

# De identiteit van de Westas

Auteur: Mark Noordzij

# 1. De Westas

## Wat en Waarom?

Auteur: Mark Noordzij

“Wat is jouw identiteit?” Een vraag die veelal synoniem staat aan de vraag: “Wie ben je?” Een complex, existentieel vraagstuk waar wij als mens ons vaak al geen raad mee weten. Wellicht kun je elementen noemen die jou als persoon definiëren, maar een volledig antwoord geven op deze vraag is erg lastig. We leven in een tijd waarin identiteit ertoe doet. De perceptie van wie je bent als persoon hangt samen met wat je doet (of juist niet doet), waar je voor staat en wat je drijft. Maar waar wij als mensen al moeite hebben met het definiëren en communiceren van onze identiteit, des te meer is dat het geval wanneer we het hebben over ruimtelijke identiteiten. Een ruimtelijke identiteit is namelijk geen vastliggende eenheid, maar een construct dat constant aan veranderingen onderhevig is. Toch kan een regionale identiteit een belangrijke rol spelen in het verbeteren van de concurrentiepositie van een regio. Een sterke identiteit kan helpen in de relatieve positionering van een regio ten opzichte van andere regio's. Ze kan helpen in het aantrekken van investeringen, het genereren van aandacht en het mobiliseren van stakeholders. De Westas heeft echter nog geen eenduidige, competitieve identiteit. Wat de Westas echter wel heeft, is een unieke mogelijkheid om een regionale identiteit vorm te geven. Er is immers sprake van een groep partners die allen het belang inzien van regionale samenwerking. Het opstellen van een identiteit die aansluit bij deze partners en hun identiteiten kan wellicht het draagvlak van de regio vergroten. Daarbij is het van belang dat er een identiteit opgesteld wordt die zich enerzijds verbindt met al bestaande samenwerkingsverbanden, maar zich ook onderscheidt op een of meerdere vlakken. Om tot een identiteit voor de Westas te komen is het echter allereerst van belang te achterhalen rond welke thema's de identiteiten van de betrokken partners zich concentreren.

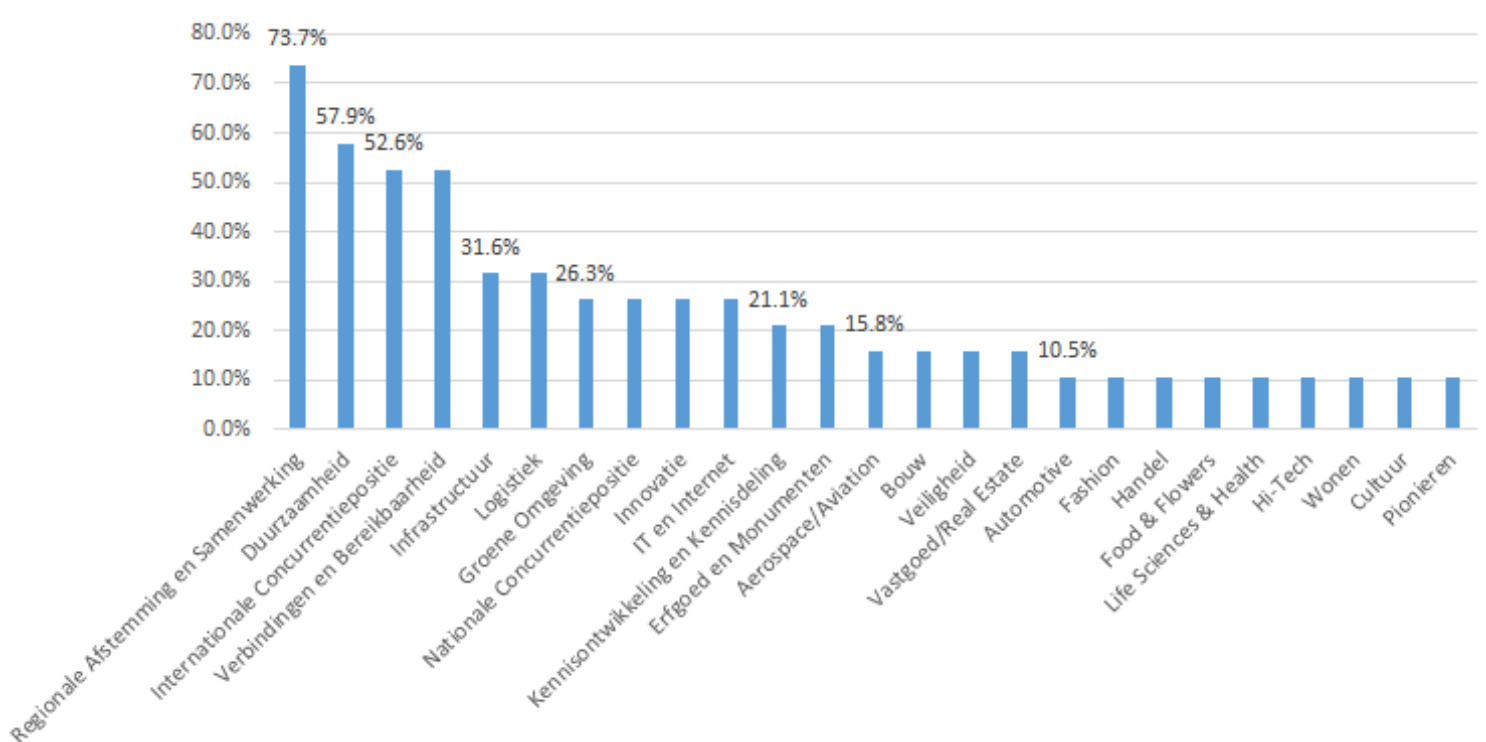
### Kader - Identiteiten in de netwerksamenleving: up- en downloaden

