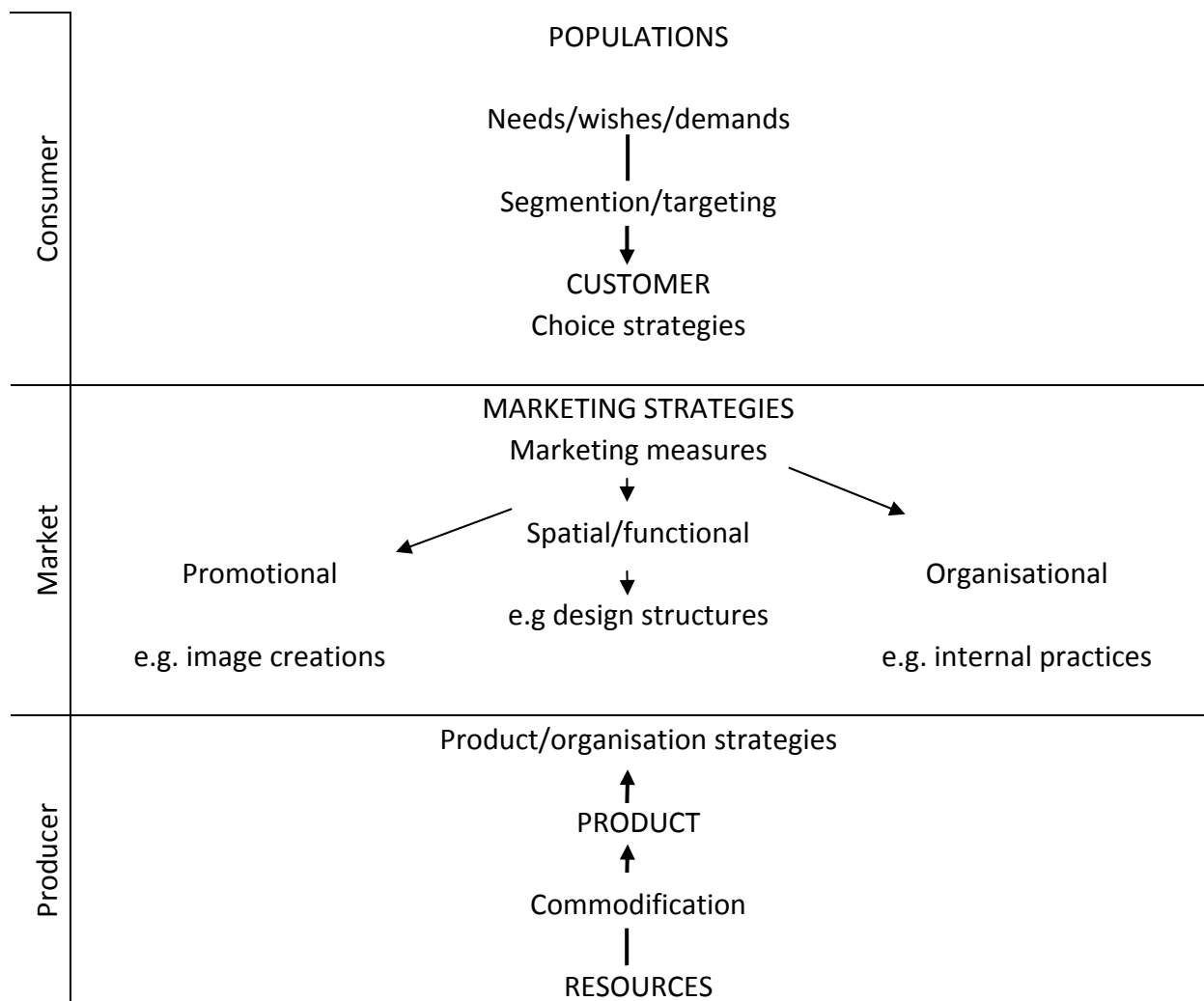
Figuur 2.5 Vormen van planning in marketing

1	Het verstrekken van informatie met betrekking tot een gebied om een beeld te creëren of te versterken voor marktactoren.
2	Zorgen voor een stimulus door verbetering en ontwikkeling van elementen in de bestaande infrastructuur.
3	Regulering van stedelijke ontwikkelingen met het doel minder goede ontwikkelingen tegen te gaan.
4	Regulering van de stedelijke structuur in het belang van inwoners waarvan de sociale positie erg zwak is.
5	Reguleren van lange termijn ontwikkelingen in het vraag en aanbodproces.

Bron: Ashworth & Voogd, 1990:12

De basiselementen van citymarketing die gebruikt worden voor citymarketing, zoals weergegeven in figuur 2.6, bestaan uit de burgers (populations) en de basiskwaliteiten uit een gebied (resources). Het uitgangspunt is dat de vraag van de burgers wordt voldaan door de basiskwaliteiten uit te buiten. Burger en basiskwaliteiten komen samen bij 'marketing strategies'.

Figuur 2.6 Basis elementen in het citymarketing proces



Bron: Ashworth & Voogd (1990:28)

Beeldvorming door marketing

Om multiculturalisme te marketen teneinde sociale en/of economische ontwikkeling te bevorderen is het imago en het beeld van de plek belangrijk. Beeldvorming is van algemeen belang in city- of placemarketing maar geldt in deze thesis nadrukkelijk voor het marketen van multiculturele plekken of gebieden. Voor een goede beeldvorming moet het gebied een eigen identiteit uitstralen dat door middel van marketing kan worden bereikt.

Met betrekking tot de hoofdvraag is het van belang de methode (hoe), het waarom en het waar goed te bekijken. In het model van Eitel & Spiekermann (2007, figuur 2.7) worden er drie belangrijke actie fases van place-branding genoemd die effect hebben op de

ruimte. Daarbij wordt er in de rijen rekening gehouden met een ingreep (sphere of action) en een gevolg (sphere of effect). Het toepassen van placemarketing betekent in relatie tot de hoofdvraag dat het proces van placemarketing van invloed is op het veranderen van de betekenis, ervaring en verbeelding van de ruimte. Wanneer het multiculturele thema wordt gebruikt in placemarketing wordt het ingezet om de ruimte in verbeelding, betekenis en ervaring te transformeren op een manier dat de gebruiker en de producent profijt hebben bij het veranderen van de ruimte.

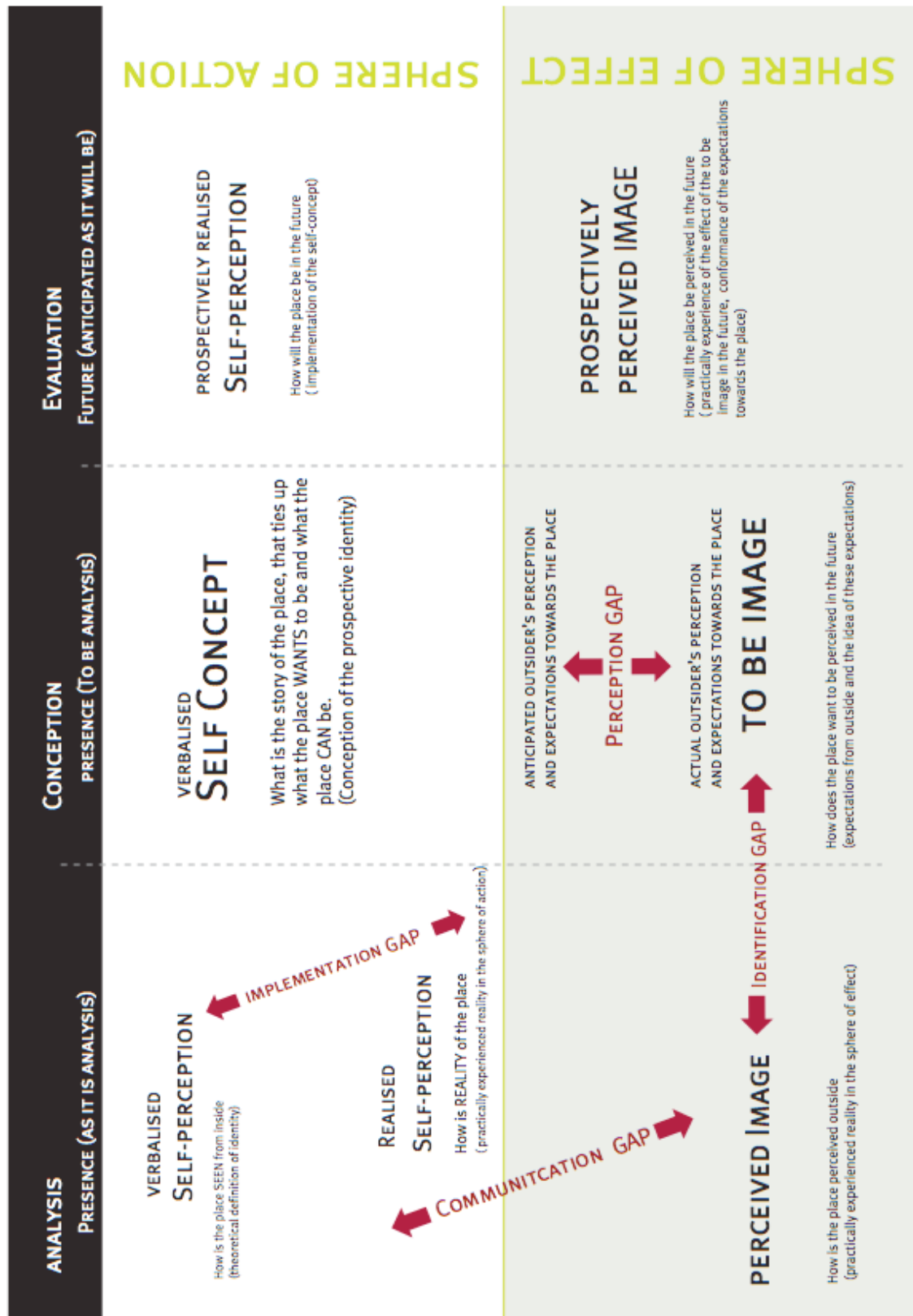
In het proces van placemarketing zijn verbeelding, betekenis en ervaring belangrijk bij het toekennen van een betekenis van de ruimte door de gebruikers van de ruimte. Om placemarketing zo goed mogelijk te laten slagen worden de analyses (figuur 2.7) uitgevoerd:

- 1) As it is analysis: Hoe wordt de plek wordt gezien vanuit binnenuit en buitenaf.
- 2) To be analysis: Wat de plek wil worden en wat de plek kan worden en hoe de plek in de toekomst eruit wil zien voor de buitenwereld.
- 3) Evaluation: Hoe het zal zijn en hoe het gezien zal worden door de buitenwereld.

Door middel van een ingreep zal de plek een ander imago krijgen die door het publiek geproduceerd wordt. Het gevolg is te vinden in de 'sphere of effect', waardoor er een discrepantie ontstaat tussen het gewenste beeld en het niet gewenste beeld. Een plek ontwikkelt een eigen imago en een "merk" dat verkoopt (een representatie van de plek). Er ontstaat een bepaalde bekendheid en de plek krijgt een nadrukkelijker betekenis welke belangrijk is voor de sociale en/of economische ontwikkeling van de plek. In placemarketing gaat het in eerste instantie dus om de reputatie van de plek en het communiceren van de identiteit die de plek heeft of wil aannemen. Meestal gaat het niet om het creëren van nieuwe labels maar om het consolideren van bepaalde eigenschappen van de plek. Branding zet een sociaal proces in beweging die percepties van de plek kunnen nuanceren of versterken. In de eerste plaats gaat het niet om het creëren van een slogan, logo of boodschap maar om het communiceren van de bedoeling van de plaats. De perceptie die van buitenaf gevormd wordt verandert erdoor. Als gevolg van veranderende percepties wordt de betekenis van de plek nadrukkelijker vormgegeven. Het gevaar van branding zit in het op den duur verliezen van het beeld dat het bestaat van een plek. Dit gebeurt vaak als gevolg van een teruggang in politieke aandacht of een afname van financiële steun (Eitel & Spiekermann, 2007).

Wanneer een grootstedelijke gemeente multiculturaliteit meer wilt laten profileren en wil laten manifesteren kan een gemeente gebruik maken van de bestaande kwaliteiten. Grote groepen met verschillende etnisch-culturele achtergronden nemen al deel in de maatschappij en de lokale economieën. Voor de lokale overheid kan het marketen van etnisch-culturele manifestaties voordelen opleveren voor de toeristische sector en de lokale economie. Bovendien kan de (allochtone) burger profijt ondervinden van imago-verandering, ingezet door marketing. Het proces uit figuur 2.6 helpt verandering van ervaring, betekenis en verbeelding van de ruimte in te zetten.

Figuur 2.7 Fases van place branding



Eitel/ Spiekermann 2007, vgl. auch Aaker / Parasuram / Zeithaml

Bron: Eitel & Spiekermann, 2007

2.5 conclusie en samenvatting

In dit hoofdstuk is in drie paragrafen gekeken naar drie onderdelen die van belang zijn bij het beantwoorden van de hoofdvraag. Het hoofdstuk had als doel om theoretische inzichten in diversiteit uiteen te zetten in relatie met planning en de uiteindelijke realisering van de manifestatie. Deze inzichten worden in hoofdstuk 3 en 4 aan de praktijksituaties gekoppeld waar casusstudies worden verricht naar etnisch-culturele manifestaties. Gezien de doelstelling en hoofdvraag is het in dit hoofdstuk belangrijk geweest om inzicht te geven in de positie van diversiteit. Allereerst zijn er inzichten gegeven in politiek en beleid ten aanzien van immigranten en etnisch-culturele groepen. Daarna is er ingegaan op vormen van planning die op diversiteit toe kunnen worden gepast. In de laatste paragraaf werd ingegaan op de aanwezigheid van etnisch-culturele manifestaties en de waarde die eraan gegeven kan worden vanuit de overheid en de marktactoren. Het hoofdstuk werd opgedeeld in drie hoofdparagrafen:

In paragraaf 2.2 is de positie van diversiteit in politiek en beleid besproken. Daarin werd duidelijk dat immigratie en de toename van etnisch-culturele groepen in de stad zorgt voor het nadenken over het beleid dat er gevoerd moet worden ten aanzien van deze groepen. Daarbij werd de overgang van het multiculturalisme naar het diversiteits denken uitgelegd. Het 'dilemma of recognition' van de Zwart helpt om de vorm van beleid te kiezen. Het diversiteits denken wordt uitgelegd door de gedachten van eenheid in verschillen te benadrukken, een vorm van 'replacement' uit het dilemma of recognition.

Paragraaf 2.3 ging in op de ruimtelijke planning in relatie tot etnische diversiteit. Na aanleiding van paragraaf 2.2 is de planningsbenadering 'the just city' besproken die ingaat op wat voor manier er gepland moet worden voor etnische diversiteit. In manieren van plannen is een onderscheid aan te brengen tussen 'aanboddiversiteit' en 'vraagdiversiteit', waarin de vormgeving van etnisch-culturele manifestaties het resultaat kan zijn van de intrinsieke waarden van een gebied (vraagdiversiteit), of meer sturing krijgt vanuit de aanboddiversiteit.

De laatste paragraaf (2.4) is ingegaan op de betekenis en representatie van etnisch-culturele manifestaties en de manier waarop de overheid en de marktactoren er vorm aan geven. Aan de hand van het model van Vertovec zijn er drie aspecten die de vorm van etnisch-culturele manifestaties bepalen: *representation*, *encounters* en *configuration*. Met de inzichten van de twee paragrafen daarvoor meegenomen, is er een beeld ontstaan van hoe etnisch-culturele manifestaties zich vorm geven, wat voor (meer)waarde ze heeft voor de stad, hoe ervoor te plannen is en wat de positie van etnisch-culturele groepen en migranten is in politiek en beleid. Een belangrijke constatering is dat manifestaties van diversiteit op verschillende manieren uitgelegd kunnen worden en er op verschillende manieren betekenis aan kan worden gegeven.

In de volgende hoofdstukken zullen deze theoretische inzichten worden toegepast op de praktijk. Daarbij zal de betekenis van manifestaties en de vormgeving worden bekeken vanuit de positie van de marktactoren en de lokale overheid.

3. Diversiteit in Den Haag en Rotterdam

3.1 Introductie

In dit hoofdstuk zal casusspecifiek worden ingegaan op twee voorbeeld manifestaties van diversiteit in de steden Den Haag (de wijk Transvaal) en Rotterdam (Le Medi). De Utrechtse casussen en de potentie van de ontwikkeling van manifestaties van diversiteit in Utrecht zullen worden besproken in hoofdstuk vier. Hoe er vanuit de overheid en de samenleving naar de aanwezigheid van deze plekken gekeken wordt hangt af van de politieke en maatschappelijke discussie over de multiculturele samenleving.

Uit de theorie zijn een aantal manieren naar voren gekomen om duidelijk te krijgen welke waarde de manifestatie heeft voor burger en overheid en hoe er met de manifestatie moet worden omgegaan (model van Vertovec; zie 2.4). Wat de plek betekent voor burger en overheid, en de manier waarop daar mee om wordt gegaan in de politiek en planning hangt af van de interactie tussen de drie componenten uit het model van Vertovec: De manier waarop er vooral beleidsmatig met de manifestatie wordt omgegaan (*configuration*), de manier waarop de manifestatie gerepresenteerd wordt (*representation*) en de manier waarop de manifestatie wordt vormgegeven en betekenis krijgt voor verschillende actoren (*encounters*). Deze componenten in het model zijn beïnvloedbaar door de actoren die betrokken zijn bij de vormgeving van de manifestatie en bepalen gezamenlijk de waarde die de plek krijgt.

In dit hoofdstuk zal de theorie als basis dienen om een aantal casussen in Den Haag en Rotterdam te bekijken. In paragraaf 3.2 zal vanuit kenniscentra, instituten uit de praktijk die kennis gegenereerd hebben over het onderwerp, gereflecteerd worden op de theorie. Vervolgens zal er in paragraaf 3.3 en 3.4 gekeken worden naar casussen in respectievelijk Den Haag en Rotterdam.

3.2 Dimensies van manifestaties

De drie componenten uit het model van Vertovec kunnen worden toegepast op de realiteit. Een manifestatie van diversiteit krijgt namelijk betekenis, wordt op een bepaalde manier gerepresenteerd en er wordt door actoren op een bepaalde manier omgegaan met de manifestatie. Bij inachtneming van deze drie componenten is het noodzakelijk te weten van wat voor aard de manifestatie is. Ingrenpen in de ruimte, met als uitgangspunt het creëren van een etnisch-culturele ruimte, kunnen vanuit vele argumenten worden geïnitieerd aangezien elke ruimte verschillend functioneert en verschillende kwaliteiten vraagt. In figuur 2.3 werd reeds getoond dat diversiteit zich fysiek kan uiten in ontmoetingsplekken, ondernemerschap en in andere materiële zaken zoals architectuur. Sohlaït & Schmitz (2006) en bureau INBO hebben een aantal dimensies uitgewerkt waar bij de ontwikkeling van etnisch-culturele ruimtes moet worden gedacht. Deze gedachten zijn complementair aan elkaar en scheppen een beeld van wat ontwikkeld kan worden en waarom. De uitwerking van de gedachten is mede gevolg van een discussie over hoe de stad beter vorm gegeven kan worden met een veranderende bevolkingssamenstelling in het achterhoofd. Aan de manier waarop dat moet gebeuren kan nog verder invulling worden gegeven,

duidelijk is wel dat de intentie is om de vraag van de burger en het aanbod van ruimtelijke planners op elkaar af te stemmen; een vorm van communicatieve planning.

Sohilait en Schmitz (2006) noemen de kritiek op de multiculturele samenleving die ontstaan is vanuit maatschappelijke conflicten⁴, als oorzaak voor het actualiseren van discussies over de woonomgeving. Tot deze discussie behoren niet alleen – het vaak gehoorde – sloop van woningen, het stimuleren van nieuwbouw en het mengen van de bevolkingssamenstelling om de sociale structuur te verbeteren. Deze associaties met het woord ‘allochtonen’ zorgen ervoor dat voornamelijk de negatieve aspecten van de multiculturele samenleving worden belicht. Wanneer het gaat over de woonomgeving in relatie tot de multiculturele samenleving, wordt er vooral gekeken naar de inrichting van de openbare ruimte en de algemene voorzieningen die in de lokale ruimte aanwezig zijn. Dit hoofdstuk zal zich dan ook niet richten op herstructurering van probleem- of Vogelaar wijken maar zal ingaan op een aantal manifestaties van diversiteit; plekken in Den Haag en Rotterdam waar de ruimte –met welke reden ook – getransformeerd is naar buitenlands uiterlijk. De kern voor dit hoofdstuk en het volgende hoofdstuk kunnen naar analogieën van Sohilait en Schmitz geformuleerd worden als:

“De verkleuring in buurten en wijken, ook in cultuur, leiden tot veranderingen in architectuur en het ontwikkelen van nieuwe werkvormen om actieve betrokkenheid van allochtone bewoners in ontwerpopgaven met betrekking tot woningen en openbare ruimte te stimuleren. De VROM-adviesraad⁵ pleit ervoor dat stedenbouwkundigen, ontwerpers en architecten meer oog krijgen voor specifieke wensen en behoeften van allochtone bewoners als woonconsumenten” (Sohilait en Schmitz, 2006:3).

In de praktijk worden ‘specifieke woonwensen van allochtone bewoners’ (zoals genoemd door Sohilait en Schmitz), verschillend ingevuld. De gebouwde omgeving (de openbare ruimte), de plattegrond van de woning en het ontwerp van de woning zijn plekken waar persoonlijke woonwensen en behoeften tot uiting worden gebracht. Het tot uiting brengen van deze specifieke woonwensen kan functioneel zijn (zoals de indeling van de woningplattegrond), maar kan ook de gedachte hebben een bepaalde identiteit uit te stralen. De opgave voor gemeentes en stedelijke ontwerpers is om met deze culturele woonwensen en behoeften rekening te houden. Het ‘multiculturele bouwen en wonen’ – beschreven door Sohilait en Schmitz, 2006:3) - richt zich op de aspecten functionaliteit en identiteit. *“Bij functionaliteit gaat het om een goede afstemming tussen woning en woonomgeving en gebruiker”*. Deze wensen kunnen algemeen zijn maar ook cultureel bepaald. *“Bij identiteit gaat het om de expressieve kant van het wonen”*: Woningen hebben mede een functie om te laten zien wie de bewoners zijn. Uit onderzoeken blijkt wel dat de woonwensen van allochtonen niet veel verschillen van die van autochtonen, zowel qua plattegrond van de woning als het uiterlijk.

⁴ De moord op Pim Fortuyn, de moord op Theo van Gogh, de opkomst van moslimradicalen en de kritiek van Paul Scheffer op de multiculturele samenleving als multicultureel drama zijn hier voorbeelden van.

⁵ Het adviesrapport ‘Smaken Verschillen’ van de VROM – adviesraad zorgde in 2002 met name voor de toename in aandacht voor specifieke woonwensen van allochtonen.

Architecten en stedenbouwkundig bureau INBO, vindt de toekomst voor de stedelijke ruimte ook vooral liggen in het ontwikkelen van het multiculturalisme; Het idee is uitgewerkt in het concept ‘*kleurrijk wonen*’ waarin een toekomstgerichte benadering wordt gezocht waarbij de multiculturele samenleving herkenbaar gemaakt moet worden voor een allochtone groep (2e en 3e generatie nieuwe Nederlanders).

Kleurrijk wonen is onderverdeeld in drie hoofdthema’s te weten:

Figuur 3.1: Thema’s in Kleurrijk wonen (INBO)

	Hoofdthema	Uitleg
1)	wonen	Het fysiek aansluiten van de woningplattegrond bij de wensen van de bewoners. Denk bijvoorbeeld aan een vanuit de gang bereikbare dichte keuken, een gastenkamer met badkamer of een gesloten bouwblok met gezamenlijk hof.
2)	woonomgeving	Het aansluiten van de woonomgeving bij de wensen van bewoners. Het kan daarbij gaan om de inrichting van de openbare ruimte (bijvoorbeeld een plein, parkeergelegenheid of margestroken) of het aanwezig zijn van voorzieningen (o.a. winkels, recreatie, welzijn, religie, onderwijs).
3)	identiteit	Het aansluiten van het niet-fysieke van de woonomgeving bij de wensen van bewoners. Het gaat om het sociale, moeilijker grijpbare aspect. Denk bijvoorbeeld aan de omgangsvormen met de burens of de sfeer die de buurt uitstraalt door de mensen die er wonen en hun activiteiten.

