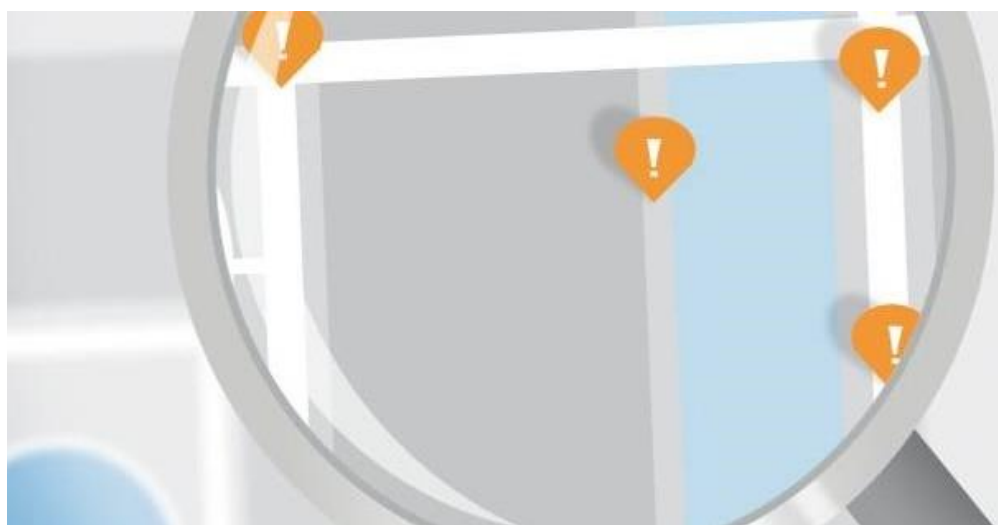


CONCEPTUALISERING VAN DE WESTAS



De wisselwerking tussen ruimtelijke identiteiten en de rol van identiteit in het regiovormingsproces in het noordelijke deel van de Randstad.

Mark Noordzij

April 2015

Masterthesis Geo-communicatie

CONCEPTUALISERING VAN DE WESTAS

De wisselwerking tussen ruimtelijke identiteiten en de rol van identiteit in het regiovormingsproces in het noordelijke deel van de Randstad.

Masterthesis Geo-communicatie

Auteur

J.M. Noordzij

3367398

Instituut

Universiteit Utrecht

Faculteit

Geowetenschappen

Opleiding

Geo-communicatie

Begeleider

Dr. C.P. Terlouw

Datum

02 april 2015



Universiteit Utrecht

VOORWOORD

Van logistieke corridor tot netwerkregio

De Westas? Tot ruim een jaar geleden had ik er nog nooit van gehoord. Hoe anders is dat nu na vijf maanden stage bij het Kennislab voor Urbanisme, een onderzoek met als resultaat deze masterthesis en enkele professionele opdrachten. Er is in die tijd veel gebeurd: ik heb een uitdagende stage gevolgd, meegeschreven aan een boek over het gebied, ik ben nauw betrokken geweest bij ontwikkelingen in de regio en ik ben een eigen bedrijf begonnen. Plat gesteld is de Westas een nieuwe, functionele regio opgesteld om aandacht te vragen voor de rol van de logistiek binnen de Metropoolregio Amsterdam. Een logistieke corridor die ook wel wat aandacht verdiende. Een onderwerp dat direct mijn interesse wekte, omdat het raakt aan veel aspecten van de geografie en de masteropleiding Geo-communicatie. Regio's en de geografie hebben altijd een haat-liefde-relatie gehad die sinds de jaren '80 van de vorige eeuw weer is opgebloeid door de opkomst van wat ook wel het nieuwe regionalisme wordt genoemd. Beeldvorming over regio's, regionale identiteiten en de branding van places zijn zomaar enkele onderwerpen die binnen dit nieuwe regionalisme een rol hebben gekregen. Ook de ontwikkeling van de Westas kan binnen dit perspectief worden geplaatst: regiovorming wordt ingezet als middel om economische doeleinden te bereiken. De ontwikkeling van de Westas stond echter nog in de kinderschoenen toen ik in februari 2014 aan mijn stage begon. Dit bood mij een unieke mogelijkheid om onderzoek uit te voeren in een vroeg stadium van het regiovormingsproces. Inmiddels is er een duidelijke stap voorwaarts gemaakt in dit proces en ik hoop van harte dat ik met deze masterthesis bij kan dragen aan het vinden van een betekenisvolle invulling voor deze regio.

Tijdens mijn zoektocht naar de identiteit van de Westas en de totstandkoming van deze thesis heb ik veel feedback mogen ontvangen uit verschillende hoeken, waar ik zeer dankbaar voor ben. Allereerst wil ik Paul Jansen van SADC hartelijk bedanken voor zijn input, sturing en oprechte interesse in mijn onderzoek. Zonder zijn kennis van, en over, het gebied en bereidheid tot meedenken, was het vele malen lastiger geweest om dit gebied te doorgronden. Ook Serge Vonk van IMOSS Stedenbouw wil ik hartelijk bedanken voor zijn inhoudelijke feedback en de begeleiding tijdens mijn opstartfase als ondernemer, die bijna parallel liep aan de uitwerking van deze thesis. Ook het Kennislab voor Urbanisme, en in het bijzonder Jan-Willem Wesselink, wil ik bedanken voor het faciliteren van deze unieke mogelijkheid. Als laatste wil ik ook Kees Terlouw van de Universiteit Utrecht hartelijk bedanken voor zijn feedback, inhoudelijke sturing en bereidheid tot meedenken.

Ik hoop van harte dat de inzichten in dit onderzoek van nut kunnen zijn voor alle betrokkenen en voor zij die de uitdaging niet aandurven het hele boekwerk door te nemen, is er altijd nog de samenvatting.

Voor correspondentie over dit onderzoek kunt u contact opnemen met j.m.noordzij@hotmail.com

ABSTRACT

From bounded spaces to regional complexity: An analysis of spatial identities in the northern part of the Dutch Randstad region

The concepts 'region' and 'identity' have always formed an integral part of the academic geography: from its initial conception as the science of regions, the rebuttal of the region during the heydays of the so called spatial analysis in the 1960's all the way through to the conceptualisation of a new regionalism in the late 1980's. This so called new regionalism constituted of a what could be referred to as a renaissance of the regional scale and the importance of regions as an ontological level of analysis. The understanding of regions and the conceptualisation of the keyword has changed dramatically over the years reflecting some key broader changes in social-scientific thinking, such as the rise of postmodernism and the growing importance of globalisation. Understanding and conceptualisation of the region changed from a positivist approach that viewed the region as a naturally formed and bounded space to a more constructivist approach that viewed the region as a social construct: the result of a conscious and directed process. The region changed from a bounded, natural space into a constructed and open concept with fuzzy borders or no borders at all (e.g. Agnew, 1987; Allen et al. 1998; De Pater, 2011; Keating, 1998; MacLeod, 2011; Paasi, 2009; 2010; Ritzer, 1997; Storper, 1997).

Reflective and exemplary of these changes is the change in interpretation and understanding of the role of the regional identity. In classic regional geography the identity was viewed as a common denominator of sorts: a set of shared values that constituted a bond between the residents of a bounded space. These identities are now more commonly known as traditional or thick identities (e.g. Paasi, 2009; 2012; Terlouw, 2009; 2011). However the described changes in regional thinking have led to differentiating conceptualisations of the regional identity. Regions are no longer viewed as bounded spaces, but rather as open networks that serve specific, often economic, goals. These regions do not possess historically shaped and thick identities. Their identities are often multilayered and multidimensional: the result of a specific process of association with and differentiation from other spatial identities at multiple scales. This process has been identified as a process of downloading and uploading: regions download identity elements from the regional consensus in order to shape their identity in accordance with important regional topics and themes. At the same time they upload new elements and themes to this consensus in order to differentiate themselves from other spatial actors (e.g. Boisen et al., 2011; Terlouw & Van Gorp, 2014). This process is important for the legitimacy of regions; because regions are less spatially bounded and more and more fluid and multidimensional they often do not succeed in garnering enough support or they struggle with (perceived) legitimacy. This struggle is in some ways a result of the economic focus of regions within the new regionalism: regions are no longer a goal, but a means to an economic end. This focus has led to an increase in the importance of regional branding and a changing role of the regional identity. The regional identity is no longer a comprehensive statement of regional coherence, but rather a part of the branding process: a tool to garner support, differentiate oneself and nudge forward the purported economic goals (e.g. Anholt, 2007; Ashworth, 2008; Boschma, 2004; Kavaratzis, 2008; 2012; Malecki, 2004; Scott, 1998).

Regional identities thus are becoming more and more dynamic, fluid, multifaceted and often interchangeable in coherence with their regions. Regions often spatially overlap or intertwine if they have a spatial boundary at all. A perceived "strong" regional identity is important for these regions for garnering support and funds and increasing their legitimacy. In order to maximize these effects the identity of the place, in this case the region, should reflect the identities of stakeholders in one way or another in order to increase stakeholder support. However the relation between the identities of the stakeholders and the regional identity is often unambiguous at best. Furthermore since identities are constantly changed and adapted to different needs it is difficult to pinpoint their role in the process of creating and managing regions. This research therefore analyses the relationships between the identity of a relatively new region, its stakeholders and other neighbouring regions in an attempt to create more insight into these complex processes.

The prevalence of the so called functional regions is especially large in Europe where regional policies form an integral part of the planning discourse. In the Netherlands the best, and most famous, example of these policies is the so called 'Randstad' region. This region has been a staple of Dutch spatial planning since as early as the 1930's and is a good example of a functional region: it has no defined borders, a fluid and multidimensional identity and it serves economic goals (Planbureau voor de Leefomgeving, 2006). The northern part of this region is of special interest, because it houses a number of smaller regions, which include in no specific order the Amsterdam Metropolitan Area, Zuidas, Westas, Stadsregio Amsterdam, Greenport Aalsmeer and the Zaancorridor. These regions spatially overlap and intertwine turning the area into a mosaic of regions. Of special interest in this area is the so called 'Westas' region. This region has been in development since 2011 and focuses on economic development of the western part of the Amsterdam Metropolitan Area. Compared to the other regions in the area it is a relatively young region. What makes this an interesting region is that its development is not government led or government funded, but rather a cooperation between different stakeholders from both the public and private domains. Furthermore it has no defined borders and it presents itself as a network region. Therefore it fits the bill of an economically focussed, functional network region. Coupled with its relatively young age this makes the region into a compelling empirical basis to study the role of identity in the process of building a region and to garner more insight into the dynamics of spatial identities. Because of the nature of its cooperation this region also makes for a compelling case to study the relationships between stakeholder identities and the identities of the region.

To effectively study and compare spatial identities a clear and defined conceptualisation of the keyword is imperative. However the identity is almost never a clear and defined category: in the context of the new regionalism identities are viewed as changeable, dynamic and multidimensional messages which are just as much dependant on the perception of the receiver as they are on the sender(s) of the message. Defining and bordering the identity into a measurable and accountable whole does not do justice to this dynamic and fluid nature. However to effectively compare identities a definition of some sorts is needed in order to prevent a skewed comparison. Balmer et al. (2002) view the identity as the result of five interconnected categories: the actual, communicated, conceived, ideal and desired identity. These categories all emphasize a specific side of the identity. This conceptualisation of the identity is especially useful in comparing different identities to each other, because it categorises the identity into comparable, albeit interconnected, parts. Instead of conceptualising the identity into some sort of coherent whole this conceptualisation acknowledges the multidimensionality of the identity by emphasizing that comparisons between identities

are in fact comparisons between parts of the identities. In this research the identity of the Westas region has been used as the object of the comparison. The identity of the Westas has been analysed based on this conceptualisation of Balmer et al. (2002). The different identity types have been analysed in relation to each other in order to gain more insight into which topics and themes are important in relation to the identity of the region and how they differ between the different identity types. These identities have been compared to the identities of the other regions in the area and their stakeholders. This comparison leads to more insight into the relationships between these spatial identities and how they relate to the identity of the Westas region.

In order to analyse the different identity types multiple qualitative research methods have been used. Because there is no such thing as an objectively measurable identity 'out there' the analysis of the identities is based on themes related to the different identity types. The different themes, which are prevalent in the different identity types, have been analysed in order of their commonality. The themes were then compared to each other to determine whether there is a certain amount of convergence, divergence or complementarity between the identities on a thematic level. The goal of this analysis is to gain more insight into how the different spatial identities relate to each other on a thematic level and how these different themes are connected to their respective identity types. This strengthens the overall goal of gaining more insight into the relations between spatial identities in an area and the relations between the regional identities and the identities of the stakeholders by assessing thematic differences.

To analyse the different identities multiple qualitative research methods have been used. The identities of the Westas region were split into three categories: the actual/communicated identity, the conceived identity and the ideal/desired identity. These identities were analysed on a thematic level using different qualitative research methods: the actual/communicated identities and ideal/desired identities were analysed using a qualitative content analysis of multiple documents and publications and the conceived identities were analysed with the use of several focus group sessions.¹ The identities were then compared to each other on a thematic level to gain more insight into the identity of the Westas region and how the different identity categories relate to each other. These thematic identities were then compared to the identities of other regions in the area and their stakeholders.² Their thematic identities were based on a qualitative and multimodal website analysis which focused on the communicated identities. The identities of the Westas were thus not only compared to the identities of other neighbouring regions, but also to the identities of their stakeholders. This focus on not only the horizontal (region to region) relations, but also on the vertical (region to stakeholder) relations further cements the research goal of gaining more insight in the relations between regions and their stakeholders by looking at thematic overlaps and differences between the respective identities.

The analysis of the identities of the Westas region, the object of comparison in this research, focussed on the relations between the different identity categories (i.e. actual/communicated, conceived, ideal/desired). On a thematic level a shift in themes is visible that moves from the actual/communicated identity to the ideal/desired identity. This shift focusses on the importance, use and interpretation of the theme 'logistics'. In the actual/communicated identity this theme forms the pillar of the regional identity; the region is viewed as a logistics hub: a centre of logistic-economic development and an important pillar of the regional economy. The focus is however pretty narrow: logistics are viewed as an important economic

¹ For more details on the respective research methods see chapter 3.

² For more details on the other analysed regions and their stakeholders see chapter 3.

sector that deserves more attention. However this rather narrow focus shifts towards a wider, and softer, focus in both the conceived and ideal/desired identities. More and more logistics are viewed as an primary example of a connected region: the Westas region is viewed as an important hub for connectivity and logistics and the theme logistics, with its focus on connections, is the most adamant example of this principle. The focus is widened even further with references to data connections and an open and welcome culture. Furthermore the region presents itself as a connective element in the regional mosaic: the Westas region not only connects people and businesses, but also other regions. The region presents itself as a glue of some sorts; the connective element that connects all kinds of different actors.

The identity of the region is presented as complimentary to other identities in the area. The Westas clearly tries to connect its identity to the identities of other regions, but also to the identities of perceived strong and thick identities in its vicinity. For example it clearly tries to connect its identity to the identities of the Schiphol airport, the port of Amsterdam and the city of Amsterdam. It is important to notice that this is intentional: the regional identity is not a natural fit that was waiting to happen, but a conscious effort to improve the comparative, economic position of its benefactors. Hence the focus of all the identities is economic in its core. The principle focus of the identities of the Westas is therefore best summarised as a focus on seamless connections. These keywords are used in the ideal/desired identity and state the importance of connectivity for the identity of the region.

The Westas region clearly tries to connect its own identity to the identities of other regions using a process of up- and downloading (as exemplified by Terlouw et al., 2014). It tries to connect its own identity to other identities in the area by referring to common themes. However the Westas region also tries to present its own identity as complementary based on these same themes. It presents itself as a complementary region based on the convergence of common themes: the Westas uses themes like 'connectivity' and a focus on economic development to solidify its own complementarity. This fits into the grand narrative of the Westas as a connecting region: the complementarity of the region is based on its ability to converge other regions and stakeholders. The identity of the Westas region is therefore formed by using a network of relations: it is influenced by other identities in the area that in turn are influenced by the identity of the Westas. Regional identities are therefore not a mere by-product of regional processes, but conscious attempts at context specific storytelling. The Westas downloads themes and elements from the so called regional identity consensus and uploads its own. The bulk of these themes is concentrated around the importance of connectivity for economic development within the context of a network society, innovations in logistics and the so called environmentally neutral 'circular economy'. The Westas uses these themes in a convergent manner to define its own complementarity. This process is however not merely confined to horizontal relations (region to region), but also encompasses vertical (region to stakeholder) relations.

The divergence between the identities of the Westas region and the other regions in the area is relatively minor: the relations between the identities can best be described as complementarity based on thematic convergence. This lack of divergence might be ascribed to the focus of the Westas as a connecting element. The same lack of divergence is also visible in the thematic analysis of the identities of the stakeholders in relation to the identities of the Westas. The amount of divergence between the identities is relatively minor: the most common themes all feature in both the identities of the stakeholders as well as the identities of the Westas region. This further strengthens the notion that the identities of the Westas are mainly convergent and rarely divergent. The Westas region aims for complementary by giving some of the

common themes a different, and often more specific, twist. For example, the Westas region emphasises a specific form of economic sustainability, the circular economy, in an attempt to complement the theme 'sustainability' which is an important theme in many of the identities of the stakeholders.

The Westas region seems to be able to effectively assimilate themes that are common in both the identities of the other regions and the identities of the stakeholders. This fits with the notion that the region focusses on connectivity and being a connective element. However, the question rises if this focus on complementarity and convergence is enough to legitimize the region and its identity. It could be argued that the focus on creating a connective element might be deficient to the legitimacy of the region. Furthermore, the region presents itself as a relational network, but at the same time uses methods in its identity formation which are steeped in old regional thinking encompassing regions as bounded spaces. For example, the region emphasises some sort of common mentality; an element usually reserved for thick identities and bounded spaces. This clashes with its view of the Westas as a network region. If anything this shows that thin identities also make use of thick elements to form their identities. It might also be argued that the Westas region is not really a network region at all, but much more a chain in a network region. The region presents itself as a connecting element: the necessary glue that is needed to make the other regions work. From this perspective it could be argued that the region is much more an actor in a larger network region than its own network region. If anything this furthers the notion that regions are complex constructs and not clearly defined, bordered spaces.

The Westas region might very well be a prime example of the "new" regional thinking: a borderless region with economic goals and a fluid and multidimensional identity. Its relations with both the identities of the other regions in the vicinity and the identities of its stakeholders are complex and can be generally defined as complementary based on a high level of convergence. The region tries to connect its identities to those of perceived strong identities in the area: mainly the mainports and the Amsterdam Metropolitan Area. The identities in the area are highly interconnected and seem to be in a constant process of downloading and uploading of relevant themes. The region presents itself as the connecting element: not only for people and businesses, but also for other regions. The question remains whether or not this focus is enough to warrant its legitimacy or that more divergence is needed.

INHOUDSOPGAVE

Titelblad	2
Voorwoord	3
Abstract – From bounded spaces to regional complexity: An analysis of spatial identities in the northern part of the Dutch Randstad region.	4
Inhoudsopgave	9
1. Het nieuwe regionalisme – regio's en identiteiten in het noordelijke deel van de Randstad	11
1.1 Regiovorming in het noordelijke deel van de Randstad	12
1.2 Het regiovormingsproces en de rol van identiteiten	19
1.3 Onderzoeksvragen	21
2. De geografie van regio's – beeldvorming en identiteiten	23
2.1 Wat is een regio? De regio binnen het nieuwe regionalisme	23
2.2 De rol van identiteiten in het proces van regiovorming	27
2.3 Verschijningsvormen van identiteiten	30
2.4 Afsluiting	32
3. Analyse van identiteiten – onderzoeksmethoden	33
3.1 Conceptualisering van de regionale identiteit binnen een kwalitatief onderzoekskader	33
3.2 Een model voor dataverzameling van websites en een toelichting op de dataverzameling	37
3.3 Uitwerking van de inhoudsanalyse met contextuele elementen	40
3.4 Toelichting op de focusgroepsessies	42
3.5 Uitwerking van de onderzoekseenheden	44
4. Identiteiten in beweging – Analyse van de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas	49
4.1 De Westas als logistiek brandpunt – gecommuniceerde identiteiten	49
4.2 De Westas als een as van verbindingen – waargenomen identiteiten	51
4.3 De Westas als netwerk – gewenste identiteiten	55
4.4 Een vergelijkende analyse van de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas	60
5. Identiteiten vergeleken – Analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's en de stakeholders	65
5.1 Resultaten en implicaties van de dataverzameling	65
5.2 Analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's	67
5.3 Analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders	73

6. Een samenspel van identiteiten? Een vergelijkende analyse van de identiteiten van de Westas	84
6.1 Een netwerkregio? Thematische vergelijking van de identiteiten van de Westas ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's	84
6.2 Relaties tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de stakeholders	89
7. Identiteiten in beweging – Conclusies en discussie van de onderzoeksresultaten	92
Bronvermelding	98
Bijlagen	
1. Manifest Westas (verkleind)	101
2. Werkvorm focusgroepsessies (verkleind)	103
3. Volledige thematische uitwerking van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's	104
4. Volledige thematische uitwerking van de gecommuniceerde identiteiten van de Stakeholders	108
5. Reflectie op het onderzoeksproces	112

1. HET NIEUWE REGIONALISME

Regio's en identiteiten in het noordelijke deel van de Randstad

De toenemende eenvormigheid van de wereld is sinds jaar en dag onderwerp van menig wetenschappelijke en maatschappelijke discussie. Processen als globalisatie en individualisering zouden bijdragen aan wereldwijde nivellering met als resultaat het verdwijnen van regionale verschillen (Ritzer, 1993). De regio zou een langzame dood sterven en het regionale denken zou volledig uit de maatschappij verdwijnen. Als gevolg van wetenschappelijke en maatschappelijke veranderingen nam de aandacht voor regio's sterk af in de jaren '60 en '70 van de vorige eeuw. In de samenleving was minder aandacht voor de regio als schaalniveau en binnen de wetenschap was er een sterke hang naar algemeen geldende wetten en wetmatigheden. Sinds het einde van de jaren '80 van de vorige eeuw is de regio echter aan een wederopstanding begonnen. Binnen de sociaalruimtelijke wetenschappen trad het besef op dat de context van plaats en tijd wel degelijk van belang is voor de verklaring van verschijnselen. Geografen als Agnew wezen erop dat globalisering eerder regionale verscheidenheid lijkt te versterken dan te verzwakken (Agnew, 1987). Dat juist een geograaf het regionale en contextuele besef aanscherpte, is niet geheel toevallig. De regio als schaalniveau heeft van oudsher een sterke binding met de geografie die zich gespecialiseerd heeft in de studie van regio's en regionale verschillen. Bovendien kwam ook het postmoderne gedachtegoed op dat meer nadruk legde op het gefragmenteerde, het onoverzichtelijke en het veelvormige binnen de werkelijkheid zelf en het denken over die werkelijkheid. Hierdoor werd binnen de sociale geografie het bewustzijn verscherpt dat geografische kennis een geconstrueerd karakter heeft en dat regio's dus niet onafhankelijk bestaan in een objectieve werkelijkheid (De Pater, 2011).

Ook binnen de maatschappij is het regionale denken aan een wederopstanding begonnen. Sinds het einde van de Koude Oorlog is er een hernieuwde nadruk komen te liggen op regio's en regionaal denken. Storper (1997) stelt dat de regio een nieuwe rol heeft gekregen. Hij stelt dat de regio een fundamentele basis is geworden voor niet alleen sociale activiteiten, maar ook voor het meten daarvan. De regio wordt dus niet alleen beschouwd als een achtergrond voor sociale processen, maar ook als een handig ontologisch meetniveau. Scott (1998, pp. 11) stelt dat de regio *"een raamwerk is geworden voor nieuwe vormen van communityvorming en een nieuwe aanpak van sociaal-maatschappelijke problemen."* Er kan dus gesproken worden over een toenemende aandacht voor de de- en herterritorialisatie van politiek-economische activiteiten; een trend die inmiddels door velen wordt gesignaleerd (MacLeod, 2001). Deze trend heeft ertoe geleid dat de term 'nieuw regionalisme' in zwang is geraakt. Dit nieuwe regionalisme omvat niet alleen een andere verschijningsvorm van de regio, maar het is ook een fundamenteel andere ziens- en denkwijze. Niet langer wordt de regio beschouwd als een passieve actor die als onafhankelijke eenheid in een objectieve werkelijkheid bestaat, maar als het resultaat van een bewust gestuurd proces. Regio's worden gevormd en veranderd met specifieke (economische) doelen voor ogen en hebben dus ook verschillende betekenissen voor verschillende actoren. Binnen dit nieuwe regionalisme worden regio's dus beschouwd als flexibel en fluïde en niet als een statische, objectieve, politiek-economische context.

De opkomst van dit nieuwe regionalisme is gestoeld op de empirische observatie dat met name binnen de Europese Unie en de Verenigde Staten het regionale schaalniveau aan belang heeft gewonnen. Dit komt

onder andere tot uiting in regionale projecten met bijbehorende financiële steun. Nieuwe regionale samenwerkingsverbanden zoals stadsregio's, grensregio's, corridors en 'valleys' schieten als paddenstoelen uit de grond. Veelal hebben deze regio's een functionele (economische) inslag in tegenstelling tot de traditionele (territoriale) regio's die over een lange periode zijn ontstaan. Ook in Nederland is deze trend zichtbaar: op bestuurlijk niveau staat regionale samenwerking hoog op de agenda met metropoolregio's, plusregio's en stadsregio's als resultaat. Andere concepten, zoals de 'Food Valley' (grotweg het gebied rondom Ede en Wageningen) maken gebruik van een (economisch) thema om gemeenten en overige actoren met elkaar te verbinden. De dichtheid van deze economisch-regionale samenwerkingsverbanden is in de provincie Noord-Holland opvallend hoog. Concepten als de Westas en de Zaancorridor vechten daar om een plek binnen een mozaïek van regionale samenwerkingsverbanden. In deze inleiding zal dieper in worden gegaan op de regiovorming in dit gebied en wordt beschouwd welke rol een concept als regionale identiteit kan spelen in dit regiovormingsproces.

"It is now well accepted that a lot of our "geography" is in our mind."

Massey, 2014

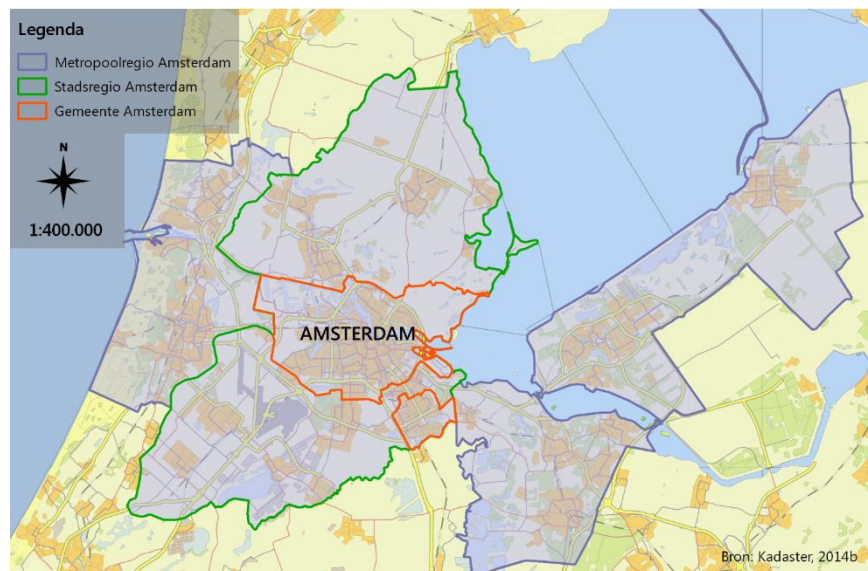
1.1 Regiovorming in het noordelijke deel van de Randstad

Niet alleen binnen de geografische wetenschap is een hernieuwde nadruk komen te liggen op de rol en het belang van regio's, ook binnen het Nederlandse politiek-economische landschap zijn veranderingen zichtbaar. Het bekendste Nederlandse voorbeeld van een functionele regio is zonder meer de Randstad. Onder de Randstad wordt veelal de ring van verstedelijking rond het Groene Hart verstaan. Een opmerkelijke definitie die de essentie van het nieuwe regionalisme goed omvat. Zowel de Randstad als het Groene Hart zijn immers regio's en beide kunnen alleen gedefinieerd worden als tegenpolen van elkaar: het Groene Hart is de groene kern binnen de ring van verstedelijking en de Randstad is de ring van verstedelijking rond de groene kern. Het begrip 'Randstad' bestaat al sinds de jaren '30 van de vorige eeuw en drong na de Tweede Wereldoorlog als planningsconcept door in de nationale ruimtelijke ordening. Sinds die tijd wordt er ook onophoudelijk gediscussieerd over de grenzen van het gebied en in hoeverre het nu daadwerkelijk één (functioneel) gebied is of dat er toch gesproken dient te worden van verschillende gebieden (Planbureau voor de Leefomgeving, 2006). Binnen de Randstad zijn immers ook weer allerlei verschillende regionale samenwerkingsverbanden te onderscheiden. Zo wordt er onderscheid gemaakt tussen een Noordvleugel en een Zuidvleugel bestaande uit (delen van) provincies met elk hun eigen kerngemeenten. Iedere kerngemeente heeft vervolgens ook weer een lokaal-regionale samenwerking: de zogenoemde Plusregio's of Stadsregio's. Er is dus sprake van regiovorming binnen regio's.

Binnen het noordelijke deel van de Randstad is de dichtheid van het aantal regionale samenwerkingsverbanden opvallend hoog. Wanneer alleen gekeken wordt naar bestuurlijke regio's zijn er twee deels overlappende regio's te onderscheiden: de Metropoolregio Amsterdam en de Stadsregio Amsterdam (figuur 1.1.1). Deze beide regio's zijn bestuurlijk-ruimtelijk afgebakend op gemeentelijk niveau en hebben dus administratieve grenzen. Opvallend is dat de Stadsregio Amsterdam volledig ingeklemd is

door de Metropoolregio. Er is dus sprake van regiovorming binnen regio's op meerdere schaalniveaus: de Randstad omvat de Metropoolregio die op haar beurt de Stadsregio omvat. Tevens is het opvallend dat beide regio's zich letterlijk centreren rond de gemeente Amsterdam. Dit komt niet alleen naar voren in de naamgeving, maar Amsterdam lijkt ook het fysieke centrum van beide regio's te vormen.

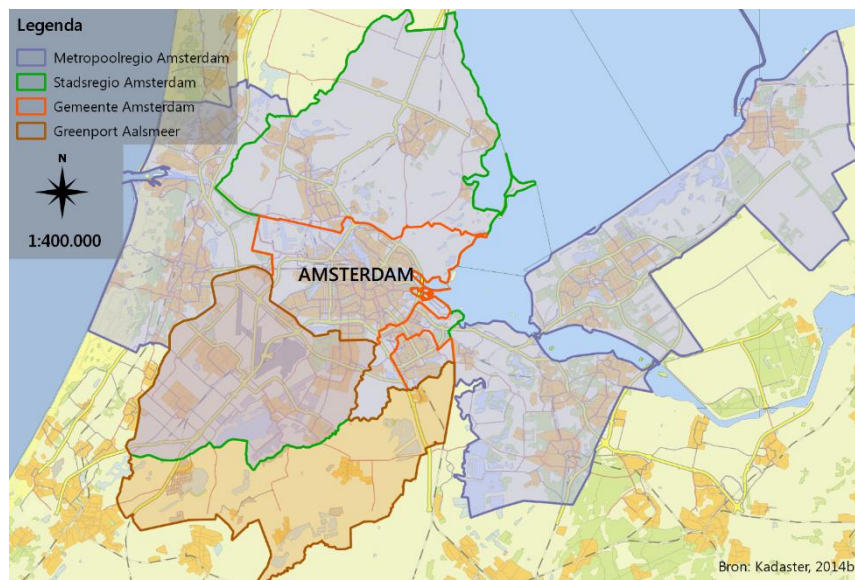
1.1.1 Bestuurlijke regio's binnen het noordelijke deel van de Randstad in 2014



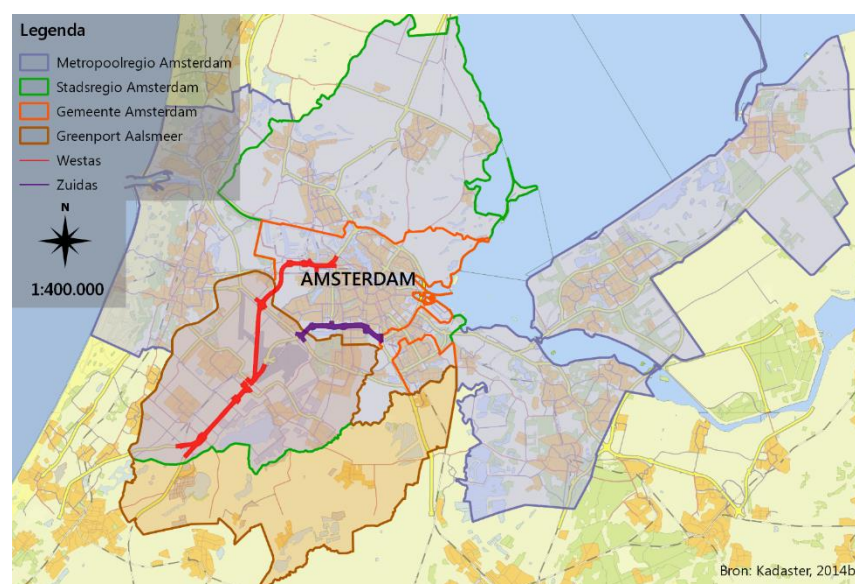
De samenwerkingen in de stadsregio en metropoolregio bestaan alleen uit partijen uit het publieke domein. Binnen het gebied is echter ook een aantal samenwerkingen actief die zowel partijen uit het publieke als het private en semipublieke domein bevatten (tabel 1A). Allereerst is er de Greenport Aalsmeer: een samenwerking van publieke en private partijen gericht op het versterken van een economische sector. Net als de bestuurlijke regio's is ook deze regio afgebakend op gemeentelijk niveau (figuur 1.1.2). De afbakening komt echter niet overeen met alle partijen binnen de samenwerking. Zo is bijvoorbeeld de stadsregio betrokken bij de Greenport, maar een deel van die regio valt buiten de afbakening van de Greenport. Dit is opmerkelijk, want een regio is hier betrokken bij het functioneren van een andere regio. In het gebied is dus niet alleen sprake van regiovorming *binnen* regio's, maar ook van regiovorming *door* regio's.

Opvallend is de ontwikkeling van een tweetal assen in het gebied gepositioneerd ten opzichte van Amsterdam. Onder de Zuidas verstaat men veelal het ontwikkelingsgebied in het zuiden van de gemeente Amsterdam geconcentreerd rond de snelweg A10. Vanaf grofweg 1998 heeft de gemeente Amsterdam specifiek ingezet op ontwikkeling van dit gebied en in de daaropvolgende jaren is het uitgegroeid tot een belangrijk zakencentrum met een relatief hoge dichtheid van financieel-zakelijke instellingen (Gemeente Amsterdam, 2009 & 2014). Naast de ontwikkeling van de (financiële) Zuidas is er ook ingezet op de ontwikkeling van een (logistieke) Westas ten westen van Amsterdam. In het plan Amsterdam Connecting Trade (2011) is de ontwikkeling van de Westas als "logistiek brandpunt" aan de orde gesteld. De Westas wordt in dit plan omschreven als: "*het brandpunt dat samen met de Zuidas een belangrijke pijler onder de concurrentiepositie van de Metropoolregio Amsterdam vormt* (Programmabureau ACT, 2011, pp. 3)." Met de Westas wordt grofweg het gebied rond de snelwegen A4 en A5 aangeduid (figuur 1.1.3).

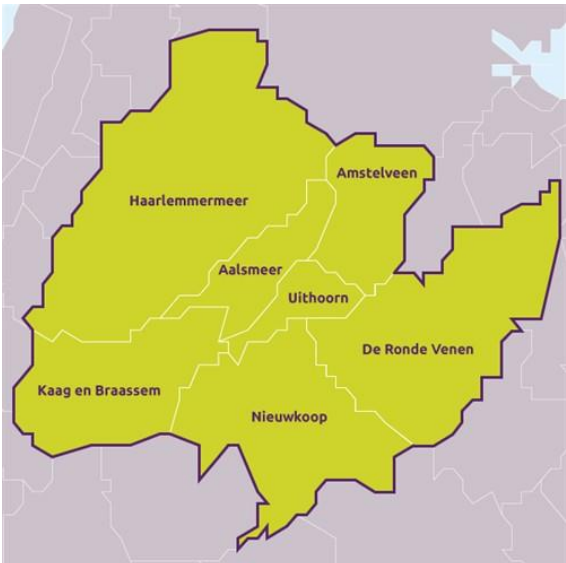

1.1.2 Bestuurlijke regio's binnen het noordelijke deel van de Randstad inclusief Greenport Aalsmeer in 2014





1.1.3 Bestuurlijke regio's binnen het noordelijke deel van de Randstad inclusief Greenport Aalsmeer, de Zuidas en de Westas in 2014



1A Regiovorming in het noordelijke deel van de Randstad in 2014

Regio	Actoren	Omschrijving	Domein
<p>Greenport Aalsmeer</p> <p>De Greenport Aalsmeer is een samenwerkingsverband van zowel private als publieke partijen die als doel hebben de sierteeltsector in de regio te versterken. Greenport Aalsmeer werkt aan de versterking van de concurrentiepositie van de sierteeltsector in zeven gemeenten:</p>  <p>Bron: Greenport Aalsmeer (2014)</p>	<p>Blooming Breeders Flora Holland Kamer van Koophandel – Amsterdam LTO Noord - Glaskracht Naktuinbouw Rabobank regio Schiphol Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijproducten (VGB) Wellantcollege</p> <p>Aalsmeer Amstelveen De Ronde Venen Haarlemmermeer Kaag en Braasem Nieuwkoop Uithoorn</p> <p>Noord-Holland</p> <p>Stadsregio Amsterdam</p>	<p>Kennisorganisatie Bloemenveiling Handelsregistratie</p> <p>Samenwerking Stichting Bank Vereniging</p> <p>Onderwijsinstelling</p> <p>Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente</p> <p>Provincie</p> <p>Bestuurlijke samenwerking</p>	<p>Privaat Privaat Publiek</p> <p>Privaat Privaat Privaat Privaat</p> <p>Publiek</p> <p>Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek</p> <p>Publiek</p> <p>Publiek</p>
<p>Metropoolregio Amsterdam</p> <p>Regionale samenwerking met afgebakende ruimtelijke inslag. Richt zich op economische vraagstukken, snellere verbindingen en ruimtelijke vraagstukken. Bovendien werkt men via een bundeling van krachten aan een snellere en krachtigere besluitvorming (Metropoolregio, 2014).</p>  <p>Bron: Metropoolregio Amsterdam, 2014a</p>	<p>Aalsmeer Almere Amstelveen Amsterdam Beemster Beverwijk Blaricum Bloemendaal Bussum Diemen Edam-Volendam Haarlem Haarlemmerliede en Spaarnwoude Haarlemmermeer Heemskerk Heemstede Hilversum Huizen Landsmeer Laren Lelystad Muiden Naarden Oostzaan Ouder-Amstel Purmerend</p>	<p>Gemeente Gemeente</p>	<p>Publiek Publiek</p>

	<p>Uitgeest Uithoorn Velsen Waterland Weesp Wijdmeren Wormerland Zaanstad Zandvoort Zeevang</p> <p>Flevoland Noord-Holland</p> <p>Stadsregio Amsterdam</p>	<p>Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente</p> <p>Provincie Provincie</p> <p>Bestuurlijke samenwerking</p>	<p>Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek</p> <p>Publiek Publiek</p> <p>Publiek</p>
<p>Stadsregio Amsterdam</p> <p>De Stadsregio Amsterdam is een samenwerkingsverband van 16 gemeenten. Ze werken aan verbetering van de bereikbaarheid, de leefbaarheid en de ruimtelijke ontwikkeling van dit gebied (Stadsregio Amsterdam, 2014a).</p> 	<p>Aalsmeer Amstelveen Amsterdam Beemster Diemen Edam-Volendam Haarlemmermeer Landsmeer Oostzaan Ouder-Amstel Purmerend Uithoorn Waterland Wormerland Zaanstad Zeevang</p>	<p>Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente Gemeente</p>	<p>Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek Publiek</p>
<p>Bron: Stadsregio Amsterdam, 2014b</p> <p>Westas</p> 	<p>Elba-Rec Greenport Aalsmeer OBL Advies Port of Amsterdam Projectorganisatie Westpoort/Sloterdijken SADC Schiphol Cargo Siemens Nederland Transforte Amsterdam Haarlem Haarlemmermeer Stadsdeel Amsterdam Nieuw-West Zaanstad</p>	<p>Communicatiebureau Samenwerkingsverband Adviesbureau Haven Gemeentelijk ontwikkelingsbureau Gebiedsontwikkelaar Luchthaven Elektronica Bouw</p> <p>Gemeente Gemeente Gemeente</p> <p>Stadsdeel Gemeente</p>	<p>Privaat Privaat Privaat Semi Publiek</p> <p>Semi Privaat Privaat Privaat</p> <p>Publiek Publiek Publiek</p> <p>Publiek Publiek</p>
<p>Bron: Amsterdam Connecting Trade, 2014 Kennislabs voor Urbanisme, 2014a</p>			

<p>Zuidas</p> <p><i>"Zuidas is de internationale toplocatie van Amsterdam. Het ligt op een zeer strategische plek tussen de binnenstad en Schiphol, tussen Buitenveldert en Oud-Zuid."</i></p> <p>Bron: Zuidas, 2014</p>	<p>Dienst Zuidas Stadsdeel Zuid</p>	<p>Gemeentelijke dienst Stadsdeel</p>	<p>Publiek Publiek</p>
---	---	---	----------------------------

Zowel de Zuidas als de Westas zijn niet ruimtelijk-administratief afgebakend. Hierin verschillen ze dus van de bestuurlijke regio's in het gebied die afgebakend zijn op gemeentelijk niveau. Dit is een belangrijk verschil aangezien het teruggrijpt op de intentie van het regiovormingsproces. Regio's met een harde bestuurlijk-ruimtelijke afbakening trekken een duidelijke scheidslijn tussen wie wel en niet een onderdeel vormt van de regio. De andere regio's hebben een open structuur die een dergelijke scheidslijn niet trekt. Beide typen regio's passen goed binnen de trend van het nieuwe regionalisme, zoals beschreven in de inleidende woorden van dit hoofdstuk. Enerzijds wordt de regio steeds vaker gezien als een handig administratief schaalniveau voor het oplossen van sociaaleconomische vraagstukken, maar anderzijds wordt regiovorming ook gebruikt als een middel om economische groei en competitiviteit te bevorderen. In dit gebied zijn dus beide typen regiovorming terug te vinden.

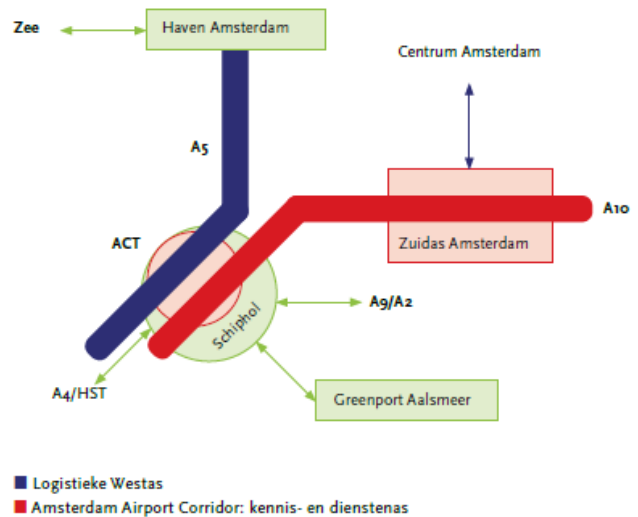
De Westas wordt in het gebied gepositioneerd als een verbinding tussen de zogenoemde mainports: de haven van Amsterdam (seaport), luchthaven Schiphol (airport) en Greenport Aalsmeer. Het mainportconcept is één van de sterkste en invloedrijkste planningsconcepten binnen de Nederlandse ruimtelijke ordening en is al sinds de jaren '80 van de vorige eeuw in zwang. Het concept begon als een poging van de Rotterdamse haven en luchthaven Schiphol om de internationale concurrentiestrijd aan te gaan door zichzelf te positioneren als centrale transporthubs. In de daaropvolgende jaren werd het concept echter naar een hoger bestuurlijk niveau getild en werd het verheven tot een nationaal planningsconcept. De mainports werden beschouwd als essentieel voor nationale economische groei. Naast hun economische waarde werden de mainports ook beschouwd als belangrijke pijlers in de ruimtelijke structuur van de Randstad. Door de mainports ruimte te geven voor verdere ontwikkeling kon bij worden gedragen aan de economische ontwikkeling van Nederland als geheel. Het concept van de mainports werd algemeen geaccepteerd binnen zowel de politiek als de ruimtelijke planning, waardoor het inmiddels geheel geïntegreerd is in het economisch-ruimtelijk denken in Nederland (Van Duinen, 2013).