Het toenemende belang van regionale identiteiten wordt veelal toegeschreven aan de veranderende rol van de natiestaat als een gevolg van globalisering. Deze processen zorgen er enerzijds voor dat regionale identiteiten belangrijker worden, maar zorgen er anderzijds ook voor dat traditionele identiteiten ondermijnd worden. Deze paradoxale relatie is het gevolg van een veranderende samenleving die steeds meer verbonden raakt op verschillende niveaus; de zogenoemde netwerksamenleving. Binnen regio's leidt dit tot een verschuiving van traditionele identiteiten (bijvoorbeeld de Baskische identiteit) naar zogenoemde dunnere identiteiten (bijvoorbeeld de identiteit van de Food Valley) die een minder sterke historische binding hebben en functioneler van aard zijn. Functionele regio's zijn bovendien veelal te fluïde en te complex om een collectieve, competitieve identiteit te vormen. Dergelijke regionale samenwerkingsverbanden hebben een gelaagde identiteit die het resultaat is van een proces van associëren met en onderscheiden van de identiteiten van al bestaande samenwerkingsverbanden op meerdere schaalniveaus. Nieuwe regio's verantwoorden hun bestaansrecht door zich enerzijds te verbinden met al bestaande identiteiten, maar tegelijkertijd ook de ruimte te zoeken binnen deze identiteiten. Door zich te onderscheiden van andere regio's kan een nieuwe regio zich positioneren binnen een gebied en zo haar legitimiteit vergroten. Dit is een constant proces van het downloaden van al bestaande identiteitselementen en het uploaden van nieuwe, unieke identiteitselementen.

Omdat een identiteit een complex construct is, zijn er ook vele verschillende soorten ruimtelijke identiteiten te onderscheiden. Er kan bijvoorbeeld een onderscheid gemaakt worden tussen de identiteit die een actor over wil brengen naar de buitenwereld en de identiteit zoals deze geïnterpreteerd wordt door anderen. In relatie tot de ontwikkeling van een identiteit van de Westas is het met name interessant om de gecommuniceerde identiteiten van de actoren te onderzoeken. De gecommuniceerde identiteit is veelal namelijk een mix tussen de werkelijke identiteit van de actor en hoe de actor zichzelf naar buiten toe wil presenteren met daarin vaak toekomstperspectieven en visies. Een ideaal platform om gecommuniceerde identiteiten te onderzoeken is websites. De informatie op een website wordt immers volledig gecontroleerd door de actor en vormt zo een goede afspiegeling van de gecommuniceerde identiteit. Daarnaast hebben websites een natuurlijke hiërarchische structuur. De informatie die de zender als meest belangrijk beschouwt, zal waarschijnlijk ook het eenvoudigst te vinden zijn. Voor het identiteitsonderzoek in de Westas zijn 23 websites geanalyseerd, waarvan 19 van betrokken actoren en 4 van andere regionale samenwerkingsverbanden. De gecommuniceerde identiteiten zijn allereerst onderworpen aan een kwantitatieve analyse. Dit houdt in dat is geanalyseerd welke thema's terugkomen op welke websites en hoe vaak. De gecommuniceerde identiteiten van de actoren concentreren zich rond een viertal thema's:

1. Regionale Afstemming en Samenwerking
2. Duurzaamheid
3. Internationale Concurrentiepositie
4. Verbindingen en Bereikbaarheid

### Gecommuniceerde identiteiten op websites: met welke thema's verbindt men zich?



Deze vier thema's springen er duidelijk uit voor wat betreft de frequentie van voorkomen op de websites van de actoren. Onder deze thema's bevindt zich een grote groep thema's die op de websites van vier, vijf of zes actoren voorkomen (21,1% - 31,6%). Daaronder bevindt zich een groep thema's die slechts twee of drie keer voorkomen (10,5% - 15,8%) en een groep thema's die slechts eenmaal voorkomen (niet opgenomen in de grafiek). Deze methode geeft een eerste indicatie van welke thematiek gecommuniceerd wordt door de betrokken actoren, maar het is een uiterst rigide en platte methode. Het feit dat een thema gecommuniceerd wordt, hoeft immers nog niet te betekenen dat dit thema ook een essentieel onderdeel vormt van de identiteit van de actor in kwestie. Met deze thematiek in het achterhoofd is vervolgens een kwalitatieve analyse uitgevoerd om de thematiek verder uit te diepen en te specificeren. Begrippen als duurzaamheid en verbinding zijn immers heel breed en kunnen vele verschillende facetten omvatten. Voor dit boekje is de focus daarbij gelegd op de vier thema's die er duidelijk uitspringen, waarbij de thema's 'Regionale Afstemming en Samenwerking' en 'Internationale Concurrentiepositie' zijn samengevoegd. Deze thema's zijn namelijk sterk met elkaar vervlochten. In het volledige onderzoek zijn ook de andere thema's verder uitgewerkt.

Frequentie Thema	Thema
73,7%	<p>Regionale Afstemming en Samenwerking:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Regionale diversiteit</li> <li>- Verbinden en samenwerken in de regio</li> <li>- Samenwerking versterken</li> <li>- Inzetten op meer samenwerking in de regio</li> </ul> <p>Specifieke regionale samenwerkingsverbanden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Greenport Aalsmeer</li> <li>- (logistieke) Westas</li> <li>- Zuidas</li> <li>- MRA</li> <li>- Randstad</li> <li>- Regio IJmond</li> </ul>
57,9%	<p>Duurzaamheid</p> <p>In relatie tot de ruimte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Duurzaam bouwen</li> <li>- Verduurzaming van de infrastructuur</li> </ul> <p>In relatie tot de maatschappij:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sociale duurzaamheid</li> <li>- Verantwoord ondernemen</li> </ul> <p>In relatie tot de concurrentiepositie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kans om te onderscheiden</li> <li>- Toekomstbestendig</li> <li>- Duurzame waarde creëren</li> </ul> <p>In relatie tot het landschap en het milieu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Duurzame projecten</li> <li>- Energiebesparing</li> <li>- Recycling/afvalverwerking</li> <li>- Bio-based economy</li> <li>- Circulaire economie</li> </ul>
52,6%	<p>Internationale concurrentiepositie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Positie binnen de Europese Unie</li> <li>- Internationale handel</li> <li>- Internationale bedrijvigheid</li> <li>- Internationale topsectoren</li> <li>- Internationale toplocatie</li> </ul>
52,6%	<p>Verbindingen en bereikbaarheid:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Goede bereikbaarheid van de regio</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Werken aan optimale bereikbaarheid</li> <li>- Bereikbaarheid via spoor, weg, water en lucht</li> <li>- (logistieke) Verbindingen</li> <li>- Veel verbindingen</li> <li>- Intermodale verbindingen</li> <li>- Seamless connections</li> <li>- Multimodaliteit</li> <li>Ports:</li> <li>- Ports spelen een belangrijke rol in de regio</li> <li>- Schiphol</li> <li>- Greenport</li> <li>- Port of Amsterdam</li> <li>- Dataport/AMS-IX</li> </ul>
--	---

Opvallend is dat het regionale schaalniveau en het internationale schaalniveau veel aangehaald worden. De actoren in het gebied zijn enerzijds sterk regionaal georiënteerd, maar anderzijds ook sterk internationaal. Dit is een trend die breed gedragen wordt en een pijler vormt van het nieuwe regionalisme. Regionale belangen en internationale belangen lijken elkaar te versterken. Het nationale schaalniveau lijkt hiervan de dupe te zijn. Veel actoren zien regiovorming en regionale samenwerking als een middel om de internationale concurrentiepositie te versterken en wijze niet of nauwelijks naar een nationale concurrentiepositie. Wanneer er gesproken wordt over concurrentieposities is dit bijna altijd in relatie tot regionale concurrentie dan wel internationale concurrentie. Een eerste thema dat de actoren in de Westas dus kan binden is het belang van regionale samenwerking om de internationale concurrentiepositie te versterken.