Bron: INBO (niet gepubliceerd)

De aanleiding voor het laten manifesteren van diversiteit en de gedachten over de vormgeving kan – zoals hierboven blijkt – op verschillende manieren ingevuld worden. De kern is dat er vanuit de gedachte van het ontwikkelen van het multiculturalisme in de ruimte gewerkt wordt. De manier waarop dit ingevuld is en gaat worden is op basis van thema’s die in de ruimte terug te zien zijn zoals openbare ruimte & algemene voorzieningen (Sohilait en Schmitz), wonen, woonomgeving en identiteit (INBO).

3.3 Casus 1: Transvaalkwartier Den Haag

Een wijk die als multicultureel vormgegeven en gerepresenteerd wordt is het Transvaalkwartier (15713 inwoners): een wijk in de stad Den Haag⁶ waar het grootste deel van de bevolking (87%) van allochtone afkomst is. De omliggende wijken Schildersbuurt (90%), Groente- en Fruitmarkt (76%) en de Stationsbuurt (62%) maken deel uit van een concentratie wijken waar het aandeel allochtone bewoners hoog is⁷ (Gemeente Den Haag, 2009). Transvaal is in deze thesis het meest grootschalige voorbeeld. De wijk staat vooral bekend als ‘Vogelaarwijk’. Dit zijn aandachtswijken – aangewezen door Minister Vogelaar

⁶ In de stad Den Haag is 46,2% van allochtone afkomst (figuur 2.1)

⁷ Respectievelijk 32919, 4674 en 8646 inwoners.

van Wonen Werken en Integratie – die geherstructureerd dienen te worden op basis van de pijlers *sociaal, economisch* en *fysiek*. Deze pijlers zijn op landelijk niveau ingesteld. De stadsvernieuwing van de jaren '80 is aan de wijk Transvaalkwartier voorbij gegaan en op basis van de drie pijlers wordt er geherstructureerd. Met name de speerpunten wonen, werken en verblijven in Transvaal worden door de gemeente en corporaties ondersteund in deze herstructurering. Deze speerpunten worden mede gerealiseerd door investering in de infrastructuur, sociale voorzieningen, wijkeconomie en de openbare ruimte. De laatste twee investeringen worden in deze thesis nadrukkelijk belicht aan de hand van de rol die diversiteit – een kracht van de wijk die terug te vinden is in de demografische samenstelling van de wijk – erin speelt omdat de herstructurering van de wijkeconomie en de openbare ruimte zorgen voor een fysieke verandering in de ruimte. Het middel participatie in de planvorming door ondernemers en bewoners speelt een rol in het verwezenlijken van manifestaties van diversiteit, waar de herstructurering in zich in uit. De veelzijdige samenstelling van de bevolking en het brede scala aan ontwikkelingen dat de wijk door heeft gemaakt en door gaat maken worden in het kader van het *placemarketing* plan samengebracht in het motto van de wijk: 'Transvaal is van alle markten thuis' (Gemeente Den Haag, 2007). Deze paragraaf zal vooral ingaan op de fysieke herstructurering en de wijkeconomie, bekeken vanuit de multiculturele achtergrond van de wijk (zie figuur 3.2). De waarde die de ontwikkeling van het multicultureel imago heeft zal worden belicht.

Figuur 3.2 Foto impressie Paul Krugerlaan



Bron: Oude Groeniger, 2007

3.3.1 Ruimtelijke ontwikkeling van de wijk

De Paul Krugerlaan is een hoofdstraat in Transvaal waaraan veel allochtoon ondernemerschap gevestigd is. Het vormt een substantieel deel van de wijkeconomie door het herbergen van een groot aantal allochtone ondernemers. Transvaal is wat betreft manifestaties van diversiteit dus een weerspiegeling van de bevolking in het aanbod van het ondernemerschap. In het kader van de herstructurering van de wijk als krachtwijk worden de kwaliteiten van de wijk geroemd door wijkontwikkelaars. Arnie Caprino, gebiedsmanager

van Transvaal, zegt de wijk alleen aan te hoeven pakken door *“de kwaliteiten op smaak te brengen en te versterken”*. Het uitgangspunt is om de wijk goed te laten functioneren op economisch, sociaal en fysiek gebied. Deze plannen zijn het gevolg van de krachtwijken aanpak en de structuurvisie 2020 van de gemeente Den Haag. De gemeente kiest voor *integrale gebiedsontwikkeling* en werkt niet meer met de meer traditionele projectgerichte aanpak. De onderlinge samenhang in de ontwikkeling van de wijk staat dus boven het ontwikkelen van individuele, losstaande projecten. Volgens de gemeente is het lastig de gewenste ontwikkelingen van de stad te sturen door middel van projectgerichte aanpak want er is dan geen overkoepelende regie. (Gemeente Den Haag, 2005: 65). Ondanks de integrale aanpak die in de gehele stad wordt toegepast, is het in Transvaal nadrukkelijk de bedoeling het gebied rond de Paul Krugerlaan als multicultureel te laten manifesteren. De te ontwikkelen multiculturele kwaliteiten worden beschreven in de structuurvisie:

“Het gebied langs lijn 11 in Transvaal biedt kansen voor ontwikkelingen die vooral het multiculturele karakter kunnen versterken. Door de opwaardering van lijn 11 tot Randstadrail én een substantiële verbetering van de openbare ruimte rond lijn 11 kan de achterkant van het centrum transformeren naar een bijzonder gebied met een sterk eigen beeld, veel bijzondere voorzieningen en ontwikkelingsruimte voor de kleurrijke multiculturele stad” (Gemeente Den Haag 2005: 49).

De belangrijkste facetten voor ontwikkeling wat betreft het multiculturele karakter zijn het uitbouwen van multicultureel detailhandel en de ontwikkeling van de stedelijke gebruiksruimte, gekoppeld aan publieksgerichte voorzieningen. Om te bekijken wat voor waarde dit gebied heeft is het ontstaan van de Paul Krugerlaan van belang: De ontwikkeling van een multicultureel winkelgebied is uit zichzelf ontstaan, zonder tussenkomst van de gemeente Den Haag. Hier is dus sprake van organische groei. In de jaren '70 konden voornamelijk allochtonen hier aan een goedkope woning komen en begonnen hier hun eigen onderneming. Het was toen al een winkelstraat maar het was echter wel een straat waar ook schietpartijen plaatsvonden en waar drugsoverlast was. Kortom, de straat was van economisch belang maar had niet een geheel schadevrij imago. Een multiculturele winkelstraat is niet geheel uniek (interview Caprino). Net zoals in de Waagstraat in Den Haag – waar een Chinatown is – ontstaan deze winkelstraten met allochtoon ondernemerschap uit zichzelf. *“Aan de architectuur in Chinatown wordt niks gedaan maar om het een eigen karakter te geven worden er wel Chinese straatnaamborden geplaatst”* (interview van der Burg). De gemeente is er dus iets aan gaan doen om deze plek meer waarde en een eigen karakter te geven

Het multiculturele karakter van de wijk wordt al benadrukt door de aanwezigheid van een aantal bestaande kwaliteiten die al dan niet versterkt gaan worden zoals de Haagse Markt, een plek waar kleinschalige (en veelal) allochtone detailhandel is. Een toeristentrekker als de Haagse Markt wordt binnenkort versterkt doordat er een multicultureel vrijetijdscentrum gebouwd gaat worden. Vele leisure functies komen in één gebouw, met onder andere een bioscoop waarin Bollywoodfilms vertoond worden (zie figuur 3.3). Naast de investering in de Paul Krugerlaan, de Haagse Markt en het leisure centrum, investeert de gemeente in de openbare ruimte van Transvaal:

“Migranten maken veel gebruik van de openbare ruimte, daarom is er een wijkpark van 3 hectare gecreëerd (zie figuur 3.3). We hadden daar allerlei woningen daar kunnen bouwen, maar we hebben gesloopt en de ruimte open gelaten. We weten vanuit de culturele achtergronden van de culturele groepen dat ze de openbare ruimte gebruiken om elkaar te ontmoeten, maar het was er niet. Woningen hadden de gemeente geld opgeleverd. Maar in eerste instantie doe je het voor de mensen en er was dus behoefte aan ontmoetingsplekken. Dus hebben we 3 hectare woningen opgeofferd om een centraal park te realiseren. Het functioneert gewoon geweldig. De omgeving krijgt ook meer economische waarde door dat park, maar een financieel persoon kijkt altijd naar het korte termijn rendement”(Interview Arnie Caprino).

Om het uiteindelijke doel van de wijk te bereiken is er volgens Caprino een goed samenspel nodig tussen de marktactoren (waaronder de ondernemers en de bewoners in de wijk) en de overheid. Het doel van het ontwikkelen van een krachtwijk op sociaal, fysiek en economisch niveau wordt bereikt door middel van participatie in de planvorming. Daar bij moet men openstaan voor andere culturen. De vele culturen kunnen als een bedreiging worden zien maar het kan ook als verrijking worden gezien. De samenstelling van de bevolking kan echter niet veranderd worden, dus men moet vraag en aanbod van Transvaal zien te managen. Het profiel van de wijk heeft in deze zin een weerslag op de ontwikkeling van de wijk omdat het multiculturele wordt terug gebracht in de fysieke ruimte en een toegevoegde waarde heeft voor de economische, sociale en fysieke ontwikkeling van de wijk.

Figuur 3.3. Digitale tekening van het Bollywood theater in Transvaal (midden) en het al bestaande ‘vrijetijdspark’ (links).



Bron: König, M (2009)

3.3.2 Citymarketing: de ontplooiing van het cultureel karakter van de wijk

De gemeente Den Haag wil de kwaliteiten van de Paul Krugerlaan ontwikkelen. Gebiedsmanager Caprino spreekt over het “commercieel interessant maken”. De reden heeft

te maken met het krachtwijken idee, wat alleen maar een extra aanleiding is om de winkelstraat commercieel aantrekkelijk te maken. Caprino ziet de commerciële ontwikkeling namelijk als een aansluiting op het multicultureel imago van de wijk. De multiculturele kwaliteiten die Den Haag en de Paul Krugerlaan hebben zijn de vele Hindustanen die er wonen (10% van de Haagse bevolking) evenals de detailhandelsvestigingen die zij bezitten. Dit zijn volgens de gemeente bestaande kwaliteiten die commercieel uitgebuit kunnen worden en waar het concept van citymarketing op kan worden toegepast. De gemeente doet haar best om de Paul Krugerlaan het imago van een 'Indiatown' te laten krijgen. De reden hiervoor is om het allochtoon ondernemerschap te ontwikkelen door aan de plek een 'brand' te hangen. Het gebied gaat gemarket worden door na te denken over wat verkoopt en hoe dat gepresenteerd moeten worden. Het is echter niet zo dat er enkel Hindustaanse ondernemers mogen vestigen, iets wat de naam mogelijk suggereert. Het is alleen het beeld dat geschapen wordt. Het imago van de wijk wordt dus bepaald door de bestaande kwaliteiten beter te benadrukken. De gemeente heeft hier een groot aandeel in door actief bezig te gaan met de ontwikkeling van het gebied aan de hand van een structuurvisie. Het citymarketing aspect dat gebruikt wordt om het gebied commercieel tot een hoger plan te brengen is een strategie van de gemeente, maar heeft volgens Caprino ook te maken met de vraag die vanuit de ondernemers zelf komt. *"Tien jaar geleden kwamen er al ondernemers en investeerders uit de doelgroep zelf met de boodschap dat ze dat ook wel zouden willen"*. Caprino voegt eraan toe dat wanneer allochtoon ondernemerschap niet gestimuleerd zou worden, ook het weglekken van koopkracht zou betekenen. Hij noemt het feit dat elk weekend een aantal bussen vertrekken richting de Indiatowns in Londen met Hindustanen die daar hun geld uitgeven. De winkelstraatmanager informeert de ondernemers in Den Haag over de mogelijkheden van marketing en ondernemers worden meegenomen naar de Indiatowns in Londen om de effecten van marketing te zien. De ondernemers in Transvaal krijgen daar te horen dat men ervan profiteert wanneer marketing toegepast wordt. *"De kern is dan ook dat het plan niet alleen vanuit de gemeente komt en dat het ze niet opgelegd wordt. Ondernemers moeten de waarde er zelf van in zien"*. Het marketen is dus een plan voor de ondernemers en van de ondernemers; de marktactoren. De gemeente helpt daar als overheidsactor aan mee. Over de invulling valt nog te denken. *"Er zouden bijvoorbeeld Hindustaanse straatnaamborden kunnen komen, of we zouden palmbomen neer kunnen zetten"*.

Het effect van deze manier van het stimuleren van allochtoon ondernemerschap is dat de winkelstraat meer toeristen zal gaan trekken. Er zal in het gebied dus meer worden uitgegeven en het gebied krijgt meer het imago van een multiculturele winkelstraat. Naast deze effecten zal het gebied als geheel meer in de lift komen op sociaal, cultureel en economisch gebied. Door de winkelstraat te laten profileren als multicultureel zal het een spin-off hebben richting het sociale, culturele en economische plan van de structuurvisie en maakt het uit van het integrale plan dat de gemeente voor ogen heeft. De thematiek die bij Indiatown gebruikt wordt staat los van het krachtwijken idee maar wordt gebruikt als kwaliteit van de wijk die versterkt wordt de wijk naar een hogere welvaartspositie te brengen. *"Als de hele straat werk heeft, worden de ondernemers rolemodel en gaat de wijk ook vooruit"*. Dit voldoet aan de doelstelling in de citymarketing: het stimuleren van de

sociale en economische positie. Het middel dat er in dit geval voor gebruikt wordt is de diverse – multiculturele – samenstelling van de bevolking.

3.3.3 Casus analyse

Uit het bovenstaande is gebleken dat de aanzet voor de ontwikkeling van de Paul Krugerlaan is gekomen uit de krachtwijken aanpak en de structuurvisie van de gemeente Den Haag. De multiculturele invulling die gegeven wordt aan de ontwikkeling van de Paul Krugerlaan staat op zichzelf en is door de gemeente verkozen omdat er meer sociale, fysieke en economische potentie in de wijk zit dan nu benut wordt. De thematische ontwikkeling van het allochtoon ondernemerschap kan dus worden gezien als *middel* om het doel van herstructurering te verwezenlijken. De investering in het marketen van de Paul Krugerlaan als multiculturele winkelstraat zou zijn weerslag moeten hebben op de economische positie van de allochtone ondernemers en op het sociale en fysieke klimaat in de straat en de wijk. De thematische benadering van de ontwikkeling van de Paul Krugerlaan en het creëren van een bepaald imago dat de straat en de wijk met zich meedraagt past geheel in de opvatting van city marketing. In deze casus wordt de waarde van de multiculturele benadering en de rol die citymarketing hierin speelt bekeken. Refererend aan het theoretisch kader, zijn er drie hoofdlijnen die er in de analyse in de gaten gehouden dienen te worden:

- 1) De politieke opvatting. Door het onderwerp ‘politiek’ te belichten wordt er duidelijkheid verschaft over de relatie tussen de overheid als actor en de bevolking waarvoor gepland wordt.
- 2) De manier van plannen. Het onderwerp ‘planning’ zal verder ingaan op de manier waarop de ruimtelijke ontwikkeling vormgegeven wordt en vanuit welke achtergrond dit gebeurt.
- 3) De vormgeving en uitvoering van de manifestatie zelf. In de uiteindelijke vormgeving - ‘uitvoering’—wordt nadrukkelijker ingegaan op het werkelijke realiseren en wat er voor betekenis de manifestatie toebedeeld krijgt door de gemeente en marktactoren, hoe het gerepresenteerd wordt en hoe er door verschillende actoren mee om wordt gegaan.

Deze hoofdlijnen sluiten aan op de hoofdvraag: ‘Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?’

Politiek: herstructurering met een thema

De politieke achtergrond van de herstructurering van de wijk Transvaal is duidelijk; het is een krachtwijk die is aangewezen vanuit de regering. *Sociaal, economisch en fysiek gezien moet het geherstructureerd worden.* De gemeente heeft aan de herstructurering verdere invulling gegeven door middel van het ontwerpen van een structuurvisie en het toepassen van citymarketing. Het benadrukken van het multiculturele karakter van de Paul Krugerlaan – waar deze thesis om draait – is echter een keuze van de gemeente Den Haag zelf. De allochtone ondernemers in de Paul Krugerlaan zijn uit zichzelf met het idee gekomen om de

winkelstraat te marketen en de gemeente versterkt de bestaande structuur door het allochtone ondernemerschap economisch tot een hoger plan te helpen.

Wanneer de situatie van de Paul Krugerlaan in de categorieën van het dilemma of recognition geplaatst worden, past de situatie zoals die in de Paul Krugerlaan is in de categorie 'replacement'. De gemeente streeft de ontplooiing van de allochtone ondernemers na maar zorgt voor deze stimulering via een *integraal plan*. Hierbij is het de bedoeling dat een economische opleving zorgt voor een opleving van de welvaart doordat er interactie plaats vindt tussen een opleving in het economische, sociale en de fysieke eigenschappen van de wijk. Het thematiseren van de ontwikkelingen door de term Indiatown toe te passen heeft iets weg van 'accommodatie' en trekt duidelijk een grens tussen allochtonen en autochtonen door de woordkeuze van 'Indiatown'. Het doel van de structuurvisie is inderdaad de groepsspecifieke ontplooiing van een bepaalde groep; de allochtone ondernemers. Door de integrale aanpak die wordt toegepast wordt de ontwikkeling van de Paul Krugerlaan als multiculturele winkelstraat echter niet gezien als project maar onderdeel van een groter geheel om de gehele wijk tot een hoger economisch, sociaal en fysiek niveau te brengen. De krachten van de Paul Krugerlaan worden ontplooid en in samenwerking met de allochtone ondernemers uitgewerkt.

Planning: vraag en aanbod

De aanzet voor de ontwikkeling van de Paul Krugerlaan als multiculturele winkelstraat komt vanuit de politiek. De manier van plannen bepaalt welke actoren worden meegenomen in het proces dat zal leiden tot de totstandkoming van de winkelstraat. In deze casus is nadrukkelijk gekozen voor *communicatieve planning* waarin er planontwikkeling is gemaakt met instemming van de betrokken actoren. Hiertoe behoren de termen '*vraagdiversiteit*' en '*aanboddiversiteit*'. Het uitgangspunt in de ruimtelijke planning is volgens Voogd (2004) de kwaliteit van de ruimte door het behouden of verbeteren van de kwaliteiten. De beïnvloeding van de ruimte zoals dat in Transvaal is gebeurd, gebeurde door de medewerking van een aantal actoren. De wijk sluit aan op de bewoners die in de wijk wonen en middels de naam 'Indiatown' die zich rondom de Paul Krugerlaan zal manifesteren, komt de gemeente tegemoet aan het grote aantal Hindustanen die in Den Haag wonen. De bevolkingssamenstelling wordt dus in de planning meegenomen en wordt als belangrijk gegeven beschouwd in de aanboddiversiteit. Bij het plannen voor Transvaal – en specifiek de Paul Krugerlaan – speelt niet alleen de bevolkingssamenstelling een grote rol maar ook het allochtoon ondernemerschap dat daar al uit voortgekomen is. De invulling die vanuit de aanboddiversiteit wordt gegeven aan de wijk Transvaal is het thema 'multiculturalisme'. Het doel is in het geval van Transvaal opgelegd vanuit de overheid maar werd van tevoren al ondersteund door de allochtone ondernemers. Er wordt fysiek geïntervenieerd in de ruimte via regelgeving en fysieke maatregelen met de kwaliteit van de ruimte als uitgangspunt. Zoals Beall (1997) al stelde: de fysieke structuur van de stad is een product van constante besluitvorming en sociale relaties. Wat gebouwd wordt, waar, hoe en voor wie is het gevolg van machtsrelaties en stereotyperingen van architecten, planners en stedelijke beleidsmakers. Ook in het geval van Transvaal inclusief de Paul Krugerlaan, de Haagse Markt en de openbare ruimte zijn manifestaties ideeën over hoe de samenleving op lokaal niveau

eruit moet zien en hoe het moet worden. Het multiculturele imago wordt versterkt en drukt nadrukkelijk een stempel op de wijk.

De uitvoering: beeldvorming door middel van placemarketing

Het tot stand brengen van een wijk met een multicultureel karakter zoals bij Indiatown in de Paul Krugerlaan, gebeurt vanuit een politieke achtergrond en een structuurvisie op basis waarvan gepland wordt voor het multiculturele karakter van de wijk. De bestaande waarden van de wijk worden versterkt door middel van het thema multiculturaliteit – en specifiek Indiatown – vast te houden en de ontwikkeling van de ruimte te laten anticiperen op de bevolkingssamenstelling. De uitvoering van de Paul Krugerlaan als Indiatown is onderdeel van een integraal plan maar de *beeldvorming* die zal moeten ontstaan, zal mede worden versterkt door placemarketing. In de city- en placemarketing vallen ook de elementen representation, encounters en configuration waarin in figuur 3.5 op terug wordt gegrepen. Om in te laten zien hoe het city marketing model wordt toegepast in de casus van Transvaal en de ontwikkeling van de Paul Krugerlaan wordt er teruggegrepen op het model van Ashworth en Voogd (zie figuur 3.4). In dit model zijn de marketingstrategieën het resultaat van invloeden van de producent en de consument. De overheid gebruikt de methode van citymarketing (en op een lager schaalniveau placemarketing) in het geval van Den Haag om het doel van het creëren van een multicultureel winkelgebied te realiseren. Het aangeboden product moet daarbij de vraag van de consument vervullen. In het geval van de Paul Krugerlaan en Transvaal wordt er vooral vanuit de producent een product aangeboden met een multicultureel karakter. In het belang van de hoofdvraag van deze thesis is er al meer duidelijkheid over welke actoren de manifestatie verwezenlijken, waar zij dat doen, waarom en op welke manier dat gebeurt. Het middel citymarketing verdient wat meer aandacht aangezien het een verandering in het fysieke straatbeeld en de betekenis van de plek zal betekenen.

Citymarketing is geen doel op zich, maar een *‘middel om de stedelijke ruimte zo goed mogelijk te laten aansluiten bij wensen dienaangaande van geselecteerde doelgroepen ten einde permanente stimulansen te scheppen voor de sociale en economische functies en activiteiten van het betreffende gebied’* (Voogd, 2004:47). In de manier waarop city marketing in Transvaal wordt toegepast is het uitgangspunt om een multicultureel ‘Indiatown’ te creëren. In het proces van citymarketing dat toegepast gaat worden in Transvaal zijn er drie hoofd onderdelen waar vanuit ontwikkeling plaats vindt (figuur 3.5): 1) de consument, 2) de producent en 3) de markt. (1) In het geval van de Paul Krugerlaan komt het idee om het gebied als multicultureel indiatown te ontwikkelen vanuit de gemeente en de allochtone ondernemers als producent. Het product dat aangeboden wordt komt voort uit het ontplooiën van de kwaliteiten die de wijk al heeft (Paul Krugerlaan, de Haagse Markt), plus een ontwikkeling zoals een multicultureel leisure centrum. (2) De consument is een belangrijke actor als het gaat om het uitgeven van geld en het laten groeien van de wijk in economisch opzicht. De doelgroep van het city marketing plan is dus niet een specifieke doelgroep maar de consument op zich. (3) In de markt vinden de ruimtelijk/functionele,

organisatorische en promotionele ontwikkelingen plaats waardoor het multiculturele citymarketing plan vorm krijgt in de fysieke ruimte.