Door het succes en de algemene acceptatie van het mainportconcept zijn ook andere partijen in het gebied zich gaan presenteren als ports, zoals de Greenport Aalsmeer en de haven van Amsterdam (Port of Amsterdam, 2014). Deze concepten trachten in te spelen op het succes van het mainportconcept van luchthaven Schiphol en de Rotterdamse haven. De Westas tracht op haar beurt in te spelen op deze ontwikkeling door zich te presenteren als een verbinding tussen de ports. Volgens het plan ACT zou de Westas een verbinding moeten vormen tussen de airport (Schiphol), seaport (haven van Amsterdam) en greenport (Aalsmeer) (figuur 1.1.4). Daarnaast zou de Westas de verbinding moeten vormen tussen deze ports en het financieel-zakelijke centrum: de Zuidas.

Het concept van de Westas is sinds 2011 in ontwikkeling en neemt een unieke positie in binnen het gebied, omdat het ontstaan is als een samenwerking tussen private, publieke en semipublieke actoren. In tegenstelling tot de andere regio's in het gebied is het concept dus niet vormgegeven door een overheidsorgaan en het beheer van de regio is dus ook niet in de handen van een publieke partij. Het concept van de Westas vindt haar oorsprong in een poging van partijen in het gebied om het economische

belang van de logistieke sector te benadrukken (Ecorys, 2011; Programmabureau ACT, 2011). Inmiddels is het concept echter uitgegroeid tot een samenwerking tussen meerdere partijen uit zowel het publieke als het private domein (Kennislaboratorium voor Urbanisme, 2014b).

1.1.4 Ontwikkeling van de Westas in relatie tot andere actoren in het gebied



Bron: Programmabureau ACT, 2011

Binnen het gebied is de dichtheid van regio's en regionale samenwerkingsverbanden dus bijzonder groot: van bestuurlijke regio's tot publiek-private samenwerkingen en mainports. De Westas valt op, omdat deze regio zich positioneert als een verbindende factor die al deze samenwerkingen aan elkaar moet binden. De regio probeert zich dus niet te onderscheiden door zich af te zetten tegen andere regio's, maar juist door duidelijk te maken dat zij essentieel is voor succesvolle samenwerking binnen het gebied.³ Omdat de Westas bovendien een relatief nieuw concept is, rijst de vraag in hoeverre de regio zich kan onderscheiden van de vele andere regio's in het gebied. Is er wel behoefte aan nog een regio in een gebied waar de dichtheid van regio's al zo groot is?

"While 'region' has been declared at times to be irrelevant for our purported modern society or geography's theoretical cutting edge, it perpetually pops up like a conceptual jack-in-the-box."

Paasi, 2010, pp. 1

³ Voor verdere uitwerking van dit principe wordt verwezen naar hoofdstuk 2.

1.2 Het regiovormingsproces en de rol van identiteiten

Binnen het nieuwe regionalisme wordt de vorming van regio's beschouwd als een proces: de regio is een concept dat vormgegeven wordt door actoren en niet een meetbare eenheid in een objectieve werkelijkheid. In het noordelijke deel van de Randstad is dit regiovormingsproces duidelijk zichtbaar: zowel bestuurlijke als publiek-private regio's worden gevormd met verschillende doeleinden. Het gebied is verworpen tot een lappendeken van regio's met regiovorming binnen regio's en regio's die elkaar ruimtelijk overlappen. Binnen deze context heeft men sinds 2011 ingezet op de ontwikkeling van de Westas. Dit concept is even interessant als opmerkelijk, omdat het inzet op het verbinden van regionale concepten. De Westas is pas sinds 2011 in ontwikkeling en staat vergeleken met andere regio's in het gebied nog in de kinderschoenen. Zo is de Metropoolregio Amsterdam sinds 1999 in ontwikkeling, de Zuidas sinds 1998 en de Randstad al sinds de jaren '30 van de vorige eeuw (Metropoolregio Amsterdam, 2014b; Gemeente Amsterdam, 2014; Planbureau voor de Leefomgeving, 2006). De Westas bevindt zich dus nog in een relatief vroeg stadium van het regiovormingsproces. In deze paragraaf zal kort in worden gegaan op dit regiovormingsproces en met name de rol van identiteiten in dit proces.

Binnen het nieuwe regionalisme wordt de regio beschouwd als een construct: een regio ontstaat niet vanzelf en regio's hebben verschillende betekenissen voor verschillende actoren. De regio is dus het resultaat van een bewust proces van belanghebbende actoren. Het is veelal echter onduidelijk wie er verantwoordelijk is voor dit proces, wat dit in de praktijk betekent en welke belangen er spelen (Paasi, 2010). Boudreau (2007) spreekt in deze context over het inzetten van ruimtelijke concepten voor specifieke doeleinden, zoals mobilisatie en het vergroten van legitimiteit. Volgens haar ontstaan nieuwe schaalniveaus als gevolg van interactie tussen private en publieke actoren. Brenner (2004) gaat nog een stapje verder en spreekt over hervorming van het schaalniveau van de natiestaat naar nieuwe ruimtelijke vormen op een ander schaalniveau. Deze 'rescaling' van de natiestaat is bijvoorbeeld zichtbaar in de vorming van stadsregio's. Dergelijke nieuwe, ruimtelijke vormen hebben echter te kampen met een legitimiteitsprobleem: in tegenstelling tot traditionele regio's zijn ze niet verankerd in het ruimtelijke denken. Traditionele regio's (zoals bijvoorbeeld het Baskenland) zijn over een lange tijd ontstaan en hun identiteit en betekenis zijn daardoor verankerd in het ruimtelijke denken en handelen van actoren. Terlouw (2011) spreekt in deze context over regio's met dunne dan wel dikke identiteiten. Traditionele regio's hebben veelal een dikke identiteit die over een lange periode ontstaan is, terwijl nieuwe regio's veel meer een functionele inslag hebben en een dunnere identiteit. 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 (Terlouw, 2009). Deze paradoxale relatie is het gevolg van een veranderende samenleving die steeds meer verbonden raakt op verschillende niveaus. Binnen regio's leidt dit tot een verschuiving van de traditionele, dikke identiteiten naar dunnere identiteiten 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 (Terlouw & Van Gorp, 2014). 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 kunnen hun bestaansrecht verantwoorden door zich enerzijds te verbinden met al bestaande identiteiten, maar zich ook te onderscheiden van deze identiteiten. Op deze wijze kan een regio zich binnen een gebied positioneren ten opzichte van andere, al bestaande, regio's. Dit is een constant proces van het downloaden van al bestaande identiteitselementen en het uploaden van nieuwe, unieke identiteitselementen (Terlouw, 2009; Boisen et al., 2011).

De herwaardering van het regionale schaalniveau heeft er mede voor gezorgd dat er meer aandacht is gekomen voor de concurrentiepositie van regio's en welke voordelen regionale samenwerking kan bieden voor bedrijven en instellingen in een gebied (Boschma, 2004). De vorming van een regionale identiteit is hierbij van groot belang, aangezien een identiteit een belangrijke rol kan spelen in de relatieve positionering van een regio. Anholt (2007) omschrijft dit als een zogenaemde 'competitive identity' van een 'place'. Een regio heeft een competitieve identiteit nodig die enerzijds de actor aan andere actoren verbindt, maar zich ook onderscheidt van andere samenwerkingsverbanden op meerdere schaalniveaus. Een dergelijke competitieve identiteit kan helpen in het aantrekken van investeringen, genereren van aandacht en het mobiliseren van stakeholders.

Een identiteit is echter, net als een regio, geen vaststaand gegeven binnen een objectieve context. Een identiteit is een construct dat onderhevig is aan interpretatie en veranderende betekenissen. Balmer (2002) stelt dat een identiteit meerdere verschijningsvormen aan kan nemen. In zijn onderzoek gaat hij in op de identiteit van bedrijven en maakt grofweg een onderscheid tussen een gecommuniceerde, geïnterpreteerde en gewenste identiteit. Een identiteit wordt dus vormgegeven als een boodschap in een samenspel van zender(s) en ontvanger(s). In de context van ruimtelijke en regionale identiteiten wordt dit proces nog complexer, omdat er veelal geen sprake is van één zender en een gecontroleerde boodschap. Er zijn vaak meerdere actoren betrokken bij het communicatieproces over regio's, waardoor er niet gesproken kan worden van één zender.

Balmer (2002) beschouwt een identiteit als een communicatieproces: een complex samenspel van zenders en ontvangers. In het noordelijke deel van de Randstad zijn deze regio- en identiteitsvormingsprocessen in volle gang. Enerzijds is er een regio die sterk verankerd is in het ruimtelijke denken (de Randstad) en anderzijds zijn er andere, recentere concepten die vechten om erkenning binnen dit regionale mozaïek. Al deze concepten communiceren hun eigen identiteiten, waardoor in het gebied een mozaïek aan regio's en regionale identiteiten is ontstaan. Van deze concepten is de Westas in het bijzonder interessant, omdat dit concept inzet op verbinding van andere regio's en actoren in het gebied. De vraag rijst in hoeverre een dergelijke regio zich door middel van haar identiteit kan onderscheiden van de vele andere regio's in het gebied. Bovendien rijst de vraag in hoeverre de regio succesvol is in het (ver)binden van actoren. Communiqueert de regio een identiteit die complementair is op die van de overige regio's en actoren? Of communiqueert de regio juist een identiteit die divergent is ten opzichte van de andere identiteiten? De vraag rijst dus welke rol identiteitsvorming speelt binnen het regiovormingsproces van de Westas. Een interessante vraag voor een regio die te kampen heeft met een legitimiteitsprobleem: de regio wordt niet erkend door de provincie en steunt op de bereidheid tot samenwerking van veelal private actoren. Dit maakt het beantwoorden van deze vragen ook relevant voor de regio, omdat het binden van actoren bijzonder belangrijk is voor het voortbestaan van de regio.

1.3 Onderzoeksvragen

Binnen het noordelijke deel van de Randstad is er sprake van uitgebreide regiovorming. Deze regio's zijn geen op zichzelf staande eenheden binnen een objectieve context, maar producten van bewuste regiovormingsprocessen. Toch ligt binnen veel onderzoeken de nadruk nog op de uitwerkingen die deze concepten hebben, waarbij het concept zelf als een vaststaand gegeven wordt beschouwd in plaats van een dynamisch proces. Regionale studies richten zich veelal op de resultaten binnen een regio of economische prestaties van een regio, maar vrijwel nooit op de regio an sich. De regio wordt als een vaststaand gegeven beschouwd: een raamwerk voor het meten van verschijnselen. Regiovorming is echter een doorlopend proces en een regio is geen passieve actor; regio's hebben wisselende en veranderende betekenissen voor verschillende actoren. Het is daarom van belang dat regionaal onderzoek zich niet alleen richt op de economische implicaties en prestaties van een regio, maar ook op meer fundamentele vragen als hoe een regio tot stand komt en op welke wijze actoren in dit proces betrokken worden. Het regiovormingsproces heeft immers veel invloed op actoren in het gebied, maar hun perspectief wordt veelal buiten beschouwing gelaten. Er is meer aandacht voor de (economische) implicaties van regiovorming of voor de bestuurlijk-ruimtelijke afbakening dan voor de actoren en stakeholders die de regio vormgeven. Deze actoren spelen echter een centrale rol in het succes van een regio. Een regio is immers het sterkst als zij niet alleen een onderscheidende identiteit heeft, maar als deze identiteit ook aansluit bij bestaande identiteiten van actoren en stakeholders. Een dergelijke regionale identiteit kan niet alleen bijdragen aan het vergroten van de legitimiteit van een regio, maar ook aan het verbinden van actoren en zo regionale samenwerking versterken.

Het is echter veelal onduidelijk hoe, en in welke mate, een regionale identiteit zich onderscheidt van al bestaande ruimtelijke identiteiten en in welke mate de regio zich met deze identiteiten verbindt. Is de regionale identiteit complementair ten opzichte van bestaande ruimtelijke identiteiten? Of werkt zij juist convergerend dan wel divergerend? Met andere woorden: hoe verhoudt de regionale identiteit zich ten opzichte van de identiteiten van actoren in een gebied? Het beantwoorden van deze vragen kan helpen om meer inzicht te genereren in de mate en wijze waarop een regio in staat is actoren in een gebied te verbinden. Deze kennis kan van waarde zijn voor nieuwe en bestaande regio's, omdat zij inzicht geeft in de wijze waarop succesvolle regionale samenwerking vormgegeven kan worden.

De Westas vormt een goede casus voor het analyseren van dit proces, omdat de regio inzet op verbinding, zich in een relatief vroeg stadium van ontwikkeling bevindt en zich in een gebied bevindt dat al een grote dichtheid aan regio's kent. Door de identiteit van de Westas te analyseren en naast die van andere ruimtelijke identiteiten in het gebied te leggen, kan meer inzicht worden verkregen in de mate waarin de Westas zich verbindt dan wel onderscheidt van bestaande ruimtelijke identiteiten en of er sprake is van complementariteit tussen de identiteiten. Analyse van dit proces geeft meer inzicht in hoe een nieuwe, functionele regio zich tracht te positioneren ten opzichte van andere regio's in een gebied en ten opzichte van actoren die de regio moeten dragen. Een identiteit is echter een complex construct en is het resultaat van een samenspel tussen zenders en ontvangers met verschillende interpretaties. Het doel van dit onderzoek is daarom niet het analyseren van dit identiteitsvormingsproces, maar meer inzicht verkrijgen in hoe ruimtelijke identiteiten in een gebied zich tot elkaar verhouden. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

“Hoe verhoudt de identiteit van de Westas zich ten opzichte van de identiteiten van de overige regio’s en de betrokken stakeholders in het noordelijke deel van de Randstad?”

Beantwoording van deze onderzoeksvraag kan meer inzicht verschaffen in de interactie tussen en relatieve positionering van ruimtelijke identiteiten binnen een gebied. Het Westasconcept vormt hierbij het object van de vergelijking, omdat deze regio relatief jong is en uit een samenwerking tussen actoren uit verschillende domeinen bestaat. Door in een vroeg stadium naar dit proces te kijken, kan meer inzicht worden verkregen in de rol van identiteitsvorming in het regiovormingsproces en welke rol stakeholders hierin spelen. Daarnaast kan meer inzicht worden verkregen in de verhouding tussen regionale identiteiten in een gebied. Om tot beantwoording van de hoofdvraag te komen, is een aantal deelvragen opgesteld:

- *Uit welke elementen bestaat de identiteiten van de Westas en hoe verhouden deze elementen zich ten opzichte van elkaar?*
- *Uit welke elementen bestaan de identiteiten van de overige regio’s en hoe verhouden deze elementen zich ten opzichte van elkaar?*
- *Uit welke elementen bestaan de identiteiten van de betrokken stakeholders en hoe verhouden deze elementen zich ten opzichte van elkaar?*
- *Hoe verhouden de identiteiten van de Westas zich ten opzichte van de identiteiten van de overige regio’s op thematisch niveau? Is er sprake van complementariteit, divergentie of convergentie?*
- *Hoe verhouden de identiteiten van de Westas zich ten opzichte van de identiteiten van de betrokken stakeholders op thematisch niveau? Is er sprake van complementariteit, divergentie of convergentie?*

Beantwoording van deze onderzoeksvragen geeft niet alleen inzicht in hoe de verschillende regionale identiteiten in het gebied zich ten opzichte van elkaar verhouden, maar ook hoe de identiteit van een nieuwe, functionele regio zich verhoudt ten opzichte van de identiteiten van betrokken stakeholders in het gebied. Voor beantwoording van deze onderzoeksvragen zal gebruik worden gemaakt van een zogenoemde kwalitatieve inhoudsanalyse in combinatie met focusgroepsessies. Deze analyses leidden tot een thematische vergelijking van de identiteiten. In het derde hoofdstuk van dit onderzoek wordt nader ingegaan op deze onderzoeksmethoden in relatie tot de onderzoeksvragen. In het volgende hoofdstuk zal echter eerst de theoretische inbedding van dit onderzoek verder uit worden gediept.

2. DE GEOGRAFIE VAN REGIO'S

Beeldvorming en identiteiten

De term 'nieuw regionalisme' werd in de jaren '90 van de vorige eeuw geïntroduceerd om een duidelijk onderscheid te maken tussen het klassieke regionalisme van de vroege geografie en het nieuwe (postmoderne) regionale denken. De afgelopen decennia heeft het nieuwe regionalisme sterk aan kracht gewonnen binnen zowel de maatschappij als de wetenschap, waar regio's en regionale identiteiten regelmatig ter discussie staan. Het schaalniveau van de regio is veranderd, waarbij er een omslag heeft plaatsgevonden van een absoluut regionaal denken (regio als vaste eenheid) naar een relatief regionaal denken (regio als construct). Ook de rol van regionale identiteiten is veranderd van dikke, historische identiteiten naar dunne, functionele identiteiten. Deze verschuivingen vormen het canvas voor de regiovorming in Nederland en, meer specifiek, in het noordelijke deel van de Randstad. Het is daarom van belang meer inzicht te krijgen in dit regiovormingsproces en de rol die identiteiten binnen dit proces kunnen spelen.

2.1 Wat is een regio? Regio's binnen het nieuwe regionalisme

De term 'regio' is onmiskenbaar verbonden met de geografische wetenschappen. Sinds de institutionalisering van de geografie is de regio een kernbegrip van de wetenschap geweest. Regionale beschrijvingen van bekende geografen als Hettner en Vidal typeren de geografie van weleer. En niet alleen binnen de geografische wetenschap is de term in zwang: een vlugge zoekactie op Google op de term 'region' levert meer dan 600 miljoen resultaten op en eenzelfde zoekactie op het wetenschappelijke portaal Google Scholar ruim 6 miljoen resultaten. Wat deze cijfers onmiskenbaar laten zien, is dat de term regio veel gebruikt wordt in zowel de wetenschap als daarbuiten. De betekenis van de term regio is echter omstreden: het begrip kent vele betekenissen en interpretaties die het vrijwel onmogelijk maken een sluitende definitie op te voeren. Dit is ook niet verwonderlijk aangezien het concept al meer dan 100 jaar binnen een wetenschappelijke context wordt gebruikt. Paasi (2010) stelt dat de term regio één van de sleutelbegrippen is van de geografie: een zogenoemd 'keyword'. Binnen de geografische wetenschap is er uitgebreid gereflecteerd op en gediscussieerd over wat een regio is, of een regio begrensd dient te worden, ruimtelijke implicaties van regiovorming en nog vele andere aspecten van het concept. Volgens Paasi (2010) vormt het begrip regio daarmee een goede afspiegeling van bredere filosofisch-wetenschappelijke debatten binnen de geografie. De moderne geografie van na de Tweede Wereldoorlog heeft vele veranderingen ondergaan en deze zijn veelal terug te vinden in de betekenissen die aan het begrip regio worden meegegeven. Zo werd de regio in de jaren '60 en '70 van de vorige eeuw, tijdens de periode die ook wel bekend staat als de hoogtijdagen van de 'spatial analysis', als een dood concept bestempeld: een relikwie uit een vroegere, minder wetenschappelijke geografie. Binnen de geografie was er een hang naar algemeen geldende wetten en wetmatigheden naar het beeld van de natuurwetenschappen en binnen deze wetenschap was geen ruimte voor een begrip als regio. Men was op zoek naar ruimtelijke patronen en

schonk weinig aandacht aan de stedelijke of regionale context (De Pater, 2011, pp. 20). Deze zoektocht duurde tot in de jaren '70 van de vorige eeuw toen binnen de sociale wetenschap het besef ontstond dat de werkelijkheid die sociale wetenschappers onderzoeken fundamenteel afwijkt van die van natuurwetenschappers. Binnen de geografie leidde deze constatering tot een hernieuwd besef van het belang van context en tot een herwaardering van de regionale dimensie; ook wel bekend als het nieuwe regionalisme.

Nagenoeg alle wetenschappelijke geografen erkennen de rol van globalisatie in de verandering van het regiobegrip. Echter net zoals met het begrip regio het geval is, is ook het begrip globalisatie veel bediscussieerd. Met name de vermeende gevolgen van de globalisatie zijn regelmatig onderdeel van het wetenschappelijke debat. Auteurs als Deutsch (1981), Friedman (2005) en Scholte (2000) wijzen op een afbrokkeling van de natiestaat en een afname van het belang van landsgrenzen. Onder invloed van globalisering lijkt de natiestaat aan kracht en politiek-economisch belang in te boeten. Door globalisatie zouden grenzen vervagen en het belang van territorialiteit afnemen. Dit zou het einde van de geografische wetenschap betekenen die immers ingericht was op een territoriaal verdeelde wereld. Niets bleek echter minder waar te zijn: de globalisatie bracht een nieuwe vorm van territorialiteit met zich mee met lokaal-geografische en ruimtelijke agglomeraties van mensen, kapitaal, instituties en technologie (MacLeod, 2001, pp. 1 – 2). Bovendien zijn veel natiestaten als gevolg van deze globalisatieprocessen overgegaan tot decentralisatie van de politieke macht. Brenner (2004) spreekt in deze context van een 'rescaling' van het schaalniveau van de natiestaat in nieuwe ruimtelijke vormen, zoals stadsregio's. Deze herverdeling had tot gevolg dat het regionale schaalniveau meer en meer een functionele 'space' werd voor governance en economische activiteiten (Keating, 1998). Dit leidde echter niet alleen tot veranderingen in de verticale relaties tussen actoren uit het publieke domein, maar ook tot nieuwe horizontale relaties tussen actoren uit het publieke en private domein. Nieuwe samenwerkingsverbanden en regio's worden gevormd op basis van specifieke beleidsdoelen. Deze regio's zijn echter niet vast en statisch, maar hun doelen, deelnemers en levensduur zijn constant aan veranderingen onderhevig (Terlouw, 2011, pp. 2). Deze nieuwe regio's zijn dus dynamisch en sterk afhankelijk van netwerkrelaties.

Een consequentie van deze toename van het belang van regio's is dat er binnen de wetenschap gesproken wordt over een 'nieuw regionalisme'. Deze term is geïntroduceerd om te contrasteren met het oude regionalisme van de vroege geografie. Het nieuwe regionalisme beperkt zich niet tot formele, bestuurlijke regio's en regionale instituten, maar wordt gekenmerkt door fluïditeit, complexiteit en multidimensionaliteit (Paasi, 2009, pp. 8). De actoren die opereren binnen deze context zijn bovendien divers en komen voort uit zowel het publieke als het private domein op meerdere schaalniveaus. Het nieuwe regionalisme vormt hiermee de context van de herschaling van de natiestaat, maar is ook een gevolg van deze herschaling (Paasi, 2009, pp. 9). De betekenis van het regiobegrip is binnen het nieuwe regionalisme fundamenteel anders dan binnen het oude regionalisme. Binnen het oude regionalisme werd een regio beschouwd als een afgebakend, objectief meetbaar gegeven; een zogenoemde 'bounded space'. Binnen het nieuwe regionalisme wordt de regio echter beschouwd als een actieve actor binnen politiek-economische processen: de regio is geen passieve context, maar een constant veranderend proces met veranderende betekenissen. De regio is bovendien geen gesloten stulp, maar een open relatienetwerk. Auteurs als Massey (1993) spraken al in 1993 over dit open karakter van regio's.

De Pater (2011) onderscheidt vijf verschillende geografisch-wetenschappelijke visies op de regio:

1. De traditionele regio: de regio als een vaststaande eenheid die af te bakenen en in zekere mate te isoleren is.
2. De regio als gebied binnen een groter systeem: de relaties van de regio bepalen het karakter.
3. De regio als systeem van historische lagen: de regio is gevormd door historische ontwikkelingen (lagen), waarbij de lagen de mogelijke toekomstige ontwikkelingen sterk beïnvloeden.
4. De regio als samenwerkingsverband: de nadruk ligt op de samenwerking in de regio.
5. De regio als relatienetwerk zonder enkelvoudig karakter: sociale groepen construeren hun eigen regio's. Het karakter van de regio is afhankelijk van het netwerk.

(De Pater, 2011, pp. 55-56)

Deze vijf visies laten zien dat het begrip 'regio' een breed en multi-interpretabel begrip is. Aan de ene zijde van het spectrum staan de traditionele regio's met veelal fysiek-ruimtelijke afbakening. Aan de andere zijde de relatienetwerken, waarbij de regio in sterke mate afhankelijk is van de interpretatie. Binnen het nieuwe regionalisme wordt met name veel aandacht besteed aan de laatste twee visies. De regio wordt veelal beschouwd als het resultaat van een doelbewust en gestuurd proces en niet als een onafhankelijke, vaststaande eenheid.

Een onderverdeling van het regiobegrip die binnen het nieuwe regionalisme regelmatig wordt gebruikt, is een onderverdeling naar schaalniveau. Hierbij wordt er onderscheid gemaakt tussen supranationale regio's en subnationale regio's. Supranationale regio's beslaan meerdere landen of delen van meerdere landen, terwijl subnationale regio's zich geheel binnen de landsgrenzen bevinden. Deze verdeling van de regio zegt wat over de schaal van de samenwerking, maar niets over de verschijningsvorm. Paasi (2010) onderscheidt drie verschijningsvormen van de regio:

1. De regio als ruimtelijk raamwerk: de meest voorkomende vorm, waarbij de regio wordt behandeld als een vaststaand (statistisch of administratief) gegeven. De regio wordt gebruikt als raamwerk om processen of fenomenen af te bakenen en te vergelijken.
2. De regio als construct: de oudste vorm, waarbij de regio wordt behandeld als het resultaat van een onderzoeksproces. De regio was een begrensde eenheid, die veelal voortkwam uit een schijnbare eenheid of homogeniteit die door de onderzoeker waar werd genomen.
3. De regio als discours of sociaalmaatschappelijk gereedschap: regio's vormen en worden gevormd door politiek, cultuur, economie, machtsverdeling en machtsrelaties.

(Paasi, 2010, pp.3)

De eerste van deze drie verschijningsvormen is met name populair in toegepast wetenschappelijk onderzoek. Binnen deze context onderzoekt men processen binnen de regio of tracht men regio's met elkaar te vergelijken. De tweede verschijningsvorm staat synoniem voor de traditionele geografie, waarin de regio werd behandeld als een vaste inkadering die het gevolg was van een objectief onderzoeksproces. De laatste verschijningsvorm wordt veelal gehanteerd binnen het nieuwe regionalisme, waarbij de regio wordt beschouwd als *"een integraal onderdeel van de accumulatie van kapitaal, een collectieve interpretatie van identiteitsvorming of een setting voor sociale interactie"* (MacLeod, 2001, pp. 9). Toch wordt ook de benadering van de regio als ruimtelijk raamwerk wordt nog veel gehanteerd binnen, met name, de

toegepaste wetenschap. Dit is opvallend, omdat de breed gedragen consensus is dat de regio een veranderlijk fenomeen is. Deze stelling wordt wel erkend, maar in veel toegepast wetenschappelijk onderzoek komt de regio op de tweede plaats, omdat de focus op processen binnen de regio ligt. Deze benadering strookt niet met de postmoderne, relationele opvatting van de regio als een materieel en/of historisch construct dat het gevolg is van een specifieke combinatie van sociale factoren die afgebakend en uitgespreid zijn over een bepaalde ruimte (Allen et al., 1998). Allen et al. (1998) stellen dat er niet zoiets bestaat als een authentieke regio die klaarligt om door objectieve onderzoekers gevonden te worden. De regio is volgens hen altijd het gevolg van een relatie van criteria en de regio verschilt dus ook afhankelijk van hoe men er naar kijkt. Zij hanteren dus een sterk constructivistische benadering in relatie tot regiovorming. Dit strookt niet met het gangbare, toegepaste wetenschappelijk onderzoek waar de regio wordt gebruikt als ruimtelijke afbakening. Auteurs als Allen et al. (1998) stellen dat een regio zelf het resultaat is van een specifieke afbakening en dus niet als dusdanig kan dienen.

Regio's vormen een complexe categorie, omdat ze zowel fysieke als niet-fysieke elementen samenbrengen. De interpretaties van wat een regio is en hoe zij gevormd wordt, zijn dus veelvormig en ver uiteenlopend. Wat alle interpretaties echter gemeen hebben is dat een regio altijd gevormd wordt rond een zekere mate van (ingebeelde) cohesie. Dat kan fysiek-ruimtelijke cohesie zijn (zoals in de traditionele benadering), maar ook thematische cohesie binnen een relatienetwerk zonder specifieke ruimtelijke afbakening. De toename van het aantal regio's in zowel Nederland als de Europese Unie, laat zien dat het regionale schaalniveau nog steeds relevant is. De regio is een functionele 'space' geworden voor politieke en sociaaleconomische activiteiten (MacLeod, 2001). Territorialiteit en lokaliteit spelen nog steeds een rol; ook in onze verbonden netwerksamenleving. Hedendaagse regio's bestaan echter steeds vaker uit sociale processen en discoursen in plaats van uit fysiek-ruimtelijk afgebakende gebieden (Paasi, 2009). De regio is als concept dus aan grote veranderingen onderhevig geweest; veranderingen die in zekere mate de ontwikkeling van de academische geografie weerspiegelen.

De opkomst van het nieuwe regionalisme laat zien dat het concept 'regio' nog steeds van groot belang is binnen de geografie. De regio is één van de kernconcepten van de geografie, ondanks dat er maar weinig consensus is over wat een regio eigenlijk is. Paasi (2010, pp. 1) stelt dat het concept 'regio' beschouwd wordt als een kernconcept van de geografie, waardoor het concept veel toegepast wordt en als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Deze vanzelfsprekendheid staat echter verdere conceptualisering of theorievorming in de weg. Daarnaast stelt Lovering (1999) dat de zogenoemde renaissance van de regio en de opkomst van het "nieuwe" regionalisme op zichzelf alweer orthodoxieën zijn geworden en in die context onderzoek naar de dynamiek van regio's in de weg staat. Verdere theoretisering en conceptualisering van de regio lijkt dus nog steeds nodig.

"It is obvious that in spite of accelerating globalization, the rise of networks, flows of immigrants and refugees, internet, the borderless world thesis and the poststructuralist or post-nationalist literature that have challenged the national state, the contemporary world is still a complex constellation of more or less bounded spaces that exist at various spatial scales."

Paasi, 2009, pp. 4 - 5

2.2 De rol van identiteiten in het proces van regiovorming

Het concept 'identiteit' heeft altijd een essentieel onderdeel gevormd van het begrip van regio's. De bekende 19^e-eeuwse geograaf Vidal schreef al uitvoerig over hoe de Franse regio's over een eigen geografische persoonlijkheid beschikten. Zijn idiografische geografie richtte zich op het regionale samenspel tussen mens en natuur wat leidde tot een geografische individualiteit van regio's (De Pater & Van der Wusten, 1996). De geografie is echter veranderd en het begrip van regio's is verschoven van objectief waarneembare regio's naar de regio als resultaat van een doelbewust proces. Met het veranderend begrip van regio's trad ook een veranderend begrip van regionale identiteit op. Binnen het oude regionalisme hadden regio's veelal een historisch gevormde identiteit. Deze identiteit was een collectief gevormde expressie en diende veelal als afzetting tegen de heersende, nationale identiteit. Zoals de ondergang van de regio voorspeld werd, werd ook de teloorgang van collectieve, regionale identiteiten voorspeld. Processen als globalisatie en individualisatie zouden leiden tot het einde van het regionale denken en de ondergang van regionale identiteiten. Enerzijds lijkt deze voorspelling te zijn uitgekomen, omdat het aantal historisch gevormde en territoriaal afgebakende regio's af is genomen. Tegelijkertijd is met de opkomst van het nieuwe regionalisme er een hernieuwde focus komen te liggen op functionele regio's. Binnen deze context is het belang van identiteit eerder toegenomen dan afgenomen. Wat vaststaat is dat de interpretatie van het concept 'identiteit' sterk veranderd is. Met de opkomst van het nieuwe regionalisme werd er meer nadruk gelegd op de geconstrueerde aard van regio's en hun fluïde en multidimensionale inslag. Dit had ook gevolgen voor het belang dat werd gehecht aan regionale identiteit. Binnen een context van fluïde regio's met veranderende betekenissen lijkt een historische, collectief gevormde identiteit immers van ondergeschikt belang. Dit leidde echter niet tot de verdwijning van regionale identiteiten, maar, net als in het geval van het begrip 'regio', leidde het tot een herinterpretatie. Historisch afgebakende regio's met een vaste identiteiten worden ingewisseld voor fluïde en multidimensionale relatienetwerken met een functionele identiteit. Terlouw (2011) omschrijft dit proces ook wel als een verschuiving van dikke naar dunne identiteiten. Regionale identiteiten bevinden zich op een continuüm tussen historisch geplante, dikke identiteiten enerzijds en functionele, veranderende identiteiten anderzijds.

Binnen het nieuwe regionalisme wordt de regio ook wel beschouwd als een construct: het resultaat van een doelbewust proces, waarbij regio's verschillende betekenissen hebben voor verschillende actoren. Binnen deze context kan een regio ook wel omschreven worden als: "*Een gebied waaraan een specifieke groep mensen een zekere identiteit toekent. Actoren met verschillende belangen beschrijven en interpreteren de regio op verschillende manieren en als gevolg hiervan kan de betekenis van een regio veranderen* (Simon et al., 2009, pp. 2)." Dit ondersteunt de aanname dat een regio een constant bewegend proces is en dat een regio alleen bestaat, omdat een zekere identiteit aan een regio wordt toegekend. Als er dus geen identiteiten aan een regio toegekend worden, kan worden beargumenteerd dat de regio niet (meer) bestaat. Het concept 'identiteit' speelt dus een sleutelrol in het regioproces. Het begrip is echter, net zoals de regio, een geconstrueerd begrip dat verschillende betekenissen en interpretaties kent. Conceptualisering van het begrip is dus geen eenvoudige taak. Simon et al. (2009) beargumenteren dat een regionale identiteit een specifieke set van betekenissen is die actoren aan een regio meegeven. Actoren kijken op verschillende

wijzen naar een regio en daarom kan een regionale identiteit niet beschouwd worden als een objectief gegeven. Een regionale identiteit is dus een construct dat aan verandering onderhevig is door veranderende betekenissen die actoren aan dit construct meegeven.

Veelal wordt de regionale identiteit beschouwd als het identificeren van actoren met bepaalde natuurlijke en culturele uitingen van een afgebakende ruimte (Paasi, 2012). Deze benadering past echter niet binnen de context van het nieuwe regionalisme dat de regio beschouwd als een open relatienetwerk. Auteurs als Paasi (2012) en Terlouw et al. (2014) benadrukken dan ook dat de regionale identiteit beschouwd moet worden als een open en fluïde concept in plaats van een hermetisch afgesloten geheel. Deze benadering komt voort uit de veranderende betekenissen van regio's die het nieuwe regionalisme met zich meebracht. Processen als globalisering en individualisering hebben sociale netwerken en de rol van identiteit veranderd. Bauman (2004) stelt dat deze processen bijgedragen hebben aan veranderende sociale relaties. In plaats van enkele, diepgaande sociale relaties hebben wij een grote hoeveelheid aan ondiepe en breed uitgewaaierde sociale relaties. Individuen vormen steeds vaker netwerken en passen sociale relaties aan hun specifieke behoeften aan. Collectieve identiteiten worden in deze context vervangen door fluïde relatienetwerken en een tijdelijke, individuele identiteit (Terlouw, 2009). Deze processen hebben tot een paradoxale verandering in het begrip en het belang van regionale identiteiten geleid: enerzijds zijn regionale identiteiten belangrijker geworden, maar anderzijds zijn traditionele, dikke identiteiten aan het verdwijnen. Deze paradox laat zien dat net als het begrip 'regio' het begrip 'identiteit' ook aan veranderingen onderhevig is. De regionale identiteit verandert van een dikke, historisch gevormde identiteit naar een dunne, functionele identiteit. Functionele regio's hebben veelal geen hard begrensde, territoriale basis, maar bestaan uit een relatienetwerk. Deze regio's worden gekenmerkt door multidimensionaliteit, complexiteit en fluïditeit. De samenwerking binnen de regio is vaak van bestuurlijke of economische aard en is een verbond tussen een veelheid aan actoren uit zowel het publieke als het private domein. Dergelijke regio's hebben dus ook een andere, functionele, dunne identiteit (Paasi, 2009; Terlouw, 2011). Deze dunne identiteit is dynamisch en behelst een ander doel dan de traditionele, dikke identiteit.

Een gevolg van deze veranderingen is ook dat er, naast concurrentie op het lokale, nationale en internationale schaalniveau, meer aandacht is gekomen voor concurrentie op regionaal niveau. Het benadrukken van regionale voordelen is een essentieel onderdeel geworden van de zogenoemde branding van places. Deze specifieke vorm van branding staat bekend als 'place branding' en omvat de toepassing van 'product branding' voor een specifiek product, namelijk een place (Ashworth, 2008, pp. 2). Place branding vormt daarmee de volgende fase in de ontwikkeling van de 'place marketing' (Kavaratzis et al., 2008). Volgens Kavaratzis (2012) is place branding sterk in opkomst op zowel het lokale als het regionale schaalniveau en uit dit zich in significante investeringen in activiteiten die zich hierop richten. Ashworth (2008) stelt dat branding het bewuste proces van het selecteren en associëren van attributen en waarden met de identiteit van een product of place is. Er wordt dus een doelbewuste identiteit gevormd om zo waarde toe kunnen voegen aan een place en dus de concurrentiepositie te verbeteren. Voor functionele regio's is het vormgeven van een identiteit dus ook belangrijk vanuit een concurrentieperspectief. Er wordt een regionale identiteit opgesteld die de regio neer moet zetten als een competitieve en aantrekkelijke locatie voor individuen en groepen die een positieve bijdrage aan het gebied kunnen leveren (Boisen et al., 2011).

Een identiteit kan bijdragen aan het aantrekken van investeerders, maar kan ook bijdragen aan het mobiliseren en activeren van stakeholders in een gebied. Waar traditionele regio's veelal gebaseerd waren

op administratieve, verticale machtsrelaties is dat bij nieuwe, functionele regio's veel minder het geval. Daarom is het voor dergelijke regio's van belang om niet alleen investeringen aan te trekken, maar ook support van zowel binnen als buiten de regio te vergaren. Een regionale identiteit kan helpen in de communicatie over een regio en dus in het aantrekken van deze support. Het is echter een misverstand om te denken dat deze regionale identiteiten spontaan ontstaan. De regio kan verschillende identiteiten inzetten in de communicatie naar verschillende groepen. Men creëert als het ware een dunne identiteit voor een specifiek probleem of een specifieke groep actoren. Het verhaal van deze identiteit kan aangepast worden om een specifiek doel te bereiken (Terlouw, 2011). Paasi (2012) spreekt in deze context ook wel over de relationele constructie van regionale identiteiten: een identiteit wordt vormgegeven op basis van een relatienetwerk. Volgens Kavaratzis (2012) is het van essentieel belang dat lokale stakeholders op een vroeg moment bij dit proces worden betrokken, omdat zij mede de identiteit bepalen, onderhouden en veranderen. Kavaratzis (2012) stelt ook dat in de praktijk de betrokkenheid van de lokale stakeholders veelal zeer beperkt is. De identiteit sluit niet aan bij de beleving van de stakeholders, waardoor ze weinig binding hebben met een brand en een regio. Er is dus een kloof tussen enerzijds de identiteit van een regio en anderzijds de identiteit van de betrokken stakeholders. Een dergelijke kloof kan ontstaan, doordat stakeholders niet of nauwelijks betrokken worden in het brandings- en identiteitsvormingsproces.

Regionale identiteiten kunnen dus beschouwd worden als een verhaal binnen een relatienetwerk: een verhaal dat actoren in een gebied kan binden. Dit relatienetwerk kan bestaan uit relaties tussen regio's en actoren, maar ook uit relaties tussen regio's. Binnen het nieuwe regionalisme wordt de regio immers niet meer beschouwd als een bounded space, maar als een open construct. Terlouw et al. (2014) spreken in deze context ook wel over een gelaagdheid van regionale identiteiten. Zij stellen dat nieuwe regionale identiteiten veelal het gevolg zijn van een proces van verbinden met en onderscheiden van andere identiteiten op meerdere schaalniveaus. Elementen van identiteiten worden enerzijds gekoppeld aan andere, dikkere, al bestaande identiteiten. Anderzijds brengen nieuwe identiteiten ook nieuwe elementen in, waarmee de regio zich kan onderscheiden van andere regio's. Nieuwe identiteiten downloaden als het ware elementen van andere schaalniveaus, maar uploaden tegelijkertijd ook nieuwe elementen. Dit proces is echter uiterst selectief: nieuwe regio's verbinden zich alleen met die elementen die zij als een waardevolle toevoeging beschouwen. Door hun identiteit op deze manier vorm te geven, kunnen nieuwe regio's hun legitimiteit vergroten. Zij kunnen zich verbinden met meer stakeholders en tegelijkertijd ook zich onderscheiden en zo hun meerwaarde benadrukken.

Deze interpretatie van regionale identiteiten laat eens te meer zien dat de regionale identiteit een concept is dat doelbewust vorm wordt gegeven. Niet alleen de rol van de regio is veranderd, maar ook de rol van de regionale identiteit. Binnen het nieuwe regionalisme zien we een verschuiving van bounded regions met een historisch gevormde, dikke identiteit naar open, functionele regio's, met een fluïde, dunne identiteit die doelbewust wordt vormgegeven. De identiteit wordt gebruikt om de legitimiteit te vergroten, maar ook om actoren te binden. De regionale identiteit is in deze context een verhaal dat veranderend is en verschillend geïnterpreteerd wordt. Het derde en laatste deel van deze theoretische verdieping zal daarom verder ingaan op de conceptualisering en interpretatie van identiteiten.

“Spatial identities sometimes correspond to the territorial-administrative levels, but they often overlap, contradict or complement each other.”

Boisen et al., 2011, pp. 4

2.3 Verschijningsvormen van identiteiten

In paragraaf 2.2 is de rol van identiteiten binnen het regiovormingsproces nader toegelicht, waarbij in is gegaan op de relaties tussen ruimtelijke identiteiten en de relaties tussen regio's en identiteiten. Verschillende visies op regionale identiteiten en hun rol in het regiovormingsproces zijn aan bod gekomen evenals het veranderende begrip van het concept. Aan de hand van Simon et al. (2009) en Paasi (2012) is een start gemaakt met het conceptualiseren van het begrip 'identiteit' binnen een regionale context. In deze derde paragraaf zal dieper in worden gegaan op conceptualisering van het begrip aan de hand van verschillende verschijningsvormen van identiteiten.

Het begrip 'identiteit' is een divers en multi-interpretabel begrip: het kan verwijzen naar personen, maar ook naar groepen of ruimtelijke actoren. Binnen dit onderzoek is met name de conceptualisering van het begrip binnen een context van ruimtelijk-regionaal onderzoek interessant. Auteurs als Simon et al. (2009) en Paasi (2012) beargumenteren dat een regionale identiteit veelal nog wordt beschouwd als het identificeren van actoren met bepaalde natuurlijke en culturele uitingen van een afgebakende ruimte. Deze benadering strookt echter niet met een context van regio's als open relatienetwerken. Tomaney et al. (2000) stellen dat veel onderzoeken aanspraak maken op een renaissance van de regionale identiteit binnen een context van globalisatie, maar dat het concept an sich nog uiterst diffuus is. In hun onderzoek laten ze zien dat de toepassing van het concept binnen wetenschappelijk onderzoek ver uiteen loopt. Paasi (2012) spreekt in deze context over een methodologische complexiteit van het begrip en wijst erop dat verdere conceptualisering nodig is.

Trueman et al. (2008) hanteren in hun onderzoek een interessant perspectief voor de conceptualisering van een ruimtelijke identiteit. In hun onderzoek naar de communicatie van de Britse stad Bradford passen zij een model toe dat ontwikkeld is voor de analyse van bedrijfsidentiteiten. Zij hanteren een model dat gebaseerd is op het werk van Balmer et al. (2002). In hun artikel '*Managing the multiple identities of the corporation*' stellen Balmer et al. een raamwerk op voor de analyse van bedrijfsidentiteiten. Zij stellen dat een bedrijfsidentiteit geen vast, objectief meetbaar geheel is, maar een construct dat onderhevig is aan interpretaties en object is van visies en beleid. Zij stellen dat de bedrijfsidentiteit te conceptualiseren is in vijf onderling verbonden verschijningsvormen:

1. De werkelijke (**Actual**) identiteit: de identiteit zoals opgesteld door de leidinggevenden van het bedrijf. Deze identiteit omvat elementen als bedrijfsactiviteiten en markten waarbinnen het bedrijf actief is.
2. Gecommuniceerde (**Communicated**) identiteit: de identiteit zoals deze naar buiten toe wordt gecommuniceerd binnen volledig controleerbare communicatie. Deze vorm van identiteit is zichtbaar in bijvoorbeeld advertenties en marketing.
3. Waargenomen (**Conceived**) identiteit: de perceptie van de identiteit door bijvoorbeeld aandeelhouders of klanten.
4. Ideale (**Ideal**) identiteit: de identiteit die de optimale positie binnen de markt of andere context weerspiegelt. Deze identiteitsvorm is veelal gebaseerd op marktonderzoek.
5. Gewenste (**Desired**) identiteit: de gewenste, toekomstige identiteit zoals deze naar voren komt in de visie van het bedrijf. Deze identiteit omvat ook non-rationele elementen en kan dus afwijken van de ideale identiteit.