Een tweede thema dat de actoren in het gebied kan binden, is duurzaamheid. Bij meer dan de helft van de actoren komt het thema terug in de gecommuniceerde identiteit. Uit de kwalitatieve analyse komt echter heel duidelijk naar voren dat er weinig overeenstemming is over de invulling van het begrip duurzaamheid. Duurzaamheid kan in relatie staan tot de ruimte en kan dan thema's als toekomstgericht bouwen omvatten, maar de term duurzaamheid wordt ook gebruikt voor het beschrijven van een verantwoord arbeidsklimaat of voor energiebesparing. De term duurzaamheid is dus geworden tot een containerbegrip dat eerst nader toegelicht moet worden. Toch heeft het thema wel de potentie om actoren in het gebied te binden, maar dan vanuit een paraplu-functie. Het thema duurzaamheid kan een overkoepelende functie hebben; een paraplu waaronder specifieke initiatieven als de circulaire economie en cradle-to-cradle geschaard kunnen worden.

Het derde en laatste thema dat actoren in de Westas met elkaar kan binden is het thema 'Verbindingen en Bereikbaarheid'. Meer dan de helft van de onderzochte actoren benadrukt in hun gecommuniceerde identiteit het belang van de multimodale verbindingen en de goede bereikbaarheid van de regio. Er wordt regelmatig gerefereerd aan het belang van de vier ports (Airport, Seaport, Greenport, Dataport) vanuit zowel een economisch perspectief als een imagoperspectief. De ports zijn uiteraard van economisch belang voor de regio, maar vervullen ook een zogenoemde 'landmarkfunctie'. Deze functie kan wellicht helpen om de regio haar eigen gezicht te geven.

Er is dus een drietal thema's dat veelvuldig naar voren komt in de gecommuniceerde identiteiten van actoren in de Westas. Deze thema's bieden wellicht een gemeenschappelijke grond om de identiteit van

de Westas op te bouwen. De volgende hoofdstukken zullen zich daarom richten op onderzoeken en initiatieven die zich afspelen rond deze thema's. Ieder thema wordt geïntroduceerd door middel van een themapagina die in beeld brengt op welke wijze dit thema naar voren komt op de websites van de actoren. Een gecommuniceerde identiteit bestaat immers niet alleen uit woorden.

## 2. De Westas: Verbinden en Onderscheiden

Auteur: Mark Noordzij

Terug naar de vraag: "Hoe kunnen we een identiteit voor de Westas vormgeven?" We kwamen erachter dat drie thema's veel naar voren komen in de gecommuniceerde identiteit van de actoren in de Westas: 'regionale samenwerking met internationale allure, duurzaamheid, en verbindingen en bereikbaarheid. Dit zijn de thema's die de actoren in de Westas met elkaar gemeen hebben, maar de vraag blijft of de Westas zich op deze thema's kan onderscheiden van de vele al bestaande regionale samenwerkingen in het gebied. En, misschien wel net zo belangrijk, kan de verbinding met deze samenwerkingen op worden gezocht? En, zo ja, hoe dan? Om deze laatste vraag te beantwoorden, is het van belang eerst te achterhalen wat de gecommuniceerde identiteiten van de al bestaande regionale samenwerkingsverbanden in het gebied zijn. Hiervoor is dezelfde methode gehanteerd als voor het onderzoek naar de gecommuniceerde identiteiten van de actoren in de Westas uit het eerste hoofdstuk van dit boekje. De vier onderzochte samenwerkingsverbanden zijn:

1. Metropoolregio Amsterdam
2. Zuidas Amsterdam
3. De Zaancorridor
4. Greenport Aalsmeer

Samenwerkingsverband	Belangrijkste thema
Metropoolregio Amsterdam 	<b>Economische vooruitgang in een internationaal perspectief:</b> sterke focus op de internationale positie van de regio. Alles lijkt gericht op het verbeteren van de (internationale) economische positie.
Zuidas Amsterdam 	<b>Duurzaam stedelijk milieu vormen:</b> het ontwikkelen van een internationale toplocatie voor werken, wonen en recreëren.
Zaancorridor 	<b>Ruimte en mobiliteit:</b> een kansrijke corridor, waarop ruimte en mobiliteit elkaar kunnen gaan versterken.
Greenport Aalsmeer 	<b>Clustering en innovatie:</b> kennisdeling en innovatie is een belangrijke pijler van de Greenport. Greenport gebruikt clustering als middel om kennisuitwisseling en innovatie te bevorderen. Greenport beschouwt kennisdeling en kennisontwikkeling als de motor voor innovatie in het bedrijfsleven.



## Verbinden en Onderscheiden

De Metropoolregio Amsterdam maakt zich hard voor het verbeteren van de internationale concurrentiepositie van de regio. Dit is een thema dat ook veelvuldig naar voren komt in de gecommuniceerde identiteit van de actoren in het Westasgebied. Hieruit kan geconcludeerd worden dat dit thema een 'hot topic' is waar grote waarde aan gehecht wordt. Het is voor de identiteit van de Westas dus van belang in te spelen op deze gemeenschappelijke deler en op dit punt aan te sluiten bij de Metropoolregio Amsterdam. Samen streven naar een internationale topregio!

Een tweede thema dat in zowel de gecommuniceerde identiteiten van de actoren als de samenwerkingsverbanden naar voren komt, is duurzaamheid. Veel regionale samenwerkingsverbanden in het gebied doen al "iets" met duurzaamheid. Zo behandelt de Metropoolregio Amsterdam duurzaamheid als een mogelijkheid om de economische positie te verbeteren en ziet Greenport Aalsmeer duurzaamheid als een mogelijkheid om zich in internationaal perspectief te onderscheiden. De Westas kan op deze trend inspelen. Echter, zoals ook in het eerste hoofdstuk gesteld is, is duurzaamheid een zogenoemd containerbegrip. Iedereen geeft er zijn of haar eigen draai aan, waardoor het begrip op zich weinig betekenis over heeft gehouden. Het is dus belangrijk dat de Westas specificiert wat duurzaamheid is en wat het voor de regio kan betekenen. Dus niet de 'Duurzame Westas', maar bijvoorbeeld wel de Westas als voorloper in cradle-to-cradle-onderzoek of circulaire economie. Op deze manier kan aan worden gesloten bij een belangrijke trend en kan de Westas zich op een positieve manier onderscheiden.

Het derde en laatste thema dat belangrijk is voor de ontwikkeling van de identiteit van de Westas is het thema 'Verbindingen en Bereikbaarheid'. Dit is een thema dat voor veel actoren in het gebied van belang is, maar niet, of slechts ten dele, terugkomt in de gecommuniceerde identiteiten van de al bestaande regionale samenwerkingsverbanden. Dit geldt met name voor het thema 'Verbinden'. De regio heeft het unieke comparatieve voordeel van vier (!) ports en de Westas kan wellicht dienen als de regio die deze ports met elkaar verbindt. Daarbij is het van belang dat de bottom-up-ontstaansgeschiedenis van de samenwerking veel meer wordt benadrukt. In tegenstelling tot veel andere regionale samenwerkingen is in de Westas de samenwerking namelijk niet van hogerhand opgelegd, maar ontstaan uit een gemeenschappelijke behoefte. En dat is best uniek! De Westas: het gebied dat ports, organisaties en mensen verbindt!

Wanneer op deze punten in wordt gezet, kan de Westas niet alleen haar identiteit aanscherpen, maar ook haar legitimiteit vergroten. Men laat immers zien dat er aangesloten wordt bij trends in de regio, andere samenwerkingsverbanden en behoeftes en wensen die leven bij de actoren, maar ook dat men unieke elementen toevoegt aan het palet van regionale samenwerkingsverbanden in het gebied. Deze unieke combinatie kan helpen in het nog economisch sterker en innovatiever maken van dit gebied!

Kader: Meer weten?

Boek: Simon Anholt (2007) Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. New York: Palgrave-MacMillan.

Meer weten over het onderzoek naar de identiteit van de Westas?

Onderzoek: Mark Noordzij (2014) Conceptualisering van de Westas: de wisselwerking tussen de identiteiten van regionale samenwerkingsverbanden en stakeholders in het gebied ten westen van Amsterdam. Op te vragen via contactgegevens