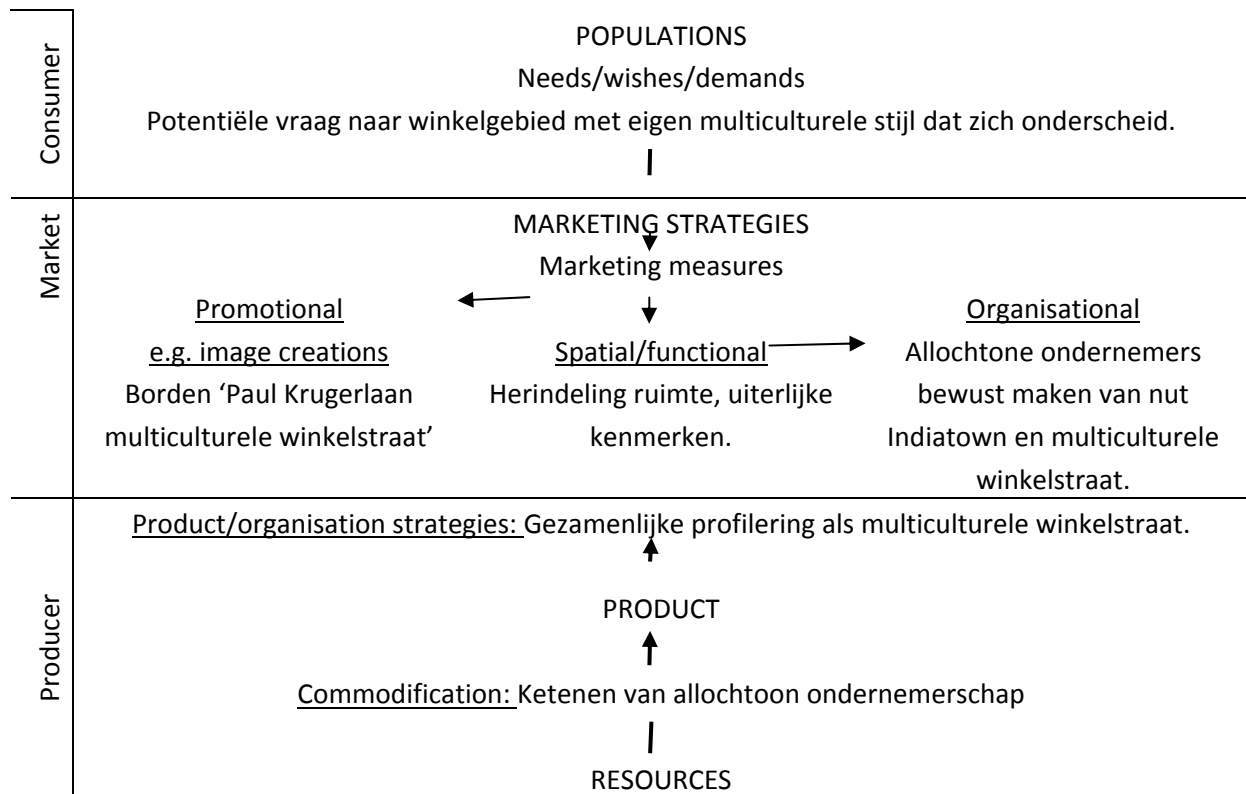
De toeristische ontwikkelingen rond het thema multiculturaliteit worden door Hall en Rath (2006:4) in theorie gekoppeld aan drie redenen die ook alle drie op Transvaal van toepassing zijn:

Figuur 3.4 Toeristische ontwikkelingen rondom het thema multiculturaliteit

- | |
|--|
| 1) etnisch-culturele gebieden worden gezien als toeristische trekpleisters waar toeristen geld uitgeven. Het doel van het marketen is een toeristische ontwikkeling die de wijk naar een hoger sociaal, cultureel en economisch plan zal brengen. |
| 2) Een 'halo' effect is op deze plek van toepassing. Indiatown zal in ieder geval op lokaal niveau bekender worden en zo wordt Transvaal als multicultureel winkelgebied sneller op de kaart gezet. |
| 3) Toeristische plekken worden gezien als aantrekkers van toeristen die op de lange termijn kunnen en willen vestigen. Het vestigen van toeristen zal niet een primair doel zijn van Indiatown en de ontwikkeling van Transvaal als multicultureel winkelgebied zijn. Maar wanneer Transvaal economisch, cultureel en sociaal sterker wordt zullen mensen van buiten Transvaal eerder geneigd zijn zich te vestigen (hand in hand met de herstructurering van de woningbouw). Hoewel de multiculturele kwaliteiten, zoals de aanwezigheid van allochtoon ondernemerschap en het straatleven, al aanwezig zijn worden deze versterkt om ervoor te zorgen dat de economische, sociale en culturele potentie volop benut worden. Fainstein en Powers (2006) noemen bij het toepassen van city marketing als middel hierin uit te kijken voor 'commercial gentrification' en comodificatie van een cultureel gebied. Wanneer de Paul Krugerlaan een te sterk commercieel beeld krijgt kan de eigen identiteit van het gebied veranderen. |

Bron: Hall en Rath, 2006:4

Figuur 3.5 Basis elementen in het citymarketing proces



Bron: Ashworth & Voogd (1990:28)

Een belangrijk onderdeel van citymarketing is het zorgen voor de juiste representatie om het doel te verwezenlijken. Deze representatie is afhankelijk van het beeld dat er bestaat van plaats. Het doel van de citymarketing in Transvaal en de Paul Krugerlaan is het ontwikkelen van een multicultureel karakter die zich in de Paul Krugerlaan uit als Indiatown. Door dit beeld te ontwikkelen hopen de ondernemers zichzelf te ontwikkelen op economisch gebied. De gemeente stimuleert de marketing als onderdeel van de structuurvisie waarin de gehele wijk naar een hoger economisch sociaal en cultureel plan getild moeten worden.

In het model van Eitel & Spiekermann (2007) worden er drie belangrijke analyse fases van place-branding genoemd waarin de ruimte geanalyseerd wordt en waarin bekeken wordt hoe de ruimte er in de toekomst eruit moet komen te zien. Op het thematiseren van de Paul Krugerlaan zijn deze fases ook van toepassing.

1) AS IT IS ANALYSIS: De Paul Krugerlaan wordt van buiten gezien als een van de vele multiculturele winkelgebieden in Den Haag. De ruimte heeft dus bepaalde kwaliteiten die onafhankelijk van elkaar ontwikkeld zijn. Van binnenuit wordt het aanbod van allochtoon ondernemers en de manier waarop zij hun zaak vormgeven als typerend gezien voor de wijk; een hele specifieke eigenschap voor de wijk.

2) TO BE ANALYSIS: De straat Paul Krugerlaan wil de bestaande kwaliteiten verrijken door allochtoon ondernemerschap nadrukkelijker te laten manifesteren in het straatbeeld. De

manier om dit te doen is het thematiseren van de straat waardoor getracht wordt om de straat bepaalde associaties doen toe te laten komen. Wanneer er een 'to be analysis' gemaakt wordt is het belangrijk te weten of wat de plek wil ook mogelijk is te realiseren. In de Paul Krugerlaan behoort het marketingmiddel tot de integrale structuurvisie die gemaakt is. Het marketing plan is dus verder onderbouwd en staat niet op zich. Daarnaast betekent het initiatief van de allochtone ondernemers om mee te werken aan de marketing dat er breed draagvlak voor is voor marketing in samenwerking met de gemeente.

3) EVALUATION: De structuurvisie en het citymarketingplan van Transvaal en de Paul Krugerlaan bestaan. De uitvoering is nog niet geweest, maar de ontwikkeling van Transvaal is al in gang. Hoe het beeld dat moet worden uitgestraald eruit gaat zien is dus nog niet duidelijk, maar er mag aangenomen worden dat de ideeën die er zijn ter verrijking van de economische, sociale en culturele situatie, zullen worden doorgezet. Hoe de ontwikkelingen die de gemeente voor ogen heeft zullen worden uitgevoerd en hoe de ontwikkelingen van Indiatown zullen worden ontvangen bij het publiek kan uiteindelijk nog niet gezegd worden. Het marketen is in ieder geval een poging om een ander beeld van de Paul Krugerlaan neer te zetten met een bewust doel.

3.4 Synthese

De casusanalyse heeft een beeld gegeven van de ontwikkelingen die de Paul Krugerlaan en de omgeving in Transvaal doormaken. Daarin blijken de ruimtelijke plannen en de herstructurering van de wijk door de placemarketing met het thema multiculturaliteit bewerkstelligd te worden. Om de hoofdvraag voor de casus te beantwoorden wordt de hoofdvraag hier nog eens getoond en beantwoord voor deze casus:

Hoofdvraag:

Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?

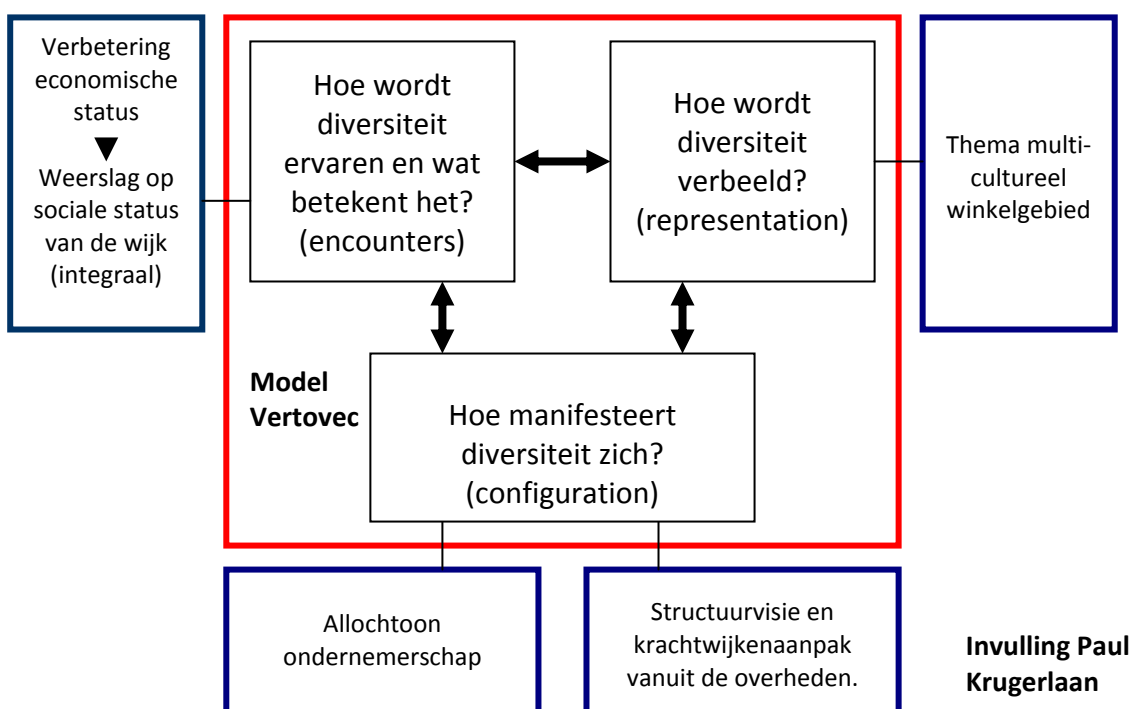
De actoren die in Transvaal zorgen voor het stimuleren van het fysiek manifesteren van diversiteit, zijn de *gemeente* en de *allochtone ondernemers*. Binnen de gemeente is een gebiedsmanager aangewezen die de ontwikkelingen begeleid aan de hand van een structuurvisie en de krachtwijken aanpak. Met deze twee vormen van plannen hoopt de gemeente de wijk naar een hoger sociaal, fysiek en economisch plan te brengen. Het ontwikkelen van deze pijlers gebeurt aan de hand van het ontwikkelen van het brede thema multiculturaliteit. Daarbinnen wordt specifiek gekozen voor de ontwikkeling van het thema 'Indiatown' in de Paul Krugerlaan, ontwikkeling van de Haagse Markt en een Multicultureel Leisure centrum (Bollywood Den Haag). Vanuit de lokale en nationale politiek wordt er dus gekozen voor een vorm van planning die de ruimte wezenlijk verandert. Het middel dat gekozen wordt om de Paul Krugerlaan economisch te ontwikkelen is placemarketing, dat moet zorgen voor een betere economische positie voor de allochtone ondernemers en voor

een toeloop van toeristen. Figuur 3.6 geeft inzicht in de drie facetten van de multiculturele Paul Krugerlaan die bijdragen aan de ontwikkeling. Deze facetten zijn ontleend aan het model van Vertovec dat in hoofdstuk 2 beschreven is.

Een belangrijk middel om de structuurvisie en de krachtwijkenaanpak te realiseren is het middel citymarketing en de invloed die het heeft op de representatie van de wijk. Door de reproductie van een multicultureel beeld verandert over het algemeen de representatie op den duur en zal dat gevolgen hebben op het imago van de wijk. Een verandering van de representatie wordt gerealiseerd met behulp van de gemeente, die voor fysieke ingrepen in de ruimte plant, en de allochtone ondernemers die persoonlijke medewerking verlenen aan het plan en daar invulling aan geven. De verandering van het imago en het beeld dat er bestaat worden beschreven in de 'As it is alaysis' en de 'to be analysis' van Eitel en Spiekermann (3.3.3).

In de volgende paragraaf zal de casus van Le Medi in Rotterdam bekeken worden. Ook in die casus zullen de actoren, de manier waarop die actoren de manifestatie realiseren, de plek en de reden waarom er gerealiseerd wordt bekeken worden.

Figuur 3.6 De ontwikkeling van Transvaal in multiculturele winkelgebieden vanuit overheidsperspectief



3.5 Casus 2: Le Medi Rotterdam

Le Medi is een wooncomplex in de deelgemeente Bospolder (79% van de 1464 inwoners allochtoon)(Gemeente Rotterdam 2009), Rotterdam, vormgegeven door een duidelijk herkenbare mediterrane architectonische stijl (zie foto impressie volgende pagina). Le Medi wordt omschreven als een *“duidelijk en herkenbaar cultureel geprofileerd concept (lees; wooncomplex) dat het multiculturele karakter van de stad op een positieve manier tot uiting*

brengt” (Era Bouw 2008:3). Het project is in 2006-2008 uitgevoerd en bestaat nog maar kort in fysieke staat. De link die door de ontwikkelaar ERA bouw gelegd wordt met het bestaan van Le Medi en het multiculturele Rotterdam, is dat vooral in oude stadswijken in Rotterdam veel mensen met een niet Nederlandse etnische achtergrond wonen. Overal in de stad is de etnische achtergrond fysiek terug te zien in het straatbeeld. De bekende voorbeelden van de Turkse bakker, Marokkaanse slager, moskeeën, Chinese en Indiase winkels werden aangehaald toen ERA bouw dit project begon. De multiculturele stad Rotterdam werd voor de bouw van Le Medi niet weerspiegeld in het straatbeeld. Wooncorporaties Woonbron en Com.wonen en ERA bouw hebben de handen ineen geslagen om in gezamenlijk opdrachtgeverschap het Multiculturele beeld te benadrukken met als resultaat Le Medi. De woondoelgroep is echter niet een specifieke etnische groep: *“Er is een toolbox ontwikkeld waarin mediterrane elementen benadrukt worden in architectuur, stedenbouw, beheer, samenlevingsvorm en materiaalgebruik. [...] Het concept Le Medi richt zich op de Nieuw Rotterdammer⁸ die zich aangetrokken voelt tot een bijzondere wijze van wonen en samenleven”* (Era Bouw, 2008:3, interview van der Burg, interview Boerman).

De uitleg van deze casus met betrekking tot de hoofdvraag zal een andere insteek hebben dan de eerste – Haagse – casus. De gemeente Den Haag heeft de thematische ontwikkeling van Transvaal en de Paul Krugerlaan gekoppeld aan herstructurering en een structuurvisie; een integraal plan. De casus Le Medi Rotterdam is een meer op zichzelf staand project dat de bestemming wonen heeft en niet gericht is op de ontwikkeling van de economie. Le Medi wordt meer benadrukt vanuit de actoren die de totstandkoming mogelijk hebben gemaakt en de waarde die het voor Rotterdam heeft. Hoewel er geen aandacht aan de casus gegeven wordt vanuit de herstructurering maar vanuit het wonen, is het ook in dit hoofdstuk van belang de hoofdvraag in het achterhoofd te houden. In de casus zullen de actoren en hun beweegredenen om Le Medi te realiseren belangrijk zijn om te bepalen waarom Le Medi –in multiculturele vormgeving – gerealiseerd is.

⁸ “Stedelijke jonge gezinnen van buiten de wijk met een middeninkomen”.

Figuur 3.7: Foto-impressie Le Medi



Bron: www.buildingbusiness.com/uploads/award-inzending/le%20medi%201.jpg / [...]202.jpg, / [...]203.jpg, / [...]204.jpg.

3.5.1 De actoren en de totstandkoming

Deze paragraaf gaat in op de totstandkoming van Le Medi. In de komende alinea's wordt er onderscheid gemaakt tussen de actoren die Le Medi tot stand hebben gebracht, de locatie en de (al dan niet politieke) gedachte die er zit achter de ontwikkeling van Le Medi. Aan de hand van deze indeling zal het Rotterdamse deel van de hoofdvraag beantwoord worden. Zoals uit de vorige paragraaf blijkt, heeft Le Medi een andere reden van bestaan dan de Paul Krugerlaan en de overige multiculturele ontwikkelingen in Transvaal Den Haag. Le Medi is bijvoorbeeld niet van de grond gebracht op basis van een structuurvisie of enig beleidsplan dat ingaat op de aanwezigheid van etnisch-culturele manifestaties. Deze casus zal specifiek ingaan op diversiteit in wonen. Vooral de vraag waarom Le Medi gebouwd is, door wie en hoe dat betrekking heeft op de etnisch culturele achtergronden in Rotterdam is daarbij belangrijk.

De ontwikkeling van Le Medi is mogelijk gemaakt door de actoren, ERA bouw, com·wonen en Woonbron. Deze corporaties en ontwikkelaar zijn niet uit zichzelf met het idee gekomen om Le Medi te ontwikkelen. Het initiatief voor de ontwikkeling van Le Medi kwam vanuit een Rotterdamse ondernemer: Hassani El Idrissi. Volgens coarchitect van Le Medi Marc Jan Boerman van architectenbureau Geurst & Schulze liep Hassani El Idrissi⁹ rond met het idee dat het goed is voor nieuwkomers, allochtone bewoners en immigranten als ze hun eigen cultuur terug zien in de wijk (herkenbaarheid). Een belangrijk aspect van het multiculturele wonen is dat deze groepen zich meer thuis voelen en meer verantwoordelijk voelen voor de wijk en de woning waarin ze wonen. "Er is wel gezegd dat een wijk waar 80% van allochtone afkomst is (Bospolder) ook de verschijnselen van die wijk moet krijgen [...] Het idee was dan ook dat het verbonden zou zijn met Rotterdam en dat het daar thuis hoort" (interview Marc-Jan Boerman). De manier waarop de architecten de woning vervolgens vorm hebben gegeven is door het creëren van een toolbox naar aanleiding van een studiereis naar Marokko. Een centrale vraag die bij het creëren van de toolbox gesteld werd was: "Welke elementen in de Arabische architectuur en manier van wonen vallen op en zijn toepasbaar op de Nederlandse situatie?" (ERA bouw, 2008:6). In deze toolbox is gelet op verschil in architectuur, stedenbouw, beheer en materiaalgebruik. De omgang met privé/openbaar, groeimogelijkheden, ruimtelijkheid maatvoering en materialen liggen daaraan ten grondslag (ERA bouw 2008). De bedoeling van de toolbox is niet om te bouwen voor de Marokkaanse bevolking maar om een andere architectonische wending te nemen in de Nederlandse bouw. De eerder genoemde bedoeling om buitenlandse culturen herkenbaar te maken in de fysieke ruimte zijn, ongeacht de actor, samen met de verandering in de architectuur de twee hoofdredenen om Le Medi te realiseren.

De locatie voor Le Medi is de wijk Bospolder-Tussendijk. Jeroen van der Burg, architect en stedenbouwkundige bij de dienst Dienst stedelijk ontwikkeling en volkshuisvesting (dS+V) heeft deze locatie vanaf het begin van het idee geopperd om Le Medi daar te ontwikkelen. "Het refereert aan in de stad aanwezige culturele bronnen en het kan zo op een natuurlijke manier in de stad bijzonder worden gemaakt" (ERA bouw 2008:7). De wijk Bospolder-Tussendijk wordt in de herstructurering die het vanaf 1999 door aan het maken is, ontwikkeld in de openbare ruimte en koopwoningen. De gemeente investeert

⁹ Vanwege het ontbreken van financiële middelen is er – helaas – niet met Hassani El Idrissi gesproken.

daarbij in omgevingsgerichte aanpak waar duurdere woningen van uit maken. De ontwikkeling van Le Medi voldoet aan het doel van het ontwikkelen van koopwoningen en geeft de wijk een ander cultureel imago. De herstructurering van de wijk was voor Le Medi een extra reden om de ontwikkeling door te voeren.

De gedachten en belangen die er achter Le Medi zit is voor de betrokken actoren verschillend. De belangrijkste vraag om erachter te komen wat deze gedachten zijn voor de actoren is door af te vragen voor wie Le Medi gebouwd is en wat het belang is voor de actoren om Medi te ontwikkelen in de lokale context. De initiator van Le Medi, Hassani El Idrissi zegt over zijn beweegredenen het volgende:

"Eigenlijk was het (plan voor Le Medi) meer dan een droom, ik wilde ook een politiek statement maken. Er werd in de jaren '90 behoorlijk negatief gesproken over nieuwe Nederlanders; het beeld bestond dat we allemaal op ezels uit de bergen naar Nederland waren gekomen. Tegelijkertijd zag je de ontstane diversiteit wel steeds meer terug in het dagelijks leven. Op straat, in de moskee, in de middenstand. Mijn droom was om het beeld van mensen over de Arabische cultuur te nuanceren"(ERA Bouw 2008: 10).

Idrissi zegt dat het plan voor Le Medi in een politiek gezien gunstige tijd viel omdat de gemeente Rotterdam in het diversiteitsbeleid nieuwe Rotterdammers stimuleerde om met goede ideeën te komen. Samen met externe actoren zoals architecten, woningbouwcorporaties en ontwikkelaars is Le Medi in ontwikkeling gekomen. Daarbij moet gezegd worden dat de reden om Le Medi te ontwikkelen van Idrissi (politiek) verschilde van de redenen die de andere actoren voor ogen hadden.

Jeroen van den Burg, architect van Idrissi's Marokkaanse restaurant Safir, ziet Le Medi niet alleen als een gebouw dat de multiculturele samenleving weergeeft, maar ook als een verandering in de stedenbouw en architectuur. Vanuit zijn ervaring vanuit het restaurant Safir waarvoor hij de meubels ontwierp zegt hij: "Dat hele proces van mengen van moderne en traditionele elementen was zo leuk dat we ons afvroegen: waarom zetten we die trend niet door naar woningen? De maatschappij was in veel opzichten aan het veranderen. We zagen diversiteit wel terug op cultureel vlak maar nooit in de architectuur"(ERA bouw 2008: 14). Van den Burg merkt daarbij op dat er voor het ontwikkelen van Le Medi een theoretische onderbouwing miste. Voor wie Le Medi gerealiseerd werd en hoe het mogelijk werd om andere culturen door te laten dringen in de wijk en in de doelgroepen voor wie de corporatie producten ontwikkelt, was nog niet duidelijk. Wel is het duidelijk dat het initiatief voor Le Medi niet vanuit de gemeente komt maar vanuit marktactoren en individuele denkers daarin. Met name El Idrissi en van der Burg zijn daarin de initiatiefnemers. Evenals Idrissi benadrukt van der Burg dat Le Medi niet per se ontwikkeld is voor alleen Marokkanen. Het antwoord dat tijdens het proces van ontwikkelen en bouwen daarop gegeven heeft is : "In een pizzeria eten toch ook niet alleen Italianen?" (interview van der Burg).

Woningbouwcorporaties en ontwikkelaars hebben het idee van Le Medi ondersteund. De reden voor deze actoren om dat te doen was dat de initiator Hassani El

Idrissi een idee had dat goed verkocht omdat het geïnspireerd was door een andere culturele achtergrond en het gebouw een expressieve architectonische vorm aannam. De thema's woonmilieus en leefstijlen zijn voor woningcorporatie Woonbron reden om aan te sluiten bij Idrissi's ambitie. De stedenbouw heeft volgens hen een vorm van interculturalisatie nodig. Woonbron wil evenals Idrissi de Nederlandse cultuur in fysieke zin beïnvloeden en niet een mediterrane dorp kopiëren (ERA Bouw 2008).

3.5.2 De waarde van Le Medi voor de stad

De gedachten en belangen voor de actoren die meewerken zijn uitgelegd. Wanneer er teruggegrepen wordt op de hoofdvraag is het van belang de WAARDE te bepalen van een manifestatie als Le Medi (de 'waarom' vraag in de hoofdvraag). De actoren zijn duidelijk, de plek is duidelijk en de vormgeving is duidelijk. Elke actor heeft een andere bedoeling gehad om Le Medi te realiseren. Het is niet de gemeente geweest die het initiatief nam om Le Medi te bouwen. Persoonlijke drijfveren vanuit de ondernemer El Idrissi en ambtenaar Jeroen van der Burg zorgen voor de start van het plan. Deze twee actoren hebben beiden de reden om Le Medi van de grond te brengen omwille van de herkenbaarheid van culturen in het straatbeeld. Jeroen van der Burg wilde Le Medi daarbij óók realiseren vanwege veranderingen in de modernistische architectuur:

'Le Medi is gericht op Rotterdammers, en daar zitten ook Marokkanen bij. Het moet mooi zijn en de opzet was om iets te bouwen wat Arabisch geïnspireerd is. Wij hebben het idee dat het aansluit bij een behoefte en bij een begrip als privacy en het uitbreiden van woningen (rijksgesubsidieerd), publiek openbaar en aansluitend bij de stad. Dat zijn allemaal thema's die een rol spelen. Het is de bedoeling om te laten zien wat voor moois er is in de wereld en dat het vooral vanuit Marokkanen komt en dat het hier goed bruikbaar is. Dat geldt ook voor de keuken en de beslotenheid in stedenbouw en architectuur. Ik heb altijd gezegd: een pizzeria is ook niet alleen voor Italianen' (interview Jeroen vd Burg).