(Balmer et al., 2002, pp. 2 – 4)

De huidige (actual) identiteit komt overeen met de daadwerkelijke identiteit, zoals gevormd door onder andere de structuur van de organisatie en de stijl, de producten of diensten die zij leveren en de werkwijze van het management. De gecommuniceerde identiteit is de identiteit die de actor in kwestie naar buiten draagt via controleerbare communicatieplatformen, zoals advertenties en promotiemateriaal. Daarnaast komt deze identiteit ook tot uiting via niet-controleerbare platformen, zoals de media. De waargenomen (conceived) identiteit omvat de interpretatie van de gecommuniceerde identiteit door stakeholders en relevante groepen. De zenders van de identiteit zijn volgens Balmer in een constant proces van het identificeren van beoogde ontvangers en het aanpassen van de identiteit op deze ontvangers. De ideale (ideal) en gewenste (desired) identiteit zijn beide toekomstbeelden. De ideale identiteit behelst de perfecte marktpositionering van het bedrijf op een bepaald tijdstip. Deze komt veelal voort uit strategische onderzoeken of marktpositie-analyses. De gewenste identiteit behelst daarentegen de visie en gewenste toekomst, zoals deze leeft onder de leidinggevendenden van het bedrijf. Deze identiteit kan dus afwijken van de ideale identiteit en kan bijvoorbeeld ook affectieve attributen behelzen.

Het model van Balmer et al. (2002) conceptualiseert het begrip 'identiteit' als een multi-interpretabel begrip met meerdere betekenissen. Volgens het model heeft een identiteit niet een eenduidige betekenis, maar is een identiteit contextafhankelijk: er is geen sprake van één alomvattende bedrijfsidentiteit, maar van verschillende identiteitsvormen die ingezet worden voor verschillende doelen. Deze benadering van identiteit past goed binnen de benadering van een regionale identiteit als een schakel in een relatienetwerk. Een identiteit is een verhaal dat aangepast wordt aan beoogde ontvangers. Een identiteit is dus fluïde en multi-interpretabel en niet het gevolg van associaties van actoren met ruimtelijke elementen in een bounded space.

Trueman et al. (2008) hebben het model van Balmer et al. (2002) toegepast op de identiteit van een place en geanalyseerd hoe deze vijf verschijningsvormen van de identiteit terugkomen in de context van de Britse stad Bradford. Deze conceptualisering van de identiteit geeft waardevolle inzichten in de wijze waarop steden en regio's identiteiten inzetten om opgestelde doelen te bereiken. Deze werkwijze geeft inzicht in zogenoemde dissonanten tussen de verschillende identiteitsvormen: als een gecommuniceerde identiteit niet overeenkomt met de werkelijke identiteit treedt er volgens Trueman et al. (2008) een dissonantie op. Interpretatie van ruimtelijke identiteiten volgens het model van Balmer et al. (2002) kan helpen om inzichten in deze dissonanten te verkrijgen, maar ook om meer inzicht te vergaren in de relatie tussen de zender en de ontvanger van het 'identiteitsverhaal'. Bovendien vormt dit model een interessante toevoeging binnen de conceptualisering van ruimtelijk-regionale identiteiten, omdat het zich specifiek richt op de relatie tussen de zender en ontvanger van de identiteit. Hierin wijkt deze conceptualisering af van andere benaderingen die zich veelal richten op hoe een identiteit tot stand komt of relaties tussen ruimtelijke identiteiten en niet zo zeer op de conceptualisering van het begrip zelf.

Uiteraard kent ook het model van Balmer et al. (2002) haar beperkingen; met name in relatie tot het toepassen van dit model voor ruimtelijke en/of regionale identiteiten. Ashworth (2008) stelt, binnen de context van place branding, dat een place fundamenteel afwijkt van een bedrijf. Strategieën die binnen zogenoemde 'corporate branding' worden toegepast, kunnen niet zonder meer gekopieerd worden voor place branding. Een belangrijk onderscheid in relatie tot het model van Balmer et al. (2002) is dat regio's niet bestuurd worden door één enkele partij. Bovendien is het veel lastiger om de communicatie over de regionale identiteit te controleren, omdat regio's veelal open concepten zijn die niet volledig kunnen worden afgebakend. Actoren uit een regio kunnen bijvoorbeeld ook communiceren over de regionale

identiteit. De toepassing van het model van Balmer et al. (2002) voor places, zoals beschreven door Trueman et al. (2008) laat zien dat, ondanks deze tekortkomingen, het model wel van waarde kan zijn voor de conceptualisering van het begrip binnen een ruimtelijk-regionale context. Het model kan immers meer inzicht geven in de relatie tussen zender en ontvanger, omdat het een identiteit beschouwt als een variabele boodschap. Bovendien biedt dit model een raamwerk voor de analyse van identiteiten van actoren binnen een regio. Zoals Kavartzis (2012) immers terecht stelt, is er veelal een kloof tussen hun identiteiten en die van de regio. In die hoedanigheid kan dit model een waardevolle toevoeging vormen op het regionale identiteitsdebat.

2.4 Afsluiting

Regio's en regionale identiteiten zijn onmiskenbaar verankerd in ons denken en in de academische geografie. De concepten 'regio' en 'regionale identiteit' zijn echter niet eensluidend af te bakenen of te definiëren. Het begrip regio is de afgelopen decennia constant onderhevig geweest aan veranderingen en (her)interpretatie. In tegenstelling tot wat de ruimtelijke analisten van de jaren '60 van de vorige eeuw dachten, is de regio niet verdwenen. Onder invloed van processen als globalisatie en rescaling is de regio aan een renaissance begonnen die ook wel het nieuwe regionalisme wordt genoemd. De regio is echter veranderd van een territoriaal afgebakend gebied met een dikke, historisch gevormde identiteit in een open concept met een functionele, dunne, identiteit. Regionale identiteiten worden niet langer beschouwd als een harmonieus geheel voortkomend uit ruimtelijke elementen van een bounded space, maar als een verhaal binnen een relatienetwerk. Binnen deze context is er sprake van een gelaagdheid van regio's en dus ook van regionale identiteiten. Ruimtelijke identiteiten verbinden zich met elkaar, maar zetten zich ook juist tegen elkaar af in een poging hun legitimiteit te vergroten, actoren aan zich te binden en hun concurrentiepositie te versterken. Binnen de huidige geografische wetenschap wordt veel nadruk gelegd op de openheid, multidimensionaliteit en fluïditeit van regio's en regionale identiteiten evenals hun geconstrueerde aard. Paasi (2012) analyseert de ruimtelijke identiteiten ten opzichte van elkaar en gaat dieper in op het ontstaan van ruimtelijke identiteiten. Het blijft echter lastig om het begrip 'identiteit' eenduidig te conceptualiseren binnen een regionaal-ruimtelijke context. Toepassing van het model van Balmer et al. (2002) kan wellicht nieuwe inzichten opleveren, omdat dit model een andere invalshoek hanteert. Het model beschouwt een identiteit als een verhaal dat onderhevig is aan interpretaties en visies en aangepast wordt aan beoogde ontvangers. Tevens is het van belang het actorperspectief verder te ontwikkelen binnen het onderzoek naar regionale identiteiten. Auteurs als Ashworth (2008) en Kavartzis (2012) benadrukken dat het actorperspectief binnen het regio- en identiteitsvormingsproces van groot belang is, omdat de actoren in een gebied de regio moeten dragen en de identiteit vorm moeten geven. Binnen een context van geconstrueerde, functionele regio's is betrokkenheid van actoren ook van belang voor vergroting van de legitimiteit. Het is echter nog onduidelijk welke relaties er bestaan tussen identiteiten van actoren in een gebied en de regionale identiteit.

"As human populations frequently organize themselves territorially, regionality becomes as central to consciousness, identity formation and political subjectivity as does the cartographic imagination and the sense of spacetime."

Harvey, 2006, pp. 35

3. ANALYSE VAN IDENTITEITEN

Onderzoeksmethoden

Binnen het nieuwe regionalisme wordt de regionale identiteit veelal beschouwd als een concept dat doelbewust wordt vormgegeven. Het open, fluïde en multidimensionele karakter van regio's en hun identiteiten wordt binnen deze stroming regelmatig benadrukt. Regionale identiteiten worden beschouwd als verhalen: een identiteit wordt doelbewust vormgegeven en geïnterpreteerd door ontvangers. Deze identiteit wordt gebruikt om de legitimiteit te vergroten, maar ook om actoren te binden. Actoren in een gebied spelen een belangrijke rol in het dragen van een regionale identiteit en het (economische) succes van een functionele regio. Daarom is het van belang dat er meer inzicht wordt verkregen in de relaties tussen de identiteiten van actoren in een gebied en de regionale identiteiten. Om meer inzicht te kunnen verkrijgen in deze relaties is een conceptualisering van het begrip 'identiteit' vereist. Het vergelijken van identiteiten is immers niet mogelijk als niet duidelijk is welke elementen van een identiteit worden vergeleken. Een regionale identiteit is een geconstrueerd begrip: het is veelal het resultaat van een gestuurd en doorlopend proces. Het is niet mogelijk om een identiteit in zijn geheel te meten: een identiteit is een concept dat leeft in de belevingswereld van actoren en voor iedereen wat anders kan betekenen. Voor dit onderzoek is daarom gekozen voor een opsplitsing van de identiteit in meerdere verschijningsvormen. Dit derde hoofdstuk gaat nader in op deze conceptualisering van identiteit evenals de andere onderzoeksmethoden. In de eerste paragraaf wordt de conceptualisering van de begrippen ingekaderd binnen de onderzoeksvragen. De tweede tot en met de zesde paragraaf gaan achtereenvolgens in op de keuze voor kwalitatieve onderzoeksmethoden, de dataverzameling en de uitwerkingen van de verschillende analyses. De laatste paragraaf richt zich op de onderzoekseenheden.

"Identity is a complicated, politically loaded category that brings together ideas of both the open and bounded character of regions."

Zimmerbauer et al., 2013, pp. 2

3.1 Conceptualisering van de regionale identiteit binnen een kwalitatief onderzoekskader

Binnen het kader van dit onderzoek is gekozen voor een conceptualisering van de identiteit aan de hand van het zogenoemde AC²ID-model Balmer et al. (2002).⁴ Dit model veronderstelt dat een identiteit te beschouwen is als een verhaal binnen een relatienetwerk en dat een identiteit meerdere verschijningsvormen aan kan nemen. Balmer et al. (2002) onderscheiden vijf verschijningsvormen, te weten: een werkelijke, gecommuniceerde, waargenomen, ideale en gewenste identiteit. Omdat het analyseren van de rol van actoren in het identiteitsvormingsproces van een regio één van de doelen van dit onderzoek is, is het belangrijk een conceptualisering te hebben die het mogelijk maakt om verschillende ruimtelijke

⁴ Zoals besproken in paragraaf 2.3.

identiteiten met elkaar te vergelijken. De conceptualisering aan de hand van het AC²ID-model maakt deze vergelijking mogelijk, omdat de vergelijking plaatsvindt op basis van de verschijningsvorm van de identiteit. Zo kunnen bijvoorbeeld de gecommuniceerde identiteiten van regio's met de gecommuniceerde identiteiten van bedrijven worden vergeleken, waardoor verschillende ruimtelijke identiteiten geanalyseerd en vergeleken kunnen worden. Deze identiteiten kunnen vergeleken worden, omdat gewerkt wordt vanuit eenzelfde conceptualisering van het begrip aan de hand van verschijningsvormen. Deze mogelijkheid tot vergelijken is van essentieel belang voor het analyseren van de relaties tussen identiteiten in een gebied. Deze conceptualisering past bovendien goed binnen het nieuwe regionalisme en de wetenschappelijk-theoretische inzichten die gangbaar zijn binnen deze stroming.⁵ Balmer et al. (2002) beschouwen de identiteit immers niet als een meetbaar geheel, maar als een geconstrueerd en variabel verhaal dat aangepast wordt aan beoogde ontvangers. Conceptualisering van de identiteit aan de hand van dit model doet dus recht aan het geconstrueerde karakter van regionale identiteiten.

Net als iedere theoretische conceptualisering van een complex begrip kent ook het AC²ID-model haar beperkingen. Zo deelt het model de identiteit in vijf categorieën in die, ondanks dat er wel verbindingen zijn, enigszins los van elkaar worden beschouwd. Een gecommuniceerde identiteit is echter niet los te zien van een gewenste identiteit, omdat elementen van deze identiteit waarschijnlijk ook terug zullen komen in de communicatie. Daarnaast is de indeling in vijf verschijningsvormen arbitrair te noemen aangezien een identiteit een veranderend begrip is. Het zou dus goed mogelijk kunnen zijn dat de identiteit uit meerdere of andere verschijningsvormen bestaat of dat de verschijningsvormen sterker met elkaar verweven zijn dan het model doet vermoeden. Desondanks vormt het AC²ID-model een bruikbaar uitgangspunt met oog op de doelen van dit onderzoek. Het hoofddoel van dit onderzoek is immers het vergelijken van verschillende ruimtelijke identiteiten in een gebied om meer inzicht te krijgen in de relaties tussen deze identiteiten en de rol van identiteit binnen het regiovormingsproces. Het AC²ID-model maakt deze vergelijkingen mogelijk, omdat gewerkt wordt vanuit eenzelfde conceptualisering van de identiteit voor verschillende typen ruimtelijke actoren.

De identiteiten van de Westasregio vormen in dit onderzoek het object van de vergelijking. Wanneer er in dit onderzoek gesproken wordt over de identiteit van de Westas worden in werkelijkheid de identiteiten zoals geconceptualiseerd binnen het AC²ID-model bedoeld. Deze identiteiten worden vergeleken met andere ruimtelijke identiteiten in het gebied, namelijk die van overige regio's en die van betrokken stakeholders.⁶ In dit onderzoek is gekozen voor een vergelijking van de identiteiten van de Westas met gecommuniceerde identiteiten in het gebied. De keuze voor deze vergelijking is tweeledig: het is waarschijnlijk dat in de gecommuniceerde identiteiten elementen van meerdere identiteitsvormen terugkomen en deze afbakening maakt het mogelijk om een relatief grote groep identiteiten met elkaar te vergelijken. De gecommuniceerde identiteit bevat veelal elementen van meerdere verschijningsvormen van de identiteit, omdat controleerbare communicatie actoren de mogelijkheid geeft om enerzijds hun visie naar beoogde ontvangers toe te presenteren, maar anderzijds ook de optimale en/of gewenste marktpositie te communiceren. De gecommuniceerde identiteit vormt dus in werkelijkheid een mix van verschillende verschijningsvormen en kan dus een relatief breed inzicht geven in de identiteiten. Wanneer alle verschijningsvormen van alle identiteiten vergeleken zouden worden, zou dit leiden tot een grote hoeveelheid aan uiteenlopende identiteitsvormen die zelfs onderling van elkaar verschillen. Met het oog

⁵ Zoals besproken in de hoofdstukken 1 en 2

⁶ Voor uitwerking van de onderzoekseenheden zie paragraaf 3.5.

op de onderzoeksdoelen zou dit leiden tot onnodige vergelijkingen. De Westas is immers het object van de vergelijking en het is binnen het kader van dit onderzoek voornamelijk interessant om te analyseren welke relaties er zijn tussen de identiteiten van de Westas en de andere identiteiten. Omdat de focus in dit onderzoek op de identiteiten van de Westas ligt, en welke rol zij spelen in het regiovormingsproces, is ervoor gekozen om deze identiteiten op basis van meerdere verschijningsvormen te analyseren. Daarbij moet op worden gemerkt dat de analyse een momentopname is. Veranderingen in de structuur van de actoren, zoals het aannemen van nieuwe leidinggevenden, kunnen van grote invloed zijn op met name de visie en dus de gewenste identiteiten. Het onderzoeken van de gecommuniceerde identiteiten vormt dus geen garantiebewijs voor toekomstige ontwikkelingen, maar het vormt wel een relevant uitgangspunt.

De gehanteerde conceptualisering van de identiteit is ook terug te vinden in de onderzoeksvragen (paragraaf 1.3). Deze vragen richten zich specifiek op de toepassing van de conceptualisering van de identiteit binnen dit onderzoek. Aan de hand van het AC²ID-model worden de identiteiten van de Westas verdeeld in drie blokken: de huidige/gecommuniceerde identiteit, de waargenomen identiteit en de ideale/gewenste identiteit. Deze drie verschijningsvormen dienen als basis voor een thematische analyse. Het doel van deze analyse is om tot thematiek te komen op basis waarvan de identiteiten van de Westas vergeleken kunnen worden met de overige identiteiten. De identiteit wordt binnen deze context dus afgebakend op thematisch niveau. De keuze hiervoor komt enerzijds voort uit de behoefte tot vergelijking (thema's kunnen relatief eenvoudig vergeleken worden) maar anderzijds ook uit het feit dat een identiteit een feitelijk ongrijpbaar 'iets' is. De identiteit is iets dat leeft onder betrokkenen en niet een afgebakend, definieerbaar geheel. Door middel van thematisering kan begrip en onderscheid aan worden gebracht in de identiteiten om zo vergelijking mogelijk te maken. De thematiek wordt vervolgens met elkaar vergeleken, waarbij tevens de verbanden tussen de verschillende identiteiten aan bod komen.

In dit onderzoek wordt de ruimtelijke identiteit dus behandeld als een samenvloeiing van verschillende, onderling verbonden verschijningsvormen. Deze verschijningsvormen zijn gebaseerd op het AC²ID-model van Balmer et al. (2002) evenals de toepassing hiervan door Trueman et al. (2008). Wanneer in dit onderzoek dus gesproken wordt over de identiteit van de Westas wordt niet een afgebakend, meetbaar geheel bedoeld, maar een totaliteit van veranderende en onderling verbonden verschijningsvormen die op thematisch niveau vergeleken worden. Deze conceptualisering maakt het mogelijk om identiteiten van verschillende actoren met elkaar te vergelijken op basis van de verschijningsvormen. Om tot een vergelijking van de identiteiten te komen wordt gebruik gemaakt van kwalitatieve onderzoeksmethoden, omdat deze beter aansluiten bij het paradigma van de regio en identiteit als construct. Binnen het nieuwe regionalisme worden zowel regio's als regionale identiteiten beschouwd als constructen en niet als objectief meetbare eenheden. Onderzoek naar de relaties tussen identiteiten binnen een regionaal-ruimtelijke context neigt dus al snel naar kwalitatief onderzoek, omdat deze vorm van onderzoek veelal een constructivistische inslag heeft. Binnen kwalitatief onderzoek worden sociale verschijnselen beschouwd als resultaten van interacties en niet als op zichzelf staande fenomenen. Bovendien wordt binnen het kwalitatieve onderzoek gebruik gemaakt van een interpretatieve epistemologie wat inhoudt dat de nadruk veelal ligt op het inzicht verkrijgen in de wereld door het analyseren van de interpretatie van die wereld (Bryman, 2012, pp. 380). De insteek van kwalitatief onderzoek sluit dus nauw aan bij de onderzoeksdoelen en de wijze waarop de concepten 'regio' en 'identiteit' binnen dit onderzoek worden behandeld.

Binnen deze kwalitatieve onderzoekscontext wordt gebruik gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden voor de beantwoording van de onderzoeksvragen. Om recht te doen aan de verschillende verschijningsvormen van de regionale identiteit is het van belang om verschillende onderzoeksmethoden toe te passen die recht doen aan deze verschijningsvormen. Alle gekozen onderzoeksmethoden vallen binnen het kwalitatieve kader. Aan de ene zijde van het spectrum bevinden zich de huidige en gecommuniceerde identiteiten. Volgens Trueman et al. (2008, pp. 9) komen deze twee vormen voornamelijk aan bod in uitingen die volledig door de actor in kwestie worden beheerd. Hierbij kan gedacht worden aan logo's, communicatiedocumenten en websites, maar ook de organisatiestructuur en het beleid van het management. Om tot meer inzicht te komen in de huidige/gecommuniceerde identiteiten van de Westas zal dus bestaande communicatie geanalyseerd moeten worden. Daarbij wordt in de context van dit onderzoek alleen gebruikt gemaakt van volledig gecontroleerde communicatie. Bovendien is het van belang een onderzoeksmethode aan te houden die het mogelijk maakt om niet alleen de huidige en gecommuniceerde identiteiten van de Westas te analyseren, maar ook de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's in het gebied en hun stakeholders. De hoofdvraag van dit onderzoek richt zich immers op het vergelijken van de identiteiten om tot meer inzicht in hun relaties te komen. Om dit doel te bereiken is het van belang een uniform platform te analyseren waar de actoren bovendien veel controle over kunnen uitoefenen. Websites vormen een uitstekend platform voor dergelijke analyses aangezien alle communicatie volledig gecontroleerd wordt door de actoren in kwestie en de informatie bereikbaar is voor een breed publiek (Denkers & Terlouw, 2011). Bovendien zijn websites een constant beschikbaar communicatie- en informatiemedium dat te allen tijde geraadpleegd kan worden (Malecki, 2004). In die hoedanigheid vormen zij vaak het eerste contactpunt tussen een organisatie en een individu. Websites zijn bovendien bij uitstek geschikt om complexe informatie te ordenen en te structureren. De informatiedichtheid op websites is veelal zeer groot, maar door een hiërarchische structuur is de belangrijkste informatie eenvoudig bereikbaar. De hoofdpagina fungeert als het ware als een etalage, waardoor bezoekers naar binnen kunnen kijken (Denkers & Terlouw, 2011; Kolbe, 2007). Het is dus waarschijnlijk dat de belangrijkste informatie in relatie tot de identiteit gecommuniceerd wordt op pagina's die snel te bereiken zijn. Het analyseren van websites is daarom een veelgebruikte onderzoeksmethode binnen het identiteitsonderzoek (zie bijvoorbeeld Denkers & Terlouw, 2011; Florek, 2006).

Websites vormen dus een goed platform om data te verzamelen over de gecommuniceerde identiteiten. De Westas heeft echter (nog) geen eigen website. Daarom is ervoor gekozen om voor de huidige/gecommuniceerde identiteit van de Westas gebruik te maken van een analyse van het document 'Brandpunt Logistieke Westas'. Dit document is opgesteld in 2011 en is de eerste publicatie die over een logistieke Westas spreekt. In die hoedanigheid vormt het dus een goed uitgangspunt voor het analyseren van de gecommuniceerde identiteit van de Westas.⁷

In relatie tot het analyseren van de identiteit van de Westas is het van belang om ook andere communicatievormen te analyseren om zo een vollediger beeld van de identiteiten van de regio te formeren. De gewenste of ideale identiteiten zullen immers slechts ten dele terugkomen in de volledig gecontroleerde communicatie en de waargenomen identiteiten waarschijnlijk helemaal niet. Om deze identiteitsvormen toch te analyseren wordt de inhoudsanalyse daarom aangevuld met twee focusgroepsessies, waarin actoren die betrokken zijn bij de ontwikkeling van de regio hun visie op en

⁷ Voor toelichting op deze keuze wordt verwezen naar paragraaf 3.5.

interpretatie van de regionale identiteit kunnen geven. Er is binnen de context van dit onderzoek bewust gekozen voor de focusgroepmethode, omdat deze werkwijze niet alleen meer inzicht kan verschaffen over het bevroegde thema, maar ook over de sociale interacties binnen de groep.⁸ De focusgroepen vormen daarom een goed middel om niet alleen te achterhalen hoe de identiteit van de Westas waar wordt genomen, maar ook hoe de interpretaties verschillen. Bovendien kunnen deelnemers aan de focusgroepen hun eigen ideeën en visies op de identiteiten van de Westas in de sessie verklaren wat wellicht kan leiden tot meer inzicht in de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas en welke belangen er spelen.

De laatste verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas zijn de ideale en gewenste identiteiten. Deze verschijningsvormen hebben veel overlap en omvatten zowel cognitieve (strategische), affectieve (gewenste) als conatieve (richting gevend voor handelen) elementen. Om meer inzicht te verkrijgen in deze verschijningsvormen wordt gebruik gemaakt van een inhoudsanalyse op thematisch niveau van het document 'Het Westas Manifest'. Dit document dateert van 26 juni 2014 en is opgesteld door de actoren die direct betrokken zijn bij de ontwikkeling van de regio.^{9 10} Het document bevat een gezamenlijke visie op de ontwikkeling van de regio en vormt daarmee een goed uitgangspunt voor de analyse van de gewenste en ideale identiteit van de Westas.

De identiteiten van de Westas worden binnen dit onderzoek dus behandeld als een drieluik: de huidige en gecommuniceerde identiteiten, de interpretatie van deze identiteiten en de gewenste, toekomstige identiteiten. Binnen het kader van dit onderzoek ligt de nadruk echter niet op de wijze waarop deze identiteitsvormen tot stand zijn gekomen, maar op de relaties tussen de verschillende identiteiten in het gebied. Daarom zal in het onderzoek niet specifiek ingegaan worden op de totstandkoming van de verschillende identiteiten. De nadruk zal liggen op de relaties van de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas en de overige gecommuniceerde identiteiten die voortkomen uit de website-analyse. Door de identiteiten van de Westas te beschouwen als onderling verbonden verschijningsvormen kunnen niet alleen de huidige identiteiten worden vergeleken, maar kan ook meer inzicht worden verkregen in hoeverre de gewenste identiteiten aansluiten bij gecommuniceerde identiteiten van actoren in het gebied. Deze opsplitsing voegt dus een extra dimensie toe die van belang is voor meer inzicht in de relaties tussen ruimtelijke identiteiten in het gebied.

3.2 Een model voor dataverzameling van websites en een toelichting op de dataverzameling

Voor de analyse van informatie op websites worden in veel gevallen kwantitatieve onderzoeksmethoden toegepast. De hoeveelheid informatie op websites is veelal groot en kwantitatieve onderzoeksmethoden zijn beter geschikt voor het verwerken van grote hoeveelheden informatie. Een veel gebruikte methode is de inhoudsanalyse, waarbij de (tekstuele) inhoud van een website wordt geanalyseerd op basis van een vooraf opgestelde set aan indicatoren (zie onder andere Denkers & Terlouw, 2011; Florek, 2006; Kolbe,

⁸ De focusgroepmethode wordt verder uitgewerkt in paragraaf 3.4.

⁹ Voor een toelichting op deze keuze wordt verwezen naar paragraaf 3.5. Het document is ook in zijn geheel terug te vinden in bijlage 1.

¹⁰ Voor een toelichting op de inhoudsanalyse wordt verwezen naar paragraaf 3.3.

2007; Terlouw, 2011). Deze methode heeft als groot voordeel dat het een zeer transparante methode is, die op veel verschillende typen informatie toe kan worden gepast. Het nadeel van deze kwantitatieve methode is dat de methode weinig ruimte laat voor interpretatie en inductieve theorievorming. Strikte, kwantitatieve analyses doen bovendien veelal geen recht aan de uniciteit van websites als communicatiemedium. Websites worden gekenmerkt door multimodaliteit en indirecte communicatie. De informatie op websites bestaat immers niet alleen uit tekst en afbeeldingen, maar ook uit andere mediavormen, zoals muziek, film of interactieve elementen. Daarnaast is bij websites ook de opmaak van belang voor het beeld en de boodschap die men over wil dragen. Dergelijke informatie laat zich lastig kwantificeren en kan dus eenvoudig gemist worden in kwantitatieve analyses. Deze vormen van informatie zijn echter wel van groot belang voor identiteitsonderzoek, aangezien de identiteit van een actor niet alleen over wordt gebracht door middel van tekstuele informatie. De gecommuniceerde identiteit bestaat ook uit andere uitingen, zoals de huisstijl en grafische vormgeving (Balmer et al., 2002, pp. 5). Visuele informatie, zoals logo's en afbeeldingen, kunnen veel (indirecte) informatie bevatten over de identiteit van de actor in kwestie. Het is dus van belang ook deze informatie mee te nemen in de analyse en de focus niet te beperken tot alleen de kwantificeerbare informatie.

Pauwels (2012) onderscheidt twee kwalitatieve methoden om websites te analyseren, te weten de snapshotmethode en de diachronische methode. De snapshotmethode maakt een afdruk van een website op een zeker moment en gebruikt die informatie voor de analyse. De diachronische methode bestaat uit een longitudinale studie die kan bestaan uit meerdere snapshots of een analyse van de veranderingen van websites. Op basis van dit onderscheid introduceert Pauwels een model dat handvatten biedt voor een kwalitatieve analyse van websites. Zijn model omvat zes stappen:

1. Vastleggen van de eerste indrukken:
 - Categorisering van de 'look and feel' van de website.
2. Inventarisatie van de onderwerpen en mogelijkheden:
 - Inventarisering en categorisering van de onderwerpen.
 - Inventarisatie van welke onderwerpen ontbreken.
3. Inhoudelijke analyse:
 - Analyse van de inhoud.
 - Analyse van welke inhoud ontbreekt.
4. Analyse van de onderliggende belangen:
 - Analyse van de veronderstelde doelgroep.
 - Analyse van de 'point of view'.
 - Analyse van de beoogde doelen.
5. Analyse van de organisatie van de informatie:
 - Analyse van de navigatieopties.
 - Analyse van de gebruikte tools en de hyperlinks.
6. Contextuele analyse:
 - Analyse van de zender en de gebruikte bronnen.
 - Analyse van het technologische platform.

Pauwels (2012, pp. 6)

In dit model ligt de focus op de analyse van de website als geheel en niet alleen op de tekstuele informatie. Het model is een tool om de gehele website te analyseren inclusief de technische platformen, doelen, doelgroepen en achterliggende belangen. Voor dit identiteitsonderzoek zijn echter niet al deze elementen van belang. De focus van dit onderzoek ligt immers niet op de website 'an sich' of op de rol van de website als communicatiemiddel binnen identiteiten, maar op de boodschap die de zender via de website over wil dragen. De vierde en vijfde stap uit het model van Pauwels worden in dit onderzoek dus buiten beschouwing gelaten. Bovendien dient de website binnen dit onderzoek voornamelijk het doel van informatievoorziening voor de inhoudsanalyse. De tekstuele en contextuele informatie wordt dus niet direct geanalyseerd, maar alleen opgeslagen voor verdere analyse.¹¹ Dit leidt tot de volgende uitwerking van het onderzoeksmodel:

1. Eerste indrukken:
 - Categoriëring van de 'look and feel' van de website.
 - Inventarisatie opstellen van gebruikte kleuren en andere opvallende elementen
2. Inventarisatie van de onderwerpen:
 - Welke onderwerpen komen aan bod en op welke pagina's zijn deze te vinden?
 - Welke pagina's zijn niet relevant voor de inhoudsanalyse?
3. Tekstuele dataverzameling:
 - Verzameling van relevante tekstuele data.
4. Contextuele dataverzameling:
 - Verzameling van relevante afbeeldingen, kaarten en grafieken. '

Naar Pauwels, 2012

De eerste stap binnen het model is gericht op het categoriseren van de eerste indrukken van de website. Hierbij wordt onder andere gekeken naar visuele elementen, zoals de kleurstelling en/of de huisstijl. De tweede stap is het identificeren van de verschillende onderwerpen en de structuur van de website. Bovendien worden tijdens deze tweede stap de pagina's geïdentificeerd die relevant zijn voor de dataverzameling. Voor deze keuze zijn bewust geen harde criteria opgesteld; de diversiteit van het platform vraagt om een individuele interpretatie. Waar bij sommige websites bijvoorbeeld de contactpagina bestaat uit een bondig overzicht van de contactgegevens, bestaat deze op andere websites wellicht uit een omschrijving van het bedrijfsprofiel. Deze tweede stap is dus doelbewust ingebouwd om te identificeren welke pagina's relevant zijn en welke niet. De derde en vierde stap richten zich vervolgens op de dataverzameling.

Het model van Pauwels (2012) biedt dus een goed uitgangspunt voor de verzameling van data van websites door rekening te houden met de uniciteit van het medium. De data die verzameld wordt met behulp van dit model wordt gebruikt om de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's en de stakeholders vorm te geven.¹² Voor de analyse van de identiteiten van de websites wordt echter gebruik gemaakt van andere platformen; deze keuze komt voort uit het feit dat de Westas (nog) niet over een eigen website beschikt, maar ook uit het feit dat meerdere verschijningsvormen worden beschouwd die alle een eigen onderzoeksmethode vragen. De waargenomen identiteiten komen voort uit een serie

¹¹ Voor uitwerking van de inhoudsanalyse en contextuele analyse wordt verwezen naar paragraaf 3.3.

¹² De keuze voor de onderzoekseenheden wordt verder uitgewerkt in paragraaf 3.5.

focusgroepsessies,¹³ maar de overige verschijningsvormen worden gebaseerd op een inhoudsanalyse. Deze inhoudsanalyse wordt tevens toegepast op de data die verzameld is van de websites. De verschillende verschijningsvormen van de identiteiten worden dus aan elkaar gekoppeld door een overkoepelende inhoudsanalyse.

3.3 Uitwerking van de inhoudsanalyse met contextuele elementen

De kwalitatieve inhoudsanalyse is een veel toegepaste methode binnen het sociaalwetenschappelijk onderzoek, die zich richt op het verkrijgen van inzichten uit documenten op basis van het analyseren van onderliggende thema's. De kwalitatieve inhoudsanalyse wijkt af van de kwantitatieve inhoudsanalyse in haar uitvoering: een kwantitatieve inhoudsanalyse richt zich op het analyseren van teksten en tracht de inhoud van deze teksten te kwantificeren op basis van vooraf opgestelde categorieën. Een kwalitatieve inhoudsanalyse daarentegen is veelal meer gericht op het interpreteren van teksten om meer inzicht te verkrijgen in achterliggende belangen en motieven (Bryman, 2012). Thematiek kan hierbij een belangrijke rol spelen. Om meer inzicht te verkrijgen in de relaties tussen de verschillende ruimtelijke identiteiten in een gebied is het van belang om thema's op te stellen die aan bod komen binnen de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten. Een regionale identiteit dient niet beschouwd te worden als een afgebakend geheel, waardoor een identiteitsanalyse zich altijd zal richten op elementen van identiteiten. Een thematische inhoudsanalyse kan een zinvolle ingeving geven aan deze elementen.

In dit onderzoek is ervoor gekozen om de identiteit af te bakenen aan de hand van verschillende verschijningsvormen. Om deze verschijningsvormen inhoud te geven, is gekozen voor een aanpak waarbij thematisering centraal staat. Deze thematisering kan bijdragen aan het verkrijgen van inzicht in de mate waarin bepaalde onderwerpen belangrijk zijn voor de desbetreffende verschijningsvormen van de identiteiten. Als bijvoorbeeld een regio in haar communicatie veel nadruk legt op het belang van logistieke verbindingen, zou gesteld kunnen worden dat dit een belangrijk thema is binnen de gecommuniceerde identiteiten van de regio in kwestie. De kwalitatieve thematische analyse is echter nog sterk onderontwikkeld: *"Ondanks het vele gebruik van de thematische analyse van kwalitatieve data is de procedure voor deze analyse bijzonder onderontwikkeld. Er zijn geen specificaties of stappenplannen voor een dergelijke analyse"* (Bryman, 2012, pp. 580). Ryan & Bernard (2003) identificeren verschillende elementen die kunnen helpen in de thematisering van kwalitatieve data:

- Herhaling van specifieke frases of onderwerpen.
- Typologieën die binnen een onverwachte of specifieke context worden gebruikt.
- Het gebruik van metaforen.
- De overgangen tussen de verschillende onderwerpen.
- Overeenkomsten en verschillen tussen verschillende databronnen.
- Overgangswaarden die een causaal verband aan zouden kunnen geven.
- Missende data en gegevens die (al dan niet doelbewust) weg worden gelaten.
- Op theorie gebaseerde verwachtingen.

¹³ Zie ook paragraaf 3.4.

Een dergelijke aanpak kan helpen met het identificeren van thema's binnen de data die verzameld wordt en kan dus dienen als basis voor de uitwerking de inhoudsanalyse. Ritchie et al. (2003) introduceren een aanpak die ook wel de 'frameworkanalyse' wordt genoemd, waarbij de thematisering in een matrix op wordt genomen op basis van hoofd- en subthema's. Er wordt als het ware een indexering opgesteld, waarbinnen de thema's een plaats krijgen. De data van de inhoudsanalyse wordt vervolgens in deze matrix verwerkt aan de hand van ofwel letterlijke data (citaten of stukken tekst) ofwel korte omschrijvingen. Deze methode maakt een duidelijke thematisering van kwalitatieve data mogelijk, waarbij ruimte wordt gelaten interpretatie. Thema's die binnen deze methode gekozen worden zijn veelal het gevolg van interpretatie van de onderzoeker(s), waarbij de handvatten opgesteld door Ryan & Bernard (2003) van pas kunnen komen.

Voor dit onderzoek is gekozen voor een kwalitatieve onderzoeks aanpak die aansluit bij het multidimensionale en interpretabele karakter van de concepten 'regio' en 'identiteit'. Strikt kwalitatieve onderzoeksmethoden hebben echter ook nadelen. Een strikt kwalitatieve analyse kan al snel vervallen in wat Bryman (2012) omschrijft als 'anekdotisme': "*Publicaties over kwalitatieve onderzoeken zijn vaak anekdotisch van aard en geven de lezer weinig inzicht in de frequentie van aangehaalde fenomenen. [...] Een bijzonder aangrijpend argument of een onverwachte uitkomst wordt misschien sterker opgeblazen dan op basis van de voorkomingsfrequentie te veroorloven is* (Bryman, 2012, pp. 624)." Dit anekdotisme kan bestreden worden door een beperkte kwantificering: "*Beperkte kwantificering kan gebruikt worden om de schijn te weerleggen dat de kwalitatieve data te anekdotisch wordt gepresenteerd, waardoor lezers slechts beperkt inzicht krijgen in de mate waarin verschijnselen voorkomen* (Bryman, 2012, pp. 625)." Door gebruik te maken van deze methode kan de onderzoeker dus een extra laag precisie toevoegen aan zijn of haar onderzoek. Bovendien wordt het onderzoek completer en kan er gebruik worden gemaakt van wat Bryman (2012) omschrijft als 'offset': "*Zowel kwantitatieve als kwalitatieve onderzoeksmethoden hebben hun eigen sterke en zwakke punten. Door gebruik te maken van beide methoden kunnen de zwakke punten ondervangen worden en de sterke punten benadrukt worden* (Bryman, 2012, pp. 633)." Voor de inhoudsanalyse wordt dus gebruik gemaakt van een kwalitatieve benadering met een beperkte kwantificering. In de praktijk houdt dit in dat de voorkomingsfrequenties van de verschillende thema's bij worden gehouden evenals de informatiestructuren van de websites.

Naast tekstuele informatie wordt ook visuele informatie verzameld en geanalyseerd binnen de context van de inhoudsanalyse. Deze analyse richt zich op de context van de website of het betreffende document. Hieronder worden afbeeldingen verstaan, maar ook gebruikte kleuren en logo's, omdat deze ook een onderdeel vormen van de gecommuniceerde identiteit. Onderdeel van wat het platform 'website' uniek maakt is dat de informatie interactief en veranderlijk kan zijn. Deze non-tekstuele informatie kan belangrijke thematiek bevatten of juist bestaande thematiek versterken dan wel weerleggen. Dit geldt overigens niet alleen voor websites; ook statische documenten kunnen belangrijke, visueel gepresenteerde informatie bevatten in de vorm van foto's, grafieken, kaarten of andersoortige afbeeldingen. Het is dus van belang ook de visuele en contextuele elementen mee te nemen in de thematische analyse, zoals opgesteld in de vorige paragraaf.

In relatie tot het analyseren van contextuele en visuele informatie binnen een thematische (document)analyse wordt veelal gebruik gemaakt van semiotiek, wat ook wel de wetenschap van tekens wordt genoemd. De semiotiek richt zich op de analyse van tekens: een zogenoemde 'signifier' wordt gebruikt om een onderliggende betekenis of een onderliggend belang over te brengen. Dit belang of deze

betekenis wordt ook wel de 'signified' genoemd (Bryman, 2012, pp. 559). De semiotiek maakt dus onderscheid tussen enerzijds het signaal dat verstuurd wordt (bijvoorbeeld de afbeelding of het logo) en anderzijds de betekenis of het onderliggende belang van het signaal in kwestie. Binnen de semiotiek wordt daarbij onderscheid gemaakt tussen connotatieve en denotatieve betekenissen. De denotatieve betekenis is de manifestatie van de signifier in het signaal, waarbij de connotatieve betekenis zich meer richt op sociale context waarbinnen het signaal wordt geproduceerd en wat deze context voor betekenis toe kan voegen aan de signifier. Deze methode kan van groot nut zijn voor de analyse van de contextuele informatie van de kwalitatieve analyse. Door binnen de contextuele informatie onderscheid te maken tussen een boodschap en de context waarbinnen deze boodschap wordt verstuurd, kan meer inzicht worden verkregen in onderliggende belangen en betekenissen wat voor belang kan zijn voor de thematiek. Ryan & Bernard (2003) stellen immers dat ook (al dan niet bewust) weggelaten data belangrijk kan zijn voor de thematisering. Binnen de semiotiek worden sociale fenomenen bovendien voorgesteld als teksten: een fenomeen wordt beschreven en "gelezen" als een tekst. Dit kan helpen in het vertalen van beelden en interactieve website-elementen in teksten zonder de betekenis van deze elementen tekort te doen.

In relatie tot de contextuele analyse kan een semiotisch perspectief dus helpen in het achterhalen van achterliggende belangen en betekenissen van contextuele informatie op zowel websites als in statische documenten. In de analyse zullen deze elementen dus vertaald worden naar teksten, in dit geval thema's, waarbij specifiek aandacht wordt geschonken aan niet alleen de informatie van het element zelf, maar ook onderliggende informatie.

3.4 Toelichting op de focusgroepsessies

Een van de onderzoeksdoelen van dit onderzoek is het verkrijgen van meer inzicht in de relaties tussen ruimtelijk-regionale identiteiten in een gebied. De identiteit is daarbij afgebakend als een dynamisch concept met meerdere verschijningsvormen. De voorgaande paragrafen hebben zich gericht op de onderzoeksmethoden voor het analyseren van twee van deze verschijningsvormen: de gecommuniceerde en gewenste identiteiten. Deze identiteiten worden geanalyseerd met behulp van thematische inhoudsanalyses. De waargenomen identiteit komt volgens Balmer et al. (2002) naar voren in de perceptie van de identiteit door bijvoorbeeld aandeelhouders en andere belanghebbenden. De waargenomen identiteit richt zich dus op de perceptie van overige verschijningsvormen van de identiteit (bijvoorbeeld de gecommuniceerde identiteit) door personen die op de één of andere manier betrokken zijn bij de identiteit in kwestie. In relatie tot de identiteiten van de Westas kan gesteld worden dat om meer inzicht te verkrijgen in de waargenomen identiteiten de perceptie van betrokken actoren gepeild dient te worden. Een goede methode om dergelijke percepties te pijken is de zogenoemde focusgroepsessie. Bryman omschrijft de focusgroepsessie als: "*een vorm van een groepsinterview, waarbij meerdere personen, veelal tenminste vier, simultaan worden geïnterviewd*" (Bryman, 2012, pp. 501)." Deze sessies concentreren zich veelal rond één specifiek thema, waarbij er in het bijzonder aandacht wordt besteed aan de interactie tussen groepsleden en het proces van consensusvorming. Binnen de context van de focusgroepsessie als onderzoeksmethode ligt de nadruk dus niet alleen op de antwoorden die de individuele leden van de groep geven, maar ook op de groepsdynamiek en eventuele achterliggende belangen. Dit maakt de methode een geschikte wijze om meer inzicht te verkrijgen in interpretaties van de deelnemers. Bovendien kunnen deelnemers in een

focusgroep eigen, eventueel afwijkende, ideeën en inzichten inbrengen, waardoor de onderzoeker wellicht nieuwe inzichten op kan doen. Dit maakt de focusgroepsessie tot een geschikte onderzoeksmethode om meer inzicht te verkrijgen in de waargenomen identiteit van de Westas, omdat deelnemers binnen deze context hun visie kunnen geven op wat zij beschouwen als de identiteit van de Westas.

Focusgroepsessies bevatten veelal een selectiecriteria voor de selectie van de deelnemers. Binnen dit onderzoek zijn vooral deelnemers die een binding hebben met de ontwikkeling van de regio interessant. Het doel van de focusgroepsessie is immers het verkrijgen van meer inzicht in de waargenomen identiteiten van de Westas die binnen dit onderzoek geconceptualiseerd zijn als de identiteiten zoals deze door betrokkenen worden beleefd. Alle deelnemers aan de focusgroepsessies zullen dus op professionele basis betrokken moeten zijn bij de ontwikkeling van de regio en haar identiteit. Bovendien zullen de sessies semigestructureerd van opzet zijn, waarbij de deelnemers uitgedaagd worden om met elkaar in gesprek te gaan over de (waargenomen) identiteiten van de Westas, hun rol binnen de identiteitsvorming en de rol van verschillende actoren in die identiteitsvorming. Om deze doelen te behalen is een werkvorm ontwikkeld die de deelnemers uitdaagt om hun mening te uiten en tevens het groepsproces inzichtelijk maakt. Voor deze focusgroepsessies is dus niet gekozen voor een semigestructureerd, collectief, simultaan interview, maar voor een werkvorm waarbij de deelnemers uitgedaagd worden om met elkaar thematiek op te stellen in relatie tot de waargenomen identiteiten van de Westas. Door een werkvorm te ontwikkelen die zich richt op het groepsproces en de thematiek wordt niet alleen meer inzicht verkregen in de waargenomen identiteiten en rond welke thema's deze zich concentreren, maar ook in de groepsdynamiek.