De actoren woningbouwcorporaties en projectontwikkelaars waren onder de indruk van het verhaal van El Idrissi en van der Burg en gingen mee in het idee van Le Medi. Dat idee betekende voor hen vooral de uitdaging om een woning neer te zetten met een ander uiterlijk dat geïnitieerd werd door een Marokkaan.

Vanuit de discussie over multiculturaliteit en diversiteit in de stad kan gezegd worden dat Le Medi niet per se bedoeld is om bepaalde etnische groepen te herbergen. De totstandkoming van Le Medi heeft verschillende motivaties, waaronder de motivatie om culturen beter herkenbaar te maken in het straatbeeld. Daarbij wordt een bepaalde vorm van architectuur toegepast op basis van een toolbox die voor Le Medi is gecreëerd door voornamelijk architecten. Het uiterlijk van Le Medi heeft een zeer uitgesproken vorm van architectuur ten opzichte van de modernistische Nederlandse bouwcultuur. Dit uiterlijk was voor architecten een reden om Le Medi te realiseren. In de discussie over multiculturaliteit en voor wie Le Medi eigenlijk gebouwd is, ontstaat sterk het vermoeden dat Le Medi slechts een symbolische waarde heeft voor de aanwezigheid van de vele

culturen in Rotterdam. Door de grote publiciteit rond de expressieve bouw van Le Medi worden er veel vragen gesteld over de functie van het gebouw. De politieke situatie in Nederland waarin het onderscheid autochtoon en allochtoon veelvuldig in het nieuws wordt gebracht creëert een 'wij' en een 'zij' groep. (RMO 2005:26). De sociale samenhang verandert en zorgt er mede voor dat er veel vragen worden gesteld over Le Medi en onderwerpen die te maken hebben met dat onderscheid. Uiteindelijk is Le Medi functioneel gezien een woonbestemming, dat er anders uitziet dan de doorsnee woning.

In de wijkcontext stimuleert Le Medi het vestigen van inkomensgroepen van de middenklasse. Het doorstromen naar een grotere en duurdere woning binnen de wijk is gemakkelijker. De vestiging van deze inkomensgroepen werkt door op het economisch belang van de winkelstraten eromheen (ERA Bouw, 2008). Het deelgemeentebestuur stimuleert geen detailhandelsvestiging in de straten die direct grenzen aan Le Medi. Le Medi heeft dus een duidelijke woonbestemming, die voor de wijk de functie heeft om hogere inkomensgroepen te behouden.

3.5.3 Casus analyse

De casus Le Medi wordt geanalyseerd aan de hand van het theoretisch kader opdat de hoofdvraag voor deze casus beantwoord kan worden. Opeenvolgend zullen de onderwerpen politiek, planning en de uitvoering van de manifestatie zelf worden besproken.

Politiek

Zoals beschreven heeft Le Medi in de media veel aandacht gekregen om de expressieve bouw en het uiterlijk dat het heeft. De mediterrane architectonische uitstraling van Le Medi en de duidelijke aanwezigheid daarvan in het fysieke straatbeeld heeft veel vragen opgeroepen waarom Le Medi gerealiseerd is. Kort gezegd is Le Medi geen product van gemeentelijk beleid dat symbolisch inspeelt op de verschillende samenstelling van de bevolking en het is ook niet gebouwd om allochtone groepen te faciliteren. Het is een product van individuele drijfveren die woningbouwcorporaties en ontwikkelaars hebben aangespoord mee te helpen Le Medi te ontwikkelen.

Het 'dilemma of recognition' zoals beschreven door de Zwart (2005) is niet van toepassing op Le Medi omdat Le Medi niet ontwikkeld is door de lokale overheid. In beleid waarin verschillende bevolkingsgroepen vertegenwoordigd worden, heeft de gemeente de verantwoordelijkheid voor elke bevolkingsgroep beleid te ontwikkelen zonder grenzen te trekken tussen verschillende groepen. De architectuur van Le Medi is weliswaar beïnvloed door het Mediterrane gebied, maar deze beïnvloeding heeft enkel doorwerking op de esthetiek en de functionaliteit van het gebouw. Dat Le Medi in Rotterdam staat is volgens Jeroen van den Burg een gevolg van de individuele drijfveren. Ondanks het feit dat het initiatief niet voortkomt uit gemeentelijk politiek beleid is de koppeling met multiculturaliteit er wel degelijk. Van der Burg benadrukt dat het raar is dat er zoveel Marokkanen leven in Nederland en dat het niet terug te zien is in de stedenbouw. Het straatbeeld verandert daar niet door. "De multiculturaliteit van Rotterdam speelt dus wel degelijk een rol. Als hier allemaal volk uit de jaren 50 was geweest, dan zou dit niet ontstaan zijn" (interview vd Burg).

Bij de politieke relevantie van het onderscheid multiculturaliteit en diversiteit dat werd aangehaald in het theoretisch kader, valt de opmerking te plaatsen dat in het geval van Le Medi dit onderscheid te verwaarlozen is. Het gegeven dat diversiteit steeds vaker wordt gebruikt in beleid en zorgt voor harmonie in plaats van diffusie –wat bij multiculturaliteit het geval is– is hier niet van toepassing omdat er geen gemeentelijk beleid bestaat voor het ontwikkelen van etnisch-culturele manifestaties. Wel was er een wethouder – Herman Meijer van GroenLinks – de ontwikkeling van Le Medi erg zag zitten. Dit individu geeft eens te meer aan dat persoonlijke drijfveren zorgen voor de totstandkoming van Le Medi.

Voor de toekomst geeft van der Burg aan dat de gemeente Rotterdam er beter aan zou doen beleid te vormen: *“Le Medi is overal gepresenteerd en iedereen vindt het mooi maar er zou nu beleid gemaakt moeten worden waarin je beschrijft wat dit nu is en wat we nou aan het doen zijn. Het is iets waar behoefte aan is. Je moet dan goed beschrijven wat het precies is. Het is niet de bedoeling een gebouw te maken en er alleen een multicultureel sausje overheen te gooien. Dit beoogd meer te zijn. [...] Of er een vervolg aan gegeven moet worden en wat de rol voor de gemeente daarin is de vraag.”*

Het gegeven dat verschillende actoren verschillende motivaties hadden om Le Medi van de grond te brengen en het feit dat er geen gemeentelijk beleid is – dat ten behoeve van de ontwikkeling van de maatschappij dient— die beschrijft wat de ontwikkeling van Le Medi betekent en wat de functie daarvan is, geeft eens te meer aan dat de ontwikkeling van Le Medi een product is van individuen met (verschillende beweegredenen). De procesbeschrijving van ontwikkelaar ERA Bouw (2008), - waar alle actoren los beschreven worden – evenals de toelichting die gegeven is door architect Marc Jan Boerman duiden hier ook op.

Planning

Het analyseren van de ruimtelijke planning van Le Medi is van belang om de vraag te beantwoorden hoe actoren Le Medi realiseren en om dieper in te gaan op voor wie er gepland wordt. De beantwoording van deze vraag zal eenduidiger zijn omdat in de vorige paragraaf is geconstateerd dat er vooral vanuit de aanboddiversiteit (Voogd, 2004) gepland wordt door marktactoren. Dat wil zeggen: De ruimtelijke kwaliteiten van Le Medi worden in de wijk aangeboden voor de Rotterdammer. Voor de initiatiefnemers betekent Le Medi een verandering in architectuur, esthetica en de symboliek waarmee Le Medi wil aantonen dat de bevolkingssamenstelling in Rotterdam multicultureel is. Vanuit de gedachte van pragmatische planning (zie figuur 2.1) is er stap voor stap toegewerkt naar de samenwerking met actoren die Le Medi wilden ontwikkelen. Vanuit de vraagdiversiteit wordt er teruggevallen op de politieke discussie die er in de vorige paragraaf is gevoerd. Welke burger heeft belang bij de aanwezigheid van Le Medi en hoe ziet de gebruiker Le Medi? Om daar achter te komen zou aanvullend onderzoek nodig zijn. Duidelijk is dat er bij de ontwikkeling van Le Medi voor de Rotterdammer gedacht wordt in woonwensen en multiculturele symboliek. Vanuit dat perspectief – en gesprekken met de actoren die betrokken zijn bij het ontwikkelen - kan er gezegd worden dat het aanbod hier een belangrijke rol speelt. De woonbestemming Le Medi is enkel vernieuwend en brengt de zojuist genoemde associaties met zich mee. De term ‘just city’, die in het geval van Den Haag Transvaal van toepassing

was, gaat hier dus ook niet op omdat er niet per se voor allochtone bevolkingsgroepen gepland wordt.

Uitvoering

De posities van de actoren die Le Medi gerealiseerd hebben zijn uitvoerig besproken: Le Medi is een product van marktactoren die het gebouw in eerste instantie als woonbestemming aanbieden aan de burger. Er is geen sprake van sturing vanuit de overheid en er bestaat ook geen beleid op deze vorm van multicultureel bouwen. De bedoeling van deze actoren is om een woonbestemming met een apart karakter te realiseren. Zoals er geconstateerd is, kunnen er vanuit verschillende actoren verschillende betekenissen en redenen worden gegeven waarom Le Medi gerealiseerd is.

Wanneer het verhaal van de verschillende invloeden van actoren en redenen waarom Le Medi gebouwd is wordt afgespeeld, is Le Medi niet meer dan een woonbestemming met een apart multicultureel karakter. Het thema diversiteit is dus een middel om het doel (het realiseren van een woonbestemming met het op peil houden van de wijk als het gaat om inkomensgroepen) te realiseren. In de aandacht die er in de media, rapporten en interviews aan is gegeven blijkt dat het niet altijd duidelijk is voor wie Le Medi gebouwd is en waarom. Verschillende ideeën over de betekenis van Le Medi doen de ronde. Le Medi is hierdoor een goed voorbeeld van een plek dat 'heterotopia' genoemd wordt (Zukin 1998). De architectuur is expressief en verschillend van de meest gebruikte vorm van Nederlandse architectuur. Daarnaast is de betekenis van deze vorm van architectuur niet meteen duidelijk. In de terminologie die gebruikt wordt door Kräse (2007) behoort Le Medi tot een plek waar de betekenis duidelijk is veranderd door het gebruik van uitingen en symbolieken uit andere culturen. Dat deze twee termen kunnen worden toegepast op Le Medi geeft aan dat de plek zoals het is niet onomstreden is in de betekenis. Als symbool van de aanwezigheid van diversiteit in de stad Rotterdam is Le Medi goed voor de vorming van culturele manifestaties. licht toe: "De stad (Rotterdam) zit hartstikke divers in elkaar, of je dat nou accepteert of niet. Vanuit consumenten en gebruikers gedacht kan er uit Le Medi geld worden gehaald [...] een keuze om Le Medi te realiseren is ook het kiezen voor een bepaald thema. Dat soort manifestaties probeer je dan te verbinden aan de stad die open moet zijn voor iedereen. Het gaat allemaal om een bepaalde creatie van de stad" (interview Rein Sohilaït, FORUM). Le Medi krijgt – van wie dan ook – het stempel mee van een gebouw met een multicultureel karakter. Dit beeld dat gereproduceerd wordt zal op den duur de representatie worden die Le Medi heeft en mogelijk krijgt het multiculturele karakter van de wijk meer erkenning. De bouw brengt veel politieke conotaties en discussies met zich mee: "Als dit soort dingen een succes blijken te zijn, dan zie je het vanzelf komen. Wij krijgen behoorlijk veel ongewone publiciteit voor dit gebouw. De aandacht gaat nu politiek gezien naar diversiteit" (interview Marc-Jan Boerman).

De aandacht voor diversiteit in fysieke bouw wordt niet door de overheid gegeven maar door individuele marktactoren die Le Medi van de grond hebben gebracht. De politieke discussie die door de publiciteit ontstaat, komt dus niet voort uit gemeentelijk beleid of vanuit het Rotterdams college. Stedenbouwkundige, architect en ambtenaar Jeroen van der Burg werkt vanuit een persoonlijke drijfveer om de gebouwde omgeving vorm te geven naar

de bevolkingssamenstelling van de stad. Wanneer Le Medi in de gedachte van de ontwikkeling van de multiculturele stad geplaatst wordt kan voor de toekomst worden gedacht aan citymarketing vanuit de gemeente. Manifestaties van diversiteit zoals Le Medi geven de bevolkingssamenstelling weer en aan dit soort projecten zouden als thema als middel kunnen dienen om een doel zoals wijkverbetering te kunnen realiseren. Toegepast valt de realisering van Le Medi in citymarketing termen bijvoorbeeld onder een stimulus die elementen in de bestaande infrastructuur verbeteren. Dit valt te bezien op wijkniveau (investering in inkomensgroepen en de welvaart van de wijk) en op stedelijk niveau (het zichtbaar maken van diversiteit in de ruimte).

3.6 Synthese

De casusanalyse heeft een beeld gegeven van de actoren en hun beweegredenen om Le Medi te realiseren. De politieke vraag voor wie er gebouwd wordt en wat de waarde is van Le Medi zijn de belangrijkste omdat er veel discussie is rondom de bedoeling van Le Medi.

Hieronder wordt de hoofdvraag nog eens getoond, waarna de hoofdvraag voor deze casus beantwoord wordt:

Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?

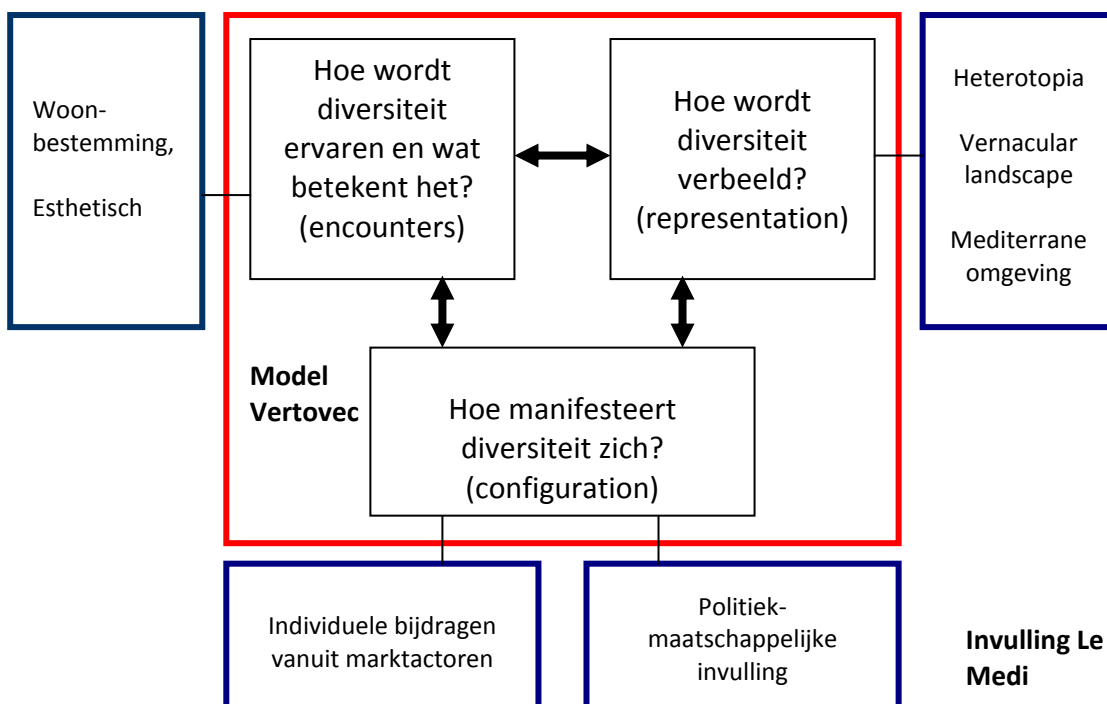
De actoren die Le Medi vormgegeven en ontwikkeld hebben zijn enkel marktactoren en een stedenbouwkundige/architect in dienst van de dienst stedenbouwkunde en volkshuisvesting (dS+V), gemeente Rotterdam. Het uiterlijk dat Le Medi heeft gekregen, evenals de politieke multiculturele gedachte die achter de ontwikkeling zit (herkenbaarheid van de etnische bevolkingssamenstelling van de stad Rotterdam) komt niet voort uit gemeentelijk beleid. De ontwikkeling is dus volledig te wijten aan individuele initiatieven die met overtuigingskracht en samenwerking van de grond is gekomen.

In de ontwikkeling van Le Medi is sterk aanbodgericht gedacht. Hetgeen gefaciliteerd is, wordt niet ontwikkeld vanuit bekende maatschappelijke vraag, maar is geproduceerd uit persoonlijke overtuiging. In de ruimtelijke planning van Le Medi is volgens pragmatische planvorming te werk gegaan. De planning van Le Medi is daardoor een stap-voor-stap proces geworden waarin verschillende partners (Com.Wonen, ERA Bouw, Woonbron, architecten) zijn overtuigd mee te werken aan het project. Zoals bij communicatieve planning, is er geen draagvlak gecreëerd voor zoveel mogelijk actoren om te plannen, maar is er een idee geopperd dat door een aantal onafhankelijke actoren ondersteund is.

De betekenis van Le Medi is, gezien de ontstaanswijze waarin verschillende marktactoren betrokken zijn geweest, niet eenduidig bepaald. De multiculturele lading die gegeven wordt aan de aanwezigheid van het gebouw kan net zo makkelijk worden toegeëigend aan Le Medi als dat Le Medi wordt geassocieerd met een normale woonbestemming met een ander uiterlijk. De ongewone publiciteit (interview Marc-Jan Boerman) die het gebouw krijgt geeft echter wel aan dat het gebouw opvalt door de expressieve aanwezigheid. Voor elke actor die achter de ontwikkeling zit betekent het

gebouw iets anders. Bij een stedenbouwkundige of architect zal de indeling van het gebouw en het ontwerp centraal staan, bij woningcorporaties zal de woonbestemming bij blijven en bij eerste initiatiefnemer Hassani El Idrissi zal ook het idee om een politiek statement te maken meer bij blijven. Duidelijk is wel dat Le Medi niet op grote schaal het doel van herstructurering heeft zoals dat in het geval van Den Haag plaatsvindt. Economische redenen zullen altijd gemoeid zijn bij de ontwikkeling van een woonbestemming als Le Medi. Een uitspraak over Le Medi kan op basis van het bovenstaande in ieder geval gemaakt worden: er zijn heel veel associaties te maken met Le Medi op grond waarvan het gerealiseerd is. Voor de ene persoon zijn bepaalde associaties meer waar dan andere associaties. In het kader van de representatie van de etnische bevolkingssamenstelling en herkenbaarheid van deze groepen in het straatbeeld is het wellicht een idee voor de gemeente om beleid te maken dat voor dit soort ontwikkelingen staat. De bedoeling van een dergelijke culturele manifestatie (eventueel herhaald als woonbestemming) en de frequentie waarmee deze manifestaties zich ontwikkelen zal dan in ieder geval veel duidelijker worden. Het thema multiculturalisme of diversiteit zal dan in ieder geval duidelijk worden omschreven als middel om het doel van ontwikkeling voor bepaalde stedelijke concepten (zoals in het geval van Den Haag).

3.8: De ontwikkeling Le Medi als culturele manifestatie vanuit overheidsperspectief



3.7 Samenvatting en conclusie

In dit hoofdstuk zijn er twee casussen behandeld in twee verschillende steden. In paragraaf 3.2 is – met de gedachte om manifestaties van diversiteit aan de hand van de praktijk te conceptualiseren – begonnen met de uitwerking van praktijkinzichten die ingaan op de vormgeving van manifestaties van diversiteit. Sohilaït en Schmitz (2006) gaven aan dat in de veranderingen van de ruimte met betrekking tot diversiteit het best kan worden gekeken

naar de woonomgeving en de functionaliteit en de identiteit daarvan. Dit is verwoord in het concept 'multicultureel bouwen en wonen' dat met de gedachte werkt om de allochtone bewoners als woonconsumenten te zien. De functionaliteit en identiteit van de ruimte moet aansluiten op de gebruiker daarvan, waaronder de allochtoon. Meer oog krijgen voor behoefte en wensen van allochtone bewoners als het gaat om stedelijke ontwerpers is iets dat daarin ook aangehaald wordt. Bureau INBO geeft ook invulling als het gaat om bouwen voor diversiteit. INBO verwoordt de uitwerking van hun ontwerp in het concept 'kleurrijk wonen', waarin drie belangrijke thema's zijn uitgewerkt waarin het belang van diversiteit in de gebouwde omgeving wordt uitgelegd: wonen, woonomgeving, identiteit. Op basis van deze uitwerkingen in concepten blijkt dat er in de praktijk wordt nagedacht over de manier waarop de ruimte kan worden vormgegeven om diversiteit terug te brengen in de ruimte.

Wanneer er naar de uitvoering in Den Haag Transvaal wordt gekeken (paragraaf 3.3.&3.4) is het duidelijk dat diversiteit (in de praktijk nog steeds multiculturaliteit genoemd) een grote rol speelt in de herstructurering van de wijk. Diversiteit dient als middel om een groter doel te bereiken: de economisch, sociale en fysieke herstructurering van de wijk Transvaal. Het middel diversiteit is tot een thema gemaakt in de city marketing om een groter doel te verwezenlijken. De actoren die hier voor hebben gezorgd zijn zowel de gemeente (met in hun gelederen een gedreven gebiedsmanager) en de marktactoren (waaronder de allochtone ondernemers) die zorgen voor de ervaring van het gebied. De aanpak van het gebied is ondergebracht in een integraal plan (structuurvisie) waarin de uitwerking van het thema diversiteit zorgt het laten manifesteren van diversiteit in het straatbeeld.

In Rotterdam (3.5 & 3.6) is de totstandkoming van diversiteit in het straatbeeld anders gebeurd. In eerste instantie hebben een aantal individuele actoren gezorgd dat de woningbouwcorporaties en ontwikkelaars Le Medi hebben ontwikkeld. De redenen van deze ontwikkeling zijn veelzijdig. Er zit ten eerste een politieke gedachte achter de ontwikkeling van Le Medi; er wonen veel verschillende mensen in Rotterdam met verschillende etnische achtergronden. Dit is een voedingsbodem voor de architect om Le Medi te ontwikkelen: er komt inspiratie vanuit buitenlandse architectuur en de verandering van de bevolkingssamenstelling brengt een drang met zich mee om de gebouwde omgeving daaraan te laten spiegelen. Ten tweede is er een esthetisch argument: architectuur vernieuwd zich en er ligt een uitdaging in het bouwen met buitenlandse inspiratie. Ten derde is er een functioneel argument: De woningcorporatie heeft de behoefte woningen te bouwen waar mensen willen wonen, en vernieuwend te bouwen. Voor de actoren die Le Medi gerealiseerd hebben is er elk een verschillende reden aan te wijzen waarom Le Medi gerealiseerd is. Deels is Le Medi uit eigenbelang voor die actoren gerealiseerd, deels is het voor de erkenning van de veranderende samenstelling van de maatschappij. Duidelijk is wel dat de gemeente vrij weinig met de ontwikkeling te maken heeft gehad en dat Le Medi niet voort is gekomen uit beleid. Evenals in Den Haag is diversiteit als middel gebruikt om een doel te realiseren: vernieuwd wonen, waar in de verandering van de samenleving tevens zichtbaar is.

Bij het vergelijken van de casussen wordt het duidelijk dat de twee casussen compleet verschillend zijn als het gaat om de totstandkoming, de betrokken actoren en de functie ervan. In beide casussen wordt diversiteit gezien als een kwaliteit die als middel kan

dienen om de kwaliteit van de ruimte te verbeteren. Echter, het initiatief om dat te doen komt in de casus van Den Haag vanuit het gemeentelijk beleid en de allochtone ondernemers. In Rotterdam komt het idee vanuit individuele actoren die niet werken vanuit gemeentelijk beleid. Zoals hierboven al beschreven is, zijn de redenen voor de realisering van manifestaties van diversiteit uiteenlopend en dient het als middel om een doel te verwezenlijken. De verwezenlijking van dergelijke manifestaties lijkt dan ook vooral incidenteel. Toch wordt het thema gebruikt als middel om een ruimtelijk doel te verwezenlijken en wordt diversiteit als kwaliteit van de stad gezien. In Den Haag is deze kwaliteit van herstructureerende aard. In Rotterdam wordt het gebruikt om woonvoorzieningen te realiseren en om een politiek statement te maken. De conceptualiseringen die in 3.2 gegeven zijn hebben dus wel degelijk betrekking op de casussen. Diversiteit is terug te vinden in de functionaliteit en identiteit van de ruimte alsmede de woonomgeving. De invulling van het gebruik van diversiteit in de ruimte is echter nog onbepaald en valt niet per definitie terug te vinden in gemeentelijk beleid.

4. Diversiteit in Utrecht

4.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk is aangetoond dat de manier waarop er gekeken kan worden naar manifestaties van diversiteit erg veelzijdig is. Immers, de betrokken actoren zijn in beide casussen op een andere manier betrokken bij de manifestatie, die elk een ander doel van bestaan hebben. Transvaal en de Paul Krugerlaan hebben het thema diversiteit in de herstructurering van de wijk toegepast en in Rotterdam wordt diversiteit om meerdere redenen – vooral voor verandering in architectuur en herkenbaarheid van de bevolkingssamenstelling – gebruikt. De ontwikkeling van diversiteit in het straatbeeld kan daarin een middel en/of een doel zijn.

Ook in Utrecht zijn een aantal plekken waar diversiteit aanwezig is in het straatbeeld. De casus Lombok is een casus waar diversiteit zeer duidelijk aanwezig is. De tweede en derde casus in Utrecht laten respectievelijk symboliek en methodiek zien met betrekking tot het manifesteren van diversiteit. In dit hoofdstuk zullen drie casussen bekeken worden (4.3) waaruit blijkt welke actoren betrokken zijn bij de manifestatie, op welke manier zij diversiteit zichtbaar maken, waar en waarom zij dat doen. De inzichten uit de casussen in Den Haag en Rotterdam, kunnen worden gebruikt als input voor het diversiteitsbeleid in de stad Utrecht. Alvorens de casussen geanalyseerd worden, zullen een aantal actoren worden besproken (4.2) die bezig zijn met het beleid voor diversiteit in de stad Utrecht. Aan de hand van de casusanalyses en de actoren uit Utrecht, Den Haag, Rotterdam die te maken hebben met manifestaties van diversiteit kan bekeken worden wat de waarde van diversiteit in manifestaties is voor de stad Utrecht in de toekomst (4.4).

4.2 Actoren en de waarde van diversiteit in Utrecht

De aanzet voor het uitvoeringsprogramma, zoals zometeen beschreven gaat worden, verhult weinig over de concrete (meer)waarde van het laten manifesteren van diversiteit. Diversiteit wordt vooral gezien als kracht van de stad, een thema en bevolkingseigenschap dat beter ontwikkeld kan worden. Het uiteindelijke (interne) doel van het uitvoeringsprogramma is om de meer(waarde) van diversiteit zichtbaar te maken. In feite bevestigt dit doel dat het onderwerp meer onderzoek nodig heeft. De casussen en ontwikkelingen die in Utrecht gaande zijn op het gebied van diversiteit en de aanvullingen van ervaringen uit Rotterdam en Den Haag dragen hier aan bij. In de rest van deze paragraaf 4.2 zullen de belangrijkste actoren geïntroduceerd worden die proberen om meer inzicht te krijgen in de meerwaarde van manifestaties van diversiteit. In 4.6 zal nader worden ingegaan op de manier waarop deze actoren in de toekomst diversiteit willen laten manifesteren in Utrecht.

4.2.1 De gemeente Utrecht

Als actor heeft de gemeente Utrecht een voortrekkersrol als het gaat om het faciliteren van beleid op het gebied van diversiteit en integratie. Er is aan de hand van een breder meerjarenkader vastgesteld wat er moet gaan gebeuren op het gebied van diversiteit en

integratie in de stad Utrecht. De politieke aandacht die er is voor diversiteit en integratie wordt onderbouwd door voormalig wethouder Cees van Eijk¹⁰:

“De projecten en programma’s gaan uit de van meerwaarde van diversiteit en sluiten aan op het motto van het college 2007-2010: kansen, aanpakken en doen. We laten als college zien hoe we, ondanks alle problemen en hobbels, investeren in diversiteit. [...] De projecten laten zien hoe we de nieuwe manier van denken en weken in praktijk brengen. De plannen in dit uitvoeringsprogramma zijn samen met partners in de stad opgesteld. Bovendien doen lokale partners zoveel mogelijk mee in de uitvoering van de plannen [...] Per slot van rekening is diversiteit in Utrecht van ons allemaal. Door een gezamenlijke aanpak maken we ook gebruik van wat de inwoners van Utrecht de stad te bieden hebben. [...] met dit uitvoeringsprogramma neemt de gemeente het voortouw. Maar ze kan het niet alleen. Belangrijkste spelers zijn de mensen in de stad zelf. Samen met hen willen we ook zichtbaar maken wat er gebeurt in de stad. Ons streven is dat diversiteit en integratie over vier jaar niet langer een apart programma nodig heeft, maar dat het een logisch onderdeel is van het leven van de Utrechters” (Gemeente Utrecht, 2007:3).

Het speerpunt ‘zichtbaar maken van diversiteit’ – de aanleiding van deze scriptie – sluit aan op de casussen die besproken zijn in het vorige hoofdstuk. Kort gezegd is in Utrecht de bedoeling op de diversiteit van de Utrechtse samenleving zichtbaar te laten worden in het Utrechts straatbeeld. Hierbij wordt vooral gedacht aan de architectuur, het winkelaanbod en de inrichting van de openbare ruimte. Deze aspecten moeten fysiek worden ontwikkeld, maar er moet ook duidelijk worden wat de waarde van deze ontwikkelingen is en wie dat samen met de gemeente aan zou moeten pakken in de toekomst. Een eerste aanleiding om dit speerpunt uit te werken kwam vanuit het prachtwijken idee waar het resultaat van het speerpunt zou moeten zijn om de positieve elementen van de Utrechtse prachtwijken zichtbaar te maken. Bewoners van de prachtwijken zouden dan de positieve aspecten van hun wijk zien en (weer) trots kunnen zijn op hun wijk. Vanuit het uitvoeringsprogramma klinkt de intentie om samen te gaan werken met iconen van diversiteit en integratie die te maken hebben met diversiteit. Wanneer deze instellingen meer betrokken worden en uit zichzelf aan de gang gaan met het onderwerp ‘diversiteit’ kan de gemeente samen met deze actoren optrekken. De gemeente heeft hier een voortrekkersrol door zichzelf als diversiteitsstad te profileren. *“Samen met deze actoren is het de bedoeling dat de gemeente concrete initiatieven onderneemt in de stad om de kracht van diversiteit actief zichtbaar te maken en uit te dragen in fysieke manifestaties”* (maar ook buurtinitiatieven en festivals). (Gemeente Utrecht, 2007:16).

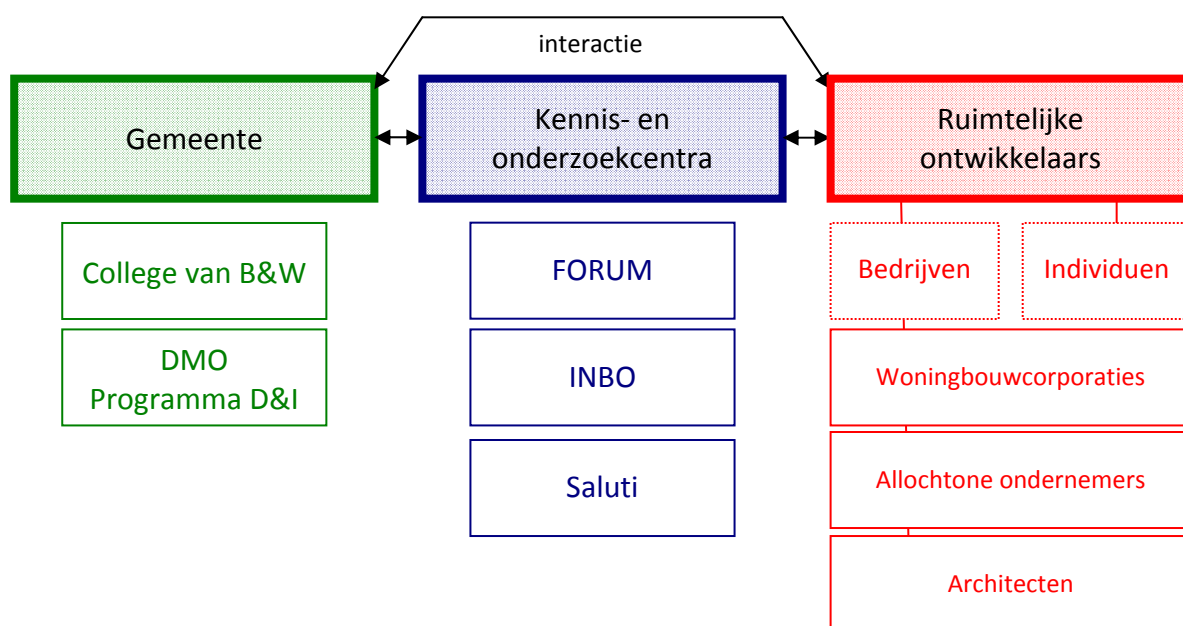
In de volgende paragraaf zullen een aantal actoren besproken worden die bij dragen aan het stimuleren van manifestaties van diversiteit in Utrecht.

¹⁰ Het college 2007-2010 is in 2009 gevallen. Hierdoor is Cees van Eijk begin 2009 afgetreden als wethouder.

4.2.2 Ondersteunende actoren

Zoals gesteld, vervult de gemeente een voortrekkersrol wanneer het gaat om het stimuleren van het fysieke zichtbaar maken van diversiteit in het straatbeeld en het ontwikkelen van diversiteit in het algemeen. De marktactoren die de gemeente daarin steunen door directe samenwerking of door onafhankelijke kennisinvestering in het onderwerp (figuur 4.1) worden hieronder toegelicht. Daarin wordt de actor omschreven en er wordt omschreven wat de relatie is met manifestaties.

Figuur 4.1 Actoren in de ontwikkeling van manifestaties van diversiteit in Utrecht



In de actoren die bezig zijn met de ontwikkeling van de zichtbaarheid van manifestaties van diversiteit zijn kennis en onderzoekscentra & adviesbureaus erg belangrijk. Omdat er binnen de gemeente Utrecht nog niet zo heel lang concreet beleid bestaat over het ondersteunen van manifestaties van diversiteit is er nog geen volledige kennis over het onderwerp. Inzichten wat betreft de waarde en de manier waarop manifestaties van diversiteit vorm te geven zijn, zijn niet beleidsmatig bepaald. De werkwijze en visies van FORUM, INBO en Saluti (dat zich erg specifiek richt op Utrecht) worden hieronder uiteen gezet:

FORUM: Kennisinstituut FORUM is een landelijk kennisinstituut voor multiculturele ontwikkelingsvraagstukken. FORUM is als kennisinstituut vooral bezig met de onderwerpen onderwijs, veiligheid en overlast in naoorlogse wijken. FORUM is daarmee erg gericht op herstructurering en heeft daarmee een andere insteek dan de insteek van de gemeente Utrecht (om de waarde van diversiteit zichtbaar te maken). FORUM is geen directe partner van de gemeente Utrecht in het onderzoeken van de waarde van diversiteit. De visie van FORUM op enkele casussen in Den Haag, Rotterdam en Utrecht helpt echter wel in de vorming van een totaalbeeld over het terugkomen van diversiteit in het straatbeeld. Met betrekking tot de onderzoeksvraag sluit FORUM aan op de vraag waarom diversiteit zichtbaar

gemaakt zou moeten worden. FORUM gaat als kennisinstituut in op het 'waarom'deel van de hoofdvraag. De waarde van diversiteit wordt zodoende benaderd.

Het programma dat het meest betrokken is bij de hoofdvraag en de doelstelling van deze thesis is het programma 'Leefomgeving' waar wordt ingegaan op demografische ontwikkelingen zoals de verkleuring van steden en de maatschappij. Hoewel iedere actor vanuit een verschillende invalshoek kijkt naar de verkleuring van de samenleving, heeft FORUM hun eigen idee over de anticipatie op die verkleuring: *"De verkleuring van de samenleving zit niet alleen in de demografische ontwikkeling, maar dat uit zich ook in manifestaties in de grote steden en in buurten en wijken en de verschillende behoeften en wensen van de bevolkingsgroepen"*(Sohilait, FORUM). De praktische functionaliteit van FORUM uit zich doordat FORUM zich een 'frontdeskfunctie' toebedeeld heeft. Ambtenaren kunnen bij implementatie van een vraagstuk binnen het beleid FORUM als adviseur oproepen.

INBO: Bureau INBO heeft al wat concreter wat te maken met de ontwikkeling van manifestaties van diversiteit in Utrecht. INBO is een van oudsher stedenbouwkundig-architectenbureau. Met betrekking tot de onderzoeksvraag wordt er namelijk ook gesproken over hoe etnisch-culturele diversiteit zich kan manifesteren behalve het beantwoorden van de 'waarom' vraag. INBO is bezig met de toekomst en de multiculturele vraagstukken die daar een rol in kunnen gaan spelen. *"In Nederland veranderen steden gewoon qua bevolkingssamenstelling. In de herstructureringsopgaven en uitleglocaties in huizen en voorzieningen wordt er heel standaard ontwikkeld; het is allemaal gebaseerd op 20 jaar geleden. In feite lopen we altijd achter en is het thema multiculturalisme altijd blijven hangen"*(De Groot, INBO). Le Medi is daar een goed voorbeeld van. Een dergelijk gebouw blijft minstens 40 jaar staan. Het gebouw is erg expressief en op het moment dat de integratie van allochtonen goed gaat zijn er misschien helemaal geen groepen meer die in een omgeving als Le Medi willen wonen.

De behoefte voor de woonomgeving is voor iedereen verschillend, maar bij INBO wordt de vraag gesteld hoe multiculturaliteit in de ruimte vast te houden is, er wordt dus nadrukkelijk nagedacht over een methode om etnisch-culturele diversiteit terug te brengen in de ruimte. Daarbij gaat het volgens haar om wat bewoners willen en wat er gerealiseerd wordt. Daarbij is het belangrijk te bedenken dat Nederland het land is van het poldermodel en de daarbij behorende regels en er is duidelijk vastgelegd is wat wel en niet mag. De uitdaging om te bouwen voor meerdere bevolkingsgroepen is daarin een uitdaging.

Saluti: Saluti adviseert het college van B&W – als *onafhankelijk adviesorgaan* – over interculturalisatie en Utrecht als multiculturele samenleving. De adviezen van Saluti komen terug in vele beleidsterreinen en *"het doel is dat diversiteit onder de Utrechtse bevolking terugkomt in beleidsontwikkelingen en beleidsuitvoering"* (Saluti, 2009). Saluti heeft ook regelmatig contact met mensen binnen de gemeente, organisaties en met het college van B&W. Met betrekking tot culturele manifestaties adviseert Saluti de gemeente om ambitie te tonen in de toekomstige woonvisie. Saluti formuleert de ambitie daarin als: *"De 300.000ste inwonster van Utrecht groeit op in DE stad van de diversiteit, waar inwoners op creatieve en vernieuwende manieren samen met de gemeente en andere partners het beeld*

van hun (eigen) woonomgeving bepalen". De belangrijkste vraag bij de aanbevelingen voor het ontwikkelen van de woonvisie is: "Hoe kan en/of moet diversiteit een rol spelen in de woonvisie gemeente Utrecht 2009-2010?".

De kern van de kennis- en onderzoekscentra

Uit het bovenstaande is gebleken dat er een aantal kennis en onderzoekscentra zijn die bezig zijn met diversiteit in de stad. Elk van deze drie actoren denkt aan het doorvoeren van diversiteit vanuit een ander perspectief. FORUM, als breed kennisinstituut, geeft een visie op basis van kennis die niet direct in de praktijk wordt gebracht in Utrecht. INBO en Saluti zijn concreet bezig met respectievelijk het inventariseren voor het draagvlak en de mogelijkheden voor het doorvoeren van allerlei manifestaties van diversiteit en het aanbevelen van beleid in wonen in relatie tot diversiteit. Deze actoren spelen in op gemeentelijke planvorming, zoals in het programma voor Diversiteit en Integratie wordt gedaan.

Uiteindelijk zullen kennis en onderzoekscentra geen ruimtelijke ingrepen doen. Zoals in de casussen van Den Haag en Rotterdam duidelijk werd gemaakt, kan de lokale overheid een faciliterende rol hebben door het maken van structuurvisies en andere beleidsplannen (Den Haag), maar kan het ook zo zijn dat marktactoren manifestaties van diversiteit realiseren (Rotterdam) zonder dat er beleid bestaat voor de ontwikkeling.

In de volgende paragraaf zullen er een aantal casussen behandeld worden en de actoren die daarin een rol spelen. Per casus zullen de voornaamste actoren behandeld worden, waaronder de actoren die er het dichtst opzitten: de ruimtelijke ontwikkelaars.

4.3 Casussen

De meest duidelijke casus waar diversiteit zichtbaar is, is de multiculturele wijk Lombok (en de Kanaalstraat). In de casus zullen de voordelen van de aanwezigheid van allochtoon ondernemerschap besproken worden alsmede de betekenis van de bouw van een nieuw moskee.

De tweede casus zal de symbolische betekenis van de architectuur van 'het tapijt' bespreken. Het plein op de Amerhof heeft in 1994 een expressief uiterlijk in de vorm van een Perzisch Tapijt gekregen. De architect zal op de betekenis hiervan ingaan en hoe het tapijt verband houdt met de aanwezigheid van mensen van verschillende herkomsten.

De derde en laatste casus zal ingaan op de inspraak van burgers op een project dat in Hoograven uitgevoerd gaat worden waarin een verkenning in 'social urban design' gedaan wordt dat gericht is op beleidsinnovatie in stedelijke vernieuwing. In 4.4 zullen deze casussen geanalyseerd worden en in 4.5 zal de potentie van manifestaties van diversiteit in Utrecht besproken worden. In 4.6 zal een vergelijking worden gemaakt met de casussen in Rotterdam en Den Haag.

In de casusuiteenzetting zal de focus op de onderzoeksvraag worden gelegd: De manier waarop (hoe), en de vragen waar en waarom etnisch-culturele manifestaties zichtbaar gemaakt moeten worden zullen voorop staan.

4.3.1 Casus 1: De multiculturele identiteit van Lombok.

Lombok is een buurt in de wijk Utrecht west. Het is een levendige buurt die vooral bekend staat om de Kanaalstraat, een winkelstraat waar veelal allochtoon ondernemerschap gevestigd is. Met betrekking tot de hoofdvraag is het interessant en belangrijk om te bekijken hoe de Kanaalstraat en het allochtoon ondernemerschap in de buurt Lombok zijn identiteit als multiculturele wijk vormt en wat de waarde van de multiculturele identiteit is. De actoren die het gebied beïnvloeden worden in onderstaande tekst besproken.

In Lombok Oost wonen 44,8% allochtonen (2191 inw.) en in Lombok West 32,7% (1989 inw.) (Gemeente Utrecht 2009). Pieter Smit, voorzitter van de wijkraad west, beschrijft Lombok als een wijk waarbij de kracht zit in kleinschaligheid (met veel woningen en winkels) en waar de kracht vooral zit in de Kanaalstraat (waar veel allochtoon ondernemerschap gevestigd is). De wijkraad adviseert het college over zaken die de wijk aangaan. Met betrekking tot diversiteit heeft de wijkraad west een aantal actiepunten opgesteld waarin het hoofdpunt is dat de gemeente Utrecht moet erkennen dat diversiteit de kracht van de wijk is. Door de gemeente wordt dit al wel gedaan (met name het allochtoon ondernemerschap wordt als kracht gezien). De wijk west (waar Lombok onderdeel van is) wordt gezien als een wijk met veel diversiteit. Volgens de wijkvisie is het positief dat mensen van verschillende komaf samen wonen en werken. De wijkvisie (Gemeente Utrecht, 2009) noemt wel de sociaaleconomische achterstand van de wijk Lombok.

Het actiepunt van de wijkraad is onder andere opgesteld om de gemeente Lombok te laten ontwikkelen als een wijk waar diversiteit (voornamelijk etnische diversiteit) prominent aanwezig is. Er wordt al geprobeerd om de identiteit van de Kanaalstraat en Lombok te behouden door het multiculturele winkelgebied zoveel mogelijke kleinschalig allochtoon ondernemerschap te laten hebben (Gemeente Utrecht, 2004). De ondernemers proberen hun stem daar zoveel mogelijk voor te laten horen. De identiteit van Lombok hangt naast de identiteit van de Kanaalstraat af van een nieuwe ruimtelijke ontwikkeling: de bouw van de nieuwe moskee en de ontwikkeling van het stationsgebied daarin (interview Smit). Een groot deel van de vorming van de multiculturele wijkidentiteit hangt af van de eigen betrokkenheid van de bewoners. In de verdere uitleg over de twee ontwikkelingen die er in de wijk gaande zijn wordt er impliciet ingegaan op de participatie van de bewoners.

1) De Kanaalstraat

Het beeld dat er van de Kanaalstraat bestaat, hangt af van de vestiging van allochtoon ondernemerschap en van het straatleven dat er gaande is. Hospers (2004) beschrijft Lombok als een wijk waar allochtoon ondernemerschap leidt tot een multiculturele wijk die na jaren van verpaupering een tweede leven is begonnen. Hij wijt het succes van Lombok aan het ontbreken van actief beleid inzake de ontwikkeling van Lombok. Hierdoor is Lombok niet teveel gestuurd gegroeid maar is het kleinschalig en eigen gebleven. De gemeente heeft er volgens Hospers voor gezorgd dat in plaats van nieuwbouw en sloop de oude wijk intact is gelaten. Dit heeft bijgedragen aan de ervaring van Lombok en is voor de multiculturele identiteit die Lombok heeft beter geweest dan het toepassen van het gemeentelijk ondernemersbeleid. De positieve kant van het allochtone ondernemerschap wordt door

hem onderstreept: *“Ook betekent etnisch ondernemerschap een verrijking van het stedelijke bedrijfsaanbod dat naar filialisering neigt. Al vind je nog weinig migrantenwinkels in de hoofdwinkelstraten, de islamitische slager, de toko en het allochtone makelaarskantoor vormen een welkome aanvulling op de filialen van Albert Heijn, Blokker en andere ketens in de binnenstad”*. De waarde van het allochtoon ondernemerschap wordt door Hospers omschreven als een die de sociaaleconomische ontwikkeling van steden bevordert. Een manier om de wijk economie verder te stimuleren is het vermarkten van de diversiteit, zoals in Transvaal Den Haag gebeurt. Een waarde van het vermarkten is volgens vermaaksindustrie die aan het thema gekoppeld is. Multiculturaliteit valt goed te vermarkten in het toerisme (Hall & Rath (2006), 2005; Oude Groeniger 2008).

De multiculturele identiteit van de Kanaalstraat is van meerwaarde voor Utrecht en de wijk Lombok. Om de eigen identiteit te behouden is in 1999 de WijkOntwikkelingsMaatschappij Lombok (WOM) opgericht. *“De WOM koopt of huurt bedrijfspanden en zorgt ervoor dat de Kanaalstraat aantrekkelijk blijft voor het winkelend publiek en ondernemers”*(KEI 2002). De aanwezigheid van allochtoon ondernemerschap in Lombok heeft volgens Hospers (2004) twee grote sociaaleconomische voordelen:

Figuur 4.2: Sociaaleconomische voordelen van allochtoon ondernemerschap in Lombok

- 1) Allochtoon ondernemerschap lost een deel van de problemen op die allochtonen hebben met het vinden van werk. Een zelfstandige onderneming is voor die mensen interessant (Hospers, 2004).
- 2) De verdere integratie van allochtonen in buurten waar allochtoon ondernemerschap aanwezig is, is ook een welkome bijkomstigheid van allochtoon ondernemerschap (Hospers, 2004). *“Zo zijn er in de horeca in west ontwikkelingen geweest in het aanbod waardoor de cafés aansluiten op de wensen van de bewoners. Er bestaan veel shoarmazaken, koffie- en theehuizen waar mensen van verschillende afkomsten elkaar treffen”* (interview Smit).