Het doel van de focusgroepsessies is het verkrijgen van inzicht in hoe de identiteit van de Westas wordt waargenomen en beleefd. Binnen de focusgroepen ligt de nadruk op thematiek, omdat dit een vergelijking met de overige verschijningsvormen van de identiteiten mogelijk maakt en thematiek een uiting van elementen van identiteiten kan zijn. Binnen de werkvorm van de focusgroepsessies is het dus van belang dat deelnemers uitgedaagd worden om hun perceptie van de identiteiten van de regio te vertalen naar thema's. Met deze gedachte is een interactieve werkvorm ontwikkeld rondom een centrale, topografische kaart van het gebied (bijlage 2). De werkvorm concentreerde zich rond een topografische kaart van het gebied op A0-formaat en 23 bronnen op A5-formaat die door de onderzoeker waren geselecteerd. De bronnen bestonden uit afbeeldingen, kaarten en korte teksten die zoveel mogelijk de rol van een actor in kwestie binnen het gebied weerspiegelden, zoals deze naar voren kwam op de website van de actor in kwestie. De bronnen waren geselecteerd op basis van de onderzoekseenheden en vertegenwoordigden allen één onderzoekseenheid¹⁴. Zo was één van de bronnen bijvoorbeeld een kaart waarop alle ontwikkellocaties en werkterreinen van een gebiedsontwikkelaar in de regio waren weergegeven. Bij de keuze voor deze bronnen is zoveel mogelijk getracht een bron te selecteren die representatief was voor de rol van de actor in het gebied. Als er bijvoorbeeld sprake was van een (inter)nationaal opererende actor is bij de keuze van de bron rekening gehouden met welke rol deze actor in het gebied speelt.

De opdracht voor de deelnemers aan de focusgroepsessies was om de bronnen te bestuderen en op inhoudelijk niveau aan elkaar te koppelen rondom een thema. Zo konden bijvoorbeeld drie bronnen over goederenstromen gekoppeld worden aan het thema logistiek. De keuze voor de thema's was daarbij vrij. Het doel van de sessie was immers het verkrijgen van inzicht in de interpretatie en beleving van de identiteiten van de Westas door de deelnemers. De deelnemers moesten dus zelf op zoek gaan naar

¹⁴ Zie voor de uitwerking van de onderzoekseenheden paragraaf 3.5.

overeenkomstige thematiek binnen de bronnen om zo tot meer inzicht te komen in welke thematiek binnen de Westas leeft. Door geen vooropgestelde thematiek te gebruiken, werden de deelnemers ertoe aangezet om hun interpretatie van, en dus hun visie op, de identiteit van de Westas te geven. Dit was van belang aangezien op basis van deze focusgroepen de waargenomen identiteiten van de Westas wordt opgesteld.

De volgende stap was om de gevonden thema's met bijbehorende bronnen een plaats te geven op de topografische kaart van het gebied. Het thema logistiek werd bijvoorbeeld ingetekend als een ruimtelijke corridor op de kaart. Het doel van deze stap was om de deelnemers na te laten denken over concepten als ruimte in relatie tot regio's en meer inzicht te verkrijgen in hoe men afbakening, grenzen en ruimte beschouwt in relatie tot regiovorming en de Westas in het bijzonder. Deze stap liet de deelnemers nadenken over ruimtelijke weerspiegeling van de besproken thematiek en over wat zij wel als onderdeel van de Westasregio verstaan en wat niet. De laatste stap was om te onthullen welke actor bij welke bron hoorde om zo meer inzicht te krijgen in welke actoren men aan welke locaties had gekoppeld en welke rol zij voor deze actoren zagen weggelegd binnen de Westas.

De uitwerking van deze werkvorm was dus driedig: de onderzoekers konden meer inzicht verkrijgen in welke thematiek de betrokken actoren koppelen aan de identiteiten van de Westas, wat zij beschouwen als de ruimtelijke neerslag van de regio en welke partijen volgens hen betrokken zijn bij deze ontwikkelingen. Daarnaast was deze sessie ook voor de betrokken actoren van nut, omdat het hen de mogelijkheid bood met elkaar in discussie te gaan over de regio en wellicht perspectieven op nieuwe samenwerkingen te ontwikkelen. Een werkvorm maakt het bovendien mogelijk om meer data te verzamelen over de focusgroepsessies. Bij traditionele groepsinterviews wordt veelal het gehele gesprek uitgeschreven, maar in dergelijke situaties is het lastig om te onderscheiden wie wat heeft gezegd en hoe de consensusvorming binnen de groep tot stand is gekomen. Een werkvorm creëert extra datalagen, omdat de deelnemers hun resultaten verwerken in de werkvorm en deze resultaten door de onderzoeker gebruikt kunnen worden voor de analyse. Door middel van een werkvorm en een daaropvolgende groepsdiscussie kan dus meer inzicht worden verkregen in de waargenomen identiteit van de Westas en hoe deze zich verhoudt ten opzichte van de overige verschijningsvormen van de identiteit.

3.5 Uitwerking van de onderzoekseenheden

In de afgelopen zes paragrafen zijn achtereenvolgens een conceptualisering van het begrip identiteit opgesteld evenals de onderzoeksmethoden die toe worden gepast om tot beantwoording van de onderzoeksvragen te komen. Deze laatste paragraaf gaat in op de afbakening van de onderzoekseenheden: de keuze voor de onderzochte actoren wordt toegelicht evenals de keuze voor de websites en documenten voor de inhoudsanalyse en de keuze en werving van de deelnemers aan de focusgroepsessies.

In het eerste hoofdstuk van dit onderzoek is een situatieschets opgesteld van het gebied waarbinnen de ontwikkeling van de Westas plaatsvindt. Binnen het gebied is een opeenstapeling van regio's zichtbaar: bestuurlijke regio's overlappen elkaar deels en worden overlapt door overige regionale samenwerkingen als de Zuidas en Greenport Aalsmeer. Het is van belang om rekening te houden met deze regionaal-ruimtelijke context in dit onderzoek, omdat één van de onderzoeksdoelen het verkrijgen van meer inzicht in de relaties tussen ruimtelijke identiteiten is. Om dit onderzoeksdoel te behalen wordt eerst de identiteit van de Westas op thematisch niveau geanalyseerd binnen de context van de verschillende

verschijningsvormen. Deze thematische identiteit wordt vervolgens vergeleken met andere ruimtelijke identiteiten in het gebied. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen twee groepen, te weten de 'overige regio's' en de 'stakeholders'. Dit onderscheid komt voort uit de gecompliceerde regionaal-ruimtelijke opbouw van het gebied: het aantal regio's evenals de regionale diversiteit is groot. Om meer inzicht te krijgen in relaties tussen de identiteiten is het dus goed om allereerst een vergelijking tussen de Westasregio en de overige regio's op te stellen. De stakeholders zijn organisaties die direct betrokken zijn bij de ontwikkeling van de Westas of die op basis van hun locatie of rol in economische samenwerkingen waarschijnlijk betrokken kunnen worden bij de regio. De stakeholders bestaan uit zowel publieke als private partijen. De regionale samenwerkingsverbanden zijn in dit onderzoek de samenwerkingsverbanden die een ruimtelijke afbakening of een ruimtelijk concept als grondslag van hun samenwerking hebben. De stakeholders kunnen dus een onderdeel zijn van de regionale samenwerkingsverbanden, maar vice versa kan dit niet het geval zijn.

Wanneer in de context van dit onderzoek gesproken wordt over 'overige regio's' worden de volgende regio's bedoeld:

- Greenport Aalsmeer
- Metropoolregio Amsterdam
- Stadsregio Amsterdam
- Zuidas Amsterdam

De zaanecorridor, een vijfde regio die in ontwikkeling is in het gebied, wordt hierbij buiten beschouwing gelaten, omdat deze regionale samenwerking op het moment van onderzoek slechts uit een simulatie bestaat. Er kan verwacht worden dat de ontwikkeling van de Westas beïnvloedt wordt door deze regio's en dat de Westas ook invloed heeft op deze regio's, vanwege de ruimtelijke nabijheid. De ontwikkeling van de Westas vindt immers plaats in een gebied dat al omsloten wordt door de Metropoolregio Amsterdam, de Stadsregio Amsterdam en de Greenport Aalsmeer. In relatie tot de ontwikkeling van de identiteit kan dus een verband verwacht worden.

De opgestelde regio's opereren echter niet in een (bestuurlijk) vacuüm: zoals aangehaald in het tweede hoofdstuk wordt de inslag van regiovorming meer en meer economisch, waardoor het van belang is om actoren bij regio's te betrekken. Een analyse van de identiteiten in het gebied kan zich dus niet slechts beperken tot de identiteiten van regio's, maar moet zich ook richten op de actoren die bij die regiovorming betrokken zijn. Kavatzis (2012) stelt immers dat er in de praktijk een kloof is tussen de identiteit van de place in kwestie en de identiteiten van de betrokken stakeholders. Om dus meer inzicht te vergaren in de relaties tussen de verschillende ruimtelijke identiteiten is het van belang om ook de identiteiten van de stakeholders mee te nemen in de analyse. Regiovorming heeft echter invloed op veel verschillende partijen: van bedrijven in een gebied tot inwoners van de regio. Om tot een afbakening van relevante, betrokken partijen te komen, is het van belang om een onderscheid te maken tussen partijen die een directe, financiële of intellectuele, professionele betrokkenheid hebben bij de ontwikkeling van de Westas en partijen die een indirecte betrokkenheid hebben bij de ontwikkeling van de regio. Op basis van het Manifest Westas (bijlage 1) dat op is gesteld over de toekomstige ontwikkeling van de Westas kan een eerste afbakening van de stakeholders op worden gesteld. Alle partijen die dit document onderschrijven hebben immers een directe, professionele betrokkenheid bij de ontwikkeling van de regio.

In alfabetische volgorde zijn dit:

- Gemeente Haarlem
- Gemeente Haarlemmermeer
- Gemeente Zaanstad
- Havenbedrijf Amsterdam
- Projectorganisatie Westerpoort/Sloterdijken
- SADC
- Stadsdeel Nieuw-West
- Transforte

Deze actoren hebben zich verbonden aan het toekomstmanifest over de regio dat in juni 2014 is opgesteld. Het identificeren van welke partijen indirect betrokken zijn bij de ontwikkeling van de regio is echter een lastigere uitdaging. Men zou zelfs kunnen beredeneren dat alle inwoners van het gebied op de één of andere wijze indirect betrokken zijn bij de ontwikkeling, maar dit leidt niet tot een relevante afbakening. Om meer inzicht te krijgen in welke partijen een indirecte betrokkenheid hebben bij de ontwikkeling van de regio is daarom tweemaal gesproken met de heer Jansen, commercieel directeur van SADC.¹⁵ In zijn functie heeft de heer Jansen aan de voet gestaan van de ontwikkeling van de regio. Zijn inzichten kunnen dus van grote waarde zijn met betrekking tot de afbakening van de stakeholders. Uit deze gesprekken kwam onder meer naar voren dat twee economische, niet-ruimtelijke samenwerkingsverbanden in het gebied en (indirecte) betrokkenheid hebben bij de ontwikkeling van de Westas: de 'Amsterdam Logistics Board' en het 'Platform Noordzeekanaalgebied'. Op basis van deze samenwerkingsverbanden is een lijst met stakeholders opgesteld:

Op basis van de Amsterdam Logistics Board:

- AMS-IX
- Dinalog Amsterdam
- Flora Holland
- Schiphol Cargo
- Schiphol Group

Op basis van het Platform Noordzeekanaalgebied:

- Gemeente Beverwijk
- Gemeente Haarlemmerliede & Spaarnwoude
- Gemeente Velsen
- Provincie Noord-Holland
- Tata Steel IJmuiden
- Zeehaven IJmuiden

Uit deze lijst zijn alle duplicaten verwijderd.

¹⁵ Deze gesprekken hebben plaatsgevonden op 14 maart 2014 en 14 april 2014.

Op basis van andere economische samenwerkingen in het gebied zouden nog meer stakeholders toegevoegd kunnen worden aan deze lijst. De vraag is echter of dit de analyse ten goede komt. Het doel van het onderzoek is immers het vergaren van inzicht in de relaties tussen ruimtelijke identiteiten in een gebied door te kijken naar hoe een relatief nieuwe regio zich verhoudt tot al bestaande regio's en betrokken stakeholders. Door de stakeholders te beperken tot zij die in relatief grote mate betrokken zijn bij de ontwikkeling wordt onnodige ruis voorkomen.

De actoren die in de analyse worden meegenomen zijn dus op te delen in de Westas, de overige regio's in het gebied en de (betrokken) stakeholders. Van alle partijen binnen deze groepen wordt (een verschijningsvorm van) de identiteit geanalyseerd. Het laatste deel van deze paragraaf richt zich specifiek op deze analyse, waarbij alle analyse-eenheden aan bod komen. Met betrekking tot de Westas worden drie verschijningsvormen geanalyseerd: de huidige/gecommuniceerde, de waargenomen en de ideale/gewenste identiteit. Voor de analyse van de huidige/gecommuniceerde identiteit wordt gebruik gemaakt van de publicatie 'Brandpunt Logistieke Westas – Amsterdam Connecting Trade' (Programmabureau ACT, 2011). Deze publicatie vormde de aanzet voor de ontwikkeling van de Westas en vormt daarom een goed startpunt voor de analyse van de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten van de regio. Voor de analyse van de waargenomen identiteit wordt gebruik gemaakt van de focusgroepsessies, zoals besproken in de voorgaande paragraaf. Van de data die voortkomt uit deze sessies wordt ook gebruik gemaakt voor de analyse van de ideale/gewenste identiteit. Het is immers aannemelijk te verwachten dat de deelnemers niet alleen hun mening geven over de huidige (gecommuniceerde) identiteit, maar ook in zullen gaan op de door hen gewenste identiteit. De analyse van deze verschijningsvorm wordt aangevuld met een inhoudsanalyse van het document 'Manifest Westas' (Kennislab voor Urbanisme, 2014b; bijlage 1). Dit document is opgesteld door de direct betrokken stakeholders en bevat een samenvatting van hun visie voor de regio. Al deze documenten worden geanalyseerd op basis van de besproken inhoudsanalyse.¹⁶

De identiteit van de Westas wordt dus opgesteld op basis van twee publicaties en een focusgroepsessie. Voor de analyse van de identiteiten van de overige actoren (de overige regio's en de stakeholders) wordt gebruik gemaakt van een website-analyse gekoppeld aan een inhoudsanalyse. Hierbij wordt zoveel mogelijk gewerkt vanuit een analyse van websites die door de actoren zelf zijn opgesteld. De gecommuniceerde identiteit komt immers het duidelijkst naar voren in volledig gecontroleerde communicatie. Naar actorgroep leidt dit tot de volgende verdeling van de websites:

Overige regio's:

- Greenport Aalsmeer <http://www.greenport-aalsmeer.nl/>
- Metropoolregio Amsterdam <http://www.metropoolregioamsterdam.nl/>
- Stadsregio Amsterdam <http://www.stadsregioamsterdam.nl/>
- Zuidas Amsterdam <http://www.amsterdam.nl/zuidas/>

¹⁶ Zie voor een toelichting op de inhoudsanalyse paragraaf 3.3.

Stakeholders (alfabetisch):

- AMS-IX <https://ams-ix.net/>
- Dinalog Amsterdam <http://www.dinalogamsterdam.nl/nl/home/>
- Flora Holland <http://www.floraholland.com/nl/>
- Gemeente Beverwijk <http://www.beverwijk.nl/>
- Gemeente Haarlem <https://www.haarlem.nl/>
- Gemeente Haarlemmermeer <http://www.hlmrmeer.nl/nl>
- Gemeente Haarlemmerliede & Spaarnwoude <http://www.haarlemmerliede.nl/>
- Gemeente Velsen <http://www.velsen.nl/>
- Gemeente Zaanstad <https://www.zaanstad.nl/>
- Havenbedrijf Amsterdam <http://www.portofamsterdam.nl/>
- Projectorganisatie Westerpoot/Sloterdijken <http://www.amsterdam.nl/westpoort/ondernemerspagina/partners-0/projectorganisatie/>
- Provincie Noord-Holland <http://www.noord-holland.nl/>
- SADC <http://www.sadc.nl/>
- Schiphol Cargo <http://www.schiphol.nl/B2B/Cargo.htm>
- Schiphol Group http://www.schiphol.nl/index_shg.html
- Stadsdeel Nieuw-West <http://www.nieuwwest.amsterdam.nl/>
- Tata Steel IJmuiden <http://www.tatasteel.nl/>
- Transforte <http://www.transforte.nl/>
- Zeehaven IJmuiden <http://www.zeehaven.nl/>

Dataverzameling van deze websites zal plaatsvinden met gebruik van het opgestelde model.¹⁷ De data die hieruit voortkomt dient als basis voor de gecommuniceerde identiteiten van de actoren die op thematisch niveau vergeleken worden met de identiteiten van de Westas. Het vierde hoofdstuk gaat in op deze identiteiten en stelt een analyse op van de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas.

“The conscious attempt of governments to shape a specifically designed place identity and promote it to identified markets, whether external or internal, is almost as old as government itself.”

Ashworth, 2010, pp. 1

¹⁷ Dit model is terug te vinden in paragraaf 3.2.

4. IDENTITEITEN IN BEWEGING

Analyse van de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas

In het derde hoofdstuk van dit onderzoek is uitgewerkt welke onderzoeksmethoden toe worden gepast om de opgestelde onderzoeksdoelen te bereiken. Omdat identiteit een multidimensioneel en fluïde concept is, is er binnen de context van dit onderzoek gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksopzet. De verschillende verschijningsvormen van de identiteiten zijn gekoppeld aan de betreffende onderzoeksmethoden en analysevormen. In dit vierde hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas. De huidige/gecommuniceerde identiteiten, waargenomen identiteiten en ideale/gewenste identiteiten worden beschouwd en op thematisch niveau geanalyseerd ten opzichte van elkaar om zo tot meer inzicht te komen in uit welke elementen de identiteiten van de Westas bestaan en hoe deze elementen zich tot elkaar verhouden.

4.1 De Westas als logistiek brandpunt – gecommuniceerde identiteiten

De identiteiten van de Westas zijn binnen dit onderzoek geconceptualiseerd als dynamische concepten met meerdere verschijningsvormen die gekoppeld zijn aan specifieke methoden van dataverzameling en analyse:

- De huidige/gecommuniceerde identiteiten: voortkomend uit een analyse het document 'Brandpunt Logistieke Westas'.
- De waargenomen identiteiten: voortkomend uit een analyse op basis focusgroepsessies.
- De ideale/gewenste identiteiten: voortkomend uit een analyse van het document 'Manifest Westas'.¹⁸

De eerste verschijningsvorm van de identiteit is gebaseerd op een analyse van het document 'Brandpunt Logistieke Westas'. Dit document is opgesteld in 2011 en stelt voor het eerst een logistieke Westas als tegenhanger van de (financiële) Zuidas aan de kaak. Het document vormt daarmee een goed startpunt voor de analyse van wat ook wel de initiële identiteit van de Westas kan worden genoemd; de identiteit die de oprichters van de regio voor ogen hadden. Deze identiteitsvorm is geanalyseerd op thematisch niveau in overeenkomst met de opgestelde onderzoeksmethoden. De opgestelde thematiek is gekoppeld aan een voorkomingsfrequentie (figuur 4.1.1). Opvallend is dat met name het thema logistiek veelvuldig aan de orde komt binnen deze verschijningsvorm. In dit document wordt in relatie tot de Westas veel gesproken over de toegevoegde waarde van de logistiek binnen de Metropoolregio Amsterdam, waarbij de Westas wordt

¹⁸ Voor een toelichting op deze keuzes wordt verwezen naar hoofdstuk 3.

gepositioneerd als het brandpunt van deze logistieke ontwikkelingen (onder andere pp. 3, 5, 7, 9 en 17).¹⁹ Het argument wordt gemaakt dat de logistieke sector van groot belang is voor het economische perspectief van de Metropoolregio Amsterdam en Nederland als geheel. De Westas zou hierin een centrale rol moeten spelen als brandpunt van deze ontwikkelingen: *“Met de Zuidas als toplocatie voor (inter)nationale ondernemingen en hoofdkantoren, vormt de Logistieke Westas zo de belangrijkste pijler onder de economie van de Metropoolregio Amsterdam in de komende decennia (pp. 17).”* Het belang van de ontwikkeling van de Westas is dus in de eerste plaats economisch: de Westas wordt gepresenteerd als logistieke pijler onder de economie van de metropoolregio. De thema’s logistiek en economie hangen daarbij sterk met elkaar samen.

4.1.1 Thematiek van de gecommuniceerde identiteiten van de Westas op basis van een analyse van het document ‘Brandpunt Logistieke Westas’

Datum van analyse:	18 – 5 – 2014				
Thematiek:	Logistiek	Duurzaamheid	Economie/economische positie	Verbinding met regionale schaal	Mainports
Voorkomingsfrequentie:	12	3	7	5	2

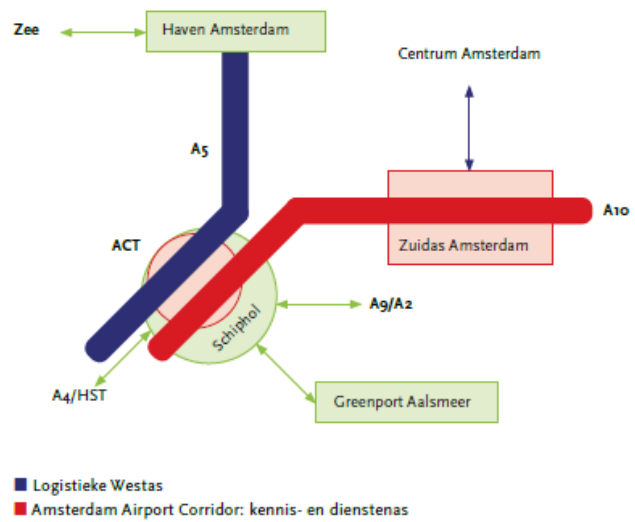
Opvallend is tevens dat de Westas gepresenteerd wordt als niet alleen een logistieke as, maar ook als een virtuele as: *“Amsterdam Connecting Trade vormt het middelpunt van de corridor tussen Greenport Aalsmeer, Schiphol en Haven Amsterdam, de fysieke en virtuele Logistieke Westas van de Metropoolregio (pp. 5).”* Enerzijds wordt de Westas beschouwd als een aaneenschakeling van snelwegen (figuur 4.1.2): een verbinding die dienst doet als een logistieke corridor. Anderzijds wordt de Westas ook beschouwd als een virtuele as: *“De logistieke Westas valt daarbij te beschouwen als de fysieke en virtuele vertaling van het Airport-Seaport-Greenport concept waarbij wordt ingezet op gezamenlijke product-, kennis- en marktontwikkeling vanuit de luchthaven, Haven Amsterdam en Greenport Aalsmeer (pp. 17).”* De Westas wordt dus ook beschouwd als een as waarlangs vele stromen goederen, personen en diensten zich bewegen. De Westas wordt gepresenteerd als een brandpunt van de metropoolregio die op haar beurt gepresenteerd wordt als een internationaal knooppunt: *“Dankzij Schiphol, Haven Amsterdam, Greenport Aalsmeer en het internetknooppunt AMS-IX is de Metropoolregio Amsterdam een internationaal knooppunt voor stromen goederen, diensten en personen (pp. 15).”* De Westas wordt dus geplaatst binnen een groter schaalniveau van achtereenvolgens de metropoolregio en de internationale wereldeconomie.

Ook de identiteit van de regio wordt geplaatst binnen deze context: enerzijds tracht de Westas complementair te zijn ten opzichte van de Zuidas en anderzijds maakt zij gebruik van het beeld van de metropoolregio als knooppunt om zo haar eigen positie te versterken. Daarbij tracht de Westas zich op economisch vlak te onderscheiden door in te zetten op logistiek als belangrijke pijler voor economische

¹⁹ Verwijzingen naar paginanummers in deze paragraaf verwijzen naar het document ‘Brandpunt Logistieke Westas’ (Programmabureau ACT, 2011).

groei van het gebied. Enerzijds tracht de Westas zich te onderscheiden door complementariteit ten opzichte van andere regio's in het gebied te benadrukken en anderzijds maakt zij gebruik van het beeld van de metropoolregio als knooppunt door in te zetten op niet alleen fysiek-logistieke stromen, maar zichzelf ook te presenteren als een virtuele as.

4.1.2 De logistieke Westas in relatie tot de Zuidas, Schiphol, Greenport Aalsmeer en de haven van Amsterdam



Bron: *Programmabureau ACT, 2011*

Voor wat betreft de gecommuniceerde (initiële) identiteit van de Westas kan dus gesteld worden dat de regio gepresenteerd wordt als een complementaire regio die door haar fysieke en virtuele, logistieke focus past binnen de metropoolregio als knooppunt, complementair is ten opzichte van al bestaande regio's en van grote economische waarde kan zijn voor het gehele gebied. De positionering van de regio richt zich daarbij op complementariteit door het toevoegen van nieuwe elementen aan de consensus enerzijds en anderzijds tracht men de regio in te passen in het regionale mozaïek door al bestaande elementen te 'downloaden' van de consensus van de metropoolregio. Deze relaties laten zien dat er in de context van de Westas dus ook niet gesproken dient te worden van een 'bounded space', maar een open concept dat mede vorm krijgt door de relaties met andere regio's in het gebied en met actoren in het gebied. De tweede paragraaf gaat daarom in op de waargenomen identiteiten van de Westas: hoe worden deze identiteiten geïnterpreteerd door de betrokken actoren?

4.2 De Westas als een as van verbindingen - waargenomen identiteiten


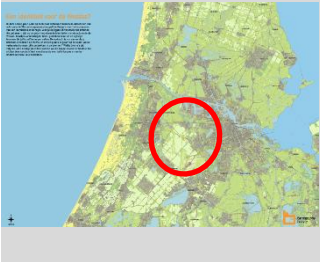

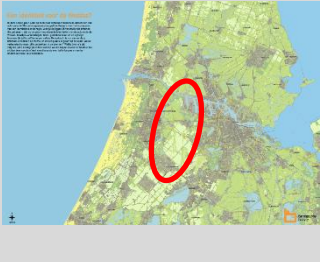

De waargenomen identiteit vormt het tweede deel van het drielook van verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas. Binnen dit onderzoek is de waargenomen identiteit geconceptualiseerd als de

identiteit zoals deze door betrokkenen wordt beleefd. Om inzicht te verkrijgen in deze identiteitsvorm zijn twee focusgroepsessies georganiseerd rond een werkvorm.²⁰ De eerste focusgroep bestond uit een achttal deelnemers die allen op professionele basis betrokken zijn bij de ontwikkeling van de Westas. Met behulp van de werkvorm kwamen zij tot een viertal thema's die zij beschouwen als belangrijke thema's voor de identiteit van de Westas (figuur 4.2.1). Op basis van het aantal bronnen dat aan ieder thema is gekoppeld kan een hiërarchische ordening aan de thematiek worden gegeven, waarbij 'verbinden' als het belangrijkste thema wordt beschouwd gevolgd door achtereenvolgens 'recreatie en cultuur', 'circulaire economie' en 'beleving'. Het thema 'verbinden' werd gekoppeld aan zeven bronnen die de rol van het leggen van verbindingen in de regio centraal stellen. De invulling die de deelnemers gaven aan dit thema was enerzijds economisch, maar anderzijds ook sociaal. Verbinden staat voor economische en logistieke verbindingen, maar ook voor het verbinden van mensen en bedrijven en digitale verbindingen. Verbinden wordt hierbij gepresenteerd als een paraplu voor de identiteit van de regio: de regio zou als het ware de lijm moeten vormen tussen de verschillende actoren in het gebied. Dit komt ook naar voren in de ruimtelijke neerslag van het thema: het thema is breed ingetekend over het gehele gebied, waarbij de nadruk ligt op het verbinden van de Westas met Amsterdam. Het lijkt er dus op dat de deelnemers de Westas zien als een regio die mensen, bedrijven en overige partijen met elkaar kan verbinden. Op economisch vlak kan logistiek hierbij een belangrijke rol spelen. Opvallend is ook dat er nadruk werd gelegd op het belang van (internationale) dataverbindingen. De Westas wordt beschouwd als een samenvloeiing van verschillende knooppunten, zoals de luchthaven Schiphol, de haven van Amsterdam en het internetknooppunt AMS-IX. Volgens de deelnemers maakt dit de Westas tot een hub van verbindingen. Het karakter van dit thema wordt versterkt door de aanwezigheid en de rol van luchthaven Schiphol die zichzelf presenteert als een partij die internationale verbindingen tot stand brengt.

De overige drie thema's die door de deelnemers van de focusgroep werden opgesteld, hangen nauw met elkaar samen: de locaties en de bronnen die aan de thema's waren gekoppeld, zijn door elkaar ingetekend op de kaart. Figuur 4.2.1 suggereert wellicht dat de thema's gescheiden van elkaar waren ingetekend op de kaart, maar in werkelijkheid hadden ze veel overlap met elkaar. Dit geldt niet alleen voor de locatie, maar ook voor de invulling van de thema's. Het eerste thema werd duidelijk naar voren gezet als een belangrijke pijler voor de regio, maar over de overige drie thema's werd langer gediscussieerd. De consensus van deze discussie was dat de beleving van de regio versterkt moet worden. Deze beleving kan versterkt worden door meer nadruk te leggen op de overige twee thema's: 'recreatie en cultuur' en 'circulaire economie'. Het thema 'circulaire economie' werd door de deelnemers gepresenteerd als een thema dat bij zou kunnen dragen aan het ontwikkelen van een onderscheidende identiteit voor de regio. Onder het thema worden initiatieven geschaard die bijdragen aan een milieuvriendelijk en circulair, economisch model. Het thema werd gekoppeld aan het thema 'verbinden', waarbij nadruk werd gelegd op het verduurzamen van logistieke ketens. Ruimte voor dit thema werd met name ingetekend in wat de deelnemers beschouwden als het hart van de Westas. Het thema 'recreatie en cultuur' werd daarentegen breed ingetekend op de kaart, waarbij nadruk werd gelegd op het gebied rond de gemeente Zaanstad. Het thema werd beschouwd als een mogelijkheid om de regio meer te laten leven onder bewoners.

²⁰ Zie paragraaf 3.4 voor een toelichting op deze focusgroepsessies en bijlage 2 voor de uitwerking van de werkvorm.


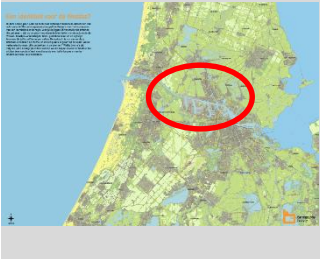

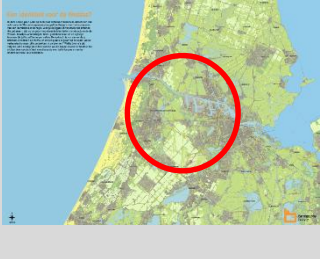

4.2.1 Schematische uitwerking van de resultaten van de eerste focusgroepsessie

Focusgroepsessie 1				
Datum:	26 – 06 – 2014		Resultaat:	
Deelnemers:	8			
Thematiek:	Beleving	Verbinden	Circulaire economie	Recreatie en cultuur
Bronnen:	3	7	4	5
Niet gebruikt:	4			
Locatie:				

De thema's 'beleving', 'circulaire economie' en 'recreatie en cultuur' hebben dus veel overlap met elkaar. Recreatie en cultuur kunnen bijdragen aan meer beleving van de regio en inzetten op initiatieven met betrekking tot de circulaire economie kan leiden tot een onderscheidende identiteit wat weer bij kan dragen aan meer beleving. Wat de resultaten van deze focusgroepsessie aantonen is dat de Westas als regio, en haar identiteiten in het bijzonder, veel verschillende betekenissen kent en op verschillende wijzen geïnterpreteerd wordt door betrokken actoren. De opgestelde thematiek is immers divers en er steekt niet een enkel thema uit dat door alle betrokkenen gepresenteerd wordt als de overduidelijke identiteit van de Westas. In het geval van de Westas kan dus duidelijk gesproken worden over een regio met een multidimensionele en fluïde identiteit die door de betrokken actoren op verschillende wijzen geïnterpreteerd wordt. Dit komt ook naar voren uit de resultaten van de tweede focusgroepsessie waar de verdeling van de thema's nog dichter bij elkaar ligt (figuur 4.2.2). Ook de resultaten van de tweede focusgroep laten thema's zien die sterk met elkaar verbonden zijn. In de tweede groep lag de nadruk echter duidelijker op het belang van de logistieke sector voor de regio. Het thema 'logistiek' was het meest genoemde thema, waarbij er een aparte uitsplitsing is gemaakt voor het thema 'duurzaam transport'. In de discussie werd het (economische) belang van de logistieke sector voor de regio benadrukt, waarbij deze sector ingetekend werd als een logistieke corridor in het hart van de Westas. Nadruk lag hierbij op

duurzame ontwikkeling van logistiek en logistieke concepten, zoals zogenoemde 'green lanes'. Deze green lanes werden door een deelnemers omschreven als speciale rijbanen voor duurzame, milieuvriendelijke transportvoertuigen. De consensus van de discussie was dat de logistiek een belangrijke pijler vormt voor de economische positie van de regio en dat de regio zich zou kunnen onderscheiden door in te zetten op duurzame, milieuvriendelijke, logistieke initiatieven.

4.2.2 Schematische uitwerking van de resultaten van de tweede focusgroepsessie

Focusgroepsessie 2				
Datum:	26 – 06 – 2014		Resultaat:	
Deelnemers:	6			
Thematiek:	Landmarks/ identiteit	Logistiek	Economische sectoren	Duurzaam transport
Bronnen:	4	6	5	3
<i>Niet gebruikt:</i>	5			
Locatie:				

Ook in de tweede focusgroep kwam naar voren dat het voor de regio van belang is dat zij zich onderscheidt en meer beleving creëert. Dit werd echter niet als apart thema aangevoerd, zoals dat bij de eerste groep wel het geval was. Dit aspect van de discussie is echter wel deels terug te vinden in het thema 'landmarks/identiteit'. Onder dit thema werden natuurlijke en culturele uitingen verstaan die door de deelnemers als typerend voor het gebied werden beschouwd. De deelnemers beschouwden deze uitingen als landmarks die het gezicht van de regio zouden kunnen bepalen. Dit thema vormt hiermee een opvallend contrast ten opzichte van de logistiek-economisch ingevlogen thema's. Opvallend is ook dat de locatie van dit thema zich bevindt rond de randen van wat de deelnemers beschouwden als het Westasgebied. Het lijkt er dus op dat de consensus is dat (duurzame) logistiek het hart van de Westas vormt en dat andere thema's een plek krijgen rond de randen van de regio. Dit is in min of meerdere mate ook terug te vinden in de

resultaten van de eerste focusgroepsessie waar de thema's 'verbinden' en 'circulaire economie' werden gelokaliseerd binnen het hart van de Westas.

Het laatste thema, economische sectoren, werd ingevuld als overige sectoren (naast logistiek) die van belang zijn voor de regio. Hieronder werd bijvoorbeeld het belang van de dataverbindingen geplaatst. Dit thema vormt echter ook een onderstreping van het belang dat binnen de focusgroep werd gehecht aan economie in relatie tot de identiteit van de regio. De deelnemers aan de tweede focusgroepsessie hadden een sterk economische inslag en beschouwden de regio dan ook als een voertuig om economische veranderingen en groei te kunnen bewerkstelligen. Dit past binnen de context van het nieuwe regionalisme, waarbinnen de regio beschouwd wordt als handig schaalniveau om economische groei te stimuleren.²¹

In relatie tot de waargenomen identiteit van de Westas kan gesteld worden dat deelnemende actoren veel belang hechten aan (logistieke) verbindingen en innovatieve, duurzame initiatieven die zich richten op deze verbindingen. Er lijkt zich een driehoeksrelatie te vormen tussen logistiek, duurzaamheid en verbindingen die door de deelnemende actoren beschouwd wordt als het hart van de Westas en als het hart van de identiteit van de regio. Tegelijkertijd lijken de meeste actoren zich ervan bewust dat de regio meer aandacht vraagt en dat het van belang is om meer beleving te creëren onder deelnemende partijen en bewoners. De consensus is dat dit kan door in te zetten op onderscheidende, duurzame en innovatie logistiek-economische concepten. De regio is een regio van verbindingen wat ook naar voren komt in landmarks van het gebied, zoals de luchthaven Schiphol. Langs de randen van de regio is vervolgens ruimte voor natuurlijke en culturele uitingen en recreatie, maar uit zowel de rangschikking van de thematiek als de locaties komt naar voren dat dit niet als de kern van de regio en haar identiteit wordt beschouwd.

4.3 De Westas als netwerk - gewenste identiteiten

De laatste verschijningsvorm van de identiteiten van de Westas die wordt behandeld in dit onderzoek is de ideale/gewenste identiteit. Deze identiteitsvorm is het resultaat van gewenste toekomstbeelden van betrokken actoren en komt voort uit analyse van het document 'Manifest Westas' (2014). Dit document is opgesteld door de betrokken actoren en dient als een verwoording van hun ambities en visies voor de regio. Het document vormt daarmee een goed uitgangspunt voor de analyse van de gewenste identiteit.

Binnen de tekst van het document komt een negental thema's naar voren die rangeren van 'Logistiek en Handel' met acht vermeldingen tot 'Samenwerking' met drie vermeldingen (figuur 4.3.1). Opvallend is dat het aantal thema's dat gekoppeld wordt aan de Westas in deze publicatie relatief groot is ten opzichte van de thematiek zoals deze voortkwam uit de focusgroepen en de analyse van de gecommuniceerde identiteiten. Dit kan voortkomen uit een hang naar volledigheid, maar ook uit een gebrek aan focus in relatie tot het toekomstperspectief van de regio. Dit kan te maken hebben met het feit dat het om een relatief nieuwe regio gaat die haar plek binnen het gebied nog moet "veroveren", maar ook met het feit dat de regio veel verschillende actoren aan zich tracht te binden. Zo wordt in het document gesproken over logistieke bedrijven, logistieke dienstverleners, de maakindustrie en initiatieven omtrent duurzaamheid, maar ook over bewoners, boeren en bloemenkwekers. In relatie tot de identiteit zoals deze voortkomt uit

²¹ Zie voor uitwerking van dit principe ook de hoofdstukken 1 en 2.

de analyse van dit document kan dus gesproken worden van een relatief diffuus beeld; ook in relatie tot de overige identiteitsvormen van de Westas.

4.3.1 Thematiek van de gewenste identiteiten van de Westas op basis van het Manifest Westas

Datum van analyse:	13 – 1 – 2015				
Thematiek:	Logistiek en Handel	Verbinding en Connectiviteit	Samenwerking	Flexibiliteit en Pioniersmentaliteit	Wonen
Voorkomingsfrequentie:	8	7	3	4	5
Thematiek:	Circulaire economie	Internationaal karakter	Mainports	Westas als ruggengraat	
Voorkomingsfrequentie:	5	5	4	7	

Wanneer gekeken wordt naar de thematiek valt op dat er veel onderlinge verbondenheid bestaat tussen de thema's. De invulling van de thema's 'Logistiek en Handel' en 'Verbinding en Connectiviteit' kent veel overlap. Zo wordt in relatie tot 'Logistiek en Handel' gesproken over de Westas als *"een verzameling van logistieke knooppunten waar stromen mensen en goederen in en uit gaan"* en in relatie tot 'Verbinding en Connectiviteit' over *"de korte afstand tussen de fysieke knooppunten (...) maken de Westas tot een centrum van internationale connectiviteit."*²² De invulling van het thema 'Verbinding en Connectiviteit' heeft dus deels overlap met het thema 'Logistiek en Handel'. Beide thema's kennen echter andere accenten. Zo wordt in relatie tot 'Logistiek en Handel' uitdrukkelijk gesproken over de rol van dienstverlening: *"De logistiek gaat samen met het leveren van diensten, van handel. Handel in de vorm van zakelijk financiële dienstverlening, maar ook van activiteiten die waarde toevoegen."* Binnen de invulling van dit thema ligt de nadruk dus op de (economische) rol van de logistieke sector en aanverwante (dienstverlenende) bedrijven. Het thema 'Verbinding en Connectiviteit' gaat ook over logistieke verbindingen, maar legt in eerste instantie de nadruk op de rol van de Westas als verbindende schakel in een verdeelde regio: *"Het netwerk in de Westas is (...) een aanzet en vormt als bottom-upinitiatief de verbindende schakel tussen de MRA (met name het logistieke cluster daarin) en deelgebieden als Schiphol Trade Park"* en op de rol van de Westas als bindende factor tussen actoren: *"Met het leggen van verbindingen tussen de al aanwezige bedrijven en voorzieningen is het mogelijk ons internationaal te onderscheiden."* Het thema heeft dus enerzijds een logistieke insteek, maar kent anderzijds ook een breder perspectief. De nadruk ligt op de Westas als een regio die verbindingen tot stand brengt. Dit kunnen logistieke verbindingen zijn, maar ook verbindingen tussen bedrijven en personen. Het thema vindt hiermee ook overlap met het thema 'Internationaal karakter'. Volgens de schrijvers van het manifest heerst in de Westas een *"innovatieve, internationale, grootstedelijke, dynamische sfeer"* die de

²² Alle citaten in deze paragraaf zijn afkomstig uit het Manifest Westas (Kennislabs voor Urbanisme, 2014b; Bijlage 1) tenzij anders aangegeven.

Westas maakt tot *"het meest internationale stukje Nederland."* De Westas is volgens de schrijvers *"Nederlands toegangspoort vóór en onze etalage náár de wereld."* Dit hangt samen met de internationale verbindingen binnen de regio die voortkomen uit de aanwezigheid van de zogenoemde mainports: luchthaven Schiphol, de haven van Amsterdam, AMS-IX en Greenport Aalsmeer. Het belang van deze ports voor de regio wordt meermalen benadrukt: *"De Westas is uniek. Nergens ter wereld wordt zo'n sterke bundeling van mainports gecombineerd met een internationaal georiënteerde mentaliteit en pioniersinstelling die het wonen en werken in de Westas kenmerken."*

Opvallend is dat er ook gesproken wordt over een internationaal georiënteerde pioniersmentaliteit. Volgens de schrijvers heerst er in de Westas een historisch gevormde mentaliteit: *"De Westas is gevormd door pioniers. Door helden, ontdekkingsreizigers en handelaren die de Amsterdamse haven tot het centrum van de wereldhandel maakten, en handelaren die de haven groot maakten, door uitvinders die op Schiphol experimenteerden met de luchtvaart, door boeren die op de drooggemalen bodem van de Haarlemmermeer ploeterden en er de mooiste bloemen wisten te telen, door technuten die geloofden in een realtimeverbinding met de hele wereld."* Het verwijzen naar een roemrijk verleden en een heersende mentaliteit binnen een gebied zijn elementen die vallen binnen het discours van een regio met een dikke identiteit.²³ Het is opvallend dat de Westas als regio naar dergelijke elementen verwijst, omdat de Westas juist een schoolvoorbeeld is van een functionele regio: een geconstrueerde regio met een economisch doel, waarin de samenwerking van actoren uit verschillende domeinen centraal staat. Dergelijke regio's hebben veelal een fluïde en multidimensionele, dunne identiteit die een gezamenlijk (economisch) belang dient en geen historisch gevormde, dikke identiteit die leeft onder de bewoners. Bovendien lijkt er sprake te zijn van een contradictie binnen de thematiek van de gewenste identiteit van de Westas: enerzijds wordt er gesproken over de regio als een relatienetwerk en anderzijds wordt de verbinding gelegd met historische concepten die kenmerkend zijn voor een afgebakende, gesloten regio. Deze contradictie past binnen wat Terlouw et al. (2014) omschrijven als de gelaagdheid van regionale identiteiten. Om hun legitimiteit te vergroten verbinden nieuwe, functionele regio's zich vaak aan elementen van al bestaande, sterkere concepten. In het geval van de gewenste identiteiten van de Westas lijkt men zich dus te willen verbinden met historische elementen evenals de Metropoolregio Amsterdam. Dit komt ook naar voren in het thema 'Westas als ruggengraat' waarbij in wordt gegaan op de rol die de Westas speelt binnen de MRA. Tegelijkertijd tracht de Westas haar legitimiteit te vergroten door zich op te stellen als het verbindende element in de regio: *"De Westas is het hart van – en verbindend element in – de regio."* In relatie tot de gewenste identiteit van de Westas ziet men de Westas dus als een regio die groepen aan elkaar verbindt; hetzij regio's, mainports of andere economische actoren. Deze economische focus maakt het des te opvallender dat er naar historische elementen wordt verwezen.

De overige thema's richten zich in min of meerdere mate op de invulling van deze thema's. Zo is samenwerking tussen de deelnemende actoren een belangrijk speerpunt van de gewenste identiteit. Actoren in het gebied zouden de krachten moeten bundelen om zo economische vooruitgang te bewerkstelligen. Het thema 'Circulaire economie' richt zich op wat omschreven wordt als *"de economische benadering van duurzaamheid"* en de relatie die het circulaire denken heeft met het thema 'Verbindingen en Connectiviteit': *"We zijn geïnspireerd door de economische benadering van duurzaamheid in de circulaire economie en we vinden inspiratie in het denken in verbindingen tussen bedrijven om zo stromen op elkaar te*

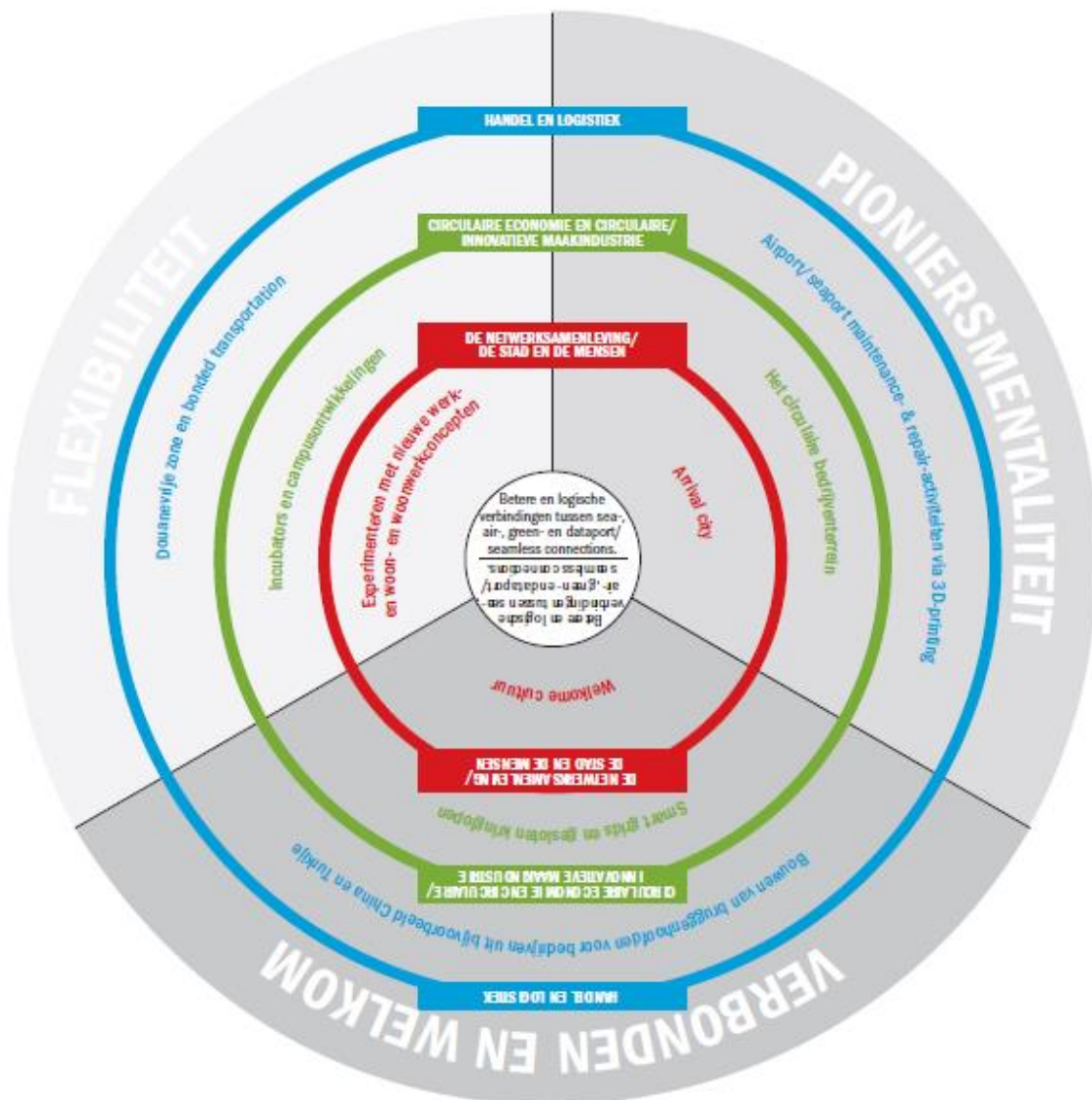
²³ Voor uitwerking van dit principe zie onder andere Terlouw, 2011 en paragraaf 2.2 van dit onderzoek.

laten aansluiten. (...) We willen dat de circulaire economie het leidende principe wordt in de ruimtelijke, economische en sociale inrichting van de Westas." Het thema 'Circulaire economie' kan dus beschouwd worden als een specifieke, praktische uitwerking van het thema 'Verbindingen en Connectiviteit': door stromen beter op elkaar aan te laten sluiten, kan een hogere mate van duurzaamheid verkregen worden.

Het laatste thema is 'Wonen'; in eerste instantie lijkt dit thema een vreemde eend in de bijt te zijn, maar wanneer gekeken wordt naar de invulling valt op dat ook hier de nadruk op economische activiteiten ligt en het binden van actoren en mensen aan de regio. Zo wordt er gesproken over de verbondenheid van mensen met de regio: *"Net zoals we willen dat mensen die in de Westas wonen, werken, ondernemen en besturen zich verwant voelen met de Westas. (...) En dat die verbondenheid met en in de Westas het gebied sterker maakt."* Bovendien lijkt een praktische toepassing van dit thema, en de overige thema's, het combineren van wonen en werken te zijn: *"We vinden dat wonen en werken veel natuurlijker gemengd moeten en kunnen worden."* Binnen de Westas moet dus plaats zijn voor het ontwikkelen van nieuwe woonconcepten die wonen en werken met elkaar verbinden.

In relatie tot de gewenste identiteiten van de Westas, zoals voorkomend uit de analyse van het manifest, kan dus gesteld worden dat de schrijvers, en onderschrijvers van het manifest, de Westas beschouwen als een regio waarin economische verbindingen en connectiviteit een centrale rol spelen. Deze thema's kennen op hun beurt verschillende takken: enerzijds wordt ingegaan op de rol van de logistieke sector en anderzijds op het belang van dataverkeer en de mainports in het gebied. Het maken van verbindingen komt ook terug in de rol die de regio binnen het gebied speelt, namelijk die van bruggenbouwer. De Westas zou de bindende factor moeten worden in een gebied dat gekenmerkt wordt door (internationale) stromen van mensen, goederen en data. Dit denken in takken komt ook terug in de visualisatie van de identiteit van de Westas, zoals opgenomen is in het manifest (figuur 4.3.2). Deze visualisatie presenteert het leggen van verbindingen (de zogenoemde 'seamless connections') als centraal punt voor de ontwikkeling van de Westas. De visualisatie heeft waarschijnlijk als doel om de samenhang tussen alle verschillende thema's aan te tonen, waarbij de Westas als verbindende factor binnen het gebied centraal staat. Dit signaal komt overeen met de analyse van de tekst van het manifest waar de nadruk ook wordt gelegd op het belang van verbindingen in relatie tot de Westasregio. De visualisatie deelt de thematiek vervolgens op in drie 'taartpunten': pioniersmentaliteit, flexibiliteit en verbonden en welkom. In het manifest wordt naar deze drie thema's verwezen als het DNA van de regio. Opvallend is dat alle drie de thema's zich toespitsen op mentaliteit: afgaande op de visualisatie lijken de makers te willen stellen dat in de Westas een open, welkome, flexibele pioniersmentaliteit heerst. Dit is opvallend omdat het propageren van een gezamenlijke mentaliteit niet past binnen het concept van een functionele regio, zoals eerder in deze paragraaf al naar voren is gekomen. Een gezamenlijke mentaliteit verbindt immers een mentaliteit aan een specifieke groep wat indirect een wij-zij denken stimuleert en dus een fysieke afbakening van de regio. Het lijkt er dus op dat de onderschrijvers van het manifest meer eenheid in de regio willen creëren door in te spelen op een gemeenschappelijke mentaliteit. Dit is een werkwijze die veelal gehanteerd wordt in relatie tot regio's met een dikke identiteit en niet in relatie tot functionele regio's met een dunne, fluide identiteit.

4.3.2 Visualisatie van de lagen van de Westas, zoals opgenomen in het Manifest Westas



Bron: Kennislab voor Urbanisme, 2014b

Binnen de zogenoemde “mentaliteitspunten” bevinden zich drie lagen met opnieuw hun eigen thematiek. Deze lagenstructuur lijkt te duiden op een steeds nauwer wordende focus: het thema ‘handel en logistiek’ omvat het thema ‘circulaire economie’ wat op haar beurt het thema ‘de netwerksamenleving’ omvat. De kern is dan uiteindelijk het thema ‘seamless connections’. Deze visualisatie impliceert dat ‘handel en logistiek’ het overkoepelende thema is binnen welke context de overige thema’s vallen. In relatie tot het thema ‘de netwerksamenleving’ zou dus dan dat deel van de inhoud van het thema vallen dat betrekking heeft op logistiek, zoals bijvoorbeeld welke invloed de constante verbondenheid van mensen heeft op logistieke stromen. Binnen deze drie lagen zijn weer individuele thema’s opgesteld op basis van de eerder genoemde taartpunten. Op basis van de eerder gehanteerde cirkelredanatie zou dan gesteld kunnen worden dat het thema ‘incubators en campusontwikkelingen’ specifiek betrekking heeft op ontwikkelingen

in relatie tot de rol van de circulaire economie binnen de handel en de logistiek. Afgaande op deze visualisatie zou de Westas dus inzetten op het ontwikkelen van incubators die zich richten op circulaire initiatieven binnen de logistieke sector.

Op basis van deze visualisatie kan dus gesteld worden dat de gewenste identiteiten van de Westas draaien om seamless connections. Binnen deze seamless connections wordt ingezet op handel en logistiek, de circulaire economie en de netwerksamenleving. Dit komt in zekere mate overeen met de analyse van de tekst waar ook de conclusie was dat de gewenste identiteiten van de Westas zich lijken te concentreren rond de logistiek en het belang van verbindingen en connectiviteit. Opvallend is dat daarbij sterk de nadruk ligt op economische thema's, waarbij enkele thema's, zoals 'arrival city' vreemde eenden in de bijt lijken.

4.4 Een vergelijkende analyse van de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas

In dit hoofdstuk zijn verschillende identiteitsvormen de Westas aan bod gekomen. Er is gesproken over de Westas als logistiek brandpunt binnen de Metropoolregio, de Westas als verbindend element tussen actoren, de Westas als broedplaats voor duurzame, logistieke initiatieven en de Westas als seamless connector. Al deze thema's zijn gekoppeld aan specifieke verschijningsvormen van de identiteiten van de regio: de gecommuniceerde, waargenomen en gewenste identiteiten. In deze laatste paragraaf wordt dieper ingegaan op de relaties tussen deze verschijningsvormen, hun onderliggende thematiek en wat dit inhoudt voor de rol van identiteit binnen regiovorming.

De gecommuniceerde identiteiten van de Westas zijn sterk geconcentreerd rond het thema 'logistiek'. De Westas wordt gepositioneerd als het brandpunt van logistieke ontwikkelingen in de Metropoolregio Amsterdam (MRA). Daarbij ligt de nadruk op het belang van de logistieke sector voor de economie van het gebied en, in breder perspectief, de rol die de logistieke sector speelt in het competitief houden van de MRA op internationaal niveau. De Westas wordt beschouwd als een logistieke én virtuele corridor die verdere ontwikkeling nodig heeft; de logistieke poot van de MRA die meer aandacht verdient. Deze logistieke focus is ook terug te vinden in de waargenomen identiteiten van de Westas, hetzij met een enigszins andere invulling. In de tweede focusgroepsessie werd het thema 'logistiek' aan de meeste bronnen gekoppeld. In de eerste sessie werd echter het thema 'verbinden' aan de meeste bronnen gekoppeld. Deze koppeling is een voorbode van een verschuiving van de invulling van het thema 'logistiek' die ook zichtbaar is in de gewenste identiteiten van de Westas, waar het thema 'verbinding en connectiviteit' op de tweede plaats staat. Waar de gecommuniceerde identiteiten van de Westas zich sterk richten op het economische belang van de logistieke sector lijkt deze sector meer en meer symbool te staan voor een bredere, zachtere conceptualisering van de Westas als een as van verbindingen. De logistiek is niet alleen meer van economisch belang voor de regio, maar vormt ook een illustratie van de regio als verbindend element. De nadruk ligt daarbij niet alleen op de Westas als verbinder van actoren, maar ook op de Westas als verbinder van regio's en op de Westas als verbinder van stromen, goederen en personen. De nadruk wordt daarbij gelegd op de rol van de zogenoemde mainports, te weten luchthaven Schiphol, Greenport Aalsmeer, de haven van Amsterdam en datahub AMS-IX. De Westas wordt gepresenteerd als een verbinder

tussen deze ports: de Westas faciliteert en stimuleert verbindingen tussen mensen, maar ook goederenstromen en datastromen. De Westas probeert zich op deze manier te verbinden met sterke identiteiten in het gebied, zoals de luchthaven Schiphol.

De identiteiten van de Westas worden bovendien geplaatst en gecontextualiseerd binnen die van de MRA, waarbij men identiteitselementen van de MRA downloadt om de eigen identiteiten meer context te geven. De MRA wordt voorgesteld als een internationaal concurrerende regio en een internationaal knooppunt van goederen en mensen. De Westas gebruikt deze context om haar eigen identiteiten meer invulling te geven en zo haar legitimiteit te vergroten. Men introduceert de Westas als een hub voor allerlei stromen goederen, data en mensen en als een regio die de verschillende (internationale) stromen in het gebied aan elkaar verbindt. Op deze wijze tracht men de Westas te positioneren als een essentieel onderdeel van de MRA en haar identiteiten.

Een tweede signaal dat men inzet op een bredere invulling van het thema 'logistiek' binnen de Westas is dat er in de gewenste identiteiten uitdrukkelijk wordt gesproken over 'logistiek en handel'. Het thema 'logistiek' is verbreed met en gekoppeld aan het belang van de maakindustrie en dienstverlenende bedrijven. Deze verbreding hangt samen met het beeld dat men presenteert van de Westas als een verbindende regio. Logistiek vormt de meest zichtbare en tastbare implicatie van dit principe, vanwege haar nadruk op stromen en efficiënte verbindingen. Het lijkt er dus op dat de thema's logistiek en verbondenheid dichter naar elkaar toe kruipen. Het thema 'logistiek' draait niet langer alleen om logistieke stromen en economische implicaties, maar ook om datastromen en een innovatieve maakindustrie. De nadruk ligt daarbij op de rol van verbindingen en niet zo zeer op economische, comparatieve voordelen van een sterke logistieke sector.

Het thema 'verbinden' heeft op haar beurt ook een bredere invulling gekregen. Waar in de gecommuniceerde identiteiten nog gesproken wordt over het inpassen van de regio binnen een hoger schaalniveau en de rol van de regio binnen de MRA wordt in de waargenomen en gewenste identiteit gesproken over thema's als connectiviteit, flexibiliteit en seamless connections. Deze seamless connections verbeelden de rol van de regio: een verbindende regio met naadloze integratie van verschillende soorten stromen. Dit is ook terug te vinden in de gewenste identiteiten, waarin men veel belang hecht aan de implicaties van de opkomst van de netwerksamenleving en de constante verbondenheid van mensen. De originele betekenis van het thema 'verbinden' is terug te vinden in het thema 'Westas als ruggengraat' zoals genoemd in de gewenste identiteiten. Men lijkt nog steeds het belang van de regio voor de MRA te willen benadrukken, waarbij men de Westas omschrijft als de enigszins onzichtbare, economische steunpilaar van het gebied. Dit aspect van de identiteiten is ook terug te vinden in thema's als 'beleving' en 'landmarks/identiteit', zoals genoemd in de waargenomen identiteiten. De actoren zijn van mening dat het (economische) belang van de Westas voor de regio onderschat wordt. De regio is te weinig zichtbaar in tegenstelling tot bekendere concepten als de Zuidas en krijgt daardoor niet de "credits" die zij verdient. Volgens de schrijvers is het dus nodig dat er meer aandacht komt voor de beleving van de regio. Dit komt overeen met de boodschap van de gecommuniceerde identiteiten, waarin de Westas wordt gepresenteerd als een belangrijk, maar vaak onzichtbaar, logistiek-economisch brandpunt. Het benadrukken van het belang van de regio voor de MRA in de gewenste identiteiten lijkt hier een voortzetting van te zijn.

Het belang van meer beleving van de regio hangt ook samen met het internationale perspectief, zoals dat naar voren komt in het thema 'internationaal karakter'. Dit thema komt niet specifiek aan bod in de gecommuniceerde en waargenomen identiteiten, maar vormt wel de achtergrond voor veel andere thema's

binnen deze verschijningsvormen. Men beschouwt de MRA als een internationaal georiënteerde regio. De Westas, met haar internationaal opererende mainports, is een belangrijke factor binnen het concurrerend houden van de MRA op internationaal niveau. Opvallend is dat dit aspect binnen de gewenste identiteiten gekoppeld wordt aan een heersende mentaliteit binnen de regio. Mede dankzij het relatief grote aantal internationaal opererende bedrijven in het gebied zou het gebied beschikken over een open, flexibele en welkome mentaliteit. Het feit dat een veronderstelde mentaliteit aan een gebied wordt gekoppeld is opvallend, omdat dat een typische uiting is van een dikke identiteit die veelal in verband wordt gebracht met traditionele, begrensde regio's. Los van het feit dat het discutabel is om te stellen dat er sprake is van één overkoepelende, heersende mentaliteit past dit niet binnen het beeld van de Westas als een open en functionele netwerkregio die verbindingen en economische voordelen benadrukt boven grenzen en afbakening.

Een tweede draad die door alle drie de verschijningsvormen van de identiteiten loopt is het belang van duurzaamheid. In de gecommuniceerde identiteiten komt het thema relatief weinig aan bod en wordt het gepresenteerd als een randvoorwaarde voor toekomstige ontwikkelingen; deze zouden een duurzaam karakter moeten hebben. Deze tak van invulling van het thema blijft zichtbaar tot en met de gewenste identiteiten. Ook hier wordt nog gesproken over toekomstige initiatieven die een duurzaam karakter moeten hebben. Het thema wordt dus gepresenteerd als een randvoorwaarde, maar niet als een kernbegrip van de identiteiten van de regio; iets wat ook terug te zien is in het aantal vermeldingen. Een thema dat sterk samenhangt met het thema 'duurzaamheid' is het thema 'circulaire economie'. Dit thema komt met name aan bod binnen de waargenomen en gewenste identiteiten en heeft hetzelfde karakter als het thema 'duurzaamheid' in de zin dat het gepresenteerd wordt als randvoorwaarde voor toekomstige ontwikkelingen. Zo wordt er in de gewenste identiteiten gesproken over circulaire bedrijventerreinen en incubators gericht op circulaire ontwikkelingen binnen de logistiek. De thema's 'duurzaamheid' en 'circulaire economie' worden dus met name toegepast in de context van randvoorwaarden voor nieuwe (logistieke) concepten. Het thema 'circulaire economie' lijkt op haar beurt een specifiekere uitwerking te zijn van het thema 'duurzaamheid'. Het begrip 'duurzaamheid' is bij uitstek een containerbegrip dat verdere invulling nodig heeft om relevant te worden voor de identiteiten van de regio. Die specifiekere invulling lijkt gevonden te zijn in het circulaire denken binnen logistieke clusters. Dit blijkt ook uit de waargenomen identiteiten van de Westas, waarin het thema 'duurzaam transport' wordt genoemd.

Een thema dat alleen in de gewenste identiteiten naar voren komt is het thema 'wonen'. De invulling van dit thema richt zich voornamelijk op het vormgeven van nieuwe woon-werkconcepten. Ook aan dit thema wordt dus een economische context meegegeven. Afgaande op het aantal vermeldingen en het feit dat dit thema slechts in één verschijningsvorm voorkomt, kan gesteld worden dat dit thema waarschijnlijk een randthema is dat niet de kern vormt van de identiteiten van de regio. Het lijkt erop dat men in wil zetten op het vormgeven van nieuwe woon-werkconcepten als uitwerking van de genoemde flexibele mentaliteit.

Op basis van deze vergelijking van de verschijningsvormen van de identiteit van de Westas kan een aantal conclusies getrokken worden. Allereerst lijken de identiteiten van de Westas zich ongemakkelijk te plaatsen op het in dit onderzoek aangehaalde continuüm tussen dikke en dunne identiteiten. Men zet in op economische thema's als 'logistiek en handel' en tracht de regio te presenteren als de economische ruggengraat van de MRA. Daarnaast legt men binnen de thematiek nadruk op het belang van economische en logistieke netwerken en de rol die de Westas kan spelen in het verbinden en versterken van deze netwerken. Er wordt dus sterk in een netwerkstructuur gedacht, waarbij de Westas als spil van het netwerk

geldt. Dit zijn elementen die wijzen op een dunne, fluïde identiteit die geassocieerd wordt met functionele regio's zoals onder andere omschreven door Paasi (2009) en zoals uitgewerkt is in paragraaf 2.1 van dit onderzoek. De actoren die invulling geven aan de identiteiten van de Westas zijn bovendien divers en komen uit verschillende domeinen: publiek, privaat en publiek-privaat. Deze samenwerking van verschillende actoren is kenmerkend voor dergelijke functionele regio's. Uit de analyse van de verschijningsvormen van de identiteiten komt bovendien naar voren dat de regio een duidelijke economische focus heeft, die ook tot uitwerking komt in de thematiek binnen de identiteiten. Dit lijkt te onderschrijven dat de Westas een functionele regio is met een dunne identiteit.

Er zijn echter ook opvallende, dikke elementen te onderscheiden in de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas. Zo wordt er gesproken over een heersende mentaliteit en het belang van beleving onder bewoners. Dit zijn elementen die wijzen naar een dikke identiteit die past binnen het oude regionale denken, waarbij de regio wordt beschouwd als een "natuurlijke", afgebakende ruimte. Dit botst met de dunne identiteit en functionele inslag die in de overige thematiek naar voren komt. Enerzijds zet men immers in op de Westas als netwerkregio: een netwerk dat stromen, goederen, personen, regio's en dataverkeer aan elkaar verbindt. Tegelijkertijd lijkt men de afbakening van het gebied te willen benadrukken door te stellen dat er een gemeenschappelijke mentaliteit heerst. Dit leidt tot een botsing van identiteitsvormen: een gemeenschappelijke mentaliteit kan alleen heersen in een afgebakend gebied. Een open relatienetwerk en inzetten op verbindingen impliceert daarentegen een andere regionale structuur, namelijk die van een niet-ruimtelijk begrensde, functioneel-economische samenwerking. Het lijkt er dus op dat men tracht de identiteit van de Westas te versterken door de dunne identiteitselementen aan te vullen met dikke elementen, maar dit leidt tot een ongemakkelijke contradictie.

In relatie tot de theorie van het continuüm van dikke en dunne identiteiten is er dus sprake van theoretische uitersten: in de praktijk is er altijd sprake van een mengvorm van dikke en dunne identiteitselementen en niet van identiteiten met volledig dunne dan wel dikke kenmerken. De identiteiten van de regio lijken zich echter wel duidelijk richting de dunne zijde van het spectrum te bewegen; een stelling die voorkomt uit de observatie dat binnen de gewenste identiteit duidelijk de nadruk wordt gelegd op economische belangen en de samenwerking binnen de regio een economische inslag kent. Binnen deze context bevinden zich enkele dikke elementen die wellicht het gevolg zijn van een poging om meer draagvlak te creëren voor de regio. Dit komt ook naar voren in het belang dat binnen de waargenomen identiteiten wordt gehecht aan het thema 'beleving'. De actoren zijn op zoek naar meer draagvlak voor de regio wat leidt tot een koppeling met dikke identiteitselementen en verbindingen met sterkere identiteiten in het gebied. Een tweede conclusie die getrokken kan worden is dus dat de Westas inzet op verbreding van haar draagvlak door haar identiteiten te positioneren binnen die van bestaande, oudere regionale samenwerkingen. Zij tracht dit te doen door haar identiteiten te koppelen aan andere, sterkere ruimtelijke identiteiten en door gebruik te maken van dikke identiteitselementen. Uit zowel de gecommuniceerde als de gewenste identiteiten blijkt dat de Westas zich wil verbinden met de MRA door zich te positioneren als de economisch-logistieke ruggengraat van het gebied en als verbindende factor. Bovendien tracht de Westas nieuwe identiteitselementen te uploaden door zogenoemde "gaten" of onderbelichte elementen binnen de identiteiten aan te tonen die opgevuld kunnen worden door de Westas. De Westasregio wordt daarbij gepresenteerd als de logische oplossing.

Kernwoord van de verschillende identiteitsvormen van de Westas lijkt dus het woord 'verbinden' te zijn. Dit woord houdt niet alleen verband met een belangrijk deel van de thematiek van de regio, maar vormt op haar beurt ook een metafoor voor de relaties tussen de identiteiten in het gebied, het type regio dat de Westas ambieert te zijn en de rol die de Westas wil spelen. Verbinden kan verwijzen naar economische actoren, de zogenoemde mainports of het belang van logistiek in de regio. Het kan ook verwijzen naar dataverbindingen, een welkome en open cultuur of efficiënte duurzaamheid door inzetten op circulaire processen. Dit kernwoord illustreert de fluiditeit en multidimensionaliteit van de identiteiten van de regio: de identiteiten zijn multi-interpretabel en krijgen verschillende betekenissen mee. De regio is daarbij geen passieve, handige, context, maar een actieve actor binnen politiek-economische processen. Binnen deze context kan de Westasregio dus beschouwd worden als een politiek-economisch gereedschap dat in wordt gezet om economische doelen te behalen. De regio vormt daarbij, zoals MacLeod (2001, pp. 9) stelt: *"een integraal onderdeel van de accumulatie van kapitaal, een collectieve interpretatie van identiteitsvorming of een setting voor sociale interactie."* Deze collectiviteit impliceert een zekere cohesie die de Westasregio kenmerkt: een samenwerking van vele verschillende partijen uit verschillende domeinen die actief inzetten op het versterken van een gebied. Deze cohesie kan fysiek-ruimtelijk zijn (zoals in de traditionele benadering van regio's), maar uit zich in het geval van de Westas veel meer in een relatienetwerk zonder specifieke administratieve en/of ruimtelijke afbakening. De Westas zet in op verdieping van dit netwerk, waarbij "verbinden" het sleutelwoord lijkt.

5. IDENTITEITEN VERGELEKEN

Analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's en de stakeholders

Binnen de traditionele benadering van de regio werd de regio veelal beschouwd als een natuurlijk gegeven: een handige context voor de analyse van (economische) processen. Binnen het nieuwe regionalisme kwam steeds meer de nadruk te liggen op de regio als geheel; de regio als een construct en een uitkomst van een doelbewust proces. Binnen deze context is het van belang om dieper in te gaan op de identiteiten van overige actoren in het gebied waarin de identiteit van de Westas wordt gepositioneerd. De identiteit van de Westas wordt immers niet ontwikkeld binnen een regionaal-ruimtelijk vacuüm, maar in een gebied dat rijk is aan andere regio's en economische samenwerkingen. Dit vijfde hoofdstuk gaat in op de identiteiten van deze overige partijen, onder te verdelen in stakeholders en overige regio's.²⁴ Van deze partijen wordt op thematisch niveau de gecommuniceerde identiteiten opgesteld. Deze identiteiten worden met elkaar vergeleken en hun rol binnen de regio wordt geanalyseerd.

5.1 Resultaten en implicaties van de dataverzameling

Sinds de opkomst van het internet aan het einde van de twintigste eeuw hebben websites een belangrijke rol ingenomen in de informatievoorziening. Websites zijn als platform eenvoudig bereikbaar voor een grote doelgroep, ze kunnen eenvoudig grote hoeveelheden informatie structureren en ordenen en de informatievoorziening is volledig gecontroleerd. Bovendien kunnen websites gebruik maken van interactieve en/of visuele elementen om informatie over te brengen. Dit maakt websites tot een uniek informatieplatform. Voor dit onderzoek is van dit platform gebruik gemaakt om data te verzamelen van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders en de overige regio's. Daarvoor is gebruik gemaakt van een multimodale en kwalitatieve methode voor dataverzameling.²⁵ Voor dit onderzoek is data verzameld van 23 actoren over een periode van zes weken (figuur 5.1.1). Alle websites zijn tweemaal geraadpleegd, waarbij de tweede raadpleging diende om de data aan te vullen en te verbeteren waar nodig. Uitzondering op dit proces vormt de website van de Stadsregio Amsterdam. Door een fout in de opslag van de data was de data van deze website gecorrumpeerd en kon deze niet meer worden gebruikt voor het onderzoek. Deze website is dus op een later tijdstip (4 en 5 februari 2015) nogmaals bezocht en opnieuw geanalyseerd. Eén van de kenmerken van websites is dat de informatie op websites aan veel veranderingen onderhevig is. De informatie zoals in dit onderzoek wordt gebruikt is dus een momentopname.

²⁴ Zie voor een uitwerking van de onderzoekseenheden paragraaf 3.5.

²⁵ Zie voor een uitwerking van deze methode paragraaf 3.2.

5.1.1 Overzicht van de dataverzameling

Periode van dataverzameling:	21 april 2014 - 2 juni 2014
Aantal visitaties per website:	2
Websites met vaste informatiestructuur:	18
Websites met wisselende informatiestructuur:	4
Websites met problematische informatiestructuur:	1
Totaal aantal geanalyseerde websites:	23

Op basis van de dataverzameling kunnen de websites opgedeeld worden in drie groepen:

1. Websites met een vaste informatiestructuur: de informatie op deze websites was op ieder moment tijdens de dataverzameling min of meer hetzelfde. De informatie op deze websites was gekoppeld aan de structuur van de websites, wat inhoudt dat iedere keer dat de websites geladen werden dezelfde informatie (zowel tekst als afbeeldingen) werd getoond.
2. Websites met een wisselende informatiestructuur: een deel van de informatie op deze websites wisselde per laadmoment. Dit houdt in dat ondanks dat meerdere malen dezelfde pagina werd geladen de informatie toch verschillend kon zijn. Dit kan bijvoorbeeld inhouden dat afbeeldingen veranderden per laadmoment.
3. Websites met een problematische informatiestructuur: de informatie op deze websites was niet toegankelijk voor het onderzoek vanwege (technische) beperkingen.

Van de websites met een vaste informatiestructuur is zoveel mogelijk informatie (tekst en afbeeldingen) opgeslagen in het analyseschema en gethematiseerd. In het geval van de websites met een wisselende informatiestructuur was dit niet altijd mogelijk in verband met de aard van informatievoorziening op die websites. Deze wisselende informatiestructuur van een deel van de websites toont aan dat de gecommuniceerde identiteiten, zoals ze naar voren komen uit deze analyse, dus een momentopname zijn. Meer dan van tevoren was ingeschat, is de informatie op websites aan veel veranderingen onderhevig. De informatie wisselt niet alleen per tijdstip van analyse, maar ook per laadmoment. Dit benadrukt de uniciteit van het medium: de informatie die websites bieden is dynamisch, breed en kan zeer snel aangepast worden. Bovendien krijgen, in het geval van de websites met een wisselende informatiestructuur, niet alle bezoekers hetzelfde aanbod van informatie. Om dit te ondervangen is gewerkt vanuit een kwalitatieve onderzoeks aanpak, waarbij de nadruk ligt op de interpretatie van de informatie en niet op statistisch meetbare gegevens als voorkomensfrequenties van woorden of thema's.

Een tweede notie is dat de informatiedichtheid op de verschillende websites sterk verschilde; dit geldt voor de tekstuele informatie, maar ook voor de visuele informatie. Zo hadden sommige websites uitgebreide informatiepagina's vol afbeeldingen en teksten. Andere websites beperkten zich tot kernachtige koppen of slechts contactgegevens. Bij de analyse is het dus goed om rekening te houden met het feit dat niet iedere actor vertegenwoordigd is door evenveel informatie. In de analyse ligt daarom de nadruk op de interpretatie van de beschikbare informatie. Dit grijpt ook terug op de kwalitatieve insteek van dit

onderzoek: in essentie gaat het om de inhoud van de geleverde informatie en niet om de statistische frequentie van het voorkomen van de informatie. De statische gegevens die wel in de analyse worden gebruikt dienen slechts als doel het inzicht geven in relatieve waarden en het voorkomen van anekdotisme binnen de analyse.²⁶

5.2 Analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's

Het gebied waarbinnen de Westasregio ontwikkeld wordt, is een mozaïek van regio's. Het gebied kent een grote hoeveelheid aan bestuurlijke en publiek-private regio's die elkaar soms ruimtelijk overlappen.²⁷ Ten aanzien van de ontwikkeling van de Westas zijn vier regio's geselecteerd die verband houden met deze ontwikkeling: de Metropoolregio Amsterdam [MRA], Greenport Aalsmeer [Greenport], Zuidas Amsterdam [Zuidas] en Stadsregio Amsterdam [Stadsregio]. Van al deze regio's zijn gecommuniceerde identiteiten opgesteld op basis van thema's die naar voren komen in de informatie op de websites. Alle relevante informatie is opgeslagen en gethematiseerd per regio. Deze thematisering is vervolgens teruggebracht tot enkele kerncitaten die de relatie tussen de regio en het specifieke thema weergeven (figuur 5.2.1). Dit geeft een helder overzicht van de thematiek en welke invulling de actoren aan deze thema's geven.²⁸ Wanneer gekeken wordt naar deze thematiek valt op dat er slechts twee thema's zijn die door alle actoren worden genoemd: '(Internationale) Concurrentiepositie' en 'Bereikbaarheid'. Ter vergelijking, twee thema's worden door slechts één partij genoemd. Wat verder opvalt is dat de actor 'Greenport' in zes van de zeven thema's terugkomt. Dit is waarschijnlijk het gevolg van de informatiedichtheid van de website van de Greenport. Het feit dat een actor op haar website geen aandacht besteedt aan een thema is echter ook waardevolle informatie. Dit kan erop wijzen dat de actor in kwestie dit thema van ondergeschikt belang vindt.

Wanneer gekeken wordt naar de invulling van de thematiek valt op dat alle vier de regio's veel waarde hechten aan de concurrentiepositie van hun regio. Deze concurrentiepositie wordt geplaatst in een nationaal perspectief met uitingen als: "*sterkste economische regio van het land*" [MRA] en versterking van "*de nationale concurrentiepositie van het sierteeltcluster in de regio*" [Greenport]. De concurrentiepositie wordt ook in een internationaal perspectief geplaatst: "*Europese top vijf van economische regio's*" [MRA], "*Zuidas staat bekend als een internationaal hoogwaardig kennis- en zakencentrum*" [Zuidas], "*Greenport Aalsmeer wil de (inter)nationale concurrentiepositie van het sierteeltcomplex in de regio versterken*" [Greenport] en "*[...] is een plan van aanpak opgesteld dat moet leiden tot een qua prijs en kwaliteit op internationaal niveau concurrerende, gedifferentieerd en bereikbare voorraad van direct uitgeefbare locaties voor het aantrekken van het internationale bedrijfsleven*" [Stadsregio]. Binnen dit thema ligt de nadruk op regio's die hun internationale positie erkennen en willen consolideren dan wel versterken. De Greenport erkent dat het Nederlandse sierteeltcluster een sterke internationale concurrentiepositie heeft en tracht daar gebruik van te maken om meer bekendheid te genereren voor de regio. Door in te zetten op thema's als 'duurzaamheid' en 'kennis en innovatie' tracht zij deze positie te behouden dan wel te versterken. De

²⁶ Alle citaten in dit hoofdstuk zijn afkomstig van de websites van de vermelde actoren, tenzij anders aangegeven. Een volledige lijst van alle geanalyseerde websites is te vinden in paragraaf 3.5.

²⁷ Zie ook hoofdstuk 1 en paragraaf 3.7.

²⁸ Voor inzicht in het volledige schema wordt verwezen naar bijlage 3.

MRA positioneert zichzelf als Nederlands sterkste economische regio en als één van de sterkste Europese economische regio's. Ook de Zuidas presenteert zich als een internationale regio door haar reputatie als internationaal kennis- en zakencentrum te benadrukken. Van alle geanalyseerde regio's lijkt de Stadsregio het minste gericht op de internationale concurrentiepositie. De regio erkent het belang van de internationale concurrentiepositie, maar heeft als voornaamste doelen het ontwikkelen van de ruimte, verbetering van de bereikbaarheid en verbetering van de leefbaarheid in het gebied. Van de vier regio's hechten er dus drie een duidelijk uitgesproken belang aan de internationale, economische positie van hun regio. Deze focus wijst op regio's die geclassificeerd kunnen worden als functionele regio's met een dunne identiteit. De inslag van de samenwerking is immers economisch en de samenwerkingen zijn informeel en gericht op het verbeteren van de comparatieve concurrentiepositie van het gebied in kwestie. De stadsregio vormt hierop een uitzondering. Deze regio is de enige formele samenwerking met afgebakende doelstellingen en financiering vanuit de overheid. Op dit vlak onderscheidt de stadsregio zich ook van de andere regio's in het gebied en in het bijzonder van de MRA: *"Het verschil tussen de Metropoolregio Amsterdam en de Stadsregio Amsterdam is niet voor iedereen gelijk duidelijk. Er is een verschil in werkgebied en het grootste verschil is de basis waarop men samenwerkt. De Metropoolregio Amsterdam is namelijk een informeel samenwerkingsverband en de Stadsregio Amsterdam is een formeel samenwerkingsverband met wettelijke taken en financiële middelen"* [Stadsregio].

Dit verschil in de inslag van de samenwerking binnen de regio's komt ook terug in het thema 'Wonen en Landschap'. De MRA legt de nadruk op het ontwikkelen van het landschap om de internationale concurrentiepositie te versterken: *"Opmerkelijke kwaliteiten van het metropolitane landschap zijn de diversiteit, de verweving van stad en land en de cultuurhistorische- en ecologische waarden. Deze kwaliteiten vormen een belangrijke troef voor het internationaal concurrerend vermogen van de MRA als aantrekkelijk woon-, werk-, leef- en vestigingsklimaat voor zowel (huidige en toekomstige) bewoners als bezoekers"* [MRA]. De MRA presenteert haar landschap dus als een zogenoemd 'unique selling point' (USP): een onderdeel waarmee de regio zich kan onderscheiden in de internationale concurrentiestrijd. Men presenteert hierbij het landschap als een uniek element dat kenmerkend is voor de regio: *"Er is sprake van een unieke afwisseling van land en water, waaraan de meeslepende eeuwenlange geschiedenis van af te lezen valt"* [MRA]. De MRA zet haar landschap dus in als een belangrijk comparatief voordeel voor haar internationale concurrentiepositie. Ontwikkeling van het landschap kan deze positie verstevigen dan wel verbeteren. De Stadsregio richt zich meer op ontwikkeling van het landschap, en de ruimte, in breder perspectief met als doel het verbeteren van onder andere de leefbaarheid: *"[De stadsregio richt zich op] verkeer en vervoer, ruimtelijke ontwikkelingen, volkshuisvesting, economische zaken en jeugdzorg. De Stadsregio Amsterdam richt zich daarbij op directe resultaten voor de deelnemende gemeenten, in de vorm van verbetering van de leefbaarheid, bereikbaarheid en economische ontwikkeling"* [Stadsregio]. Economische ontwikkeling is dus ook een doel van de stadsregio, maar niet het hoofddoel. In tegenstelling tot de MRA wordt ontwikkeling van het landschap niet gezien als een middel om een economisch doel te bereiken, maar als een wijze om de leefbaarheid in het gebied te verbeteren. De Zuidas en Greenport noemen landschapsonwikkeling niet specifiek al verwijst de Zuidas wel naar ontwikkelingen binnen het gebied.

5.2.1 Beknopte thematische uitwerking van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's

Thema	Regio	Uitwerking (citaten)
Clustering	Greenport	<p>"Fysieke concentratie en clustering van de sierteeltsector in de regio."</p> <p>"Doordat alle belangrijke partijen zo dicht bij elkaar zitten is er een intensieve uitwisseling van kennis en wordt er op tal van terreinen met elkaar samengewerkt."</p>
	(Internationale) Concurrentiepositie	<p>"Greenport Aalsmeer wil de (inter)nationale concurrentiepositie van het sierteeltcomplex in de regio versterken."</p> <p>"Versterking van de concurrentiepositie van de sierteeltsector in de 6 gemeenten van de greenport."</p> <p>"Het beschikbaar maken en verbinden van kennis is van groot belang om als regio innovatief te blijven en de (internationale) concurrentie voor te blijven."</p>
	MRA	<p>"Opmerkelijke kwaliteiten van het metropolitane landschap zijn de diversiteit, de verweving van stad en land en de cultuurhistorische- en ecologische waarden. Deze kwaliteiten vormen een belangrijke troef voor het internationaal concurrerend vermogen van de MRA als aantrekkelijk woon-, werk-, leef- en vestigingsklimaat voor zowel (huidige en toekomstige) bewoners als bezoekers."</p> <p>"Europese top 5 van economische regio's."</p> <p>"Rode draad van de samenwerking is het versterken van deze internationale positie."</p>
	Stadsregio	<p>"Door de bestuurders in het Platform is een plan van aanpak opgesteld dat moet leiden tot een qua prijs en kwaliteit op internationaal niveau concurrerende, gedifferentieerd en bereikbare voorraad van direct uitgeefbare locaties voor het aantrekken van het internationale bedrijfsleven [...] op korte, middellange en lange termijn."</p>
	Zuidas	<p>"Zuidas staat bekend als internationaal hoogwaardig kennis- en zakencentrum."</p>
Bereikbaarheid	Greenport	<p>"Goede bereikbaarheid is essentieel voor Greenport Aalsmeer: de verse producten moeten snel van A naar B gaan."</p>
	MRA	<p>"Dicht netwerk van internationale verbindingen via land, lucht en zee."</p> <p>"Verbetering van de bereikbaarheid draagt bij aan de uitbouw van de Metropoolregio Amsterdam als dé economische regio van de Randstad."</p>
	Zuidas	<p>"Zuidas is een van de best bereikbare locaties van Amsterdam. Met de trein is het zes minuten naar Schiphol en met de fiets is het minder dan tien minuten naar Het Concertgebouw en het Museumplein. De aanwezigheid van de A10 zorgt voor een uitstekende bereikbaarheid per auto."</p>

	Stadsregio	"De Stadsregio Amsterdam is een samenwerkingsverband van 16 gemeenten. Ze werken aan verbetering van de bereikbaarheid, de leefbaarheid en de ruimtelijke ontwikkeling van dit gebied."
Reputatie	Greenport	"Vragen om een grotere en positievere bekendheid van wat het cluster is en doet."
	MRA	"De MRA moet nu en straks een regio zijn waar bedrijven, bewoners en bezoekers zich graag willen vestigen en verblijven."
Duurzaamheid	Greenport	"Daarnaast is transitie naar een echt duurzamere productie nodig. Daarmee kan het verschil gemaakt worden in de internationale concurrentiestrijd." "Daarnaast is investeren in duurzaamheid juist een kans voor bedrijven om zich te onderscheiden en efficiënter te produceren en de concurrentiepositie van Aalsmeer in stand te houden."
	MRA	"De toekomst ligt in verduurzaming. Dat maakt de regio aantrekkelijk en beperkt de vraag naar hulpbronnen, vermindert de milieudruk en creëert ruimte voor een duurzame productie van energie en voedsel." "Verduurzaming maakt meer kans met een slimme ruimtelijke inrichting en maakt Nederland concurrerender als vestigingsplaats. Duurzaamheid dient dan ook in de breedste zin te worden opgevat: economisch, ecologisch, maar ook sociaal en maatschappelijk."
	Zuidas	"Een duurzaam gemengd stedelijk centrum waarin de combinatie van kantoren in het topsegment, woningen en publieksvoorzieningen zorgen voor een aantrekkelijk gebied. Ook streeft Zuidas er naar tot de 10 meest duurzame stedelijke gebieden van Europa te zijn."
Kennis en Innovatie	Greenport	"De kracht van Greenport Aalsmeer is de innovatiekracht en kennis bij bedrijven en kennisinstellingen." "Greenport Aalsmeer zet zich in om de aanwezige kennis zichtbaar en toegankelijk te maken en ondernemers, brancheorganisaties en onderwijs- en kennisinstellingen nauwer met elkaar te verbinden."
Wonen en Landschap	MRA	"Belangrijke ruimtelijke thema's zijn het faciliteren van de woningbouw en het versterken van het landschap." "Er is sprake van een unieke afwisseling van land en water, waaraan de meeslepende eeuwenlange geschiedenis van af te lezen valt. Opmerkelijk is dat aan dat dynamische landschap nog steeds nieuwe lagen en elementen worden toegevoegd. Zo zijn de nog maar heel 'jonge' Oostvaardersplassen nu al een internationaal erkend wetland."
	Zuidas	"De komst van steeds meer bewoners naar Zuidas zorgt de laatste jaren voor een verandering van Zuidas van een zakencentrum naar een stadswijk met voorzieningen als (internationale) scholen, horeca, sportcentra en een groeiend aantal winkels."
	Stadsregio	"[De stadsregio richt zich op] verkeer en vervoer, ruimtelijke ontwikkelingen, volkshuisvesting, economische zaken en jeugdzorg. De Stadsregio Amsterdam richt

zich daarbij op directe resultaten voor de deelnemende gemeenten, in de vorm van verbetering van de leefbaarheid, bereikbaarheid en economische ontwikkeling.”

Een derde thema dat van belang is voor alle onderzochte regio's is het thema 'bereikbaarheid'. De invulling die aan dit thema wordt gegeven is echter divers. Zo benadrukt de Zuidas de goede bereikbaarheid van de regio, terwijl de MRA en Greenport benadrukken dat verbetering van de bereikbaarheid nodig is om de concurrentiepositie te behouden dan wel te verbeteren. Alle drie de regio's behandelen de bereikbaarheid als een USP: de Zuidas benadrukt haar goede bereikbaarheid, terwijl de MRA en Greenport aangeven de bereikbaarheid te willen verbeteren om de concurrentiepositie te versterken. De MRA verwijst daarbij naar het belang van de vele verbindingen in de regio: de regio beschikt over een *“dicht netwerk van internationale verbindingen via land, lucht en zee”* [MRA].