Bron: Hospers (2004)

Volgens de wijkvisie (Gemeente Utrecht, 2009:23) heeft *“De Kanaalstraat de potentie uit te groeien tot een meer dan wijkse voorziening waarbij beheer, inrichting en gebruik op elkaar zijn afgestemd”*. De kracht van de wijk wordt aan de eigenschap ‘diversiteit’ gekoppeld. Er wordt genoemd dat de diversiteit van de bevolkingsgroepen goed is voor ondernemingslust (cultuur, detailhandel) en culturele impulsen. Dit kan zorgen voor het benutten van de toeristisch-economische potenties van de wijk. De manier waarop Lombok en de Kanaalstraat zich ontwikkelen – en de bijkomende sociaaleconomische voordelen – is in het belang van de allochtone ondernemers: *“Ze hebben zelf belang bij participatie omdat de ontwikkeling van de wijk in hun eigen belang is. Ze hebben hier hun eigen toko”*(interview Smit). De gemeenteraad brengt af en toe een bezoek aan de wijk waar problemen in de wijk worden bekeken die opgelost kunnen worden. *“Voor de ontwikkeling van Lombok is het belangrijk dat de gemeente naar ons (de wijkraad) en de ondernemers luistert, maar participatie van burgers bij gemeentelijke plannen hangt heel erg af van de ambtenaar*

waarmee je werkt. Sommige projectmanagers staan heel erg open voor participatie van bewoners en wordt er meegedacht, maar soms wordt er ook gewoon niet met je meegedacht. Daar hebben we vaak problemen mee gehad” (interview Smit). Nog een voorbeeld waar de ontwikkeling van Lombok in samenspraak met de gemeente moet gebeuren ter behoeven van de identiteit van Lombok is de ontwikkeling van de kop van Lombok.

Figuur 4.3 Allochtoon ondernemerschap in de Kanaalstraat



Bron: Google streetview (maps.google.nl)

2) De ontwikkeling van de kop van Lombok

De ligging van Lombok en de Kanaalstraat is dichtbij het station. Er zijn plannen voor de ontwikkeling voor datzelfde station. De bewoners van Lombok en de wijkraad pleiten voor een ontwikkeling die goed is voor het laten aansluiten van het station bij Lombok. Het gebied moet voor de wijk een poort worden naar Lombok. Bij deze ontwikkeling wordt de multiculturele identiteit van Lombok ingezet om de wijk te laten profileren. De bewoners en de wijkraad zijn met de gemeente in overleg over de ontwikkeling van het gebied. Duidelijk is al wel dat in de ontwikkeling een nieuwe moskee prominent een plek krijgt bij de entree van de wijk: *“Bewoners willen graag dat de moskee goed zichtbaar is als men Lombok binnenkomt.”* De gemeente had oorspronkelijk een ontwikkelingsplan voor hoe het westplein (verkeersplein tussen Lombok en het Centraal Station) eruit had moeten zien. Het idee was dat er een grote glazen muur gebouwd zou worden met daarachter een grote nieuwe moskee. Lombok zou dan erg afgescheiden worden van de stad. Er is een nieuw plan

gemaakt omdat bewoners van Lombok in het verweer zijn gekomen. Het verkeer gaat nu ondergronds en de moskee wordt prominent neergezet, aan het begin van Lombok. Dat de moskee prominent neergezet wordt is volgens Smit te danken aan het feit dat alle etnische bevolkingsgroepen de ruimte krijgen en dat de moskee best terug mag komen in de openbare ruimte. De moskee wordt als entree naar de wijk gezien en volgens Smit als teken van dankbaarheid naar de bevolking van Lombok. Het idee om de moskee zo neer te zetten kwam niet vanuit de gemeente maar vanuit de bewoners. De gemeente had laten weten dat als de bewoners niet tevreden waren met het oorspronkelijke plan van de muur, ze zelf met een goed idee moesten komen. Participatie als middel heeft voordeel voor de bewoners en de betrokken actoren in de wijk en de projectontwikkelaar hoeft niet te vrezen dat de bewoners dwars gaan liggen in de planvorming. De wens van de bewoners is het doel, participatie is daar een middel voor. *“Of de gemeente zo durft te zeggen waarom ze daar een moskee hebben gebouwd als gevolg van de participatie, dat ligt natuurlijk maatschappelijk gevoelig. Het positieve is dat er sowieso veel maatschappelijke functies zijn die er worden uitgevoerd”.*

Duidelijk is dat Lombok en voornamelijk de Kanaalstraat Lombok doen profileren als multicultureel. De sociaaleconomische waarde van het allochtoon ondernemerschap en de symbolische en maatschappelijke waarde die de te bouwen moskee met zich mee brengt – de voordelen van een multiculturele wijk – zorgen voor de instandhouding van de identiteit omdat de spin-off van die identiteit veel voordelen met zich mee brengt. Een multiculturele identiteit heeft voor Lombok en de Kanaalstraat dus een diepere betekenis.

4.3.2 Casus 2: De symbolische waarde van het tapijt

In de wijk Hoograven (Utrecht-Zuid) is in het jaar 1992 het plein op de Amerhof opnieuw betegeld in de vorm van een Perzisch tapijt. Architect Hans van Houwelingen richtte het plein op die manier in, in opdracht van de Gemeente Utrecht na aanleiding van een stadsvernieuwingproject (SKOR 2009). Hij heeft de plek een bepaald cultureel uiterlijk gegeven vanuit een bepaalde gedachten over de maatschappij. Van Houwelingen (1992) geeft aan dat de openbare ruimte beïnvloed wordt door de maatschappelijke problemen die er spelen. De openbare ruimte wordt bepaald door het openbare leven en de inrichting daarvan moet afgestemd worden op de maatschappelijke context volgens Van Houwelingen. De openbare ruimte wordt dan verantwoord ingericht maar zal geen maatschappelijke problemen oplossen. Het ontwerp van het tapijt noemt hij dan ook een reflectie op de omgeving. Het Perzische tapijt geeft voor Van Houwelingen aan dat autochtonen en allochtonen op gespannen voet leven.

Het verhaal over het tapijt in relatie tot de maatschappij roept snel negatieve associaties op. Het tapijt zou juist een doorbraak moeten zijn om de openbare ruimte en de omgang van allochtonen met autochtonen in een positief daglicht te stellen. De kwaliteit van het openbare leven zou vooruit kunnen gaan door een inrichting die hoogwaardig is en gezien de diverse samenstelling van de wijk aan etnisch-culturele achtergronden is het belangrijk dat de ruimte van de mensen die er leven moet kunnen zijn. De essentie en de bedoeling van het tapijt wordt door van Houweling in de volgende bewoording weergegeven:

“De bedoeling van het ontwerp is het creëren van ruimte, niet het invullen van ruimte. Anders gezegd is een stuk Nederlands grondgebied zo ingericht, dat mensen vanuit verschillende gezichtspunten er zich in kunnen vinden[...] Vreemde gebruiken en levenswijzen zijn voor de ander vaak moeilijk te begrijpen en te accepteren. In dit soort wijken heerst veelal de opvatting dat de buurt achteruit gaat. Een gevoel van een te laag welstandsniveau blijkt voor veel mensen een achterliggende oorzaak van veel andere problemen te zijn “ (Van Houwelingen 1992).

Figuur 4.4 Het Tapijt, Amerhof



Bron: www.hansvanhouwelingen.nl

De casus 'Perzicht tapijt' is een casus die minder tastbaar is dan de casus Kanaalstraat, het plein heeft namelijk een symbolische insteek waardoor de componenten uit het model van Vertovec - 'representation', representation en 'encounters' – slechts op een filosofisch niveau gesproken kan worden.

4.3.3 Casus 3: Burgerparticipatie in Hoograven

Na aanleiding van de vorige casus waarin de betekenis van de openbare ruimte in relatie tot de allochtone en autochtone gebruikers is gezien, wordt er in deze casus gekeken naar het project 'Hoograven invites you', in de wijk Hoograven. In deze wijk wordt er, evenals bij de ontwikkeling van Lombok en het stationsgebied, gekeken naar de inspraak van burgers als het (mede) gaat om de manifestering van diversiteit in de gebouwde omgeving. Deze casus gaat vooral over methodiek om betekenis, ervaringen en verbeelding van bewoners zoveel mogelijk te transponeren naar het ontwerp van de openbare ruimte.

In het collegeprogramma van de gemeente Utrecht 2006-2010 is participatie een begrip dat nadrukkelijk terugkomt. Participatie wordt door de gemeente gezien als een middel om initiatieven van bewoners te ondersteunen en die bewoners actief te betrekken

bij ontwikkelingen in de stad en de directe leefomgeving. Het doel van participatie bij complexe bouwprocessen is om door inbreng van belanghebbende te komen tot inhoudelijk betere projecten, betere afwegingen, betere besluitvorming en meer draagvlak in een buurt of wijk te krijgen voor bouwprocessen. Participatie kan tijd opleveren bij de besluitvorming maar kost tijd om alle betrokken actoren (voornamelijk burgers) te betrekken. De bedoeling is om participatie verder door te voeren en te standaardiseren binnen gemeente (Gemeente Utrecht, 2008).

Hoograven is door de gemeente Utrecht benoemd als een krachtwijk. Er zijn vier plannen die ontwikkeld gaan worden: leren, wonen, werken en meedoen. De gemeente is hier financierder van. De bedoeling van het project Hoograven Invites You' – geïnitieerd door Stichting Utrecht Biënnale – is om een verkenning te doen in social urban design die gericht is op beleidsinnovatie ten aanzien van stedelijke vernieuwing. Geïnspireerd door de barrio's en favella's in Latijns Amerika worden de inzichtbare kwaliteiten van het gebied kenbaar gemaakt en interventies ontworpen die in de dagelijkse praktijk van bewoners van het gebied verrijken (valt onder het plan meedoen). De aanpak moet zorgen voor een herwaardering van woongebieden die huisvesting bieden aan migranten en hen in staat stellen een bestaan op te bouwen in de ontvangende samenstelling. Voor Hoograven betekent dit dat er aandacht is voor de bestaanswijze van de grote Marokkaanse gemeenschap in het gebied, waarbij elementen van het Nederlandse modernisme worden geïntegreerd met het onbekende van de Marokkaanse stedenbouw. Uiteindelijk is de bedoeling om via interactief te ontwerpen (participatie) ook voor de bewoners onzichtbare kwaliteiten worden opgespoord en versterkt ten behoeve van kansarmen in het gebied (Stichting Utrecht Biennale 2009).

In het kader van de hoofdvraag valt er te zeggen dat het initiatief om de actoren (bewoners, corporaties, gemeente, opleidingen) te betrekken bij het transformatieproces van een wijk er voor zorgt dat er een breder draagvlak ontstaat voor het realiseren van het project Hoograven Invites You. De visie van bewoners wordt door middel van participatie in een transformatieproces weergegeven in de wijk. Ervaringen van architecten en stedenbouwkundigen Brillembourg en Klumpner tonen aan dat deze methode de kwaliteit van de leefomgeving kunnen bevorderen (Vrede van Utrecht 2009). De meerwaarde van het project voor de fysieke manifestatie voor etnisch-culturele groepen is niet zo duidelijk als het geval is in Lombok of de casus in Den Haag. De doelgroep in Hoograven bestaat uit de bewoners van de wijken oud- en nieuw Hoograven (resp. 15,1% op 3956 inwoners en 55,5% op 2390 inwoners allochtoon)(Gemeente Utrecht 2009), de corporaties, het wijkbureau, het lokaal bestuur en het Rijk (interne bron). Vooral marktactoren trekken het project dat vooral gefocust is op participatie vanuit bewoners, wat een weerslag moet hebben op de kwaliteit van de omgeving. Aspecten die belangrijk zijn voor allochtone bewoners zullen via deze weg ook terug komen in de fysieke omgeving.

4.4 Casussenanalyse

In de Utrechtse (en ook Rotterdamse en Haagse) casussen valt op dat de casussen allen te maken hebben met de manifestering van diversiteit maar dat deze manifesteringen elk op een andere manier vormgegeven worden. In de Kanaalstraat en Lombok (4.3.1) is de

aanwezigheid van verschillende etnische groepen overduidelijk en kan deze aanwezigheid gemakkelijk worden gekoppeld aan het belang ervan. De instandhouding van de multiculturele identiteit zorgt voor hogere sociaaleconomische status en inkomsten vanuit het toerisme. De identiteit en sfeer zijn dus heel belangrijk voor de wijk, vooral in economische zin. De betrokkenheid van allochtone ondernemers en de participatie in de ontwikkelingen van de wijk geven aan dat er een bewustzijn bestaat van de identiteit die de wijk heeft.

In de casus van het tapijt (4.3.2) is de betekenis en de waarde minder concreet. De architect heeft het plein een symbolische betekenis gegeven die op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. Het kan vanuit een maatschappelijke invalshoek bekeken worden maar ook vanuit een esthetische betekenis, zonder dat de bedoeling ervan bekend is.

De casus Hoograven Invites You! (4.3.3) is een casus waarin niet zozeer gekeken wordt naar een tastbaar product, maar een methode om diversiteit in de ruimte tot uitdrukking te laten komen. Deze uitdrukking (manifestering) is het product van een methode die als doel heeft om de leefomgeving aan te laten sluiten bij de gebruikers van de ruimte. Het doel kan dus eigenlijk worden gezien als het verbeteren van de kwaliteit van de leefomgeving voor de gebruiker. Deze verbeteringen worden geïnspireerd door buitenlandse culturen en buitenlandse kwaliteiten.

Aan de hand van het theoretisch kader zullen de casussen hieronder geanalyseerd worden:

4.4.1 Lombok

De meest duidelijke casus waar diversiteit aanwezig is, is Lombok (en daarin de Kanaalstraat). Ten eerste is het van belang te bekijken welke actoren in Lombok diversiteit laten manifesteren en hoe zich dat uit. Duidelijk is dat de allochtone ondernemers in Lombok zelf het levendige en multiculturele imago aan de wijk geven. Lombok is nadrukkelijk een wijk waar actoren van verschillende bevolkingsgroepen door middel van allochtoon ondernemerschap de wijk levendig houden waardoor Lombok een eigen multiculturele identiteit behoudt. Door verschillende actoren wordt de multiculturele identiteit als kwaliteit van de wijk erkend (ondernemers zelf, bewoners, gemeente) maar uiteindelijk is dat alleen goed voor de *economie* (aantrekkingskracht van toerisme) van de wijk en de *beleving* in de wijk. Dat de wijk er economisch niet uitmuntend voor staat en dat er voor het allochtoon ondernemerschap kansen liggen om te ontwikkelen wordt door de gemeente erkend in de wijkvisie (Gemeente Utrecht, 2009). De multiculturele identiteit van de wijk Lombok is vanuit zichzelf ontstaan en de vraag is maar zeer of er moeite gestoken moet worden in het marketen van de Kanaalstraat, zoals in Den Haag is gedaan. Promotie of marketing van de Kanaalstraat zal extra toeristen opleveren die extra inkomsten voor de ondernemers genereren. Aan de andere kant zit er gevaar in dit soort ontwikkeling, het unieke van de wijk kan verloren gaan. Het toerisme zit volgens Fainstein (2005) in een paradox waar het succes van het toerisme de wijk zelf aan de ondergang kan helpen. Er kan vercommercialisering van de wijk optreden zodat het allochtoon ondernemerschap verdrongen wordt (Fainstein and Powers, 2006). Uiteindelijk dient city- of placemarketing als

doel om de stedelijke ruimte zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij bepaalde doelgroepen om de sociale en economische functies en activiteiten in het gebied te bevorderen.

Politiek gezien is de Kanaalstraat geen gebied waar grote winsten gemaakt hoeven te worden (Voogd, 2004). De Kanaalstraat is een eigen winkelgebied met een eigen identiteit en beleving die enige economische stimulansen wel kan gebruiken, maar het gebruik van het *planningsmiddel* city- of placemarketing om het multiculturele imago te promoten hoeft zeker door de gemeente niet gevoerd te worden. Het multiculturele van de Kanaalstraat is dan ook organisch ontstaan. Er is in de Kanaalstraat, in tegenstelling tot Den Haag, ook geen primaire reden om marketing door te voeren omdat het gebied geen grove herstructurering (bijvoorbeeld vanuit het prachtwijken idee) nodig heeft. De imago waarde van Lombok is vooral een imago en identiteit waarde die voor de burger en de allochtone ondernemer in Lombok van toepassing is en waar de gemeente verder geen apart multicultureel beleid voor hoeft te voeren. De vraag hoe manifestaties van diversiteit behandeld dienen te worden, door wie en voor wie het waarde heeft is dus goed te beantwoorden: De gemeente hoeft geen apart beleid te maken voor het promoten voor de Kanaalstraat want de Kanaalstraat benut de mogelijkheden als multiculturele wijk en het ondernemerschap daarin al vooral uit zichzelf. Het thema multiculturaliteit hoeft dus niet verder uitgewerkt te worden, de invulling zoals het sturen van allochtoon ondernemerschap kan eventueel verbetering gebruiken via integraal beleid, maar niet via aparte plannen met betrekking tot het stimuleren van multiculturaliteit als thema. Via communicatieve planning (d.m.v. van bijvoorbeeld bewonersparticipatie), waarin zo goed mogelijk overleg plaats vindt tussen de gemeente en de belanghebbende in de wijk wordt er voldoende draagvlak gecreëerd voor besluiten die met de wijk en de identiteitsvorming van de wijk te maken hebben (zoals de bouw van een moskee). Het gebruiken van een middel als citymarketing is te overtrokken in Lombok.

4.4.2 De Amerhof

De casus van het Perzisch tapijt op de Amerhof is van een kleiner geografisch schaalniveau en manifesteert zich op initiatief van voornamelijk één actor: de architect van het plein. De realisering hiervan in een wijk waar vele verschillende allochtone bevolkingsgroepen wonen is een min of meer spontane actie die niet structureel van dienst is voor de hele wijk. Dat wil zeggen, de aanwezigheid van het tapijt als symbolische betekenis van het samen leven van allochtone en autochtone bewoners komt niet voort uit een integraal plan en heeft geen functionele betekenis zoals in Den Haag of Rotterdam het geval is. In het geval van de Amerhof is een individueel initiatief in overleg met de gemeente uitgevoerd en is de ruimte getransformeerd door middel van het gebruik van een ander soort architectuur. Ongeacht de symbolische betekenis van het tapijt, kan er gezegd worden dat de ruimte in fysieke zin is veranderd en dat er aan de ruimte een andere betekenis gegeven kan worden zoals deze door de architect bedoeld is, hoewel deze interpretatie afhankelijk is van de gebruiker. Op de Amerhof hangt de (meer)waarde van het thema diversiteit dus erg af van de interpretatie van de ruimte, ongeacht de uitleg van de architect die het ontwerp van het tapijt ziet als een verandering van de betekenis van de ruimte. Het is wel duidelijk dat de (meer)waarde zich

slechts beperkt tot een symbolische betekenis en wellicht tot esthetische betekenis in de openbare ruimte en architectuur.

4.4.3 Hoograven Invites You!

Waar de casus Lombok vooral in ging op allochtoon ondernemerschap alsmede de identiteit van de wijk en de casus Amerhof in ging op een symbolische betekenis, gaat deze casus meer in op een middel dat ervoor kan zorgen dat de ruimte wordt gevormd naar de gebruiker. Als het ware, worden aanbod en vraag in het gebruik van de ruimte op elkaar afgestemd wanneer deze vorm van communicatieve planning wordt gebruikt. Er vindt tussen verschillende actoren (gemeente, gebruikers, bemiddelaar) overleg plaats hoe de ruimte kan worden ingericht na aanleiding van input van gebruikers. De indeling van de ruimte wordt dus afgestemd op wat de gebruikers ervan vragen. Hoograven is een wijk waar een hoog percentage allochtone bewoners woont. Een succesvolle poging om bewoners te betrekken in het project zou van invloed kunnen zijn op de vraag naar het ruimte gebruik. Deze methode sluit aan op de bewonersparticipatie die de gemeente Utrecht graag terug ziet komen in de ruimtelijke ontwikkeling (Gemeente Utrecht, 2008).

4.5 Synthese

De zojuist behandelde casussen geven een indruk van de manier waarop er in Utrecht om wordt gegaan met diversiteit. Daarbij wordt duidelijk dat de gemeente niet als actor dient om een groot stedelijk project op te zetten zoals in Den Haag. Het zijn vooral marktactoren die diversiteit laten manifesteren via plannen die niet van tevoren zijn opgezet. De voornaamste casus waar diversiteit zich wel manifesteert is Lombok en met name de Kanaalstraat. Voor het sociaal en economisch (en toeristisch) functioneren van dit gebied is de identiteit van de wijk en de uitstraling als multicultureel een belangrijk gegeven. Het laten meebesluiten van bewoners in de gebiedsontwikkeling (zoals de vestiging van de moskee en de ontwikkelingen ten aanzien van het stationsgebied) zorgt ervoor dat de wijk de uitstraling heeft die het nu heeft. Er vindt als het ware een vorm van communicatieve planning plaats waarin er een zo breed mogelijk draagvlak wordt gecreëerd door alle betrokken ontwikkelingsactoren.

Het project *Hoograven Invites You!* heeft geen betrekking op directe gebiedsontwikkeling of het laten manifesteren van diversiteit, maar is een middel om de wensen van bewoners (en ook allochtone bewoners) terug te laten brengen in het straatbeeld. Het project is een vorm van bewonersparticipatie waarin advocacy planning en communicatieve planning wordt toegepast: door inspraak wordt ervoor gezorgd dat belangen en wensen behartigd worden (advocacy planning) en aan de hand van de inspraak van verschillende mensen wordt er een plan gemaakt op basis van draagvlak (communicatieve planning). In *Hoograven Invites You!* wordt er bij de inrichting van de ruimte dus erg in de context van een wijk gedacht en de gebruiker die daarin acteert.

Het ontwerp van het tapijt in de Amerhof is een poging om aandacht te vragen voor de diversiteit van de bevolking. De ruimtelijke verandering zoals deze is volbracht bij het ontwerp van het plein is een initiatief van een individu die in samenspraak met de gemeente

Utrecht het ontwerp gerealiseerd heeft. Hoewel het plein de bedoeling heeft om via de uitstraling de sociale samenhang te bevorderen, blijft het ontwerp een vorm van kunst die ook enkel als esthetisch kan worden gezien. In het geval van Hoograven Invites You! en Lombok zijn de baten van manifestaties van diversiteit duidelijker af te leiden uit de omgeving.

4.6 Samenvatting en conclusie

Dit hoofdstuk is begonnen met de introductie van een viertal actoren – te weten de gemeente, INBO, Saluti en FORUM - die in Utrecht bezig zijn met het laten manifesteren van diversiteit in de ruimte. Daarbij is gebleken dat al deze actoren de stad zien als ruimte waarin etnisch-culturele groepen zich moeten kunnen manifesteren. De ruimte zou dan een weerspiegeling zijn van de bevolkingssamenstelling. Deze actoren erkennen dat het niet duidelijk is welke actoren in de stad deze manifestering moeten sturen. De gemeente heeft een voortrekkersrol genomen in dit onderwerp en heeft met het programma voor diversiteit en integratie een sterke troef in handen om diversiteit te laten manifesteren. De bestuurlijke rol van de gemeente zorgt ervoor dat zij andere actoren in beweging moet zetten om na te gaan denken over manifestaties van diversiteit. Gezien het feit dat de (meer)waarde van diversiteit niet meteen voor zich spreekt is het lastig deze actoren te overtuigen van hun positie en hun rol binnen het onderwerp.

Uit de casussen en de casusanalyse blijkt dat elke casus een uniek geval is als het gaat om de actoren die de manifestatie mogelijk hebben gemaakt. Ook de bestaansreden is in elk geval verschillend (zowel de casussen in Utrecht als Den Haag en in Rotterdam). Al met al kan worden gezegd dat manifestaties van diversiteit contextafhankelijk zijn en dat ze passief of actief gerealiseerd kunnen worden. Dat wil zeggen dat een manifestatie organisch gevormd kan zijn, of door middel van planning en bewuste betrokkenheid van actoren opgezet kan zijn.

5. De potentie van diversiteit in Utrecht

5.1 Inleiding

In hoofdstuk drie en vier is er ingegaan op een aantal casussen in drie verschillende steden waarin diversiteit zich fysiek manifesteert. Daarbij is gebleken dat er verschillende manifestaties van diversiteit bestaan, die elk op een andere wijze, door verschillende actoren, met verschillende ideeën en bedoelingen tot stand zijn gebracht. In elke casus is er aan de hand van een politieke invalshoek en vanuit planningsbenaderingen gekeken naar de casus. Vervolgens is er gekeken hoe er betekenis is gegeven aan de manifestering van diversiteit en hoe het gerepresenteerd wordt. De opbouw van deze paragraaf wordt aan de hand van de vierde deelvraag vormgegeven: *‘Hoe is etnisch-culturele diversiteit op sommige plekken in Utrecht zichtbaar en betekenisvol hoe kan dit waar mogelijk en wenselijk verbeterd worden?’*. Het belangrijkste focuspunt daarbij is de bestaansreden en de waarde van plekken waar diversiteit zichtbaar is. Vanuit de ervaringen in Den Haag en Rotterdam zal het hoofdstuk beschouwend en met inachtneming van concrete voorstellen van actoren voor ontwikkeling van manifestaties, de potentie van diversiteit in Utrecht bespreken.