Een vierde thema dat voor veel van de regio's van belang is, is het thema 'duurzaamheid'. Wederom wordt het thema behandeld als een wijze waarop de economische positie van de regio versterkt kan worden: *“Daarnaast is transitie naar een echt duurzame productie nodig. Daarmee kan het verschil gemaakt worden in de internationale concurrentiestrijd”* [Greenport], *“Verduurzaming [...] maakt Nederland concurrerender als vestigingsplaats”* [MRA], *“Een duurzaam gemengd stedelijk centrum waarin de combinatie van kantoren in het topsegment, woningen en publieksvoorzieningen zorgen voor een aantrekkelijk gebied”* [Zuidas]. Verbeteren van de duurzaamheid wordt door de regio's gezien als een manier om de concurrentiepositie van het gebied te verbeteren. Duurzaamheid wordt dus ingezet als een middel om economische doelstellingen te behalen. Duurzaamheid is echter een breed begrip waar verschillend invulling aan wordt gegeven. Zo verwijst de Greenport naar het verduurzamen van de productie, terwijl de MRA spreekt over een brede opvatting van duurzaamheid: *“Duurzaamheid dient dan ook in de breedste zin te worden opgevat: economisch, ecologisch, maar ook sociaal en maatschappelijk”* [MRA]. De MRA wil duurzaamheid dus inzetten om economische doelen te behalen, maar verwoordt niet duidelijk wat zij verstaat onder duurzaamheid.

Op basis van de verzamelde informatie kan gesteld worden dat deze vier thema's de belangrijkste pijlers vormen van de gecommuniceerde identiteiten van deze regio's. Een thema dat niet vaak expliciet genoemd wordt, maar wel als een rode draad door veel andere thema's heenloopt, is het thema 'reputatie'. Greenport, MRA en Zuidas richten zich alle drie op het verbeteren van hun reputatie en meer bekendheid; hetzij voor het sierteeltcluster, hetzij voor het landschap, hetzij de economische situatie. Wederom kan dit gekoppeld worden aan economische doelstellingen: de gedachtegang is dat verbeteren van de reputatie en bekendheid van de regio kan leiden tot een verbetering van de (internationale) economische concurrentiepositie. Daarnaast zet de Zuidas is op verandering van haar reputatie. De regio erkent dat zij voornamelijk bekend staat als een belangrijk financieel-zakelijk centrum, maar wil meer aandacht vestigen op de regio als woonplaats. Ondanks dat niet alle onderzochte regio's expliciet het belang van reputatie en bekendheid noemen, is dit dus wel een thema waar waarde aan wordt gehecht.

Op basis van de analyse van de thematiek van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's kan een aantal conclusies getrokken worden over deze regio's en hun identiteiten. Uit de thematiek komt naar voren dat tenminste twee regio's een duidelijke economische focus hebben: de Greenport en de MRA. De inslag van de samenwerking in deze regio's is economisch: beide regio's zijn erop gericht om de concurrentiepositie van de regio, en bedrijven in de regio, te versterken. Dit komt naar voren uit het belang dat wordt gehecht aan de (internationale) concurrentiepositie, maar ook in de wijze waarop over andere thema's wordt gesproken. Zo worden thema's als duurzaamheid en landschap aangevoerd om verdere

versterking van de concurrentiepositie mogelijk te maken. Deze regio's passen naadloos binnen de interpretatie van de regio als een construct: de regio's zijn opgesteld met een doel, namelijk verbetering van de economische concurrentiepositie van het gebied en bedrijven in het gebied. De Greenport legt daarbij nadruk op één sector, de glastuinbouw, terwijl de MRA een breder perspectief voert en zich niet slechts richt op één sector. In het geval van deze regio's is er sprake van functionele regio's: regio's die een zeker economisch doeleinde dienen. De samenwerking binnen deze regio's is divers en informeel en bestaat uit verschillende actoren. Dergelijke regio's worden veelal in verband gebracht met dunne identiteiten, die recht doen aan het economische netwerkarakter van de regio's.

Opvallend is dat in het geval van zowel de Greenport als de MRA de regio een duidelijke afbakening kent. Dit in tegenstelling tot de Westas waar meer vanuit een netwerk wordt gedacht. Bovendien lijkt de MRA in het bijzonder gebruik te maken van dikke identiteitselementen om haar identiteit te versterken. Zo wordt er gesproken over het belang van het historische landschap en wordt geïmpliceerd dat de MRA bestaat uit een natuurlijk gevormde regio die een geheel vormt op basis van haar unieke landschap, terwijl het in werkelijkheid een economisch, en doelbewust gevormd, samenwerkingsverband is. De harde afbakening van beide regio's impliceert een vorm van regionale concurrentie, waarbij de regio voorgesteld wordt als een economische actor. Er wordt gesproken over concurrentie van de regio als geheel ten opzichte van andere economische actoren en niet over concurrentie van bedrijven binnen de regio. In het geval van de Greenport lijkt het er bovendien op dat de glastuinbouwsector soms synoniem wordt gesteld aan de regio; de woorden Greenport(regio) en glastuinbouwsector lijken soms inwisselbaar. Het voorstellen van de regio als een economische actor past binnen de place branding van regio's, zoals omschreven door onder andere Ashworth (2008), Kavartzis (2012) en zoals behandeld is in paragraaf 2.2 van dit onderzoek. Daarbij wordt veel waarde gehecht aan het benadrukken van regionale, comparatieve voordelen. Er is sprake van een bewust proces van het selecteren en associëren van attributen en waarden met de identiteit van de regio. Er wordt een doelbewuste identiteit gevormd om zo waarde toe kunnen voegen aan de regio en de concurrentiepositie te verbeteren. Daarbij wordt gebruik gemaakt van zowel dikke als dunne identiteitselementen die de doelen van de regio's ondersteunen.

Wanneer de gecommuniceerde identiteiten beschouwd worden als een spectrum kan gesteld worden dat de identiteit van de Stadsregio zich aan de andere zijde bevindt ten opzichte van de identiteiten van de Greenport en MRA. De Stadsregio lijkt zich voornamelijk in te zetten om de leefbaarheid en economie binnen het gebied te versterken door zich te richten op de ruimtelijke ordening. Thema's als bereikbaarheid en leefbaarheid en het creëren van een prettig leef- en vestigingsklimaat komen hierbij aan de orde. Economische vooruitgang en concurrentie komen ook in de gecommuniceerde identiteit van de Stadsregio naar voren, maar in mindere mate dan bij de Greenport en de MRA. Bovendien wijkt de samenwerking binnen de Stadsregio af van die van de Greenport en de MRA. De Stadsregio is een zogenoemde formele, bestuurlijke regio die gebonden is aan overheidsbesluiten en financieringen. Ook deze regio past binnen de benadering van de regio als een construct, omdat ook deze regio is opgesteld met een zeker doel voor ogen. Dit doel wijkt echter af van het doel van de Greenport en MRA.

De laatste behandelde regio, de Zuidas, zweeft als het ware in het midden van het ingebeelde spectrum. De regio staat bekend om haar financieel-zakelijke centrum en economische concurrentiepositie, maar is zich aan het heroriënteren. Binnen de gecommuniceerde identiteit wordt veel nadruk gelegd op het belang van bewoners van en leefbaarheid in het gebied. Daarnaast wordt de regio duidelijk gepresenteerd als een onderdeel van de gemeente Amsterdam. De regio is daarom ook geen samenwerking, maar veel meer een

ontwikkellocatie voor de gemeente Amsterdam. De identiteit van het gebied lijkt mee te veranderen met de veranderende focus van de regio. Ook hier is dus sprake van een fluïde, dunne identiteit die een zeker doel dient.

Binnen de verschillende gecommuniceerde identiteiten is de dominantie van het thema '(internationale concurrentiepositie' opvallend. Nagenoeg alle besproken regio's maken gebruik van dit thema om hun eigen identiteit te versterken. Economische sectoren, vestigingsplaatsen en zelfs het landschap worden aangevoerd om maar te laten zien dat de regio is kwestie past binnen het in het gebied heersende dogma van internationale concurrentie. Voor alle behandelde regio's is er dus in min of meerdere mate sprake van een proces van het downloaden van dit identiteitselement. Op basis van deze analyse is echter geen uitsluitsel te geven over wie dit identiteitselement van wie download, maar er kan gesteld worden dat de MRA in ieder geval zich dit thema bijzonder goed eigen heeft gemaakt. Alle regio's geven op hun beurt een eigen draai aan dit thema en benadrukken uiteenlopende identiteitselementen die de regio's uniek zouden moeten maken in het gebied. De regio's uploaden op hun beurt dus eigen elementen en voegen deze toe aan de heersende consensus omtrent dit thema. Zo benadrukt de Greenport het belang van de glastuinbouwsector voor de internationale concurrentiepositie van het gebied en de stadsregio het belang van een prettig leefklimaat. Uiteraard zijn er ook overlappende elementen die bij meerdere regio's naar voren komen, zoals het belang van een goede bereikbaarheid.

Dit proces van up- en downloaden geeft ook meer inzicht in de relaties tussen de regio's. Enerzijds benadrukken regio's als de Greenport en MRA een afbakening van het gebied, maar anderzijds spreken ze ook over de concurrentiepositie van een groter gebied. De regio's zoeken in hun identiteiten als het ware steun bij bekende pilaren in het gebied, zoals de luchthaven Schiphol en trachten hun identiteiten aan deze pilaren te koppelen en te laten zien wat zij bijdragen en hoe dat bijdraagt aan onderscheiding van de andere regio's. Deze observaties onderstrepen het belang van het denken over regio's als een netwerk of als lagen binnen een groter geheel. Het toont aan dat de regio geen absolute economische eenheid binnen een regionaal-ruimtelijk vacuüm is, maar een relationeel, economisch en doelbewust gevormd construct. Ondanks dat sommige informatie op de geanalyseerde websites het insinueert zijn de regio's dus geen bounded spaces. Met betrekking tot de identiteiten van deze regio's dient dus ook gesproken te worden over gelaagde en fluïde concepten binnen een relationele constructie, waarbij deze thematische analyse van de gecommuniceerde identiteiten een momentopname is van één specifieke uitingsvorm.

5.3 Analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders

Om meer inzicht te krijgen in de relaties tussen de identiteiten van de stakeholders in het gebied worden in deze paragraaf de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders opgesteld op basis van eenzelfde thematische inhoudsanalyse als voor het opstellen van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's is gebruikt. Van alle 19 betrokken stakeholders is informatie verzameld van de websites voor een thematische analyse; hierbij is zowel tekstuele als visuele informatie verzameld.²⁹ Deze informatie is vervolgens gestructureerd en onderverdeeld naar thema. Net als bij de analyse van de overige regio's moet

²⁹ Voor een uitwerking van de inhoudsanalyse en de keuze voor de stakeholders wordt verwezen naar het derde hoofdstuk.

een aantal kanttekeningen geplaatst worden bij deze thematisering. Allereerst is het inherent aan het medium websites dat het lastig is om alle informatie op te slaan. Technische beperkingen evenals een snel wisselend informatie-aanbod maakt het lastig om alle informatie te vinden en op te slaan. Volledigheid is daarom uitgesloten. Deze beperking is inherent aan het medium, maar vormt tegelijkertijd ook een kracht van het medium. Websites functioneren volgens een zogenoemd winkelruitprincipe: de informatie die de actor als meest relevant beschouwt, zal als eerste en als duidelijkst worden getoond. Bovendien moet deze informatie aantrekkelijk zijn en bezoekers als het ware verleiden om dieper in de website te duiken.³⁰ Het is dus aannemelijk dat de gevonden informatie een goede afspiegeling vormt van wat de actoren als de meeste relevant informatie beschouwen.

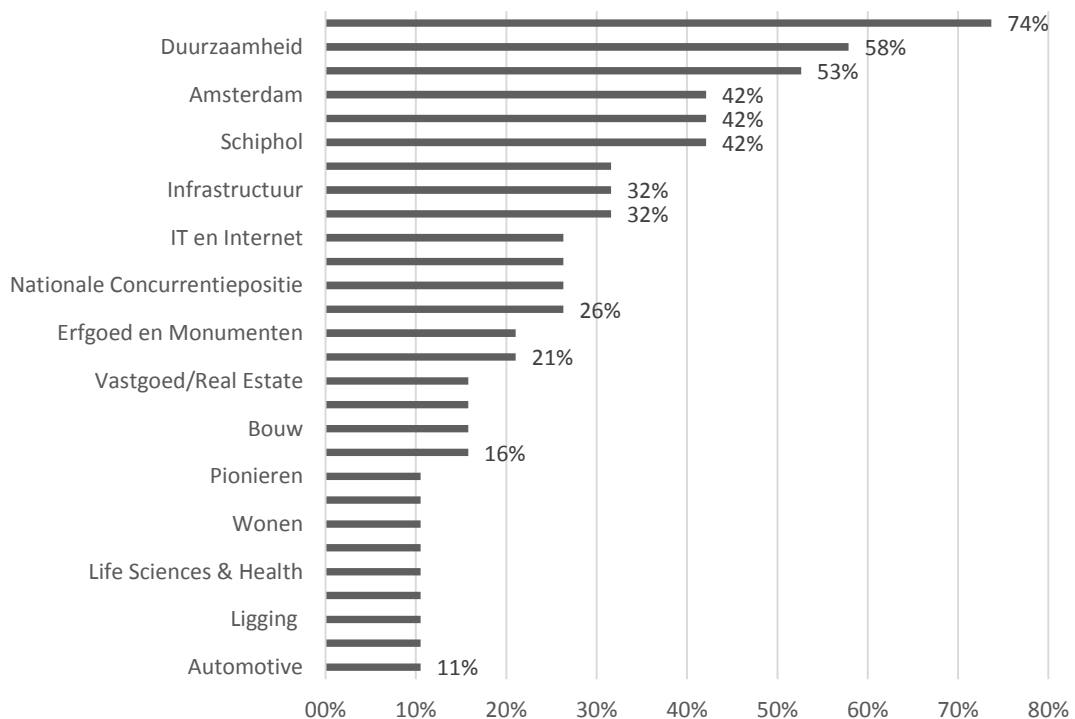
Omdat met een relatief grote hoeveelheid informatie is gewerkt, is allereerst de informatie opgesplitst in brede thema's als 'samenwerking' en 'economie'. Vervolgens is deze thematisering verder gespecificeerd naar actor. Deze werkwijze levert een goed overzicht op van rond welke thema's de gecommuniceerde identiteiten zich concentreren, hoe vaak deze thema's terugkomen en welke actoren zich aan de thema's binden. Allereerst is gekeken naar de voorkomingsfrequenties van de thema's (figuur 5.3.1). Deze voorkomingsfrequenties zijn het resultaat van de koppeling tussen stakeholders en thema's op basis van de informatie en dus niet op basis van woordtellingen. Voor de naamgeving van de thema's is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van terminologie die overeenkomt met de wijze waarop de actoren zelf naar de thema's verwijzen. Woorden als 'aerospace' en 'fashion' zijn dus termen die door de actoren zelf worden gebruikt. Opvallend is dat er van de 25 thema's slechts drie voorkomen op meer dan 50% van de websites, te weten 'regionale afstemming en samenwerking', 'duurzaamheid' en 'internationale concurrentiepositie'.

Het thema 'Regionale Afstemming en Samenwerking' kent de hoogste voorkomingsfrequentie onder de geanalyseerde stakeholders. De invulling van dit thema kent grofweg drie pijlers: het belang van de regio/het regionale schaalniveau, het belang van regionale samenwerking en/of afstemming en het belang van specifieke regio's voor het gebied (figuur 5.3.2). Hierbij wordt veelal gewezen op het belang van een specifieke regio voor de economie: "*Amsterdam Metropolitan Area is crucial to the Dutch economy and for the nation's competitive position in the world*" [Transforte], "*Amsterdam Airport Schiphol, [...], is located in the heart of the Amsterdam Metropolitan Area, an important international logistics hub*" [Schiphol Cargo], "*De logistiek in de MRA is mede dankzij de drie ports - Haven Amsterdam, Schiphol en Greenport Aalsmeer - én dataport AMS-IX een economisch zwaargewicht*" [DIALOG Amsterdam]. Stakeholders plaatsen zichzelf hierbij binnen de regio's en presenteren zichzelf als een belangrijk onderdeel van de regio. Men beschouwt de regio als het ware als een verlengstuk van zichzelf: de internationaal georiënteerde tak die de concurrentiepositie van de stakeholder kan versterken. Hierbij moet wel onderscheid gemaakt worden tussen de verschillende typen actoren. De publieke actoren die naar dit thema verwijzen, richten zich meer op hun positie binnen de regio: "*Haarlemmermeer ligt middenin de Randstad*" [Gemeente Haarlemmermeer], "*De gemeente Velsen vormt het hart van de IJmond-regio*" [Gemeente Velsen]. Hierbij ligt niet altijd de nadruk op economische doeleinden, maar veel meer op het presenteren van de gemeente als onderdeel van een groter geheel. Hierin is ook de overlap te vinden met de private partijen die belang hechten aan de economische, comparatieve voordelen die regio's volgens hen zouden bieden. Er is dus sprake van een tendens dat een groot deel van de onderzochte stakeholders zich wil verbinden met en positioneren binnen regio's.

³⁰ Zie voor een verdere uitwerking van dit principe bijvoorbeeld Denkers & Terlouw, 2011; Florek et al., 2006; Kolbe, 2007

5.3.1 Voorkomingsfrequenties van de thematiek van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders

Stakeholders			
Thema	Aantal	Thema	Aantal
Regionale Afstemming en Samenwerking	14	Aerospace/Aviation	3
Duurzaamheid	11	Bouw	3
Internationale Concurrentiepositie	10	Veiligheid	3
Bereikbaarheid & Verbindingen	8	Vastgoed/Real Estate	3
Schiphol	8	Automotive	2
Amsterdam	8	Fashion	2
Infrastructuur	6	Handel	2
Logistiek	6	Food & Flowers	2
Lokale Schaalniveau	6	Life Sciences & Health	2
Groene Omgeving	5	Hi-Tech	2
Nationale Concurrentiepositie	5	Wonen	2
Innovatie	5	Cultuur	2
IT en Internet	5	Pionieren	2
Kennisontwikkeling en Kennisdeling	4	TOTAAL	19
Erfgoed en Monumenten	4		



In verband met de leesbaarheid zijn in dit schema alleen de thema's opgenomen die een voorkomingsfrequentie van 2 of meer hebben.

Daarnaast is het opvallend dat veel actoren verwijzen naar bekende identiteiten in het gebied die zij waarschijnlijk interpreteren als sterk. Zo wordt met regelmaat verwezen naar de Randstad en luchthaven Schiphol; beide actoren die een sterke reputatie genieten. Deze trend was ook zichtbaar in de geanalyseerde identiteiten van de Westas en in de identiteiten van de overige regio's en is waarschijnlijk te verklaren doordat actoren hun eigen identiteit willen versterken door deze te verbinden met sterke, ruimtelijke identiteiten in hun nabijheid. Tevens opvallend is de rol die het concept 'regio' aanneemt binnen dit thema. Stakeholders verwijzen naar regio's als economische actoren: men beschouwt de regio als een (economische) eenheid en plaatst zichzelf binnen deze eenheid. Enerzijds beschouwt men de regio nog sterk als een vanzelfsprekendheid: er wordt met regelmaat verwezen naar regio's als vaststaande, logische eenheden. Zo verwijst bijvoorbeeld de gemeente Velsen naar een IJmond-regio en de haven van Amsterdam naar een havenregio. Dit zijn echter geen bestaande, bestuurlijke of private regio's, maar concepten die binnen de gedachtewerelden van de actoren leven. Zo wordt met de genoemde havenregio een gebied bedoeld in of rond de haven van Amsterdam. Het begrip 'regio' heeft in deze context dus de betekenis van een gebied dat in de denkwereld van de actor in kwestie als een logisch geheel wordt beschouwd. De regio wordt dus gebruikt voor een gebied dat men als een logisch en vaststaand geheel ziet en waarbinnen men de eigen identiteit plaatst. Anderzijds wordt de regio ook beschouwd als een handig hulpmiddel: een "tool" die je in kunt zetten om economische voordelen te behalen. De regio wordt gezien als een economisch verlengstuk of staat synoniem voor economische samenwerking. In de gecommuniceerde identiteiten is dus een botsing zichtbaar tussen het oude en nieuwe regionale denken. Enerzijds wordt de regio nog beschouwd als een vanzelfsprekend gegeven, maar anderzijds wordt de regio ook beschouwd als een economische tool. Wat in ieder geval duidelijk naar voren komt is dat de inhoud van het begrip bijzonder breed is: regio kan een gebied betekenen, maar ook een economische actor die concurrerend kan zijn.

Een tweede thema dat door relatief veel actoren wordt aangehaald is het thema 'Duurzaamheid'. Wederom is er sprake van een grote diversiteit aan invulling van dit thema (figuur 5.3.2). De term 'duurzaamheid' lijkt in veel gevallen synoniem te staan voor toekomstgerichtheid en efficiënter werken: *"Wij dragen bij aan een duurzame ontwikkeling door energie, water en grondstoffen efficiënter te gebruiken"* [Tata Steel IJmuiden], *"Op het gebied van transport en logistiek initiëren we duurzame initiatieven zoals vervoer over rails en water, gebruik van alternatieve brandstoffen en collectief transport"* [Flora Holland]. Het thema wordt bovendien breed ingevuld: duurzaamheid kan verwijzen naar milieu en ecologie, maar ook naar sociale en maatschappelijke vraagstukken. Ook bij dit thema is een splitsing zichtbaar tussen de publieke en private partijen. Het overgrote deel van de private partijen legt nadruk op duurzaamheid en duurzame initiatieven als een manier om toekomstbestendig te ondernemen. De publieke partijen leggen daarentegen meer nadruk op het belang van het leefklimaat en het milieu.

5.3.2 Uitwerking van de thematiek van de gecommuniceerde identiteiten naar frequentie

Thema en uitwerking	Frequentie	Thema en uitwerking	Frequentie
Regionale Afstemming en Samenwerking - Verbinden en versterken - Samenwerkingsverbanden: <ul style="list-style-type: none"> • Greenport • (logistieke) Westas • Zuidas • MRA • Regio IJmond 	14	Duurzaamheid - Duurzaam bouwen - Verduurzaming - Kans om te onderscheiden - Toekomstbestendig - Duurzame waarde creëren - Duurzame projecten - Energiebesparing - Verantwoord ondernemen - Recycling/afvalverwerking	11
Internationale schaalniveau: - Internationale handel - Internationale concurrentiepositie - Internationale bedrijvigheid	10	Amsterdam - Verwijzing naar Amsterdam of gemeente Amsterdam	8
Bereikbaarheid en Verbindingen - Goede bereikbaarheid - Werken aan optimale bereikbaarheid - (logistieke) verbindingen - Seamless connections - Multimodaliteit - Intermodaliteit	8	Luchthaven Schiphol - Verwijzing naar luchthaven Schiphol - Polderbaan	8
Infrastructuur - Goede/gunstige infrastructuur - Verbeteringen infrastructuur - Goede ontsluiting	6	Logistiek - Luchthavengeoriënteerde logistiek - Distributie - Duurzame logistieke oplossingen - Hoogwaardige logistiek - Logistieke hub	6
Innovatie - Innovatief vestigingsmilieu	5	IT/internet - Digitaliseren en virtualiseren - E-freight - Smart gate	5
Groen - Groene setting - Groene omgeving	5		

In deze tabel zijn alleen thema's opgenomen met een voorkomingsfrequentie van tenminste 5³¹.

³¹ Voor een volledige uitwerking van de thematiek wordt verwezen naar bijlage 4.

Het thema 'duurzaamheid' is ook relatief vaak terug te vinden in afbeeldingen die op de websites worden getoond (figuur 5.3.3). Opvallend is dat de mate van differentiatie die terug te zien is in het thema niet naar voren komt in de afbeeldingen die aan dit thema gekoppeld worden. Alle afbeeldingen rond dit thema geven een vorm van ecologische duurzaamheid weer, waarbij processen en producten die minder milieubelastend zijn als voorbeeld worden gebruikt. Thema's als verantwoord ondernemen en sociaalmaatschappelijke duurzaamheid komen niet naar voren in de afbeeldingen, ondanks dat zij wel aan bod komen in de tekstuele informatie. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat het lastig is deze minder tastbare processen weer te geven in een afbeelding, maar het kan ook zijn dat duurzaamheid op visueel vlak toch nog vooral associaties met milieuproblematiek oproept.

Het feit dat zowel in de visuele als in de tekstuele informatie op de websites relatief veel naar duurzaamheid wordt verwezen, kan erop wijzen dat dit een belangrijk thema is voor de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders. Het kan er echter ook op wijzen dat de stakeholders verwachten dat bezoekers van de websites veel belang hechten aan het thema. De informatie op websites is immers sterk doelgroepgericht. In het brede maatschappelijke debat is duurzaamheid een bekend principe en bovendien een principe waar steeds meer waarde aan wordt gehecht. Bovendien is het een thema dat voornamelijk positieve associaties oproept. De stakeholders kunnen zich wellicht genoodzaakt voelen om het thema duurzaamheid op de een of andere manier vorm te geven op hun website, omdat (de schijn) wekken van verantwoord ondernemen een positieve bijdrage levert aan de beeldvorming.

5.3.3 Afbeeldingen die verwijzen naar het thema duurzaamheid met bijbehorende stakeholders



Een derde thema dat relatief veel naar voren komt in de analyse is het thema 'bereikbaarheid en verbindingen'. Dit thema omvat twee termen die door de stakeholders veel met elkaar in verband worden gebracht. Men beschouwt een goede bereikbaarheid als een essentiële voorwaarde voor succesvol ondernemen en/of een sterke economische positie. Tegelijkertijd erkent men dat het gebied al relatief goed bereikbaar is en ontsloten is door veel verschillende modaliteiten: *"De nabijheid van de zee, de vele verbindingen met het Europese achterland en de korte afstand naar Amsterdam Airport Schiphol: het zijn allemaal gunstige voorwaarden"* [Port of Amsterdam]. Het thema 'bereikbaarheid en verbindingen' is bovendien sterk verbonden met de thema's 'infrastructuur' en 'logistiek'. Waar bij het thema 'bereikbaarheid en verbindingen' de nadruk voornamelijk ligt op het concept van bereikbaarheid en het belang van

verbindingen binnen het gebied ligt bij het thema 'infrastructuur' de nadruk duidelijk op specifieke projecten en het ontwikkelen van bijvoorbeeld snel- en spoorwegen. Het thema 'logistiek' is nauw verbonden met de andere twee thema's, waarbij de andere twee thema's als het ware als voorwaarde voor een sterke logistieke sector worden aangehaald.

Ook op subthematisch niveau hebben de thema's veel raakvlakken met elkaar. Er wordt gesproken over logistieke verbindingen, verbeteringen van de infrastructuur in relatie tot de bereikbaarheid, en multimodaliteit. Logistieke voordelen worden gekoppeld aan een goede infrastructuur en een goede bereikbaarheid. Tevens worden deze thema's in verband gebracht met relatieve concurrentievoordelen ten opzichte van andere locaties: *"Door de centrale ligging en goede bereikbaarheid kan Haarlemmermeer zich positief onderscheiden. Omringd door snelwegen (A4, A5, A9), spoorwegen, Schiphol en waterwegen is het infrastructuur een uitstekende basis voor de vele bedrijven die zich reeds gevestigd hebben [Gemeente Haarlemmermeer]"*. Deze thema's komen ook relatief vaak naar voren in de afbeeldingen op de websites (figuur 5.3.4). Dit kan erop wijzen dat de thema's als belangrijk worden beschouwd, maar het kan er ook op wijzen dat dit thema's zijn die makkelijk in afbeeldingen gevangen kunnen worden. Vier van de vijf getoonde afbeeldingen geven fysieke infrastructuur, of de bouw daarvan, weer. Dit is de zijde van deze thema's die eenvoudig in afbeeldingen te vangen is. Slechts één afbeelding gaat in op het belang van verbindingen. Net als het geval was bij het thema 'duurzaamheid' lijkt ook hier er dus sprake van te zijn dat de afbeeldingen vooral die zijden van het thema verbeelden die eenvoudig te verbeelden zijn. Op basis van de afbeeldingen alleen kunnen dus geen uitspraken worden gedaan over het relatieve belang van deze thema's of specifieke aspecten van de thema's.

Twee thema's die opvallen binnen de thematiek zijn de thema's 'Amsterdam' en 'luchthaven Schiphol'. Beide thema's zijn locaties evenals actoren in het gebied. Bij de verwijzingen naar Amsterdam is het opvallend dat er weinig onderscheid wordt gemaakt tussen de gemeente Amsterdam, Metropoolregio Amsterdam en het brand Amsterdam. Er wordt verwezen naar Amsterdam in de context van een regio: *"Er is geen regio in Europa die meer distributiecentra binnen zijn grenzen heeft dan metropool Amsterdam [Port of Amsterdam]"*, in de context van een place: *"Een mooie locatie dichtbij Amsterdam, waarmee tijd en geld wordt bespaard [Zeehaven IJmuiden]"* en in de context van een administratief-bestuurlijk orgaan: *"In juli van 2012 tekenden Rijk, [gemeente] Amsterdam, Stadsregio Amsterdam en de provincie Noord-Holland de overeenkomst voor het zogenaamde dokmodel [Zuidas]." Als thema krijgt Amsterdam dus verschillende invullingen en betekenissen die bovendien door elkaar heenlopen. De ene keer kan een verwijzing naar Amsterdam een verwijzing naar (voornamelijk) de binnenstad zijn, terwijl de andere verwijzing zich richt op Amsterdam als bestuurlijk orgaan. Het relatief grote aantal verwijzingen, beide thema's worden door 8 van de 19 stakeholders genoemd, en de ambivalente wijze waarop er naar Amsterdam verwezen wordt, doen vermoeden dat de stakeholders een perspectief hebben dat sterk op Amsterdam gericht is, maar ook dat zij een bepaalde bekendheid van Amsterdam verwachten onder hun lezers. Men verwacht immers dat de ambivalente verwijzingen juist geïnterpreteerd worden.*

5.3.3 Afbeeldingen die verwijzen naar de thema's verbindingen en bereikbaarheid, infrastructuur en logistiek met de bijbehorende stakeholders



Stakeholders

- SADC
- Schiphol Group
- Schiphol Cargo
- Flora Holland
- Gemeente Velsen

Een tweede locatie die veel aan wordt gehaald binnen de thematiek is luchthaven Schiphol. Relatief veel actoren verwijzen naar de luchthaven in de context van haar economisch belangrijke positie in de regio: *"Ook de ligging in de nabijheid van Schiphol is gunstig voor ondernemers; De aanwezigheid van Schiphol zorgt voor welvaart en werkgelegenheid in de omgeving [Gemeente Haarlemmerliede & Spaarnwoude]"*, maar ook in een regionale context: *"Developing residential and mixed-use real estate in the Schiphol airport region is environmentally challenging [Transforte]"*. Ook hier wordt op ambivalente wijze verwezen naar een locatie die als bekend wordt beschouwd: er wordt verwezen naar Schiphol als luchthaven, als economische motor en naar Schiphol als regio. Er kan dus gesteld worden dat deze actoren/locaties een positief imago hebben onder de stakeholders en dat men zich graag met (delen van) de identiteiten van deze actoren/locaties verbindt. De (inter)nationale bekendheid van beide actoren/locaties speelt hierbij een rol en het verbinden van de eigen identiteit aan deze identiteiten helpt in het positioneren van de eigen identiteit. Tevens kan gesteld worden dat beide actoren/locaties een belangrijke rol spelen met betrekking tot de beeldvorming in het gebied. Wanneer gesproken wordt over Amsterdam wordt over meer gesproken dan alleen een afgebakende ruimte: er wordt gesproken over Amsterdam als een gebied of als een brand, waarmee men zich graag verbindt. Een ligging dichtbij Amsterdam of luchthaven Schiphol wordt beschouwd als een USP: een uniek comparatief voordeel dat benadrukt dient te worden.

Ook voor wat betreft deze locatiethema's valt op dat er een onderscheid te maken valt op basis van het type actor. De private actoren verwijzen met name naar de economische voordelen en beoogde positieve effecten van de nabijheid van Schiphol en Amsterdam, terwijl gemeenten ook wijzen op andere effecten, zoals geluidshinder: *"De Luchthaven Schiphol heeft een grote impact op de omgeving: aan de ene kant brengt de luchthaven welvaart maar aan de andere kant zorgt zij ook voor overlast zoals geluidshinder [Gemeente Haarlemmerliede & Spaarnwoude]"*. Er is dus ook in deze thema's een splitsing zichtbaar tussen de publieke en overige stakeholders. De private en semi-publieke stakeholders lijken zich voornamelijk te richten op de

economische voordelen van het verbinden met bekende locaties als Schiphol en Amsterdam, terwijl de publieke stakeholders een bredere opvatting uitstralen.

De laatste drie thema's die in deze analyse behandeld worden zijn 'innovatie', 'IT/internet' en 'groen'. Deze drie thema's hebben een verwijsratio van 5 op 19 wat inhoudt dat ze de ondergrens vormen voor deze analyse. Deze ondergrens is vastgesteld op basis van de gevonden thematiek: de genoemde thematiek is breed en veel thema's worden slechts door één of twee stakeholders genoemd. Deze thema's zijn niet relevant voor de analyse, aangezien het doel het verkrijgen van inzicht in de relaties tussen de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders is. Hierbij ligt niet de nadruk op de individuele actoren, maar op de (thematische) trends die zichtbaar zijn binnen de gecommuniceerde identiteiten. Thema's die dus slechts een enkele keer voorkomen zijn voor deze analyse niet interessant. Het thema 'innovatie' omvat een nadruk op het belang dat stakeholders leggen op het ontwikkelen en uitwerken van nieuwe concepten. Het thema is bijzonder breed en vaag en omvat concepten als:

- *Een innovatief vestigingsmilieu* [SADC]
- *Een internationaal en multimodaal knooppunt van stromen mensen, goederen, informatie, innovatie, kennis en cultuur* [Schiphol Group]
- *Innovatief ondernemen* [Gemeente Haarlemmermeer]

Wat wordt bedoeld met een knooppunt van innovatie of wat men verstaat onder innovatief ondernemen, wordt in deze context niet duidelijk. Net als het thema 'duurzaamheid' lijkt ook 'innovatie' een thema te zijn, waarbij men vooral positieve associaties heeft en het thema daarom graag koppelt aan andere thema's, zoals ondernemerschap en logistiek. De tendens lijkt te zijn dat actoren zichzelf graag als innovatief bestempelen, omdat dit een positief effect kan hebben op de beeldvorming. Het thema zelf krijgt daarbij weinig of geen invulling.

Het thema 'innovatie' is ook nauw verbonden met het thema 'IT/internet'. De IT-sector wordt door een deel van de stakeholders als een innovatieve sector beschouwt en daarom benadrukken zij innovatie in de context van IT. Daarnaast beschouwen zij het internet als een belangrijke verbindingsoptie: "*With 2,3 million residents and 2.200 foreign companies [Amsterdam Metropolitan Area] is an international destination with excellent accessibility by air, road, marine ports and internet* [Transforte]." Het thema wordt dus gekoppeld aan het thema 'bereikbaarheid en verbindingen' en wordt gepresenteerd als een versterking van het thema. Daarnaast benadrukt men het belang van goede internetverbindingen in het gebied: "*The Internet has achieved an increasingly indispensable role regarding global information gathering and exchange, software, and service development in both business and daily life* [AMS-IX]." Goede internetverbindingen worden dus beschouwd als een pluspunt voor het gebied. De stakeholders benadrukken dit graag en verbinden hun eigen identiteiten hiermee.

Het laatste thema met een verwijsratio van 5 op 19 is het thema 'groen'. Met dit thema wordt verwezen naar de stakeholders die het belang van een groen landschap benadrukken: "*[Groen] zorgt voor een aantrekkelijk woon- en vestigingsklimaat* [Provincie Noord-Holland]." Opvallend is dat dit thema met name speelt onder de publieke stakeholders. De private stakeholders beschouwen dit thema wellicht als een thema dat valt onder de taken van de overheid. In relatie tot de drie thema's 'innovatie', 'IT/internet' en 'groen', is het opvallend dat alle drie de thema's op eenzelfde wijze worden ingezet in de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders: de thema's worden beschouwd als positieve concepten. Verbinding met

deze concepten kan leiden tot een verbeterde beeldvorming. Zo presenteert men zich graag als innovatief en goed verbonden of als onderdeel van een groen en aantrekkelijk landschap. Verwijzingen naar deze thema's zijn dus ook relatief beperkt: men verwijst graag naar het groene landschap, maar dit thema vormt niet de kern van de gecommuniceerde identiteiten.

In relatie tot de gecommuniceerde identiteiten van de geanalyseerde stakeholders kan gesteld worden dat enerzijds de diversiteit groot is, maar dat er binnen de identiteiten ook een sterke thematische overlap is. Opvallend is dat binnen de onderzochte stakeholders er veel aandacht is voor het belang van regionale samenwerking. Deze samenwerking dient veelal economische doeleinden en zou gericht moeten zijn op het versterken van de internationale concurrentiepositie van de bedrijven en van de regio. Versterking van deze concurrentiepositie kan ook plaatsvinden door in te zetten op thema's als innovatie en duurzaamheid. De nadruk die de onderzochte stakeholders leggen op het regionale schaalniveau toont aan dat de regio als schaalniveau, en als concept, niet alleen theoretisch maar ook empirisch nog steeds relevant is. Opvallend is dat regionale samenwerking niet wordt gezien als een doel, maar als een middel om economische vooruitgang te boeken. Daarbij wordt veelal het nationale schaalniveau overgeslagen. De stakeholders spreken regelmatig over internationale concurrentie en slechts zelden over nationale concurrentie. Men probeert zich te profileren als internationaal, omdat men verwacht dat een dergelijke profilering aansluit bij (verwachtingen binnen) de regio. Daarbij wordt veel verwezen naar zogenoemde bekende, dikke identiteiten in het gebied, zoals Amsterdam en luchthaven Schiphol. De stakeholders verbinden zich graag met deze actoren en elementen van hun identiteiten. Deze nadruk op enerzijds het lokale en regionale niveau en anderzijds het internationale schaalniveau past binnen de trend van rescaling, zoals besproken in het tweede hoofdstuk van dit onderzoek: globalisering heeft enerzijds geleid tot een meer internationale focus, maar anderzijds ook tot een meer lokale focus.

Tevens opvallend is dat de stakeholders duidelijk elementen toekennen aan een zekere identiteit van het gebied. Zo wordt er veelvuldig gesproken over een internationaal georiënteerde regio. Verschillende stakeholders erkennen dus een regio, doordat zij een gezamenlijke eigenschap aan een gebied toekennen. De regio bestaat dus, omdat verschillende stakeholders in een gebied een bepaalde identiteit aan het gebied toekennen. In deze context speelt het concept van 'identiteit' dus een cruciale rol in het regioproces. Bovendien legt deze denkwijze meer nadruk op het belang van het betrekken van stakeholders in regiovorming. Immers wanneer men geen eigenschappen aan de identiteit van een regio toekent, bestaat de regio niet meer. Het belang van regionale identiteit is dus eerder toegenomen dan afgenomen. Veelal wordt de regionale identiteit echter nog behandeld als het identificeren van actoren met bepaalde natuurlijke en culturele uitingen van een afgebakende ruimte. Deze benadering past echter niet meer: stakeholders schrijven bepaalde elementen toe aan een bepaald gebied, maar daarbij is het niet duidelijk wat de grenzen van dit gebied zijn. Dit lijkt van ook van ondergeschikt belang te zijn: men identificeert zich met gemeenschappelijke thema's en elementen en in veel mindere mate met natuurlijke en/of culturele uitingen. De regio is dus fluïde en multidimensioneel; een open concept en een "tool" om de economische concurrentiepositie te bevorderen. Er is bovendien een duidelijke splitsing zichtbaar tussen de publieke en (semi)private stakeholders. Deze splitsing komt met name tot uiting in welke rol beoogde economische, comparatieve voordelen spelen in de gecommuniceerde identiteiten. De (semi)private actoren leggen meer nadruk op deze voordelen dan de publieke actoren, die meer nadruk leggen op andere thema's.

Al met al kan gesteld worden dat er binnen de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders veel nadruk ligt op regionale samenwerking, internationale concurrentie en economische, comparatieve voordelen door inzetten op duurzaamheid en innovatie. Het laatste hoofdstuk van dit onderzoek zal ingaan op een vergelijking tussen de verschillende identiteiten en tracht antwoord te geven op de vraag hoe deze identiteiten zich tot elkaar verhouden.

"Websites have quickly come to occupy a central place in the provision of direct and fast information, especially related to countries, cities and places."

Kolbe, 2007, pp. 9

6. EEN SAMENSPEL VAN IDENTITEITEN?

Een vergelijkende analyse van de identiteiten van de Westas

In dit onderzoek zijn meerdere identiteiten en verschijningsvormen van identiteiten op thematisch niveau geanalyseerd. De identiteiten van de Westas zijn beschouwd als een drieluik van verschijningsvormen: de gecommuniceerde, waargenomen en gewenste identiteiten. Deze verschijningsvormen zijn vervolgens op thematisch niveau geanalyseerd. Vervolgens zijn de gecommuniceerde identiteiten van achtereenvolgens de overige regio's in het gebied en de stakeholders op eenzelfde wijze gethematiseerd. Meer inzicht is verkregen in uit welke elementen deze verschillende identiteiten bestaan en hoe deze elementen zich onderling verhouden. Dit laatste hoofdstuk tracht de verschillende identiteiten met elkaar te vergelijken en richt zich daarbij op de volgende vragen: Hoe verhouden de identiteiten van de Westas zich ten opzichte van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's en de gecommuniceerde identiteiten van de betrokken stakeholders? De identiteiten van de Westas vormen hierbij dus het middelpunt van de vergelijking. Voor deze vergelijking wordt gebruik gemaakt van de thematische analyses uit de vorige twee hoofdstukken. Daarbij wordt ingegaan op de vraag of er sprake is van complementariteit, divergentie of convergentie van de identiteiten. Met andere woorden: is de identiteit van de Westas op thematisch niveau aanvullend op die van de andere identiteiten of is er juist sprake van een convergerende dan wel divergerende identiteit?

6.1 Een netwerkregio? Thematische vergelijking van de identiteiten van de Westas ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's

In de conclusie van het analysehoofdstuk van de identiteit van de Westas wordt gesteld dat het "*kernwoord van de verschillende identiteitsvormen van de Westas [...] het woord 'verbinden' [lijkt] te zijn.*" De identiteit van de Westas draait in sterke mate rondom dit thema; een thema dat een brede invulling krijgt: "[verbinden] houdt niet alleen verband met een belangrijk deel van de thematiek van de regio, maar vormt op haar beurt ook een metafoor voor de relaties tussen de identiteiten in het gebied, het type regio dat de Westas ambieert te zijn en de rol die de Westas wil spelen. Verbinden kan verwijzen naar economische actoren, de zogenoemde mainports, of het belang van logistiek in de regio. Het kan ook verwijzen naar dataverbindingen, een welkome en open cultuur of efficiënte duurzaamheid door inzetten op circulaire processen." Binnen de geanalyseerde identiteitsvormen van de Westas zijn grofweg twee pijlers te onderscheiden: (1) een nadruk op het belang van verbinden en (2) een nadruk op het belang van het versterken van de economische, (inter)nationale, comparatieve positie van het gebied en actoren binnen het gebied. Deze twee thema's vormen als het ware de kapstok van de identiteiten van de Westas: andere thema's, zoals 'duurzaamheid', of haar economische variant 'circulaire economie', en 'logistiek' worden aan deze kapstok gehangen en dienen veelal het doel van het versterken van één of beide thema's. Hierbij zijn verschillen zichtbaar in de verschillende verschijningsvormen, maar deze verschillen richten zich vooral op

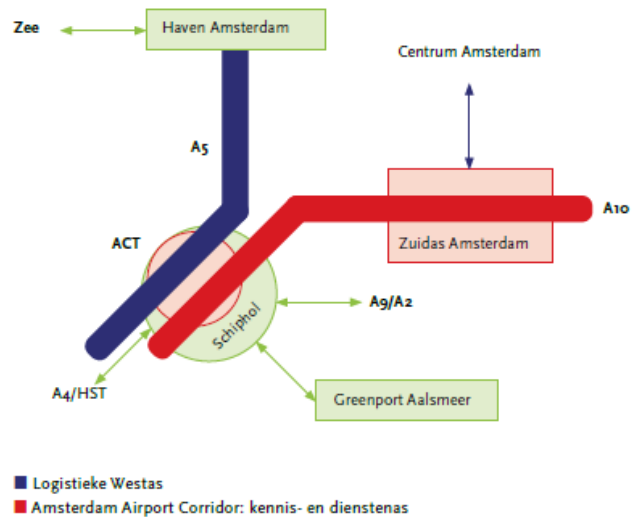
invulling van de thema's en op andere thema's die op hun beurt ook een invulling aan de hoofdthema's zouden kunnen geven. De vraag voor deze paragraaf is daarom: hoe verhouden deze thematische identiteiten zich tot die van de overige regio's in het gebied?

Wanneer gekeken wordt naar de thematische analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's valt direct een focus op het versterken van de (inter)nationale concurrentiepositie van de regio's op die opvallend veel overeenkomt met de focus van de Westas. Zo benoemt de Greenport dat het Nederlandse sierteeltcluster een sterke internationale concurrentiepositie heeft, positioneert de MRA zich als Nederlands sterkste economische regio en als één van de sterkste Europese economische regio's en de Zuidas zich als een internationale regio door haar reputatie als internationaal kennis- en zakencentrum te benadrukken. In de gecommuniceerde identiteit van de Stadsregio komt deze thematiek minder sterk naar voren, maar ook zij erkent het belang van de internationale concurrentiepositie van de regio. In deze context kan dus gesproken worden over een zekere mate van convergentie tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de overige regio's: al deze regio's zetten in op het belang van het versterken van de economische positie van het gebied binnen een voornamelijk internationale context. Deze convergentie lijkt te wijzen op een zekere mate van downloaden van identiteitselementen door de Westas. Het thema is een thema dat leeft onder de overige regio's in het gebied en duidelijk en veelvuldig naar voren komt in hun gecommuniceerde identiteiten. De Westas tracht hierbij aan te sluiten en zo haar legitimiteit te vergroten. Ten opzichte van de regio's in het gebied tracht de Westas zich dus te positioneren door het thema 'internationale concurrentiepositie' te downloaden en vorm te geven binnen haar eigen identiteit. Zoals het woord 'downloaden' impliceert is er echter sprake van een proces: de nadruk op het belang van het versterken van de internationale concurrentiepositie van de regio wordt steeds nadrukkelijker benoemd naar mate de ontwikkeling van de regio zich voortzet. Zo wordt in de initiële, gecommuniceerde identiteiten veel minder, en minder expliciet, naar dit thema verwezen dan in de gewenste identiteiten. Op basis van de gewenste identiteiten kan tevens gesteld worden dat het waarschijnlijk is dat de identiteiten van de Westas zich in de toekomst nog meer zullen concentreren rond dit thema.

Tevens opvallend is de wijze waarop de Westas binnen het gebied, en relatief ten opzichte van de andere regio's, wordt gepositioneerd en hoe deze positionering verandert binnen de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten. Zo wordt in de gecommuniceerde identiteit van de Westas gesproken over de Westas als een westelijke as binnen de metropoolregio: "[...] *de fysieke en virtuele Logistieke Westas van de Metropoolregio* (Programmabureau ACT, 2011, pp. 5)." Bovendien wordt de Westas gepositioneerd als een logistiek brandpunt van de MRA. De Westas wordt dus beschouwd als een arm van de Metropoolregio en wordt gepositioneerd binnen de MRA. Binnen de gewenste identiteit wordt echter over de Westas gesproken als een aparte regio; een regio die de verbinding kan vormen tussen de MRA en andere regio's in het gebied: "*Het netwerk in de Westas is [...] een aanzet en vormt als bottom-upinitiatief de verbindende schakel tussen de MRA (met name het logistieke cluster daarin) en deelgebieden als Schiphol Trade Park* (Kennislaboratorium voor Urbanisme, 2014b)." Op basis van deze identiteitsvormen kan dus gesteld worden dat de Westas zich meer en meer wil onderscheiden als een aparte, op zichzelf staande regio. De Westas vormt als regio niet langer een onderdeel van de MRA, maar een aparte regio die een verbinding heeft met de MRA. Bovendien is de rol van de Westas in relatie tot andere regio's in het gebied veranderd: niet langer wordt er gesproken over de Westas als een pijler van de MRA, maar als een regio die een verbinding kan vormen tussen de MRA en andere regio's in het gebied. Deze verbindende rol lijkt een verdere uitwerking te zijn van principes, zoals opgesteld binnen de gecommuniceerde identiteit (figuur

6.1.1). Binnen deze identiteitsvorm wordt al impliciet verwezen naar de Westas als verbindende schakel tussen de regio's in het gebied. In de gewenste identiteit is dit element nadrukkelijker uitgewerkt.

6.1.1 Ontwikkeling van de Westas in relatie tot andere actoren in het gebied



Bron: *Programmabureau ACT, 2011*

In relatie tot het thema 'internationale concurrentiepositie' is er dus sprake van een zekere mate van convergentie tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de overige regio's. Een tweede thema dat veelvuldig aan bod komt in alle drie de verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas is het thema 'verbinden'. De invulling van dit thema richt zich op de Westas als een verbindende regio: een regio van logistieke verbindingen en dataverbindingen, maar ook een regio die andere regio's in het gebied met elkaar verbindt. Bovendien bevat dit thema ook in grote mate het belang van een goede bereikbaarheid en het verbeteren van de bereikbaarheid. 'Bereikbaarheid' is een thema dat ook veelvuldig terugkomt in de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's. Zij benadrukken het belang van goede bereikbaarheid voor de economische positie van het gebied en zetten in op versterken van wat zij beschouwen als een unique selling point. In relatie tot dit thema is er dus wederom sprake van een zekere mate van convergentie tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de overige regio's in het gebied: de Westas tracht aan te sluiten bij het belang dat de regio's toekennen aan het versterken van de bereikbaarheid. Bovendien benadrukken zowel de Westas als de overige regio's daarbij het belang van zogenoemde verbindingshubs in het gebied: luchthaven Schiphol, de haven van Amsterdam en, in mindere mate, datahub AMS-IX. Er is echter ook sprake van een zekere mate van complementariteit van de identiteiten van de Westas ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's. De invulling die de Westas aan het thema 'bereikbaarheid' geeft, hangt nauw samen met de invulling die aan het thema 'verbinden' (of 'verbindingen en connectiviteit' zoals het in de analyse van de gewenste identiteiten is verwoord) wordt gegeven. De Westas koppelt het belang van goede verbindingen aan het DNA van haar regio: de Westas is een regio die mensen, bedrijven en regio's met elkaar verbindt. Daarbij legt de Westas nadruk op haar verbindende rol in de regio, maar ook op het belang van logistiek voor de economische

positie van het gebied en op het belang van dataverbindingen. Binnen de identiteitsvormen van de Westas bestaat 'verbinden' dus uit veel meer dan alleen het verbeteren van de bereikbaarheid of het benadrukken van de goede bereikbaarheid. De Westas profileert zichzelf niet alleen als het brandpunt van de focus op bereikbaarheid in het gebied, maar ook als de logistieke arm, een verbindende as, verbindend element in het gebied en als verbindende corridor. Bovendien koppelt men deze verbondenheid in de gewenste identiteiten aan de opkomst van wat men noemt 'de netwerkwerksamenleving'. Binnen de gewenste identiteiten benadrukt men dat bedrijven en personen steeds meer onderling verbonden raken. Hierdoor tracht men het belang van het thema 'verbinden' binnen een brede context te plaatsen: de Westas is niet alleen dé regio voor logistieke en economische verbindingen, maar ook een regio die mensen en bedrijven verbindt. Op deze manier tracht de Westas enerzijds aan te sluiten bij het belang dat de overige regio's hechten aan het thema 'verbinden', maar anderzijds dus ook complementair te zijn ten opzichte van deze regio's door zich te onderscheiden door in te zetten op een bredere, zachtere invulling van het thema.

Ook voor wat betreft het thema 'duurzaamheid' is er een zekere mate van complementariteit door convergentie tussen de identiteit van de Westas en de identiteiten van de overige regio's. De overige regio's hechten in hun gecommuniceerde identiteiten waarde aan het belang van duurzaamheid en geven dat begrip een zeer brede invulling. Er wordt gesproken over duurzame productie, duurzaam landschap, maar ook sociale duurzaamheid. De Westas tracht in alle drie de onderzochte verschijningsvormen van de identiteiten aan te sluiten bij dit thema, waardoor gesteld kan worden dat er een zekere mate van convergentie tussen de identiteiten is. Opvallend is echter dat de Westas met name in de waargenomen en gewenste identiteit sterk inzet op een economische variant van duurzaamheid genaamd 'circulaire economie'. Op dit vlak tracht de Westas zich dus te onderscheiden van de overige identiteiten en men tracht met deze specifieke invulling van het thema dus een aanvulling te vormen ten opzichte van de andere identiteiten in het gebied. Er kan dus wederom gesproken worden over een zekere mate van complementariteit op een convergent thema.

Voor wat betreft het thema 'logistiek' kan echter gesproken worden over complementariteit door divergentie. Dit thema komt met name sterk naar voren in de gecommuniceerde identiteiten van de Westas en in zekere mate ook in de waargenomen en gewenste identiteiten en hangt nauw samen met het thema 'verbinden'. Met name in de gecommuniceerde identiteiten wordt sterk ingezet op het belang van de logistieke sector voor de economie van het gebied. Daarbij presenteert men de logistieke sector als een ondergeschoven belang: de logistieke sector is van grote economische waarde, maar krijgt weinig aandacht in het gebied. Deze stelling wordt onderstreept door de analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's, waarin weinig aandacht is voor de logistieke sector. Voor wat betreft dit thema is er dus sprake van complementariteit tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de overige regio op basis van divergentie: de Westas benadrukt een economische sector die andere regio's niet of nauwelijks noemen. De overige regio's spreken in hun gecommuniceerde identiteiten veel over bereikbaarheid en verbindingen, maar benoemen (bijna) niet de logistieke belangen. De Westas presenteert dit in haar gecommuniceerde identiteiten juist als een speerpunt van de regio, al moet gezegd worden dat deze focus minder duidelijk zichtbaar is in de andere verschijningsvormen van de identiteit van de Westas. Logistiek kan dus beschouwd worden als een thema, waarop de Westas zich onderscheidt van de andere regio's, wat het des te opvallender maakt dat dit thema minder sterk benadrukt wordt in de gewenste identiteiten.

De relaties tussen de identiteiten van de Westas en de overige regio's laten zien dat regionale identiteiten sterk met elkaar verbonden zijn in een netwerk van relaties. Regionale identiteitsvorming vindt

dus absoluut niet plaats in een ruimtelijk vacuüm. De Westas tracht zich in haar identiteitsvormen doelbewust te koppelen aan thema's van de identiteiten van andere regio's in het gebied, terwijl zij ook haar complementariteit ten opzichte van deze identiteiten benadrukt. Dit komt het duidelijkst naar voren in het thema 'verbinden'; een thema dat voor zowel de Westas als de overige regio's een belangrijk thema is. De Westas tracht aan te sluiten bij dit thema, maar tracht anderzijds ook zich te onderscheiden door een complementaire identiteit te ontwikkelen die zich niet alleen richt op bereikbaarheid en fysieke verbindingen, maar ook op een zachte invulling van het thema en digitale verbindingen. Er is dus duidelijk sprake van een proces van up- en downloaden van identiteitselementen en thema's tussen de verschillende actoren.

Opvallend is tevens dat er slechts een beperkte mate van divergentie is tussen de identiteiten van de Westas en van de identiteiten van de overige regio's. Op thematisch niveau zijn de identiteitsvormen van de Westas ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's veelal convergent en/of complementair, maar zelden divergent. Dit kan een gevolg zijn van de nadruk die de Westas legt op haar rol als verbindend element in het gebied. De Westas tracht een regio te zijn die niet alleen personen en bedrijven verbindt, maar ook de regio's in het gebied. Het lijkt erop dat de Westas zich opstelt als complementair en convergent ten opzichte van bestaande identiteiten om deze rol vorm te geven. Het is immers minder waarschijnlijk dat een divergente identiteit verbindend werkt tussen de identiteiten in een gebied. Het enige thema waarop de identiteiten van de Westas divergent zijn ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's is het thema 'logistiek'. Dit thema lijkt echter een minder nadrukkelijke rol te krijgen binnen de gewenste identiteiten van de Westas.

Tevens opvallend is de nadruk op het belang van het verbeteren van de internationale concurrentiepositie van regio's en het belang dat zowel de Westas als de overige regio's hieraan hechten. De nadruk op het verbeteren van de economische positie van een regio lijkt niet zo zeer een thema te zijn dat binnen de identiteiten naar voren komt als wel een doel van de regiovorming. De thematiek, zij het duurzaamheid, verbindingen of het verbeteren van de bereikbaarheid, dient uiteindelijk het doel van het verbeteren van de economische posities van de regio's in kwestie. Deze constatering geldt voor alle onderzochte regio's met uitzondering van de Stadsregio, waar de nadruk meer ligt op het verbeteren van het voorzieningsniveau. De Stadsregio benadrukt ook het economische belang, maar uit de gecommuniceerde identiteit komt niet naar voren dat dit het belangrijkste doel van de regiovorming is.

Er is dus voor wat betreft het doel van de regiovorming veel overlap tussen de behandelde regio's. De vraag is echter of dit leidt tot convergentie of juist tot divergentie van de identiteiten in het gebied. Deze vraag is met name relevant voor de Westas, die als regio een verbindend element wil vormen. Alle onderzochte regio's, met uitzondering van de Stadsregio, benadrukken het belang van het verbeteren van een comparatieve economische positie van het gebied vanuit veelal een internationaal perspectief. De vraag rijst echter van wie en ten opzichte van wie de economische positie verbeterd moet worden. Zijn de regio's in concurrentie met elkaar? Zo ja, houdt dit in dat wanneer de Greenport inzet op het verbeteren van de economische positie van "het gebied" dat zij dan op moet boksen tegen de MRA die immers ook haar comparatieve economische positie wil verbeteren? Deze vragen leiden terug tot een discussie die eerder in dit onderzoek is aangehaald, namelijk de verschillen tussen het zogenoemde nieuwe en oude regionalisme. Regio's als de MRA en de Greenport werken vanuit een duidelijk afgebakend gebied. Dientengevolge spreken deze regio's ook veel over het verbeteren van de comparatieve economische positie. Op basis van de afbakening kan immers duidelijk gesteld worden wie wel tot de regio behoort en wie niet en kunnen

dus cijfers over de comparatieve economische positie worden verkregen. De vraag is echter of deze werkwijze nog wel toepasselijk is. Zijn de regio's wel met elkaar in concurrentie of is er sprake van concurrentie tussen actoren in de regio's? En als de MRA haar economische positie verbetert, ten opzichte van wie en ten koste van wie verbetert zij die dan? En verbetert de MRA dan de economische positie van het gebied of de economische positie van actoren in het gebied? Dit zijn essentiële vragen voor het proces van regiovorming in het gebied en de rol van de Westas in dit proces, omdat het verbeteren van de economische positie van de regio het doel is van nagenoeg alle onderzochte regio's. Als echter niet duidelijk is wie of wat ten opzichte van wie of wat moet verbeteren wordt het doel van de regiovorming een onduidelijke façade. Bovendien is de regio zelf het resultaat van een specifieke, subjectieve afbakening en daardoor kan zij dus niet als dusdanig dienen. Op dit vlak is er echter een sterke mate van divergentie tussen de Westas en de overige regio's. De Westas is niet ruimtelijk of bestuurlijk afgebakend en past daardoor naadloos binnen het concept van een zogenoemde netwerkregio: de regio is het gevolg van een relatie van criteria en de regio verschilt dus ook afhankelijk van hoe men er naar kijkt. De vraag rijst echter of de Westas wel het netwerk is dat zij ambieert te zijn of dat zij eerder een schakel vormt in een groter netwerk. De nadruk op het belang van verbinden roept immers een beeld op van een schakelende regio; een regio die de lijn moet vormen in een gebied en niet zo zeer een eigen netwerk behelst. In relatie tot de Westas als regio lijkt er dus niet zo zeer sprake te zijn van een fysiek-ruimtelijke cohesie maar veel meer van een thematische en relationele cohesie tussen de betrokken actoren. De tweede paragraaf zal daarom ingaan op de relaties tussen de betrokken actoren en de Westas.

6.2 Relaties tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de stakeholders

In de analyse van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders (paragraaf 5.3) is het belang van het regionale schaalniveau voor de stakeholders besproken. Opvallend veel stakeholders verwijzen naar regio's binnen een economische context. Ze beschouwen de regio als het ware als een economisch verlengstuk dat de positie van het gebied binnen een internationaal perspectief kan verbeteren en daardoor ook, direct of indirect, de economische positie van de actor in kwestie. Daarbij wordt verwezen naar verschillende regio's met een verschillende invulling. Op dit vlak is er een sterke mate van convergentie tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de stakeholders: beide beschouwen de regio als een middel om economische vooruitgang te boeken. Bovendien onderstreept dit het belang dat de Westas hecht aan het vormen van een verbindende regio. Een groot deel van de onderzochte stakeholders erkent het belang van een dergelijke samenwerking. Dit vormt een goede basis voor de Westas die zich presenteert als een regio die actoren verbindt. In relatie tot deze samenwerking kan dus gesteld worden dat de identiteiten van de Westas ten opzichte van de identiteiten van de stakeholders niet alleen convergent zijn, maar ook complementair. Binnen de identiteiten van de stakeholders bestaat een behoefte naar meer economische samenwerking en de Westas tracht deze behoefte op te vullen door zichzelf te presenteren als een verbindende regio. Hierbij moet echter wel een onderscheid gemaakt worden tussen private en publieke stakeholders. De publieke stakeholders leggen in hun gecommuniceerde identiteit minder nadruk op deze economische samenwerking.

Ook voor wat betreft de invulling van hoe de regionale, economische vooruitgang geboekt moet worden is er sprake van convergentie tussen de identiteiten. De Westas legt veel nadruk op het belang van verbindingen, verbondenheid en logistiek; thema's die ook voor een relatief groot deel van de stakeholders van belang zijn. Zij benadrukken het belang van goede bereikbaarheid en de rol van de multimodale verbindingen in het gebied die mede tot stand komen door de zogenoemde ports: de haven van Amsterdam, luchthaven Schiphol, Greenport Aalsmeer en dataport AMS-IX. De Westas presenteert zichzelf als een regio waar verbindingen centraal staan en als de as die deze ports aan elkaar verbindt. Op dit vlak kan dus gesproken worden over overeenstemmende belangen tussen beide groepen en een zekere mate van convergentie tussen de identiteiten. De Westas koppelt echter het belang van verbindingen en bereikbaarheid ook sterk aan het (economische) belang van de logistiek in het gebied. Zij benadrukt dat verbindingen in het gebied belangrijk zijn en dat de logistieke sector een grote rol speelt in deze verbindingen. Het thema logistiek komt ook naar voren in de gecommuniceerde identiteiten van de betrokken stakeholders, maar in een veel minder sterke mate. Een goede logistieke sector wordt veelal beschouwd als een unique selling point voor het gebied en voor economische vooruitgang van de regio. Dat de Westas inzet op versterking van deze sector kan dus een aanvulling vormen op de overige thema's. Voor wat betreft het thema logistiek kan dus ook gesproken worden over een zekere mate van complementariteit van de identiteiten van de Westas ten opzichte van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders.

Voor wat betreft het thema 'duurzaamheid' kan eveneens gesproken worden over een zekere mate van complementariteit als gevolg van convergentie tussen de identiteiten. Zowel de Westas als een relatief groot deel van de stakeholders zet in op het belang van duurzaamheid, maar de wijze waarop dit belang vorm krijgt, loopt uiteen. De Westas benadrukt een economische vorm van duurzaamheid die zij ook wel 'circulaire economie' noemt. De stakeholders gebruiken de term echter in een veel bredere zin en verwijzingen naar duurzaamheid lopen uiteen van sociale duurzaamheid en duurzaam ondernemen tot watermanagement en energiebesparing. De Westas zet duidelijk in op één vorm van duurzaamheid en wijkt daarmee af van de betrokken stakeholders. Het thema wordt bovendien veel in verband gebracht met innovatie: voor duurzaamheid is innovatie nodig en inzetten op duurzaamheid stimuleert innovatie. Bovendien geldt voor beide thema's dat ze ingezet worden om de economische positie te versterken. Zowel innovatie als duurzaamheid wordt beschouwd als een thema dat de concurrentiepositie van het gebied zou kunnen versterken. De Westas koppelt in haar identiteit deze thema's ook aan elkaar. Zo verwacht men dat inzetten op een circulaire economie innovatie in de hand zal werken. Bovendien zet men in op het belang van innovatie binnen de logistieke sector. Wederom geeft de Westas dus een specifieke invulling aan een thema dat breed gedragen wordt onder de stakeholders. Ook voor het thema 'innovatie' kan dus gesteld worden dat er een zekere mate van convergentie is tussen de identiteiten van de stakeholders en de identiteiten van de Westas, maar dat de Westas tracht zich te onderscheiden door complementariteit op te zoeken.

Opvallend is dat de mate van divergentie tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de stakeholders relatief klein is. Er zijn wel thema's te onderscheiden die door een klein deel van de actoren worden onderschreven en niet door de Westas, maar de meest voorkomende thema's komen ook in min of meerdere mate terug in de identiteiten van de Westas. Dit past binnen de trend die gesignaleerd is in de vorige paragraaf: de Westas presenteert zich als een verbindende regio en tracht daarom aan te sluiten bij de thematiek die leeft in het gebied. De identiteit van de Westas kent daardoor voornamelijk

complementaire elementen die voortkomen uit convergentie. De Westas sluit aan bij thema's van andere identiteiten, maar geeft deze thema's een eigen invulling om zo een aanvulling te vormen op deze identiteiten. In relatie tot de identiteiten van de stakeholders en de identiteiten van de overige regio's kan dus gesteld worden dat de identiteiten van de Westas niet zo zeer onderscheidend of radicaal anders zijn, maar voornamelijk complementair. Zo wil de Westas bijvoorbeeld een complementaire identiteit neerzetten door specifieke invulling te geven aan het thema 'duurzaamheid' dat bij uitstek een vaag containerbegrip vormt in de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders en de identiteiten van de overige regio's.

Opvallend is dat binnen de identiteiten van de stakeholders juist een sterke mate van complementariteit door divergentie waar te nemen is. Waar de Westas haar complementariteit benadrukt door in te zetten op een aanvullende invulling van heersende thema's, presenteren de stakeholders hun identiteiten voornamelijk als een divergentie ten opzichte van de identiteiten van anderen. Een relatief groot deel van de stakeholders geven hun eigen identiteit vorm door zich af te zetten tegen anderen. Deze werkwijze haakt in op de theorie dat ruimtelijke actoren in een gebied zichzelf veelal positioneren door zich te verbinden met identiteiten enerzijds, maar zich ook tegen identiteiten af te zetten om zo een zekere vorm van complementariteit te bewerkstelligen. Dit proces van verbinden met en afzetten tegen gaat gepaard met een proces van up- en downloaden van identiteitselementen op verschillende schaalniveaus. In dit geval downloaden de Westas identiteitselementen die in het gebied breed gedragen worden door zowel de stakeholders als de overige regio's, namelijk het belang van verbindingen en bereikbaarheid, duurzaamheid, het internationale karakter van het gebied en de rol van regionale samenwerking om de economische, comparatieve positie te verbeteren. Door middel van een proces van complementariteit op basis van convergentie tracht de Westas op haar beurt nieuwe identiteitselementen te uploaden naar de consensus van het gebied. Zo hanteert men een bredere en zachte invulling van het thema 'verbinden', benadrukt men het economische belang van de logistieke sector en benadrukt men een specifieke vorm van economische duurzaamheid, namelijk circulaire economie. De stakeholders op hun beurt hanteren vaker een strategie van complementariteit door divergentie. Opvallend is in ieder geval dat de eigen identiteit veelal wordt afgemeten tegen andere ruimtelijke identiteiten in het gebied. Daarbij is er niet alleen sprake van horizontale relaties tussen regio's, maar dus ook van verticale relaties tussen de regio en de stakeholders en van horizontale relaties tussen de stakeholders.

7. IDENTITEITEN IN BEWEGING

Conclusies en discussie van de onderzoeksresultaten

Het begrip 'identiteit' is een complex en multidimensioneel begrip: identiteiten zijn afhankelijk van interpretaties, ze zijn veranderlijk en lijken soms ongrijpbaar. Nog sterker geldt deze stelling als het begrip binnen een regionale context wordt beschouwd. Regionale identiteiten worden vormgegeven met (economische) doelen in gedachten, kunnen ingezet worden om de concurrentiepositie van een regio te versterken of kunnen dienen om actoren aan een regio te binden. Identiteiten kunnen dik zijn: historisch gevormd en breed gedragen. Identiteiten kunnen ook dun zijn: fluïde en gevormd om economische doeleinden te bereiken. Dit onderzoek had als doel het verkrijgen van meer inzicht in deze complexe relaties tussen regio's en identiteiten door te kijken naar de relaties tussen een recent gevormde, functionele regio, haar stakeholders en de andere regio's in het gebied. Door niet alleen te kijken naar horizontale relaties (relaties tussen de regio's), maar ook naar verticale relaties (relaties tussen de regio en haar stakeholders) kan meer inzicht worden verkregen in welke rol identiteit speelt in het regiovormingsproces en welke rol de identiteiten van stakeholders daarin spelen.

Om deze onderzoeksdoelen te bereiken is een conceptualisering van het begrip 'identiteit' opgesteld die onderlinge vergelijking mogelijk maakt en tevens rekening houdt met de ongrijpbaarheid van het begrip. Een identiteit is niet 'something out there': een grijpbaar en afgebakend geheel, maar juist een verhaal en een verzameling van interpretaties. Stellen dat een identiteit als geheel onderzocht kan worden is dan ook onjuist. Daarom is binnen dit onderzoek gekozen voor een conceptualisering van de identiteit in verschillende verschijningsvormen op basis van Balmer et al. (2002): de gecommuniceerde, waargenomen en gewenste identiteiten. Binnen deze zogenoemde verschijningsvormen van de identiteiten zijn elementen gethematiseerd om zo een vergelijking mogelijk te maken. Voor de identiteiten van de Westas zijn allereerst de drie verschijningsvormen met elkaar vergeleken om meer inzicht te krijgen in hoe deze elementen zich tot elkaar verhouden. Opvallend is dat binnen de identiteitsvormen een verschuiving zichtbaar is die zich concentreert rond de invulling van de thema's 'logistiek' en 'verbinden'. In de gecommuniceerde identiteiten wordt veel nadruk gelegd op het economische belang van de logistieke sector en haar rol binnen het gebied. Deze harde invulling maakt echter steeds meer plaats voor een zachtere invulling, waarbij het thema 'logistiek' wordt gebruikt als een pijler voor de Westas als verbindende regio: logistiek is niet alleen meer van economisch belang voor de regio, maar vormt ook een illustratie van de regio als verbindend element. Tevens opvallend is dat de Westas zichzelf positioneert ten opzichte van sterke, dikke identiteiten in het gebied, zoals de luchthaven Schiphol en de Metropoolregio Amsterdam (MRA). De Westas gebruikt deze context om haar eigen identiteiten meer invulling te geven en zo haar legitimiteit te vergroten.

De identiteiten van de Westas concentreren zich dus rond het belang van verbindingen: verbindingen met actoren en regio's, maar ook dataverbindingen, logistieke verbindingen en constante verbondenheid van personen. Logistiek vormt de meest zichtbare en tastbare implicatie van dit principe, vanwege haar nadruk op stromen en efficiënte verbindingen. Een eerste conclusie die getrokken kan worden is dat men tracht de identiteit van de Westas te positioneren als een complementaire identiteit binnen het gebied op

basis van een zekere mate van convergentie tussen de identiteiten. De Westas tracht aan te sluiten bij thema's die veelvuldig naar voren komen in de gecommuniceerde identiteiten van de andere regio's in het gebied, zoals: het belang van bereikbaarheid en goede verbindingen, een internationale oriëntatie en het versterken van de comparatieve, economische positie van het gebied en bedrijven in het gebied. Door aan te sluiten bij deze thema's tracht de Westas een mate van convergentie tussen de identiteiten van de regio's te bewerkstelligen, die past binnen haar identiteit als verbindende regio. Tegelijkertijd positioneren de identiteiten van de Westas zich als complementair ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's door een andere, en veelal specifiekere, invulling te geven aan deze thema's. Zo gebruikt de Westas het belang dat men hecht aan bereikbaarheid om zichzelf te presenteren als een as die de grote mainports in het gebied aan elkaar verbindt.

In deze context is er dus sprake van een proces van downloaden en uploaden van identiteitselementen tussen de Westas en de overige regio's in het gebied. Dit sluit aan bij wat Terlouw et al. (2014) de gelaagdheid van ruimtelijke identiteiten noemen.³² Zij stellen dat nieuwe, regionale identiteiten veelal het gevolg zijn van een proces van verbinden met en onderscheiden van andere identiteiten op meerdere schaalniveaus. In het geval van de identiteiten van de Westas wordt ten opzichte van de identiteiten van de overige regio's de verbinding met name opgezocht door convergentie van de thema's binnen de identiteiten en vindt onderscheiden met name plaats door een complementaire positionering ten opzichte van diezelfde thema's. Tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de overige regio's is dus sprake van wat Paasi (2012) een relationele constructie noemt: de identiteit wordt vormgegeven op basis van een relatiernetwerk. De Westas download identiteitselementen die belangrijk zijn voor de regio's in het gebied en upload tegelijkertijd nieuwe elementen die als complementair worden beschouwd. Daarbij zet men met name in op thema's als circulaire economie, het benadrukken van verbindingen binnen de context van een netwerksamenleving en inzetten op innovatie binnen de logistieke sector. Dit proces vindt niet alleen plaats tussen actoren op verschillende schaalniveaus, maar ook tussen actoren binnen gelijke schaalniveaus. Er is dus ook sprake van horizontaal downloaden en uploaden van identiteitselementen.

Binnen deze benadering van de identiteit als een relationele constructie is het opvallend dat de Westas, evenals de overige regio's in het gebied, gebruik maken van elementen die veelal aan dikke identiteiten worden toegekend en bijbehorende traditionele regio's. De Westas lijkt zich niet alleen te willen verbinden met de overige regio's in het gebied door thematische convergentie en complementariteit van de identiteiten, maar ook met andere actoren die binnen het gebied beschouwd kunnen worden als sterke identiteiten. Zo zoekt de Westas duidelijk de verbanden op met luchthaven Schiphol, de haven van Amsterdam en Amsterdam in het algemeen. De perceptie is dat verbinding met deze actoren kan leiden tot positieve effecten. Deze verbindingen zijn echter selectief: de Westas verbindt zich alleen met die elementen die zij als positief voor de eigen identiteit beschouwen. Zo verbindt men zich graag met luchthaven Schiphol als een internationale hub waar stromen mensen en goederen samenkomen, maar deze verbinding wordt bijvoorbeeld niet gezocht op het vlak van duurzaamheid. Tevens opvallend is dat de Westas binnen haar identiteiten gebruik maakt van elementen die passen bij een dikke identiteit en een traditionele, afgebakende regio. Zo benadrukt men bijvoorbeeld een heersende mentaliteit binnen de regio; een uiting die niet past binnen een benadering van de regio als een relatiernetwerk, maar beter past binnen de traditionele benadering van de regio als een vaststaand gegeven of een raamwerk. Binnen de context van

³² Zie voor uitwerking van dit principe ook hoofdstuk 2.

de Westas is dit nog opvallender, omdat de Westas in haar identiteiten zichzelf presenteert als een open netwerkregio die aansluit bij de constante verbondenheid van de zogenoemde netwerksamenleving. Binnen deze context zijn verbindingen met landmarks of andere natuurlijke elementen onlogisch, omdat die veronderstellen dat de Westas een bounded space is; een afgebakende regio die als het ware een landmark claimt. Deze waarneming onderschrijft dus dat dunne identiteiten ook gebruik maken van dikke elementen om hun identiteit te versterken; zelfs in het geval van een open netwerkregio die de Westas omringt. Deze ontwikkeling is wellicht te verklaren vanuit de theorie van dikke en dunne identiteiten: om haar identiteit en positie in het gebied te versterken, verbindt de Westas zich met bekende, dikke identiteiten in het gebied. Een andere mogelijke verklaring kan zijn dat de Westas nog niet bereid is de volledige overstap te maken naar een echte netwerkregio: een regio die bestaat als relatienetwerk en niet als ruimtelijk raamwerk. Deze ambitie komt duidelijk naar voren in de gewenste identiteiten van de Westas waar de Westas als een actor binnen de netwerksamenleving wordt geplaatst, maar ook binnen de gecommuniceerde identiteiten waar gesproken wordt over de Westas als virtuele as. De Westas lijkt echter op dit moment nog niet bereid te zijn de verbinding met de regio als ruimtelijk raamwerk volledig op te geven.

Een andere verklaring is wellicht te vinden in de opkomst van wat ook wel het metamodernisme wordt genoemd; een recente ontwikkeling binnen de wetenschap die het metamodernisme beschouwd als een opvolgende fase van het postmodernisme en het postmoderne denken: *"Waar het postmodernisme gekarakteriseerd werd door deconstructie, ironie, nabootsing, relativisme, nihilisme en afwijzing van 'grand narratives' (dit is enigszins een karikatuur), wordt het discours rond het metamodernisme beschouwd als een terugkeer van oprechtheid, hoop, romanticisme, affectionisme, de mogelijkheden van 'grand narratives' en het belang van universele waarheden, zonder tekort te doen aan alles wat we geleerd hebben van het postmodernisme* (Turner, 2015). Eenvoudig gesteld vormt het metamodernisme een mengvorm tussen het modernisme en het postmodernisme die gekenmerkt wordt door een terugkeer van het belang dat wordt gehecht aan betekenissen en zogenoemde 'grand narratives'. Zij vormt als het ware een tegenhanger van het ongebreidelde relativisme van het postmodernisme. Het metamodernisme wordt daarmee ook wel omschreven als een 'structure of feeling': *"Wij beschouwen het metamodernisme als een gevoelsstructuur die wordt gekenmerkt door de terugkeer van [...] onder andere het belang van geschiedenis, een 'grand narrative', Bildung en duiding* (Vermeulen, 2014, pp. 1). De ontwikkeling van het discours van het metamodernisme staat nog in de kinderschoenen, maar lijkt zich vooralsnog te richten op een terugkeer van het belang betekenissen en verhalen. Meer onderzoek is nodig naar de mogelijke relaties tussen dit metamodernistische gedachtegoed en de rol van ruimtelijke identiteiten; met name binnen een regionale context. De Westas presenteert haar identiteit als een verhaal te presenteren in een poging meer en diepere betekenis te geven aan haar identiteit en de samenwerking. Men tracht de eigen identiteit te verbinden met betekenisvolle verhalen en identiteiten in de regio en komt daarbij dichtbij gedachtegoed van het metamodernisme: het beeld van een multidimensionele, vage en ongrijpbare netwerkregio mist een verhalende duiding. De genoemde zoektocht naar landmarks om de regionale identiteit meer duiding te geven kan wellicht verklaard worden vanuit dit discours. Meer onderzoek is nodig om eventuele verbanden tussen dit gedachtegoed en de regionale identiteit te kunnen duiden.

Opvallend is tevens de mate waarin economische motieven een rol spelen in de samenwerking en de regiovorming in het gebied; dit geldt niet alleen voor de Westas, maar ook voor de Greenport en MRA en in mindere mate ook voor de Zuidas en de Stadsregio. Binnen de gecommuniceerde identiteiten besteden

deze regio's opvallend veel aandacht aan het belang van de comparatieve, economische positie van de regio binnen veelal een internationaal perspectief. Het belangrijkste doel van de regiovorming is veelal het verbeteren van deze economische positie. Dit onderschrijft dat de regio's in het gebied beschouwd moeten worden als functionele regio's: de regio's zijn doelbewust gevormd met het versterken van de economische positie als doel. Een ander belangrijk doel van de regiovorming is het vergroten van de bekendheid van het gebied en de identiteit van de regio. De perceptie is dat een grotere bekendheid van de Westas bij kan dragen aan het verbeteren van de economische positie. De regio vormt daarbij, zoals MacLeod (2001, pp. 9) stelt: *"een integraal onderdeel van de accumulatie van kapitaal, een collectieve interpretatie van identiteitsvorming of een setting voor sociale interactie."* Deze collectiviteit impliceert een zekere cohesie die de Westasregio kenmerkt: een samenwerking van vele verschillende partijen uit verschillende domeinen die actief inzetten op het versterken van een gebied. Deze cohesie kan fysiek-ruimtelijk zijn (zoals in de traditionele benadering van regio's), maar uit zich in het geval van de Westas in een relatienetwerk zonder specifieke administratieve en/of ruimtelijke afbakening. De Westas zet in op verdieping van dit netwerk, waarbij 'verbinden' het sleutelwoord lijkt.

Volgens Kavatzis (2012) is het van essentieel belang dat lokale stakeholders op een vroeg moment bij het proces van regiovorming betrokken worden, omdat zij mede de identiteit bepalen, onderhouden en veranderen. Daarom is er in dit onderzoek voor gekozen om niet alleen te kijken naar de horizontale relaties tussen de regio's in het gebied, maar ook naar de verticale relaties tussen de identiteiten van de stakeholders en de Westasregio. De relaties tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de overige regio's konden treffend omschreven worden als complementariteit door convergentie: de Westas sluit aan bij thema's die voor de regio's in het gebied van belang zijn en probeert haar complementariteit ten opzichte van deze thema's te verduidelijken. De mate van divergentie tussen de identiteiten was beperkt; een verschijnsel dat wellicht verklaard kan worden door de nadruk die de Westas legt op het vormen van een verbindende regio. Dit komt ook naar voren in de analyse van de identiteiten van de Westas ten opzichte van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders. De mate van divergentie tussen de identiteiten van de Westas en de identiteiten van de stakeholders is wederom beperkt: er zijn wel thema's te onderscheiden die door een klein deel van de actoren worden onderschreven en niet door de Westas, maar de meest voorkomende thema's komen ook in min of meerdere mate terug in de identiteiten van de Westas. Dit past binnen de notie dat de Westas zich presenteert als een verbindende regio en daarom tracht aan te sluiten bij de thematiek die leeft in het gebied. De identiteiten van de Westas kennen daardoor voornamelijk complementaire elementen die voortkomen uit convergentie. De Westas sluit aan bij thema's van andere identiteiten, maar geeft deze thema's een eigen invulling om zo een aanvulling te vormen op deze identiteiten. Zo wil de Westas bijvoorbeeld een complementaire identiteit neerzetten door specifieke invulling te geven aan het thema 'duurzaamheid' dat bij uitstek een vaag containerbegrip vormt in de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders en de overige regio's. Door in te zetten op het belang van een circulaire economie tracht de Westas haar identiteit aan te laten sluiten bij stakeholders die in hun identiteiten waarde hechten aan het belang van duurzaamheid.

In relatie tot de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders dient echter gesproken te worden van een zekere mate van divergentie. Waar de identiteiten van de regio's in het gebied op veel vlakken convergent en complementair zijn, zijn de identiteiten van de stakeholders veelal divergent ten opzichte van elkaar. Een relatief groot deel van de stakeholders geeft hun eigen identiteit vorm door zich af te zetten tegen andere identiteiten. Deze werkwijze haakt in op de theorie dat ruimtelijke actoren in een gebied

zichzelf veelal positioneren door zich te verbinden met identiteiten enerzijds, maar zich ook tegen identiteiten af te zetten om zo duiding te geven aan de eigen identiteit en de eigen legitimiteit te vergroten.

De Westas lijkt dus relatief succesvol in het verbinden van de identiteiten van haar stakeholders aan haar eigen identiteiten door middel van convergentie. De vraag rijst echter wel in hoeverre de identiteiten van de Westas onderscheidend genoeg zijn om haar legitimiteit te waarborgen; zeker in een gebied dat al rijk is aan functionele regio's. Zijn de identiteiten van de Westas wel onderscheidend genoeg ten opzichte van de andere identiteiten in het gebied? Of zorgt de focus van de Westas op het verbinden van de regio's er juist voor dat dit ten koste gaat van het eigen onderscheidende vermogen en de legitimiteit? Op welk vlak zijn de identiteiten van de Westas echt onderscheidend te noemen? Opvallend is dat de mate van divergentie tussen de identiteiten alleen maar lijkt af te nemen in de gewenste identiteit ten opzichte van de gecommuniceerde identiteit. Waar de Westas in de gecommuniceerde identiteiten nog veel nadruk legde op de logistiek als economisch motor en als ondergeschoven kindje in het gebied, heeft deze focus in de gewenste identiteiten plaatsgemaakt voor een nadruk op verbinden. Waar de Westas zich dus presenteerde als complementair door divergentie (aan logistiek wordt weinig aandacht besteed en die rol vult de Westas op) is dit in de andere verschijningsvormen van de identiteit veel meer verschoven in de richting van complementariteit door convergentie. De vraag blijft of dit ten gunste uitpakt van de legitimiteit van de regio in het gebied. Ook in relatie tot de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders kunnen vergelijkbare vragen gesteld worden. Is het voldoende om aan te sluiten bij de identiteiten van de stakeholders en aan de thema's een enigszins andere, wellicht complementaire, invulling te geven? Of dient de Westas, voor wat betreft haar identiteiten, zich meer te divergeren van deze identiteiten om zo haar eigen legitimiteit te vergroten? Ook hier geldt dat de identiteiten van de Westas steeds breder lijken te worden en daardoor aan focus verliezen.

In dit onderzoek zijn de identiteiten van de verschillende actoren geconceptualiseerd aan de hand van het AC²ID-model van Balmer (2002). Dit model beschouwt de identiteit als een boodschap met een zender en een ontvanger: identiteiten worden gemaakt en zijn geen objectieve, meetbare eenheden 'out there'. Deze conceptualisering is bijzonder nuttig geweest in het analyseren van de identiteit van de Westas. Door onderscheid te maken tussen verschillende verschijningsvormen van de identiteit was het mogelijk om meer inzicht te verkrijgen in hoe de identiteit van een regio verandert en verschilt tussen verschijningsvormen. Zo was het mogelijk om inzicht te krijgen in hoe de gecommuniceerde identiteit verschilt van de gewenste identiteit om zo inzicht te krijgen in de geplande ontwikkeling van de identiteit van de regio. Bovendien heeft deze conceptualisering geholpen in het realiseren van een thematische vergelijking tussen de identiteiten van verschillende actoren (regio's, private en publieke stakeholders). Door de identiteit te conceptualiseren binnen verschijningsvormen was het mogelijk om de identiteiten van verschillende actoren met elkaar te vergelijken en dus niet alleen horizontale relaties tussen identiteiten van regio's te analyseren, maar ook verticale relaties tussen identiteiten van regio's en de identiteiten van hun stakeholders.

Aan de conceptualisering van de identiteit op basis van AC²ID-model hangen echter ook nadelen. Zo worden de identiteiten voorgesteld als losse, van elkaar onderscheidbare onderdelen, terwijl in werkelijkheid de verschillende verschijningsvormen sterk met elkaar verweven zijn. Zo is het bijvoorbeeld aannemelijk dat in een gecommuniceerde identiteiten ook elementen van de ideale of gewenste identiteiten voorkomen. In dit onderzoek is getracht deze tekortkoming te ondervangen door de analyse

toe te spitsen op thema's binnen de identiteiten en die met elkaar te vergelijken. In relatie tot de identiteiten van de Westas is een thematiek opgesteld op basis van de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten en deze thematiek is vervolgens vergeleken met de thematiek van andere identiteiten. In de analyse zijn deze thema's weer teruggekoppeld aan de bijbehorende verschijningsvormen, waardoor meer inzicht verkregen kon worden in hoe de identiteiten zich ten opzichte van elkaar verhouden. Omdat de identiteit een geconstrueerd en veranderlijk begrip is, is het echter lastig om een volledige conceptualisering van het begrip op te stellen om identiteiten te kunnen vergelijken. Op basis van dit onderzoek zou dus gesteld kunnen worden dat men niet dient te spreken over het vergelijken van identiteiten, maar over het vergelijken van onderdelen van identiteiten. In dit onderzoek zijn thema's met elkaar vergeleken die binnen verschillende verschijningsvormen van de identiteiten aan bod kwamen, maar er kan niet gesteld worden dat een identiteit van een actor gelijk is aan de optelsom van deze thema's. Identiteiten bevatten immers niet alleen cognitieve en affectieve elementen, maar ook conatieve elementen en zijn bovendien constant aan verandering, interpretatie en herinterpretatie onderhevig. Identiteiten dienen dus nooit als een vast gegeven of raamwerk voor andere ontwikkelingen te worden gezien, maar als een constant doorlopend proces. In reflectie op de gekozen methoden is de diversiteit, en soms geringe inhoud, van websites onderschat. In het onderzoeksproces zijn websites onderzocht die bomvol informatie zaten, maar ook stoude websites met niet veel meer dan een Wikipediatekst. Dit leidde tot grote diversiteit in de hoeveelheden data die per actor werden gevonden. Door gebruik te maken van kwalitatieve onderzoeksmethoden is getracht dit probleem te ondervangen, maar het kan haast niet anders dan dat sommige resultaten enigszins beïnvloed zijn door de wisselende hoeveelheden data. Reflecterend was het voor de volledigheid wellicht beter geweest als er nog een tweede onderzoeksmethode was gebruikt om de gecommuniceerde identiteiten te onderzoeken; bijvoorbeeld een documentanalyse.

Concluderend kan dus gesteld worden dat de relaties tussen de identiteiten van de Westas, de identiteiten van de overige regio's in het gebied en de identiteiten van de betrokken stakeholders op thematisch niveau zich voornamelijk concentreren op complementariteit door convergentie. De Westas tracht aan te sluiten bij thema's die leven in het gebied en deze een eigen, complementaire invulling te geven. Daarbij hecht zij veel waarde aan het belang van verbindingen, logistiek en het voortstuwen van de economische positie. Ook op het vlak van de inslag van de samenwerking en de regiovorming is er een grote mate van convergentie te vinden tussen de Westas en de overige regio's in het gebied. Nagenoeg alle regio's hebben een sterke economische focus en trachten de economie van het gebied te verbeteren binnen een comparatief, veelal internationaal, perspectief. De Westas sluit hierbij aan door in te zetten op het belang van logistiek en de circulaire economie voor de regionale economie. Door zichzelf te presenteren als een netwerkregio tracht de Westas bovendien een verbindende rol te spelen in het gebied. De vraag rijst echter of de Westas wel een netwerkregio is of meer lijkt op een schakelregio: de lijm die andere regio's in een groter netwerk aan elkaar verbindt. Verdere positionering binnen het gebied vindt voornamelijk plaats door het verbinden met sterke identiteiten in het gebied, zoals de luchthaven Schiphol. De vraag blijft echter of de focus op verbinden, gekoppeld aan complementariteit door convergentie, voldoende is om de legitimiteit van de regio te waarborgen op de lange termijn of dat er een sterkere mate van divergentie nodig is ten opzichte van de overige regio's in het gebied.³³

³³ Een reflectie op het onderzoeksproces is te vinden in bijlage 5.