Om te beginnen zal in de volgende alinea het zichtbaarheidsbeleid van het programma diversiteit en integratie kort herhaald worden en zullen de casussen kort worden samengevat in een kern om uiteindelijk – aan het eind van de paragraaf – iets te kunnen zeggen over de zichtbaarheid en de potentie voor manifestaties van diversiteit in Utrecht.

5.2. De aanwezigheid en betekenis van diversiteit in Utrecht

Het externe doel van het uitvoeringsprogramma is dat diversiteit zich gaat uiten in het straatbeeld: de inrichting van de openbare ruimte, architectuur of in het winkelaanbod. Het zichtbaar manifesteren van diversiteit moet erin resulteren dat bewoners de positieve elementen van diversiteit herkennen en erkennen (Gemeente Utrecht 2007). Hoewel dit niet het interne doel van deze thesis is, is het goed om het externe doel in het achterhoofd te houden als het gaat om toekomstige ontwikkelingen op het gebied van manifestaties. Dit hoofdstuk zal aan de hand van de analyses meer ingaan op de betekenis van de aanwezigheid van manifestaties van diversiteit in Utrecht en het toekomstperspectief.

Aan de hand van de casussen valt te zien dat diversiteit zich in Utrecht zeker al manifesteert in de architectuur (Amerhof), de indeling van de openbare ruimte (d.m.v. Hoograves Invites You) en het winkelaanbod (Lombok). Zoals eerder is geconstateerd kunnen deze manifestaties passief of actief zijn. Dat houdt in dat er vanuit de gebruiker ruimtelijke ontwikkelingen plaatsvinden, of vanuit ruimtelijke planningsactoren zoals de gemeente. De gemeente heeft als politieke actor een grote rol in het bepalen van de stedelijke indeling en de multiculturele uitstraling die er niet of wel heerst. De eventuele multiculturele uitstraling van een plek heeft geen direct causaal verband met de ontplooiing van de allochtone bevolking (eerder andersom), maar het thema diversiteit kan wel dienen als middel om met name andere sociaaleconomische doelstellingen te bereiken (die overigens wel weer ten bate van de allochtone bevolking kunnen zijn). Er is te zien dat

diversiteit in Lombok mogelijkheden tot economische ontwikkeling geeft omdat Lombok een eigen imago krijgt door thematisering. Lombok houdt zich in stand doordat het een thuis is voor de allochtone bevolking en doordat de Kanaalstraat mensen aantrekt het gebied te bezoeken. De gemeente zou voor de toekomst in beleid kunnen voorzien dat de kleinschalige thematisering behoudt. Het imago voor Lombok is van levensbelang voor de instandhouding van de wijk en de Kanaalstraat zoals deze nu zijn.

Voor de overige ruimtelijk ontwikkelingen in de stad zou de gemeente voort kunnen bouwen op initiatieven die waar bewonersinspraak als methode wordt gebruikt om te plannen. Hoewel bekend is dat allochtone bewoners in inspraakrondes minder aanwezig zijn dan autochtone bewoners, is het noemenswaardig dat in 'Hoograven Invites You' getracht wordt de ruimte vorm te geven naar keuze van allochtone bewoners. Het effect van het project is nog niet geheel duidelijk, maar de intentie om de ruimte meer een afspiegeling te laten zijn van de bevolking dan voorheen gebeurde (door middel van bottom-up planning) is een goede ontwikkeling voor de leefbaarheid van de omgeving en de fysieke manifestatie van diversiteit in de openbare ruimte.

Het Perzisch Tapijt op de Amerhof is geen gevolg van ruimtelijke ontwikkeling als gevolg van inspraak, maar een individueel initiatief (waar ook bij Le Medi in Rotterdam sprake van was). De initiatieven zijn moeilijk te sturen, maar gezien de ontwikkeling van Le Medi en de Amerhof is er ruimte voor ontwikkeling van dit soort individuele initiatieven. De dialoog over de waarde van fysieke manifestaties van diversiteit onder de bevolking maar toch met name de gemeente en de in deze thesis beschreven actoren, kunnen er in de toekomst voor zorgen dat onafhankelijke en individuele projecten ontwikkeld zullen worden.

Wat betreft toekomstvisie en sociaaleconomische ontwikkeling doet Utrecht er goed aan te kijken naar Transvaal en de manier waarop er met diversiteit om wordt gegaan in de ruimtelijke planning. In het geval van Transvaal (Den Haag) is de bevolkingssamenstelling van de wijk terug te vinden in de structuurvisie en het ontwikkelingsplan van de wijk. Door citymarketing van Transvaal, aan de hand van 'Indiatown', worden sociaal, economisch en fysieke doelen bereikt. Daarbij is het zo dat het thema multiculturaliteit wordt gezien als een grote voor de stad. In Rotterdam is Le Medi vooral gerealiseerd met het oog op vernieuwing van bebouwing en vernieuwing in wonen. De doelgroep voor het betrekken van de woningen in Le Medi is niet per se de allochtone bevolking. Door de architectuur heeft de wijk meer bekendheid gekregen en krijgt het thema multiculturaliteit in esthetische architectuur en politiek meer aandacht. Het waarderen van verschillende culturen in de stad is mede van belang om voor verrijking en ontwikkeling van stedelijke ontwikkelingen te komen.

In de grootschalige casussen van Rotterdam en Den Haag is aangetoond dat het thema multiculturaliteit een middel is om een ander doel te verwezenlijken. Een vraag voor actoren in de ruimtelijk planning in Utrecht zou dus kunnen zijn of er voor een allochtone doelgroep gepland wordt, maar of er voor een bepaalde ontwikkeling met het middel multiculturaliteit gepland kan worden om bepaalde stedelijke ontwikkelingen door te zetten. Het manifesteren van diversiteit staat dus niet op zich maar heeft altijd een achterliggend doel. Het achterliggende doel kan op verschillende manieren worden ingevuld. Het NICIS (2009:1) speelt daar op in door de creatieve processen van diversiteit als waarde te zien, die ervoor zorgen dat de fysieke aanwezigheid van diversiteit potentie heeft in de steden:

“Diversiteit verwijst naar de veelheid en intensiteit van uiteenlopende subculturen en levensstijlen, die op hun beurt een excellente voedingsbodem vormen voor een reeks creatieve processen. Veel steden laten zich door deze moderne inzichten inspireren en gaan op zoek naar manieren om creativiteit de ruimte te geven en culturele industrieën aan te jagen” (NICIS 2009:4).

Plannen met het thema en het middel multiculturaliteit kan betekenen dat city- en/of place marketing wordt toegepast (Transvaal Den Haag) om een ander doel te bereiken. In Lombok is de uitstraling belangrijk voor het ondernemerschap, het welvaartsniveau van de wijk en het aantrekken van toeristen (tot nog toe zonder city marketing). In het geval van Hoograven Invites You wordt er meer gedacht in het kader van “the just city” wat volgens Fainstein betekent dat ook minder machtige bevolkingsgroepen in de stad de kans krijgen om te participeren in besluitvorming over de stad en dat die besluiten gelijkwaardig zijn voor iedereen. In het kader van deze thesis betekent dit dat allochtone groepen de kans krijgen mee te doen in de besluitvorming inzake de ruimtelijke indeling van de stad. Voor een groot deel gaat deze ontwikkeling ten bate van bepaalde allochtone bevolkingsgroepen die zelf deelnemen aan de besluitvorming.

Zoals uit de bovenstaande tekst blijkt is de aandacht voor het plannen voor diversiteit – dat zich uit in de fysieke setting van de stad – op verschillende manieren aanwezig. Al eerder werd geconstateerd dat de beweegredenen voor elke casus verschillend zijn, zowel in Den Haag, Rotterdam als in Utrecht. Er is ook te zien dat het fysiek manifesteren in elke casus een andere aanleiding heeft. Wanneer er naar de hoofdvraag gekeken wordt – *‘Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?’* – is er dus ook te constateren dat er geen generalisering gemaakt kan worden voor de manier van werken met diversiteit wanneer het gaat om het fysiek manifesteren. Ook voor Utrecht geldt uiteindelijk dat er geen eenduidige aanpak bestaat maar dat de ontwikkeling van een manifestatie van diversiteit contextafhankelijk is. In elk geval zijn verschillende actoren betrokken en de waarde van de manifestering is voor iedereen verschillend. Het is dan ook niet gemakkelijk te meten en te onderzoeken of diversiteit in de fysieke leefomgeving een (meer)waarde voor de stad en de wijken heeft. De casussen in Utrecht worden, anders dan in Rotterdam en Den Haag, minder uitgevoerd aan de hand van een gezamenlijk gedeelde motivatie over de aanwezigheid en de (meer)waarde van diversiteit in fysieke manifestaties. In Utrecht bestaan geen structuurvisies die spreken over het plannen met multiculturaliteit of diversiteit. Er is echter wel een aanzet om hier meer voor te plannen, gezien het uitvoeringsprogramma van de gemeente en verschillende actoren (zie 4.6.2) die met het onderwerp bezig zijn. Alleen in Den Haag bestaat integraal beleid over de uitvoering van een wijkherstructureringsplan met het middel multiculturaliteit. Het doel daarbij is sociaaleconomische en fysieke ontwikkeling van de wijk.

Wat fysiek nog niet bestaat kan in de toekomst nog gerealiseerd worden. Duidelijk is wel dat er nog geen eenduidig beeld en aanpak bestaan over het fysiek manifesteren van diversiteit. Dat elke actor een andere kijk heeft op het terugbrengen van diversiteit in de

fysieke ruimte en de waarde daarvan, wordt ondersteund door Fainstein (2005:4). In hoofdstuk 2 sprak zij over het feit dat stedelijke planners diversiteit en multiculturaliteit associëren met het mixen van klassen of etnisch-culturele spreiding in gebieden, een stedelijke ontwerpen denkt aan gemixte woningtypes. Sociologen en planners zullen dan eerder aan het eerste voorbeeld denken. Fainstein zegt terecht dat verschillende beroepsvormen maar aan een deel van de associaties denken en dat zowel het sociale en economische aspect maar ook het fysiek terug brengen van diversiteit in de ruimte met elkaar te maken hebben en dat het ene aspect het andere versterkt. Dat er in de stad ontwikkelingen plaats moeten vinden die met betrekking tot het thema diversiteit en dat deze ontwikkelingen in verschillende concepten te passen zijn, wordt ondersteund door Rein Sohilait van FORUM. Sohilait noemt de binding van de allochtone burger met de stad als waarde van diversiteit. Het investeren in de nieuwe generatie is daarbij van belang. Cultuur kan de stad en de allochtone burger fysiek, sociaal en economisch binden. Kunst & cultuur en architectuur noemt Sohilait als goed voorbeeld daarvan. Het uitgangspunt van Sohilait is om de allochtone burger en de openbare ruimte in de stad op elkaar af te stemmen. Elke actor die denkt aan het manifesteren van diversiteit zou volgens hem de onderstaande gedachte in het achterhoofd moeten houden:

“Als je diversiteit accepteert, dan moet je investeren in een nieuwe generatie, dát is een waarde voor diversiteit. Als het over verbindingen gaat – fysiek, sociaal en economisch – dan mis ik vaak de cultuur. Vanuit de architectuur, kunst&cultuur kan er veel beter een verbinding gemaakt worden en daar waarde aan gegeven worden dan dat instellingen dat doen. Een stad met subculturen en bepaalde levensstijl, daar moet je op anticiperen. Wat dat betreft denk ik ook dat de eerste generatie en de jongelingen die er nu aankomen een verschil zijn. Zij groeien op in een stad waarin allerlei manifestaties zijn. Er moet dus ook gekeken worden naar de ontwikkelingen van de stad, dat je dat voor de stad kan behouden en wat daar de waarde voor is. Hoe ga je daar bij te werk? [...] Benader je een migrant als migrant of benader je een migrant tegelijkertijd ook als gebruiker? Je hebt een bepaalde focus op die openbare ruimte, er zitten overeenkomsten en verschillen in. Het punt is: je moet de mensen bij elkaar zien te brengen, hoe ze functioneren en hoe ze bepaalde beelden hebben over de openbare ruimte en de inrichting.[...] Vanuit het gebruik en vanuit een bepaalde kijk willen mensen bepaalde dingen terug zien in hun leefomgeving” (interview Rein Sohilait).

Duidelijk is dat ook voor Utrecht in de toekomst er verschillende invalshoeken zijn wat betreft de ontwikkeling van manifestaties van diversiteit. Elk kenniscentrum of overheid die over het onderwerp nadenkt, zal op zijn eigen manier met een andere waarde van diversiteit komen en het anders willen praktiseren. De hierboven en eerder beschreven gedachten zullen als input dienen voor paragraaf 5.3, waarin twee uitgewerkte strategieën voor de toekomst uitgewerkt zijn.

5.3. Strategieën voor de toekomst

De gedachten die in de vorige paragraaf beschreven zijn, komen gedeeltelijk terug bij de gedachten van INBO, FORUM en Saluti. Zij proberen om de ontwikkeling van diversiteit in manifestaties te vatten in concepten en uitvoerbaar te maken (zie 4.2.2.). FORUM heeft als kennisinstituut op vraagstukken van multiculturaliteit geen specifiek uitgewerkte aanbevelingen of strategieën op het gebied van het terugbrengen van multiculturaliteit in de fysieke omgeving. INBO en Saluti hebben daar wel ideeën over, die hieronder worden weergegeven.

5.3.1 De strategie van INBO

De Groot van INBO (interview) geeft aan dat het bij multiculturaliteit in de stad voor iedereen ten eerste gaat om een goed huis en een goede woonomgeving. De tweede behoefte heeft betrekking op hoe de multiculturaliteit in de omgeving vast te houden is. Het gaat daarbij wat mensen aanspreekt aan hun omgeving en wat de wensen zijn. Bij het tweede punt gaat het minder om de sociale controle. INBO probeert de concepten wonen, woonomgeving en identiteit (figuur 5.1) te ontwikkelen waarbij er in Utrecht een aantal pilots worden genomen waarbij gefocust wordt op een bepaalde categorie 2^e en 3^e generatie allochtonen die vanuit een ander perspectief kijken naar een nieuwe toekomst. Daarbij wordt de vraag gesteld wat allochtonen willen en hoe dat vorm gegeven kan worden. Daarbij is contact gezocht met Saluti en de gemeente, die al iets met het onderwerp willen.

De Groot ziet in Nederland een aantal beperkingen wat betreft de uitvoering in de praktijk. *‘In Amerika staan ze totaal anders tegenover dit soort ontwikkelingen. Nederland is toch het land van het poldermodel en de regeltjes met wat wel en niet mag’*. In Utrecht is De Groot – met als achterliggende gedachten de pilots - langzaam begonnen om met allochtone mensen te praten over het terugbrengen van diversiteit in de fysieke stad. Naast de ideeën van de burgers hangt het slagen van kleurrijk wonen volgens INBO af van drie belangrijke punten (tabel 4.5). In hun verhalen praten allochtone bewoners in Utrecht over de openbare ruimte en ontmoeting maar ook over het herkennen van een eigen identiteit en leefstijl in de plek waar men woont. Een clustering van mensen die hetzelfde willen zorgt er volgens De Groot al snel voor dat er gemakkelijker iets gerealiseerd kan worden (punt 2 figuur 5.1). Initiatieven die dichtbij bewoners staan zullen eerder gerealiseerd worden. Om initiatieven mogelijk te maken moet er echter wel bereidheid zijn bij organisaties om het uit te voeren (punt 1, figuur 5.1), bewoners kunnen hun omgeving zelf namelijk niet makkelijk zelf veranderen door middel van planning. De Groot geeft aan dat actoren zoals de woningbouwcorporatie of andere individuen eerder denken in termen van het maken van bepaalde sociale voorzieningen en het veranderen van de leefomgeving maar dat zij de herkenbaarheid van de eigen cultuur en leefstijl als belangrijkste ziet. De reden waarom de voorwaarden van de uitvoering van de pilots bij figuur 5.1 ontwikkeld zijn is dat de maatschappij steeds meer op het multiculturele gefocust is en dat de samenleving qua etnische bevolkingssamenstelling erg divers is, maar dat er fysiek gezien niets van te merken is.

In het kader van het derde punt uit figuur 4.5 zegt Pieter Smit (voorzitter van de wijkraad Lombok), dat de brug tussen met name allochtone bewoners en politiek zo klein mogelijk gehouden moet worden. Goede communicatie is daarvoor nodig. Smit, vindt dat ambtenaren geïnstrueerd moeten worden om dienstverlenend te zijn; zij dienen politieke samenhang en beïnvloedingsruimte weer te geven zodat het aanbod en de vraag in welk multicultureel vraagstuk bij elkaar kan worden gebracht. De gemeente moet een heldere regierol op zich nemen ook als er geen eigen grondpositie is. Op dit moment gebeurt dat volgens hem onvoldoende.

Figuur 5.1: Voorwaarden uitvoering pilots

- 1 *“Vanuit de gemeente en de corporaties moet bekend zijn of de bereidheid er is om mee te doen in een pilot en daar moet openheid voor gevonden worden”.*
- 2 *“Er moeten plekken gevonden worden waar in potentie wat kan. Op kleine schaal, in particulier opdrachtgeverschap is dat mogelijk, of in herstructureringswijken waarvan bekend is dat er een concentratie is van mensen met een allochtone achtergrond”.*
- 3 *Er moet toekomst muziek in zitten en de massa moet overtuigd kunnen worden”.*

Bron: Interview INBO

5.3.2 De strategie van Saluti

De zeven punten, zoals weergegeven in figuur 5.2, hebben als belangrijkste boodschap dat het aanbod in het wonen niet alleen in woningen zelf zit (prijsklasse, grootte etc.), maar ook in de woonmilieus en de contacten die er tussen verschillende groepen onderlinge zijn (inkomens, leeftijden maar ook etnische afkomst). De strategie van Saluti is dus specifiek gericht op de ontwikkeling van woonruimte. Voor de woonvisie als planninginstrument is het volgens Saluti belangrijk een *integraal plan* te maken waarbij de instrumenten die het plan moeten realiseren duidelijk moeten worden gecommuniceerd binnen de gemeente en planvorming en richting de burgers.

Binnen het integrale plan is het volgens Saluti belangrijk om diversiteit te kiezen als vertrekpunt. De sociale en etnisch-culturele verscheidenheid van de bevolking uit zich dan in de woonvisie. Vanuit deze woonvisie zullen woningen en woonmilieus worden ontwikkeld die een meer diverse stedelijke ruimte betekenen.

Figuur 5.2 Aanbevelingen Saluti diversiteit in woonvisie

- 1) Diversiteit dient als vertrekpunt van de woonvisie, als het aan Saluti ligt. Diversiteit is de leidraad waar vanuit de woonvisie vorm krijgt. De individuele wensen en financiële mogelijkheden moeten zich uiten in de woonmilieus en moeten de sociale en culturele verscheidenheid van de bevolking weergeven. De stad behoort met de ontwikkeling van deze woonmilieus de diversiteit aan mensen in afkomst maar ook leeftijd en inkomens te representeren. Volgens Saluti moet de gemeente de keuzemogelijkheden en instrumenten voor inwoners vergroten.

- 2) Ruimte voor diversiteit in een woonvisie komt niet alleen tot uitdrukking in het fysiek bouwen, maar ook in de woonomgeving en hoe deze omgeving samenhang creëert. Ontmoeting tussen verschillende leefstijlen in diverse woonmilieus is dan eerder mogelijk.
- 3) Saluti adviseert om samenhang te creëren in de instrumenten die diversiteit van het wonen in sociaalfysieke kenmerken bevorderen.
- 4) Het is belangrijk wijken te creëren waar verschillende groepen zich in kunnen vestigen. Uitsluiting moet vermeden worden.
- 5) De communicatie van de woonvisie naar de burgers is belangrijk om bewoners mee te nemen in de uitvoering. Wensen en behoeften worden zo beter op elkaar afgestemd.
- 6) Plannen wat betreft het wonen, kunnen beter integraal verwerkt worden omdat het woonbeleid explicieter m.b.t. aanpalend beleid verwerkt kan worden (nota's, plannen in de ruimtelijk ordening).
- 7) De uitvoering van de woonvisie moet een vertaalslag maken om te testen of het de uitvoering van de visie in de realiteit werkt.

Bron: Saluti, 2009

Het opvolgen van de aanbevelingen van Saluti zouden in de gemeente Utrecht zorgen voor een woonomgeving die tot stand komt door middel van communicatie van burgers met ontwerpers van woonmilieus. De aanbevelingen hebben dus betrekking op burgerparticipatie in het proces van het vormgeven van de woonomgeving. Het vertrekpunt van het ontwerpen van woonomgevingen is de burger zelf en diversiteit is dan vanzelf terug te zien in de woonomgeving zo luidt de redenering. Diversiteit op zich en etnische diversiteit in specifieke zin, zal zich niet expliciet uiten maar de ruimte zal zich meer vormen naar de behoeften van een allochtoon. Het middel om diversiteit in de ruimte terug te brengen staat in de visie van Saluti centraal. De waarde van diversiteit in de fysiek omgeving zal door participatie van diverse burgers dus vanzelf terug worden gebracht in de ruimte.

5.4 Samenvatting en conclusie

In dit hoofdstuk is ingegaan op de waarde van manifestaties van diversiteit in Utrecht en de manier waarop actoren in de toekomst om zouden kunnen gaan met manifestaties van diversiteit. Daarbij is gedomd op het belang van het externe doel in het beantwoorden van het interne doel.

In de voorgaande hoofdstukken is al geconcludeerd dat elke casus contextafhankelijk is. Elke casus heeft zodoende een andere betekenis en een andere waarde voor verschillende actoren. Ook de actoren die betrokken zijn bij het realiseren van de manifestaties kunnen verschillend zijn. De aard van de manifestatie kan daarbij passief of actief zijn. Al deze factoren die manifestaties van diversiteit en realisering daarvan bewerkstelligen zijn niet generaliseerbaar. Er is dan ook geen ideale situatie van de manier waar diversiteit kan manifesteren in de ruimte waarbij er een bepaalde waarde ontstaat voor de bevolking en de stad. Zoals te zien was in dit hoofdstuk hebben vele actoren ideeën over diversiteit en de manifestatie daarvan, maar slechts enkele wagen zich aan de

praktische toepasbaarheid ervan. De uitvoering in concepten zoals het door INBO en Saluti is uitgewerkt is, is een eerste stap richting het manifesteren van diversiteit. Ook bij deze twee actoren valt te zien dat ze vanuit een bepaald kader werken waarin ze de waarde van diversiteit subjectief omschrijven en beredeneren waarom de praktische uitvoerbaarheid zo moet zijn zoals ze zijn uitgewerkt.

Voor de toekomst van Utrecht valt uit dit hoofdstuk te concluderen dat er een voorbeeld genomen kan worden aan de drie beschreven casussen, maar ook aan de casussen in Den Haag en Rotterdam. Dit betekent niet dat er per direct allerlei manifestaties van diversiteit verwezenlijkt moeten worden. Een actieve manifestering van diversiteit houdt in dat de betrokken actoren een goede motivatie moeten hebben om met het middel en thema diversiteit een ander (veelal maatschappelijk) doel neer kunnen zetten. Diversiteit als middel gebruiken houdt daarbij in dat er vanuit verschillende visies naar de ruimtelijke ontwikkeling van de stad gekeken wordt. Actoren zoals kennisbureaus, de gemeente – en in een later stadium bijvoorbeeld de woningbouwvereniging – kunnen inspelen op de verschillende etnisch-culturele achtergrond van de allochtone burger. De methodes van INBO en Saluti maken al een vertaalslag van het theoretisch denken naar het praktische toepasbare waarin de allochtone burger wordt gediend.

Al met al valt er te zeggen dat de behandelde actoren er van overtuigd zijn dat diversiteit zich moet manifesteren in de ruimte. Het probleem is echter dat de manier waarop dit gedaan moet worden niet eenduidig bepaald is door de afzonderlijke actoren. Gedachten en strategieën zijn gevormd, maar het praktiseren gedeelte ervan is nog niet gebeurd.

6. Conclusie

6.1 Introductie

In deze thesis is een verkenning gemaakt naar actoren, achterliggende gedachten en waarden van diversiteit in de fysieke ruimte. Het interne doel daarbij is geweest om inzicht te krijgen in hoe, waar en waarom actoren in Rotterdam, Den Haag en Utrecht, etnisch-culturele diversiteit laten manifesteren, teneinde het Utrechts zichtbaarheidsbeleid te ondersteunen. Het externe doel is geweest om manifestaties van diversiteit ook daadwerkelijk te laten manifesteren. Aansluitend aan deze doelen is uitgegaan van de volgende hoofdvraag:

Hoofdvraag:

Op welke manier, waar en waarom wordt etnisch-culturele diversiteit in Rotterdam, Den Haag en Utrecht zichtbaar gemaakt en hoe kan Utrecht in de toekomst omgaan met manifestaties van diversiteit?

Bij het beantwoorden van de hoofdvraag zijn de deelvragen achter elkaar uitgewerkt. Dit houdt in dat er allereerst in zal worden gegaan op de betekenis van het manifesteren van etnisch-culturele diversiteit voor overheid actoren en niet-overheid actoren. De uiting van diversiteit komt vervolgens aan de orde evenals het belang en de waarde van het manifesteren van diversiteit. Vervolgens worden de manifestaties uit de casussen concreet besproken en zal de betekenis besproken worden. Om af te sluiten wordt er bekeken hoe etnisch-culturele diversiteit op sommige plekken in Utrecht zichtbaar en betekenisvol is en hoe dit waar mogelijk en wenselijk verbeterd kan worden in de stad.

6.2 Hoofd- en deelvraag beantwoording

Aan het begin van deze thesis werd gesteld dat het van belang is om te bekijken wat het manifesteren van diversiteit inhoudt voor overheid en niet-overheid actoren. Wat betreft het maken van beleid en/of visies voor het manifesteren van etnisch culturele diversiteit, is er te zeggen dat er grote verschillen zijn in de manieren waarop verschillende actoren omgaan met het kijken naar etnisch culturele manifestaties.

Er is een onderscheid te maken tussen gemeentes, kennis- en onderzoeksbureaus en ruimtelijke ontwikkelaars alsmede de manier waarop zij het onderwerp benaderen. Gemeentes hebben een nadrukkelijke voortrekkersrol wat betreft het onder de aandacht brengen van het onderwerp. Omdat de gemeente ook een bestuurlijke functie heeft in het actief manifesteren van diversiteit in de fysieke ruimte, dient de gemeente voor zichzelf duidelijk te hebben wat de (meer)waarde van diversiteit in de fysieke ruimte omvat. De waarden en belangen van het manifesteren van etnisch-culturele diversiteit zijn onder actoren namelijk niet per definitie duidelijk en elke actor gebruikt dan ook haar eigen definitie, visie en de daarvan afhankelijke werkwijze. Het gebruiken van een eigen insteek is een goede methode om het onderwerp te verder te verkennen en de kaders te schetsen waarbinnen het onderwerp ontwikkeld kan worden. Onderzoek- en kenniscentra en in

mindere mate ruimtelijke ontwikkelaars, kunnen kennis genereren die naar de gemeentes terug kan worden gespeeld en uiteindelijk aanleiding kan zijn voor het ruimtelijk ingrijpen.

Op de vraag wat het manifesteren van etnisch culturele diversiteit voor overheid- en niet overheid actoren betekent, kan geen eenduidig antwoord gegeven worden. Elk type actor heeft een andere werkwijze, visie en insteek. Omdat de actoren ieder vanuit een ander werkveld komen zullen ze ieder op een andere manier met de genoemde aspecten omgaan. Belangrijk is om te bedenken dat de gemeente bestuurlijk is ingesteld en bestuurlijke en politieke verantwoordelijkheden heeft. Onderzoeks- en kenniscentra hebben een rol als onderzoekers en aan het verspreiden van die kennis naar derden. Ruimtelijke ontwikkelaars maken gebruik van kennis om de ruimte te ontwerpen. Hoe overheid en niet-overheid actoren denken over het manifesteren van diversiteit in de ruimte is een interactief product van de besproken actoren.

Het belang en de waarde die actoren hebben bij het manifesteren van diversiteit wordt bekeken in de tweede deelvraag: Daarin wordt afgevraagd welke actoren betrokken zijn bij het uiten van diversiteit op bepaalde plekken. Zoals duidelijk is geworden zijn er vele manieren waarop diversiteit zich fysiek uit. De manifestaties van diversiteit op de plekken in de onderzochte steden zijn actief tot stand gebracht door actoren of passief vormgegeven. In elke casus verschilt de samenstelling van de betrokken actoren. Voor elke casus betekent dit dat de plek en de uiting van diversiteit in een manifestatie afhankelijk zijn van de betrokken actoren en hun ideeën, waarden en belangen over het zichtbaar maken van diversiteit. De vraag is dan hoe het komt dat manifestaties van diversiteit op sommige plaatsen tot uiting komen door toedoen van actoren en wat de waarden en de belangen daarbij zijn. Dit kan passief of actief bewerkstelligd worden:

Op de passieve manier worden manifestaties gevormd door een natuurlijke drang om etnisch-culturele kenmerken te fysiek te uiten. De uiting is geen doel op zich, maar een bijkomstigheid, vaak van allochtoon ondernemerschap. Voorbeelden hiervan zijn de Kanaalstraat in Utrecht, de Paul Krugerlaan in Den Haag en de West-Kruiskade in Rotterdam. De actoren die de uiting bewerkstelligen zijn dus de ondernemers en ze handelen daarbij uit eigen belang.

De nadruk in deze thesis is gelegd op de actieve manier van manifesteren omdat de Gemeente Utrecht nader wilt inventariseren wat betreft fysieke manifestering van diversiteit. Wanneer actoren als de gemeente, onderzoek- en kennisbureaus en ruimtelijke ontwikkelaars als architecten de ruimte willen transformeren naar buitenlands uiterlijk, ligt daar een gedachte achter. De waarde en het belang van de uitingen zijn belangrijk in de discussie waarom de actoren zich betrekken bij het manifesteren van diversiteit. De waarde en het belang van het manifesteren verschilt per actor. In Den Haag wordt er voor Transvaal gebouwd op de krachten van Transvaal. Dit wil zeggen dat de aanwezige bevolking in Transvaal een bestaan op heeft gebouwd en dat heeft laten manifesteren in de ruimte. Vooral allochtoon ondernemerschap komt terug in de ruimte. De gemeente speelt in op de aanwezigheid van de allochtone ondernemers door de ruimte erop aan te gaan passen. Hier gaat het vooral om het uiterlijk van de ruimte om meer bezoekers te trekken. De ruimte wordt gethematiseerd. Voor de bewoners en de gemeente wordt het als een inkomstenbron gezien. In Rotterdam is er sprake van een hele andere insteek: de waarde van het zichtbaar

maken van diversiteit zit achter een privé-initiatief dat vooral esthetisch is en met het oog op vernieuwend bouwen met de Mediterrane cultuur als hoofdvloed. Individuen hebben de manifestatie van de grond gekregen en hebben daar woningbouwverenigingen in mee gekregen. In Rotterdam zijn er dus geen gemeentelijke belangen gemoeid bij de bouw van Le Medi. Duidelijk is wel dat etnisch-culturele diversiteit als thema een middel is om een doel van een actor te dienen.

In Utrecht is de Kanaalstraat de meest nadrukkelijke manifestatie van diversiteit. Deze plek is passief gegroeid maar de gemeente probeert het karakter en identiteit van de wijk te behouden en in te passen in de plannen voor de ontwikkeling van het centraal station in 2010. De waarde van de Kanaalstraat is vooral een sociaaleconomische voor de ondernemers en de bewoners van de wijk zelf. De gemeente zal het vooral als economisch trekpleister zien. Toepassing van actieve citymarketing is er voor de Kanaalstraat niet. Wanneer dat wel gebeurt, zal het gebied kunnen vercommercialiseren waardoor het meer bezoekers trekt. De vraag is of dat voor de betrokken actoren verlangt wordt. De uitstraling van de Kanaalstraat is een kracht op zich en citymarketing zal de straat en de wijk een meer commerciële functie geven.

Amerhof is, evenals Le Medi in Rotterdam, gerealiseerd op initiatief van een individu. De waarde van het ontwerp van het plein kan op geïnterpreteerd worden zoals gewenst. De architect heeft zijn ontwerp duidelijk uitgelegd als manier om het samenwonen van diverse bevolkingsgroepen aan de aandacht te brengen. Al met al zal het plein als kunststuk voor het merendeel van de mensen slechts gelden als gebruiksruimte en zal er verder slechts geoordeeld worden over het uiterlijk. De allochtone bevolking zal geen direct belang ondervinden van de aanwezigheid van het plein, hoewel directe uitoefening daarvan ook geen doel geweest is van het neerleggen van het plein.

“Hoograven invites you!” is, anders dan de andere casussen, meer een inspraakmogelijkheid voor burgers om de ruimte vorm te geven. Het is een middel om het aanbod van de ruimte en de vraag van de burgers bij elkaar te brengen. De waarde hiervan komt ten gunste van de maatschappij. Het belang van “Hoograven Invites You!” ligt bij de burgers. De stichting Utrecht Biënnale, initiator van het project, kan hier worden gezien als bemiddelaar.

Waar diversiteit zich uit valt helemaal te wijten aan de betrokken actoren. De waarde en het belang om een manifestatie te verwezenlijken zijn voor elke actor aanleiding om het te verwezenlijken. Zoals in deelvraag één besproken is, hangt de insteek wél af van het type actor. De gemeente heeft daarbij een voortrekkersrol in het duidelijk maken van de waarde en het belang van manifestaties.

In bovenstaande tekst is aangegeven welke waarde en belangen de behandelde casussen hebben, voor wie en welke actoren daarbij betrokken zijn. Onderstaand volgt een meer beschouwende manier van kijken naar manifestaties van diversiteit. Verschillende vormen van manifestaties worden uiteengezet en de betekenis van de manifestaties wordt nader ontleed.

Door het model van Vertovec toe te passen op manifestaties van diversiteit is het mogelijk deze nader te bekijken als verschijning op zich. Vertovec sprak over de factoren representatie, betekenis en de manier van omgaan met manifestaties die weergeven hoe

een manifestatie zich positioneert in de maatschappij. Door betekenis toe te kennen aan manifestaties zorgen actoren ervoor dat manifestaties in stand blijven en andere actoren inspelen op de waarde van manifestaties. De betekenis van een manifestatie zorgt er zodoende voor dat de representatie en de omgang met de manifestatie in gang blijft. De manifestatie wordt door de actoren, het beeld en de betekenis die ervan bestaat in stand gehouden.

Het toekennen van betekenis aan een manifestatie komt nadrukkelijk door actoren: Transvaal en de Kanaalstraat zijn een goed voorbeeld van verschillende betekenissen die zijn toegekend door actoren aan winkelgebieden: in respectievelijk een marketing en een niet-marketing vorm. Allochtoon ondernemerschap is voordelig voor de ondernemers in de economische zin en voor de burgers in de sociale zin. Gemeentes gebruiken de diversiteitsthema's om economische en sociale ontwikkelingen door te voeren. Een groot uitgewerkt uitvoeringsplan dat draait om de ontwikkeling van de ruimte rondom het thema diversiteit met de reproductie van de representatie die gewenst is kan gebeuren door middel van citymarketing. Het beeld dat wordt neergezet door marketing zorgt voor beeldvorming. Deze beeldvorming van burgers draagt weer bij aan het economisch en sociaal functioneren van de wijk en zo zet citymarketing een multiplier effect in werking. De gemeente is hoofdrolspeler in het vormgeven en bewerkstelligen van het versterken van de functies van wijk. In Utrecht is de keuze gevallen voor het niet actief marketen van de Kanaalstraat. De straat blijft hierdoor een kleinschalige entiteit zonder teveel bemoeienis vanuit gemeentelijk beleid, iets wat in Den Haag wél het geval is.

De woonomgeving als uiting van diversiteit is een minder duidelijke wat betreft fysieke zichtbaarheid, maar niet een minder relevante. Om diversiteit op het gebied van wonen te bekijken heeft betrekking op het gebruik van de ruimte door individuen. De betekenis van de woonomgeving voor burgers is iets dat lastig te meten is. Wat betreft wonen zijn er door onderzoeksbureaus en gemeentes ideeën wat betreft de ontwikkeling van de ontwikkeling van ruimte voor allochtonen. Omdat er onder actoren geen eenduidige classificatie bestaat om te bekijken of de woonomgeving van allochtonen voldoende aansluit bij hun wensen, is het raadzaam dat er meer inzichten komen aangaande dit onderwerp. Een zeer expliciete vorm van een manifestatie in woonvorm is Le Medi. Vanuit verschillende bronnen is gebleken dat er achter Le Medi meer gezocht wordt dan er uiteindelijk mee bedoeld is. Er wordt door het publiek en de media een beeld neergezet van een ontwerp dat dient voor allochtonen om in te wonen en om de wijk meer hun eigen te maken. In werkelijkheid is de woning een privé initiatief vanuit architectonische interesse. Esthetiek en de woongelegenheid opzich blijkt het belangrijkste. Het mediterrane uiterlijk sluit wel nadrukkelijk aan bij de veranderende samenstelling van grotere steden. Vanuit die optiek is de gedachtegang gerechtvaardigd dat het bouwen van Le Medi een reactie is op de veranderende stad. Bevolkingsparticipatie in het ontwerp van nieuwe ruimtes met in het achterhoofd de veranderende samenstelling van de stad is dan ook niet zo'n raar idee. De stad wordt namelijk nog altijd ontworpen voor de samenleving.

Wanneer er meer richting het externe doel geredeneerd wordt is het nuttig te bekijken hoe diversiteit zich in Utrecht manifesteert en op welke manier dat betekenisvol is. Aansluitend

daarop wordt bekeken hoe de manifestaties waar mogelijk en waar wenselijk verbeterd kunnen worden.

Etnisch-culturele diversiteit in de gebouwde omgeving is in Utrecht niet zo nadrukkelijk aanwezig als in Den Haag en Rotterdam. De genoemde casussen in Utrecht, De Kanaalstraat de Amerhof, zijn de meest voor de hand liggende casussen omdat ze diversiteit nadrukkelijk uitstralen in fysieke zin. Een terechte vraag is of diversiteit meer gemanifesteerd moet worden in Utrecht en of dit wenselijk is. Een belangrijke les daarbij is om de uiting en zichtbaarheid van diversiteit niet te zien in projecten die groot aan moeten worden gepakt, maar dat diversiteit zich ook uit in kleinere ruimtes, voornamelijk in alledaagse openbare ontmoetingsruimtes binnen en buiten. Voor de ontwikkeling van de kleine ruimtes worden er door allerlei maatschappelijke instanties participatiemethodes gepraktiseerd om de wensen van de allochtone burger terug te brengen in de fysieke ruimte. Ook is er binnen kenniscentra genoeg kennis waarin de voordelen van burgerparticipatie op het gebied van ruimtelijke ontwikkeling naar allochtone wensen op te noemen. Wanneer het gaat over de betrokkenheid van de burger bij de ontwikkeling van de fysieke ruimte gaat de manifestatie van diversiteit over de ontwikkeling van de ruimte voor de allochtone gebruiker. De insteek bij burgerparticipatie is om de ruimtelijke ontwerper ten bate van de gebruiker te laten ontwerpen. In vele gevallen kan een manifestatie van diversiteit uitgelegd worden als een ontwikkeling met een allochtoon karakter waarbij de allochtoon als gebruiker van de ruimte niet. Een dergelijke manifestatie gaat, zoals besproken, eerder ten bate van sociaaleconomische ontwikkelingen van alle ruimtelijke gebruikers. Citymarketing is daarbij een methode een gebied economisch rendabel te maken.

Als stad Utrecht kan er worden afgevraagd ten bate van wat diversiteit terug moet komen in de fysieke omgeving. Moet de ruimte ontwikkeld worden zodat de allochtoon beter kan functioneren omdat hij zich meer associatie heeft met de ruimte of wordt diversiteit meer ontwikkeld om de stad sociaal-economisch te ontwikkelen met behulp van het thema diversiteit? In het geval van de Amerhof is de aanwezigheid van diversiteit meer esthetisch en zit er een verhaal achter dat vrijwel niemand erachter zoekt. In de Kanaalstraat zijn de sociaaleconomische krachten ook aanwezig maar worden ze niet actief versterkt met citymarketing zoals in Den Haag gebeurt. De representatie van Lombok zorgt dat de entiteit Kanaalstraat kleinschalig wordt gehouden en een gegeven karakter behoudt.

Kortom, het is raadzaam om diversiteit meer te laten manifesteren in de zin dat actoren in de planning rekening dienen te houden met de ruimte en de gebruiker. Alle aangehaalde voorbeelden van manifestaties in deze thesis zijn, met uitzondering van Transvaal, individuele en incidentele projecten waarin er weinig discussie is geweest over het gebruik van de ruimte door de allochtone bevolking. Met het oog op de etnisch-diverse stad Utrecht is het raadzaam om rekening te houden met meerdere gebruikers van de ruimte. Een vastgestelde beleidsvorm wat betreft de methode en het middel dat wordt gebruikt voor het ontwikkelen van de toekomstige ruimte in de stad is voorwaarde om actoren aan te sporen iets met dat idee te doen.

Bronnen

- Bhaba, H.K. (1994), 'The location of culture', London: Routledge. pp. 145-174.
- Beall, J. (1997), 'A city for all: valuing difference and working with diversity', London: Zed Books Ltd.,. CH 1 pp. 2- 37.
- Bodaar & Rath (2005) 'Cities, Diversity and Public Space', Metropolis World Bulletin 5, pp. 3-5.
- Commandeur, I (2009), 'Hans van Houwelingen: Het Tapijt', <http://www.skor.nl/artefact-1411-nl.html> (10-06-09).
- Dale, van (2009) www.vandale.nl (04-05-09).
- Davidoff, P. (1965), 'Advocacy and pluralism in planning, JAIP, Vol. 31, No.4, november 1965, pp. 331-337.
- Eitel, M. & M. Spiekermann (2007), 'Building Reputation Communicating Identity Identity and the Place Branding Process' www.identitylab.de (20-07-09)
- ERA Bouw (2008), 'Le Medi. Een procesverslag. Van droom naar realiteit', Rotterdam: eigen uitgave.
- Fainstein, S. (2005), 'Cities and diversity: Should we want it? Can we plan for it?', in: Urban Affaris Review, Sage; pp 41;3.
- Fainstein, S. and J.Powers (2006), 'Tourism and New York's Ethnic diversity. An underutilized resource?' in: Rath, J. 'Tourism, Ethnic Diversity and the City' (2006), London: Routledge, pp 143-163.
- Florida (2000) 'The Rise of the Creative Class. And How it's Transforming Work, Leisure, Community & Everyday Life'. New York: Basic Books.
- Gemeente Den Haag (2005), 'Wereldstad aan Zee. Structuurvisie Den Haag 2010'. http://www.wereldstadaanzee.nl/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=68&Itemid=170&lang=nl (16-09-2009).
- Gemeente Den Haag (2007), 'De nieuwe aanpak voor krachtwijk Transvaal', www.Transvaal.nu/fileadmin/templates/_pdfs/WijkactieplanTransvaal.pdf (16-09-2009).
- Gemeente Den Haag (2009), Bevolkingsstatistieken <http://denhaag.nl.eu.org/inwoners.aspx?wid=30> (16-09-2009).

- Gemeente Utrecht (2004), 'Wijkvisie Utrecht West. Divers en aantrekkelijk wonen, leven en werken in een authentieke stadswijk.' <http://www.utrecht.nl/images/DWS/Wijkvisies/westwijkvisieapril%202004.pdf> (17-09-2009).
- Gemeente Utrecht (2007). 'Uitvoeringsprogramma Diversiteit en Integratie 2007-2010', Utrecht: eigen uitgave.
- Gemeente Utrecht (2008), 'Bouwen aan participatie. Hoe belanghebbende beter, vaker en eerder betrokken kunnen worden bij complexe bouwprocessen', Utrecht: eigen uitgave.
- Gemeente Utrecht (2009), 'Utrecht Buurtmonitor', <http://utrecht.buurtmonitor.nl/> (15-10-09).
- Gemeente Rotterdam (2009), 'Rotterdam Buurtmonitor', <http://rotterdam.buurtmonitor.nl/> (18-10-09)
- Ghorashi, H. (2006), 'Paradoxen van culturele erkenning; management van diversiteit in nieuw Nederland'. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Hall, P. and J. Rath (2006), 'Tourism, migration and place advantage in the global cultural economy' in 'Tourism, Ethnic Diversity and the City', London: Routledge. pp.1-24.
- Hospers, G.J. (2004), 'Migrantenondernemers. De wereld in de wijk', *Geografie april 2004*, www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=1901&item_type=documentatie&item_id=1392 (09-09-2009).
- Houwelingen, van, H. (1992), 'Het Tapijt', www.hansvanhouwelingen.nl/info-nl/02-nl-het-tapijt-2.html (02-06-09).
- Joppke, C. (2004) 'The Retreat of Multiculturalism in the Liberal State: Theory and Policy', *British Journal of Sociology* 55. pp. 237–57.
- Kaplan, D., J.O. Wheeler, T.W. Hodler, S.T. Holloway (2004), 'Urban Geography', New York: Wiley, pp 86-88.
- KEI (2002), 'WOM Lombok: Eenzijdigheid funest voor Lombok' www.kei-centrum.nl (09-09-2009).
- König, M. (2009), presentatie 'Den Haag, visies en ambities', Den Haag, 25-11-09.

- Kräse, J. (2007), 'Seeing succession in Little and Big Italy – Encountering Ethnic Vernacular Landscapes' in: Frers & Meier (2007), 'encountering urban places, visual and material performances in the city. Ashgate, Aldershot. pp.97-118.
- Lees (2003), 'The ambivalence of diversity and the politics of urban renaissance: the case of youth in downtown Portland, Maine. International Journal of Urban and Regional Research, 27(3) pp. 613-634.
- NICIS (2009), 'Chinatown, Istanbul, of toch maar een doorsnee buurtje? Etnische buurten als plaatsen van vermaak en consumptie', eigen uitgave, Den Haag. www.nicis.nl/kenniscentrum/binaries/webwinkel/bulk/pdfs/chinatown-nicis.pdf (10-09-09).
- Oude Groeniger (2008), 'De kracht van allochtoon ondernemerschap. Een analyse naar de succesfactoren voor allochtoon ondernemerschap ter stimulatie van de wijkeconomie in Kanaleneiland' geography2.ruhosting.nl/masterthesis/scripties/OudeGroeningerBianca.pdf (12-10-2009).
- Parker, S. (2004), 'Urban theory and the urban experience', London: Routledge.
- Pennix et al. (2005), 'Policymaking related to immigration and integration: a Review of the Literature of the The Dutch case' www.imiscoe.org/publications/workingpapers/documents/IntegrationPolicymakingDutchcase.pdf
- Rath, J. (2005), 'Feeding the festive city: Immigrant entrepreneurs and tourist industry', in: E. Guild and J. Van Selm, International Migration and security: opportunities and challenges, London: Routledge.
- Rath, J. & A. Bodaar (2005), 'Cities, diversity and public space' in Metropolis world bulletin, September 2005, vol 5. pp.3-5
- RMO Advies (2005), 'Niet langer met de ruggen tegen elkaar. Een advies over verbinden', Den Haag: Stu uitgevers.
- Sandercock, L. (2003), 'Planning in the ethno-culturally diverse city: A comment', Planning theory & practice, Vol 4, No 3, pp 319-323.
- Santos, C.A & G. Yan (2008), 'Representational politics in Chinatown: The ethnic other', in: Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 4, pp. 879–899.
- Saluti (2009), 'www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=32941. 13-10-12.

- Saluti (2009a), 'Divers wonen in Utrecht tot 2019? Advies over de Woonvisie van Utrecht tussen 2009-2019'. <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=32944>.
- Stichting Utrecht Biënnale (2009), 'Exhibition' <http://www.utrechtmanifest.nl/node/79> (06-10-09).
- Talen, E. (2008), 'Exploring Socially Mixed Neighbourhoods', Oxford: Elsevier.
- Thomas, J.M. (2008), 'The minority-race planner in the quest for a just city', *Planning theory*, 7, pp. 227- 247.
- Thompson, C.W. (2002), 'Urban open space in the 21st century' in: *Landscape and urban planning*, 60 (2002), pp. 59-72.
- Vertovec, S. (2009), 'Conceiving and researching diversity', Göttingen: Max Planck Institute for the Study of Religious and Ethnic Diversity.
- Voogd, H. (2001), 'Facetten van de planologie' Alphen aan de Rijn: Kluwer.
- Voogd, H. (2004), 'Omgang met diversiteit in ruimtelijk beleid en onderzoek', Groningen: eigen publicatie.
- Vrede van Utrecht (2009), 'Hoograven Invites You!' <http://kunstinmijnbuurt.nl/nl/?p=1292> (06-10-09).
- Zukin, S. (2005), 'Point of Purchase: How shopping changed American culture. New York: Routledge.
- Zukin, S. (1998), 'Urban lifestyles: Diversity and standardization in spaces of consumption', *Urban studies*, 36.5-6 pp. 825-839.