BRONVERMELDING

- Agnew, J. (1987) *The United States in the world-economy. A regional geography*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Allen J., Cochrane A., Massey D. (1998) *Re-thinking the Region*. Londen: Routledge.
- Amsterdam Connecting Trade (2014) *Beyond Logistics* [online] <http://www.amsterdamconnectingtrade.nl> [laatst geraadpleegd op 26 maart 2014].
- Anholt, S. (2007) *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. New York: Palgrave-MacMillan.
- Ashworth, G. (2008) *Can we, do we, should we, brand places?* Groningen.
- Balmer, J.M.T., Greyser, S.A. (2002) *Managing the Multiple Identities of a Corporation*. *California Management Review* Volume 44:3, pp. 72 – 86.
- Bauman, Z. (2001) *Identity: Conversations with Benedetto Vecchi*. Cambridge: Polity.
- Boisen, M., Terlouw, C.P., Van Gorp, B. (2011) *The selective nature of place branding and the layering of spatial identities*. *Journal of Place Management and Development*, Volume 4:2, pp. 135-147.
- Boschma, R. (2004) *Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective*. *Regional Studies* 38:9, pp. 1001-1014.
- Boudreau, J. A. (2007) *Making new political spaces: mobilizing spatial imaginaries, instrumentalizing spatial practices, and strategically using spatial tools*. *Environment and Planning, A* 2007 Volume 39, pp. 2593 – 2611.
- Brenner, N. (2004) *New State Spaces. Urban Governance and the Rescaling of Statehood*. Oxford: Oxford University Press.
- Bryman, A. (2012) *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- De Pater, B. C. (2011) *Denken over regio's: Geografische perspectieven*. Bussum: Coutinho.
- De Pater, B. C., Van der Wusten, H. (1996) *Het geografische huis: de opbouw van een wetenschap*. Bussum: Coutinho.
- Deltametropool (2014) *Ruimte en Mobiliteit op de Zaancorridor* [online] <http://www.deltametropool.nl/nl/zaancorridor> [laatst geraadpleegd op 22 – 10 – 2014].
- Denkers, R., Terlouw, K. (2011) *The geography of regional websites: Regional representation and regional structure*. *Geoforum*, Volume 42, pp. 578 – 591.
- Deutsch, K., W. (1981), *The Crisis of the State. Government and Opposition*, Volume 16: 3, pp. 331–343.
- Ecorys (2011) *Logistieke Westas harde kern van de Amsterdamse economie* [online] <http://www.ecorys.nl/nl/news/2011/07/logistieke-westas-harde-ker/53> [laatst geraadpleegd op 29 – 10 – 2014].
- Florek, M., Insch, A., Gnoth, J. (2006) *City Council websites as a means of place brand identity communication*. *Place Branding* Volume 2(4), pp. 276 – 296.
- Friedman, T. (2005) *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Gemeente Amsterdam (2009) *Visie Zuidas*. Amsterdam: Gemeente Amsterdam – Dienst Ruimtelijke Ordening.
- Gemeente Amsterdam (2014) *Historie Zuidas* [online] <http://www.amsterdam.nl/zuidas/menu/zuidas/historie-zuidas/> [laatst geraadpleegd: 5 maart 2014].

- Geographical Association (2014) Valuing places – Geographical imaginations [online] <http://www.geography.org.uk/projects/valuingplaces/cpdunits/geographicalimagination/> [laatst geraadpleegd op 22 – 10 – 2014].
- Greenport Aalsmeer (2014) Greenport Aalsmeer [online] <http://www.greenport-aalsmeer.nl/greenport-aalsmeer.aspx> [laatst geraadpleegd op 14 – 10 – 2014].
- Harvey, D. (2006) The Sociological and Geographical Imaginations. *International Journal of Politics, Culture and Society*, Volume 18: 211 – 255.
- Kadaster (2014a) TOP10NL [online] <https://www.pdok.nl/nl/producten/pdok-downloads/basis-registratie-topografie/topnl/topnl-actueel/top10nl> [laatst geraadpleegd: 28 – 06 – 2014].
- Kadaster (2014b) TOP250 [online] <http://www.nationaalgeoregister.nl/geonetwork/srv/dut/search?#|62abe9a3-519d-4b93-94f2-028069087d2c> [laatst geraadpleegd op 23 – 10 – 2014].
- Kavaratzis, M., Ashworth, G.J. (2008) Place marketing: how did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development*, Volume 1:2, pp. 150-65.
- Kavaratzis, M. (2012) From “necessary evil” to necessity: stakeholders’ involvement in place branding. *Journal of Place Management and Development*, Volume 5:1, pp. 7 – 19.
- Keating, M. (1998) *The new regionalism in western Europe: territorial restructuring and political change*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Kennislab voor Urbanisme (2014a) Kennislab Westas [online] <http://www.kennislabvoorurbanisme.nl/kennislab-westas/> [laatst geraadpleegd op 22 – 10 – 2014].
- Kennislab voor Urbanisme (2014b) Westas Manifest – Concept. Amersfoort: Elba-Rec [bijlage 5].
- Kolbe, L. (2007) Central and Eastern European capital cities: interpreting www-pages-history, symbols and identity. *Planning Perspectives* Volume 22, pp. 79 – 111.
- Lovering, J. (1999) Theory led by policy: the inadequacies of the ‘new regionalism’ (illustrated from the case of Wales). *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 23, pp. 379 – 395.
- MacLeod, G. (2001) New Regionalism Reconsidered: Globalization and the Remaking of the Political Economic Space. *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 25:4, pp. 804 – 829.
- Malecki, E. J. (2004) Jockeying for position: What It Means and Why It Matters to Regional Development Policy When Places Compete. *Regional Studies*, Volume 38.9, pp. 1101–1120.
- Massey, D. (1993) Power-geometry and a progressive sense of place. In Bird, J., Curtis, B., Putnam, T., Robertson, G., Tickner, L. (Eds) *Mapping the Futures*. Routledge: Londen, pp. 59 – 69.
- Metropoolregio Amsterstam (2014a) Over MRA [online] <http://www.metropoolregioamsterdam.nl/over-mra> [laatst geraadpleegd op 14 – 10 – 2014].
- Metropoolregio Amsterdam (2014b) Canon van de MRA [online] <http://www.metropoolregioamsterdam.nl/over-mra/achtergrond/canon-van-de-mra-3> [laatst geraadpleegd op 25 – 10 – 2014].
- Paasi, A. (2009) The resurgence of the ‘Region’ and ‘Regional Identity’: theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe. *Review of International Studies*, Volume 35, pp. 21 – 146.
- Paasi, A. (2010) Regions are social constructs, but who or what constructs them? *Environment and Planning, A 2010* Volume 42, pp. 2296 – 2301.

- Paasi, A. (2012) Regional Planning and the Mobilization of 'Regional Identity': From Bounded Spaces to Relational Complexity. *Regional Studies*, 47:8, pp. 1206 – 1219.
- Planbureau voor de Leefomgeving (2006) *Vele steden maken nog geen Randstad*. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Port of Amsterdam (2014) *De havenregio* [online] <http://portofamsterdam.nl/havenregio?highlight=airport%2c%20seaport> [laatst geraadpleegd op 24 – 10 – 2014].
- Programmabureau ACT (2011) *Brandpunt Logistieke Westas*. Breda: NPN Drukkers.
- Ritzer, G. (1993) *The McDonaldization of Society: an investigation into the changing character of contemporary social life*. Three Oaks: Pine Forge Press.
- Ryan, G. W., Bernard, H. R. (2003) Techniques to Identify Themes. *Field Methods*, Volume 15, pp. 85 – 109.
- Scholte, J., A. (2000) *Globalization: A Critical Introduction*. London: MacMillan.
- Scott, A. J. (1998) *Regions and the world economy: the coming shape of global production, competition, and political order*. Oxford: Oxford University Press.
- Simon, C., Huigen, P., Groote, P. (2009) Analysing regional identities in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Volume 101:4, pp. 409 – 421.
- Stadsregio Amsterdam (2014a) *Stadsregio Amsterdam* [online] <http://www.stadsregioamsterdam.nl/stadsregio-amsterdam-0/regio/> [laatst geraadpleegd op 14 – 10 – 2014].
- Stadsregio Amsterdam (2014b) *Over de regio* [online] <http://www.stadsregioamsterdam.nl/stadsregio-amsterdam-0/regio/> [laatst geraadpleegd op 14 – 10 – 2014].
- Storper, M. (1997) *The regional world: territorial development in a global economy*. New York: Guilford.
- Terlouw, C.P. (2009) Rescaling Regional Identities: Communicating Thick and Thin Regional Identities. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, Volume 9:3, pp. 452 – 464.
- Terlouw, C.P. (2011) From Thick to Thin Regional Identities? *GeoJournal* 77, pp. 707 – 721.
- Terlouw, C.P. & Van Gorp, B. (2014) Layering Spatial Identities: the identity discourses of new regions. *Environment and Planning A*, Volume 46 (4), pp. 852 – 866.
- Tomaney, K., Ward, N. (2000) England and the new regionalism. *Regional Studies*, Volume 34, pp. 471 – 478.
- Trueman, M., Klemm, M., Giroud, A. (2004) Can a city communicate? Bradford as a corporate brand. *Corporate Communications*, Volume 9:4, pp. 317-330.
- Turner, L. (2015) *Metamodernism: A Brief Introduction* [online] <http://www.berfrois.com/2015/01/everything-always-wanted-know-metamodernism/> [laatst geraadpleegd op 06 – 03 – 2015].
- Van Duinen, L. (2013) Mainport and corridor: exploring the mobilizing capacities of Dutch spatial concept. *Planning Theory and Practice*, Volume 14:2, pp. 211 – 232.
- Vermeulen, T., Van den Akker, R. (2014) *Utopia, Sort of: A Case Study in Metamodernism*. *Studia Neophilologica* 2014, pp. 1–13.
- Zimmerbauer, K, Paasi, A. (2013) When old and new regionalism collide: Deinstitutionalization of regions and resistance identity in municipality amalgamations. *Journal of Rural Studies* Volume 30, pp. 31 – 40.
- Zuidas (2014) *Zuidas* [online] <http://www.amsterdam.nl/zuidas/menu/zuidas/> [laatst geraadpleegd op 22 – 10 – 2014].

BIJLAGEN

1. Manifest Westas (verkleind)

HET WESTAS MANIFEST



De Westas is uniek. Nergens ter wereld wordt zo'n sterke bundeling van mainports gecombineerd met een internationaal georiënteerde mentaliteit en pioniersinstelling die het wonen en werken in de Westas kenmerken. En maar weinig gebieden op de wereld staan zo open voor nieuwkomers als de Westas, het gebied dat loopt van de haven van Amsterdam via luchthaven Schiphol naar Greenport Aalsmeer.

De kracht van de Westas kan echter meer zijn dan die van de individuele delen. Daarom hebben wij dit manifest opgesteld. Wij willen door de krachten te bundelen en de kansen te benutten de Westas verder ontwikkelen tot één elkaar versterkend knooppunt. Wij willen dat de Westas van een verzameling losse elementen wordt tot een flexibel maar samenhangend geheel waar bewoners, ondernemers, werknemers en bezoekers zich welkom en thuis voelen.



ZIE KAART 1 Ruimtelijk vormt de nieuwe A5, de Westrandweg, gecombineerd met (delen van) de A4 en A9 de ruggraat van het gebied.

HET MANIFEST (Z, O, Z)

DE WESTAS IS BIJZONDER VANUIT DRIE INVALSHOEFEN:

- Handel en logistiek bepalen uitdrukkelijk de identiteit van het gebied.
- Met het brede scala aan activiteiten en modaliteiten is het een ideale omgeving om de verbanden te leggen voor een circulaire economie en innovatieve maakindustrie.
- De ligging tussen de stedelijke centra van Amsterdam en omringende steden biedt de kans om maximaal gebruik te maken van de arbeidsaansluiting/de staaf en de mensen

TEGELIJKERTIJD BESTAAT HET DNA VAN HET GEBIED VOLGENS ONS UIT:

- De flexibiliteit van en in het gebied.
- De pioniersmentaliteit van de mensen die er wonen, werken, ondernemen en bestaren.
- De verbodenheid en een welkom voor nieuwkomers.

In ons manifest voor de Westas pleiten wij ervoor om via een aantal concrete projecten een nieuwe impuls aan de economie van de Westas te geven. Daarbij maken we gebruik van de kennis en het DNA van het gebied.

**OPGESTELD DOOR DE PARTNERS
VAN HET KENNISLAB VOOR
URBANISME IN DE WESTAS**



WWW.KENNISLABVOORURBANISME.NL

De Westas, gelegen in de metropoolregio Amsterdam, is vanuit economisch en logistiek oogpunt gezien een van de belangrijkste gebieden van Nederland. De Westas hult vest met Schiphol de op drie na grootste luchthaven van Europa, de Amsterdamse haven is de vierde zeehaven van Europa en Greenport Aalsmeer is een van 's werelds belangrijkste tuinbouwclusters en kent de grootste bloemverwijling ter wereld. Dataport AMS-IX (Amsterdam Internet Xchange) is het snelste en meest betrouwbare internetknooppunt van de wereld. En Westpoort is het grootste aangesloten bedrijventerrein van Nederland met veel ruimte voor ontwikkeling. De korte fysieke afstand van deze knooppunten tot elkaar is uniek in de wereld. De Westas is daarmee een centrum van internationale connectiviteit.

De Westas is bovendien een gebied van grote economische activiteit. Handel en logistiek leveren 16 miljard euro aan de regionale economie en het cluster is daarmee het op een na grootste economische cluster van de regio. Jaarlijks komen ruim 60 miljoen mensen aan in de Westas, wordt bijna 100 miljoen ton goederen vervoerd via de Westas en een exponentieel groeiende hoeveelheid data. De Westas is, kortom, toegangspoort naar Nederland en Europa en onze etalage naar het buitenland.

Die poort, de Westas, is allereerst een aankomst- en doorvoer gebied. Voor reizigers die via de Westas een bezoek brengen aan Amsterdam, voor goederen die via de Amsterdamse haven naar het achterland gaan, voor bloemen die hier worden verhandeld. De Westas is echter niet alleen een gebied gericht op de logistiek van mensen en goederen, er wordt ook veel gemaakt en er worden diensten geleverd gerelateerd aan de logistiek. Bovendien wonen en werken honderdduizenden mensen in het gebied. Voor hen is de Westas geen aankomstgebied, maar hun thuis.

Ruimtelijk vormt de nieuwe A5, de Westrandweg, gecombineerd met (delen van) de A4 en A9 de ruggraat van het gebied. (zie kaart 1) De Westas verbindt de Amsterdamse (en Zaanse) havens met Schiphol en de Greenport. Een van de twee internetdatahubs ligt midden in de Westas, in de Riekerpolder. Daaromheen ligt een groter gebied (ongeveer vanaf de A10 tot de Noordzee en vanaf Zaandam tot de Kaag) dat sterk wordt beïnvloed door de Westas en er een directe relatie mee heeft. De Westas is het hart van – en verbindend element in – de regio. De Westas is een belangrijk onderdeel van de metropolitane landshapsstructuur in het gebied. De Westas is een hub in een internationaal netwerk.

Maar de kracht van de Westas kan meer zijn dan de som van de individuele delen. Daarom hebben wij dit manifest opgesteld. Het is onze ambitie om door de krachten te bundelen en de kansen te benutten, de Westas te ontwikkelen tot één samenhangend cluster van activiteiten. Een flexibel maar samenhangend geheel waarin de onderdelen elkaar versterken en bewoners, ondernemers, werknemers en bezoekers zich welkom en thuis voelen. Wij geloven in de internationaal georiënteerde pioniersmentaliteit die er heerst en de unieke uitgangspostie die het gebied heeft met de vier hubs als speelveld voor samenwerking, innovatie en economische ontwikkeling.

LAGEN

CIRCULAIRE ECONOMIE EN CIRCULAIRE MAAKINDUSTRIE

Uniek aan de Westas is dat het nu al één groot logistiek systeem vormt, waarin tal van stromen lopen, elkaar versterken of in de weg zitten: energie, water, lucht, ehval, veediel.

Wij menen dat de aanwezigheid van dit systeem een goede basis vormt om de principes van de circulaire economie toe te passen. Met het leggen van verbindingen tussen de al aanwezige bedrijven en voorzieningen is het mogelijk ons internationaal te onderscheiden en van de Westas de internationale hotpot voor circulaire economie te maken. Denk aan frituurvetten uit de stad die in de haven worden omgezet tot biodiesel. Plaste flessen worden in de haven gerecycled tot nieuwe cliëproducten. Denk aan de initiatieven van Waternet, AED, Allander en het Havenbedrijf Amsterdam. Maar ook aan de initiatieven van Schiphol en KLM voor hergebruik van afvalstromen en gebruik van biodiesel. Denk aan het initiatief van Haafkensmeer, Delta en SADC om samen met William McDermough, Michael Straught en de Ellen Multihull Foundation te komen tot de etalage voor circulaire economie op Schiphol Tolu Park. Maar ook aan de initiatieven van Flomifland en van Haafkensmeer om samen met Gunter Pauli te komen tot voorbeelden van een 'blauwe economie'. En ten slotte is ook in 2014 de Green Deal door de partners van de Westas gelanceerd in het kader van de Bijkander Economy.

De zijn geïnspireerd door de economische benadering van duurzaamheid in de circulaire economie en vinden inspiratie in het denken in verbindingen tussen bedrijven en zo stromen op elkaar te laten aansluiten. Dat is de Westas. We willen dat de circulaire economie het federale principe wordt in de materiële, economische en sociale inrichting van de Westas.

DE NETWERKSAMENLEVING/ DE STAD EN DE MENSEN

De Westas is voor ons een verzameling van logistieke knooppunten waar stromen mensen en goederen in en uit gaan. Het is ook daardoor een plaats waar bedrijven en mensen zich vestigen en hun verblijfsgebied van maken: handel en logistiek. Het is deze unieke combinatie die randvoorwaarde is om daadwerkelijk een circulaire economie te creëren. Handel en logistiek en een circulaire economie kunnen echter alleen bestaan door het gemeenschappelijk handelen van mensen. Immidzels zijn we via (mobiel) internet altijd en overal met elkaar verbonden. Dat maakt de samenwerking krachtig, we kunnen ons razend snel verbinden, handelen, mobiliseren. Wij herkennen en onderkennen dat de netwerksamenleving effecten heeft op de manier waarop de stad (en de mensen die daarin leven) functioneert.

Als wij willen dat de Westas een unieke propositie wordt, dan zullen wij maximaal moeten inzetten op de mogelijkheden en kansen die een netwerksamenleving biedt. Het betekent ook dat wij plaatsen moeten creëren waar mensen en bedrijven kunnen samenkomen en kennis kunnen uitwisselen. De dataport biedt al de mogelijkheid om maximaal gebruik

te maken van het internet. Maar we moeten ook zorgen voor fysieke mogelijkheden, het opzetten van incubators en bedrijfstuinen/gebouwen en zorgen dat kennisuitwisselingen, overheden en marktpartijen elkaar ontmoeten.

Het netwerk in de Westas is daarvoor een aanzet en vormt als bottom-up initiatief de verbindende schakel tussen de MR4 (met name het logistieke cluster daar) en de deelgebieden als Schiphol Tolu Park. De Westas bestaat met andere woorden bij de kracht van het netwerk dat in de Westas actief is. De omvang en de kracht van dat netwerk bepalen de omvang en de kracht van de Westas. In het goed organiseren en het bouwen van het netwerk liggen enorme kansen voor de Westas. Die kansen willen we pakken. En vanuit dat netwerk werken we ook samen met andere belangrijke netwerken samenwerken, zoals de Zadas.

HANDEL EN LOGISTIEK

Kern van de Westas is de aanwezigheid van de mainports en de grote hoeeleveld verbindingen met binnen- en buitenland. De goede bereikbaarheid van en via de mainports is cruciaal voor de Westas. De Westas is zeer goed ontken via water, lucht, weg, spoor en glasvezel.

De logistiek gaat samen met het leveren van diensten, van handel. Handel in de vorm van zakelijk financiële dienstverlening, maar ook van activiteiten die waarde toevoegen. Voorbeelden lopen van de benzinehandel in de Amsterdamse haven via de onderhoudsactiviteiten voor vliegtuigen rond Schiphol naar de zandverwerking in de Groenport.

Volgens ons is er te weinig aandacht voor de wijze waarop deze activiteiten elkaar versterken. Ook wordt te weinig geïnvesteerd in het koppelen van modaliteiten. Waarom functioneert er bijvoorbeeld nog steeds geen regelmatige goederenspoorverbinding naar Zuid- en Oost-Europa? Waarom brengen wij de unieke mogelijkheden, zowel fysiek als qua dienstverlening, niet internationaal onder de aandacht? Waarom gebruiken we de beschikbare ruimte die er nog is voor ontwikkeling niet optimaal?

VERBONDEN EN WELKOM

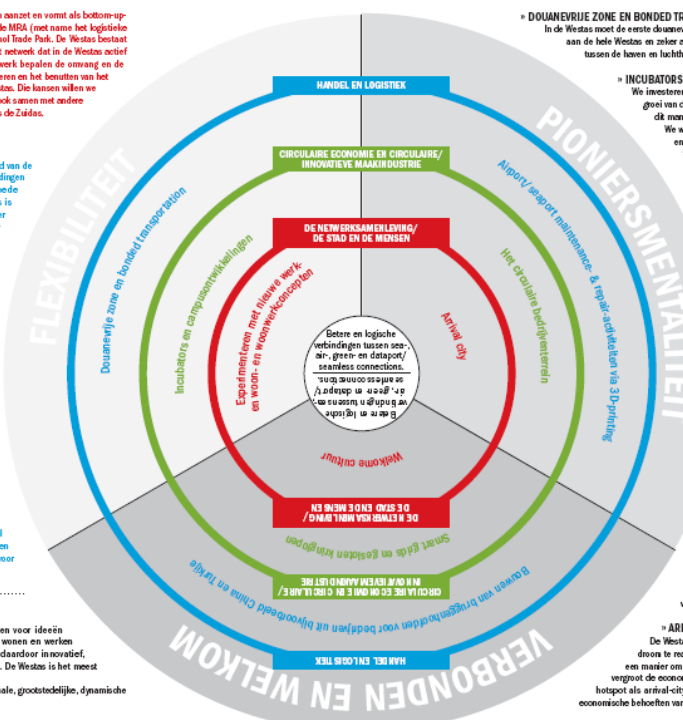
Bij dat pionieren stond de Westas open voor ideeën en ideeën van buiten, en in de Westas wonen en werken handelaren. De sfeer in de Westas is daardoor innovatief, internationaal, grootstedelijk, dynamisch. De Westas is het meest internationale stukje Nederland. Wij willen dat die innovatieve, internationale, grootstedelijke, dynamische sfeer weer versterkt.

VERBONDEN EN WELKOM

De Westas is Nederlands toegangspunt voor en onze etalage naar de wereld. Wij willen dat de mensen die bij ons aansluiten zich thuis voelen. Wij geloven in de kracht van nieuwe ideeën en nieuwe impulsen van buitenaf. We hopen en rekenen erop dat die frisse wind zich mengt met de energie die al in het gebied is.

Dat kan alleen als Westas een open mentaliteit heeft en nieuwkomers welkom heet. Geen mensen uitbuit. Net zoals we willen dat mensen die in de Westas wonen, werken, ondernemen en besturen zich verwant voelen met de Westas. Dat het hun Westas is. En dat die verbanden met en in de Westas het gebied sterker maakt. Het betekent ook dat we ons bezonnen om de mensen die in het gebied wonen. Wij willen dat zij optimaal kunnen profiteren van de kansen die de Westas biedt. We willen ons inspannen dat de mensen die de Westas al hun thuis ervaren, er ook een baan kunnen vinden en een bestaan kunnen opbouwen.

DAT LEIDT TOT DE VOLGENDE ACTIES



- **BETERE EN LOGISCHE VERBINDINGEN TUSSEN SEAIR-, GREEN- EN DATAPORT.**
De kern van de Westas ligt in de seamless connecties tussen de ports. Daarom zullen we claimen blijven investeren.
- **DOUANEVRIJE ZONE EN BONDED TRANSPORTATION**
In de Westas moet de eerste douanevrije zone van Europa komen. We willen dat deze zone zich ten dienste stelt aan de hele Westas en zeker aan de mainports in het gebied. Als aanzet willen we douane vrij verkeer tussen de haven en luchthaven mogelijk maken.
- **INCUBATORS EN CAMPUSONTWIKKELINGEN**
We investeren in incubators en campuontwikkelingen, omdat we denken dat dit de groei van de Westas bepaakt. We frussen daarbij op de speerpunten waar we ook in dit manifest op focussen: logistiek, circulaire economie en netwerksamenleving. We willen door startups en het ontwikkelen van nieuwe ideeën de Westas sterk en vooruitstrevend houden. Initiatieven als het Kennislab voor Urbanisme vinden we daarbij belangrijk en waarderen en maken we onderdeel van de incubator. Ook werken we hierbij nauw samen met de regionale opleidingsinstellingen.
- **EXPERIMENTEREN MET NIEUWE WERK-, WOON- EN WOONWERKCONCEPTEN**
We vinden dat wonen en werken veel natuurlijker gemeend moeten en kunnen worden. Natuurlijk hoort de relatie met milieuvoering, maar in natuurlijke plannen die we maken, nemen we functieemerging als uitgangspunt. Bijvoorbeeld in Skarstrijd centrum.
De bedrijfstuineleving moet dan ook beter aansluiten op de mensen van ondernemers. Die willen sneller dan nu kunnen inspelen op verandering. We zien dat dat om andere ruimtelijke, maar ook financieringsaanpakken vraagt. We zetten ons in om de obstakels die nieuwe concepten in de weg staan te verwijderen. Daarbij onderzoeken we bijvoorbeeld de mogelijkheden die open staan.
- **AIRPORT/SEAPORT MAINTENANCE- & REPAIR-ACTIVITEITEN VIA 3D-PRINTING**
Niet weggevoerd, maar repareren. De basis van de circulaire economie zijn niet zo ingewikkeld. Toch gebeurt het vaak niet. Wij willen dat in de haven en op de luchthaven reparatie en onderhoud een belangrijke industrie worden. Zeker in de combinatie met 3D-printen liggen hier enorme kansen.
We denken ook aan de 3D-printen tot verhuizingen in het systeem gaat leiden. Goederenstromen zullen veranderen. Die verandering gaan we faciliteren.
- **HET CIRCULAIRE BEDRIJFSTERREIN**
In 2015 openen we het eerste circulaire bedrijfstuinen in Nederland in de Westas. Op dat bedrijfstuinen krijgt nieuwe maakindustrie een plaats. Daarbij wordt nauw samenwerkend met de groenport, zodat de kracht van de mainport de circulaire economie voortstuurt.

• **ARRIVAL CITY**
De Westas wordt een arrival city, waarin nieuwkomers de kans vinden hun eigen dromen te realiseren. Ondernemerschap vormt voor migranten de weg naar emancipatie en manier om het lot in eigen hand te nemen. Maar het werkt ook andersom: diversiteit vergroot de economische kansen van de Westas. Binnen de Westas vormt Nieuw-West de hotpot als arrival-city. We ondersteunen dit actief door snel in te spelen op de fysieke en economische behoeften van nieuwkomers.

• **BOUWEN VAN BRUGGENHOOFDEN**
We bouwen bruggenhoofden voor bedrijven uit bijvoorbeeld China en Turke, waartussen zich optimaal kunnen ontwikkelen. De bruggenhoofden verbinden de Nederlandse en West-Europese economie met de landen van herkomst. Dienstverlening op de toerinen, maar ook de inrichting ervan, sluit aan op de behoeften van die landen. Een mooi voorbeeld daarvan is het China Center op bedrijfstuinen Business Park Amsterdam Oostduin.

• **SMART GRIDS EN GESLOTEN KRINGLOPEN**
We bouwen in de Westas via een smart grid aan een energieelandschap. Daarvoor stellen we een energieatlas op. We richten de infrastructuur voor energie, transport, water en gebouwen duurzaam in. Bovendien willen we industriële kringlopen sluiten. Dat doen we door industriële processen in kaart te brengen en partijen die gebruik kunnen maken van elkaar (restproduct met elkaar in contact te brengen). We zullen ook actief op zoek gaan naar manieren waarop afval een nieuwe grondstof kan worden.

• **WELKOMEN CULTUUR**
We willen dat in de Westas een welkome cultuur heerst waarin we uitgaan van de kracht van mensen en niet van de verschillen. Waarin we ons krachtig uitspreken tegen discriminatie. We willen dat bewoners, ondernemers en bestuurders van de Westas trots zijn op de Westas.

OPGESTELD DOOR DE PARTNERS VAN HET KENNISLAB VOOR URBANISME IN DE WESTAS

 WWW.KENNISLABVOORURBANISME.NL

Het volledige document is ook te vinden via de website van het Kennislab voor Urbanisme:

- <http://www.kennislabvoorurbanisme.nl/wp-content/uploads/2014/07/WestAs-Manifest-Voorkant.pdf>
- <http://www.kennislabvoorurbanisme.nl/wp-content/uploads/2014/07/WestAs-Manifest-Diagram.pdf>

2. Werkvorm focusgroepsessies (verkleind)

Verkleinde uitwerking van de materialen die gebruikt zijn voor de werkvorm van focusgroepsessies. De originele materialen waren afgedrukt op A0-formaat (topografische kaart) en A5-formaat (bronnen).



De topografische kaart bevat een korte omschrijving van de werkvorm (linksboven) die geraadpleegd kon worden door de deelnemers. De bronnen waren genummerd en werden in een willekeurige volgorde rond de kaart gepositioneerd. Uitwerking van de werkvorm op origineel formaat kan opgevraagd worden via de contactgegevens.

3. Volledige thematische uitwerking van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's

Volledige thematische uitwerking van de gecommuniceerde identiteiten van de overige regio's

Thema	Regio	Uitwerking (citaten)
Clustering	Greenport	Fysieke concentratie en clustering van de sierteeltsector in de regio.
	Greenport	Doordat alle belangrijke partijen zo dicht bij elkaar zitten is er een intensieve uitwisseling van kennis en wordt er op tal van terreinen met elkaar samengewerkt.
(Internationale) Concurrentiepositie	Greenport	Versterking van de concurrentiepositie van de sierteeltsector in de 6 gemeenten van de greenport: Nieuwkoop, Kaag en Braasem, Uithoorn, Haarlemmermeer, Amstelveen en Aalsmeer.
	Greenport	Greenport Aalsmeer wil de (inter)nationale concurrentiepositie van het sierteeltcomplex in de regio versterken.
	Greenport	Daarnaast is transitie naar een echt duurzamere productie nodig. Daarmee kan het verschil gemaakt worden in de internationale concurrentiestrijd.
	Greenport	Het beschikbaar maken en verbinden van kennis is van groot belang om als regio innovatief te blijven en de (internationale) concurrentie voor te blijven.
	MRA	Opmerkelijke kwaliteiten van het metropolitane landschap zijn de diversiteit, de verweving van stad en land en de cultuurhistorische- en ecologische waarden. Deze kwaliteiten vormen een belangrijke troef voor het internationaal concurrerend vermogen van de MRA als aantrekkelijk woon-, werk-, leef- en vestigingsklimaat voor zowel (huidige en toekomstige) bewoners als bezoekers.
	MRA	Europese top 5 van economische regio's.
	MRA	Rode draad van de samenwerking is het versterken van deze internationale positie.
	MRA	Sterkste economische regio van het land.
Zuidas	Zuidas staat bekend als internationaal hoogwaardig kennis- en zakencentrum.	
Stadsregio	Door de bestuurders in het Platform is een plan van aanpak opgesteld dat moet leiden tot een qua prijs en kwaliteit op internationaal niveau concurrerende, gedifferentieerd en bereikbare voorraad van direct uitgeefbare locaties voor het aantrekken van het internationale bedrijfsleven naar de Noordvleugel op korte, middellange en lange termijn.	

Bereikbaarheid	Greenport	Goede bereikbaarheid is essentieel voor Greenport Aalsmeer: de verse producten moeten snel van A naar B gaan.
	MRA	Dicht netwerk van internationale verbindingen via land, lucht en zee.
	MRA	Verbetering van de bereikbaarheid draagt bij aan de uitbouw van de Metropoolregio Amsterdam als dé economische regio van de Randstad.
	MRA	Met de luchthaven Schiphol, de zeehaven en internet-knooppunt AMSIX is de regio bovendien optimaal internationaal verbonden.
	Zuidas	Zuidas is een van de best bereikbare locaties van Amsterdam. Met de trein is het zes minuten naar Schiphol en met de fiets is het minder dan tien minuten naar Het Concertgebouw en het Museumplein. De aanwezigheid van de A10 zorgt voor een uitstekende bereikbaarheid per auto.
	Zuidas	Het project Zuidasdok is een combinatie van stedelijke ontwikkeling en verbetering van de bereikbaarheid van de Amsterdamse Zuidas en de noordelijke Randstad, zowel over de weg als met het openbaar vervoer.
	Zuidas	Of je nu met de auto, tram, bus, fiets, metro, het vliegtuig of lopend komt; Zuidas is snel en eenvoudig bereikbaar. Per dag doen 80.000 mensen het gebied aan; in 2030 zijn dat er naar schatting ruim 300.000. Er zijn twee treinstations (Amsterdam Zuid en RAI), de metrolijnen 50 en 51 bieden rechtstreekse metroverbindingen naar Amsterdam Centraal, Sloterdijk, Amstel, Lelylaan, Bijlmer Arena en Holendrecht. Diverse trams en bussen doorkruisen het gebied.
	Zuidas	Bovendien zorgt de ligging van de wijk aan de ring Amsterdam (A10) tussen de snelwegen A2, A4 en A9 ervoor dat Zuidas met de auto vanuit heel Nederland te bereiken is.
Beleving	Stadsregio	De Stadsregio Amsterdam is een samenwerkingsverband van 16 gemeenten. Ze werken aan verbetering van de bereikbaarheid, de leefbaarheid en de ruimtelijke ontwikkeling van dit gebied.
	Greenport	Vragen om een grotere en positievere bekendheid van wat het cluster is en doet.
Regionale Samenwerking	MRA	De MRA moet nu en straks een regio zijn waar bedrijven, bewoners en bezoekers zich graag willen vestigen en verblijven.
	Greenport	Greenport Aalsmeer zet zich in voor het verbeteren van de regionale afstemming en samenwerking.
Duurzaamheid	Stadsregio	De Stadsregio Amsterdam wil, als samenwerkingsverband van gemeenten, kansen benutten en problemen aanpakken.
	Greenport	Verduurzaming (elektrisch vervoer, schonere brandstoffen, innovatieve logistieke concepten, betere houdbaarheidstechnieken, effectievere samenwerking).
	Greenport	Duurzaam produceren is noodzakelijk in een dichtbevolkte regio waar ruimte, leefbaarheid en natuurlijke hulpbronnen schaars zijn.

Greenport Daarnaast is investeren in duurzaamheid juist een kans voor bedrijven om zich te onderscheiden en efficiënter te produceren en de concurrentiepositie van Aalsmeer in stand te houden.

MRA De toekomst ligt in verduurzaming. Dat maakt de regio aantrekkelijk en beperkt de vraag naar hulpbronnen, vermindert de milieudruk en creëert ruimte voor een duurzame productie van energie en voedsel.

MRA Verduurzaming maakt meer kans met een slimme ruimtelijke inrichting en maakt Nederland concurrerender als vestigingsplaats. Duurzaamheid dient dan ook in de breedste zin te worden opgevat: economisch, ecologisch, maar ook sociaal en maatschappelijk.

Zuidas Een duurzaam gemengd stedelijk centrum waarin de combinatie van kantoren in het topsegment, woningen en publieksvoorzieningen zorgen voor een aantrekkelijk gebied. Ook streeft Zuidas er naar tot de 10 meest duurzame stedelijke gebieden van Europa te zijn. Het combineren van een schone, aantrekkelijke en veilige omgeving met wonen, werken en recreëren in een hoge dichtheid is daarbij de uitdaging.

Kennis en Innovatie **Greenport** De kracht van Greenport Aalsmeer is de innovatiekracht en kennis bij bedrijven en kennisinstellingen.

Greenport Greenport Aalsmeer zet zich in om de aanwezige kennis zichtbaar en toegankelijk te maken en ondernemers, brancheorganisaties en onderwijs- en kennisinstellingen nauwer met elkaar te verbinden.

Greenport Het innovatieproces richt zich op nieuwe producten en markten, kostenbeheersing en procesoptimalisatie of het versterken van toegevoegde waarde van sierteeltproducten door meer consumentgericht te produceren.

Wonen en Landschap **MRA** Belangrijke ruimtelijke thema's zijn het faciliteren van de woningbouw en het versterken van het landschap.

MRA Er is sprake van een unieke afwisseling van land en water, waaraan de meeslepende eeuwenlange geschiedenis van af te lezen valt. Opmerkelijk is dat aan dat dynamische landschap nog steeds nieuwe lagen en elementen worden toegevoegd. Zo zijn de nog maar heel 'jonge' Oostvaardersplassen nu al een internationaal erkend wetland.

Zuidas Dienst Zuidas werkt aan de ontwikkeling van een internationale toplocatie voor wonen, werken en recreëren in Amsterdam op enkele minuten van Schiphol.

Zuidas Zuidas is niet alleen een internationaal zakencentrum, maar ook een fantastische woonomgeving met vele sport- en studiefaciliteiten, uitstekende zorgvoorzieningen, fijne winkels en horeca om de hoek.

Zuidas De komst van steeds meer bewoners naar Zuidas zorgt de laatste jaren voor een verandering van Zuidas van een zakencentrum naar een stadswijk met

voorzieningen als (internationale) scholen, horeca (Bolenius, Starbucks), sportcentra en een groeiend aantal winkels (AH, HEMA, Rituals). Met de Zuidas Run, Art Zuid, het Grachtenfestival en tentoonstellingsruimte Amsterdam EXPO groeit ook het aantal evenementen en exposities.

Stadsregio Dit gebeurt op het gebied van verkeer en vervoer, ruimtelijke ontwikkelingen, volkshuisvesting, economische zaken en jeugdzorg. De Stadsregio Amsterdam richt zich daarbij op directe resultaten voor de deelnemende gemeenten, in de vorm van verbetering van de leefbaarheid, bereikbaarheid en economische ontwikkeling.

4. Volledige thematische uitwerking van de gecommuniceerde identiteiten van de stakeholders

Thema	Actoren	Thema	Actoren
Regionale schaalniveau: - Regionale afstemming en samenwerking - Regionale diversiteit - Randstad Verbinden en samenwerken in de regio: - Samenwerken en versterken Specifieke regionale samenwerkingsverbanden: - Greenport - (logistieke) Westas - Zuidas - MRA - Regio IJmond	14 - SADC - Port of Amsterdam - Transforte - Schiphol Group - Haarlemmermeer - Provincie Noord-Holland - Tata Steel IJmuiden - Gemeente Velsen - Gemeente Beverwijk - Nieuw-West - Flora Holland - Dinalog Amsterdam - AMS-IX - Schiphol Cargo	Wonen	2 - Transforte - Nieuw-West
Duurzaamheid - Duurzaam bouwen - Verduurzaming infra - Noodzakelijk - Kans om te onderscheiden - Toekomstbestendig - Duurzame waarde creëren - Duurzame projecten - Energiebesparing - Verantwoord ondernemen - Milieu - Recycling/afvalverwerking	11 - SADC - Port of Amsterdam - Transforte - Schiphol Group - Nieuw-West - Haarlem - Haarlemmermeer - Flora Holland - Provincie Noord-Holland - Tata Steel IJmuiden - Gemeente Velsen	Food & Flowers	2 - SADC - Schiphol Cargo
Internationale schaalniveau: - EU - Internationale handel - Internationale concurrentiepositie - Northern Maritime Corridor - Internationale bedrijvigheid	10 - SADC - Port of Amsterdam - Transforte - Schiphol Group - Zeehaven IJmuiden - AMS-IX - Haarlemmermeer - Flora Holland - Provincie Noord-Holland - Tata Steel IJmuiden	Life sciences & health	2 - SADC - Schiphol Cargo

Gemeente Amsterdam	8	<ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Westpoort - Schiphol Group - Zeehaven IJmuiden - Nieuw-West - Haarlemmermeer - Haarlemmerliede 	Cultuur	2	<ul style="list-style-type: none"> - Nieuw-West - Provincie Noord-Holland
<p>Bereikbaarheid:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Goede bereikbaarheid - Werken aan optimale bereikbaarheid - Bereikbaarheid via spoor, weg, water en lucht <p>Verbindingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - (logistieke) verbindingen - Veel verbindingen - Intermodale verbindingen - Seamless connections - Multimodaliteit 	8	<ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Transforte - Schiphol Group - Haarlemmermeer - Provincie Noord-Holland - Haarlemmerliede - Schiphol Cargo 	Pionieren	2	<ul style="list-style-type: none"> - Nieuw-West - Haarlemmermeer
<p>Schiphol:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Polderbaan 	8	<ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Schiphol Group - Haarlemmermeer - Dinalog Amsterdam - Haarlemmerliede - Gemeente Velsen - Schiphol Cargo 	High tech/techniek	2	<ul style="list-style-type: none"> - SADC - Schiphol Cargo
<p>Infrastructuur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Goede/gunstige infrastructuur - Verbeteringen infrastructuur - Goede ontsluiting - Westrandweg - Spoor 	6	<ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Transforte - Westpoort - Schiphol Group - Haarlemmermeer - Haarlemmerliede - Gemeente Velsen 	Visserij	1	<ul style="list-style-type: none"> - Zeehaven IJmuiden
Lokale schaalniveau	6	<ul style="list-style-type: none"> - Westpoort - Nieuw-West - Haarlem - Zaanstad - Tata Steel IJmuiden - Haarlemmerliede 	Transport	1	<ul style="list-style-type: none"> - SADC
<p>Logistiek:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Luchthavengeoriënteerde logistiek - Integrators/forwarders/transporters 	6	<ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Flora Holland 	Natte en droge bulk	1	<ul style="list-style-type: none"> - Port of Amsterdam

<ul style="list-style-type: none"> - Schipholgebonden logistiek - Distributie - Duurzame logistieke oplossingen - Hoogwaardige logistiek - Logistieke hub 	<ul style="list-style-type: none"> - Dialog Amsterdam - Schiphol Cargo - Schiphol Group 		
<p>Groen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Groene setting - Groene omgeving 	5 <ul style="list-style-type: none"> - SADC - Transforte - Provincie Noord-Holland - Haarlemmerliede - Gemeente Beverwijk 	Verpakkingsindustrie	1 <ul style="list-style-type: none"> - Tata Steel IJmuiden
<p>Nationale schaalniveau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Haven van Rotterdam - Nationaal cluster 	5 <ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Schiphol Group - Flora Holland - Tata Steel IJmuiden 	Dynamiek	1 <ul style="list-style-type: none"> - SADC
<p>Innovatief/innovatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovatief vestigingsmilieu 	5 <ul style="list-style-type: none"> - SADC - Port of Amsterdam - Dialog Amsterdam - Provincie Noord-Holland - Schiphol Cargo 	Gebiedsontwikkeling	1 <ul style="list-style-type: none"> - SADC
<p>IT/internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitaliseren en virtueliseren - E-freight - Smart gate 	5 <ul style="list-style-type: none"> - SADC - AMS-IX - Zeehaven IJmuiden - Flora Holland - Schiphol Cargo 	Industriële ontwikkeling	1 <ul style="list-style-type: none"> - SADC
Erfgoed/monumenten	4 <ul style="list-style-type: none"> - SADC - Tata Steel IJmuiden - Haarlemmerliede - Gemeente Beverwijk 	Campusmilieu	1 <ul style="list-style-type: none"> - SADC
Kennisontwikkeling en kennisdeling	4 <ul style="list-style-type: none"> - Port of Amsterdam - Tata Steel - Schiphol Cargo - Dialog Amsterdam 	Productontwikkeling	1 <ul style="list-style-type: none"> - SADC

Aerospace/aviation	3 - SADC - Schiphol Group - Schiphol Cargo
Bouw	3 - SADC - Nieuw-West - Tata Steel
Veiligheid	3 - Nieuw-West - Provincie Noord-Holland - Gemeente Beverwijk
Vastgoed/real estate	3 - Port of Amsterdam - Transforte - Schiphol Group
Automotive	2 - Tata Steel IJmuiden - Schiphol Cargo
Fashion	2 - SADC - Schiphol Cargo
Ligging: - Centrale ligging - Gunstige ligging	2 - SADC - Zeehaven IJmuiden

Gemeenschappelijke marketingdoelstellingen	1 - SADC
Landmark	1 - Zeehaven IJmuiden
Jeugd en jongeren	1 - Nieuw-West
Zorg en welzijn	1 - Nieuw-West
Landbouw	1 - Provincie Noord-Holland
Offshore	1 - Zeehaven IJmuiden
Ferryvaart	1 - Zeehaven IJmuiden

5. Reflectie op het onderzoeksproces

Deze laatste bijlage bevat een korte reflectie op het onderzoeksproces en het schrijven van de masterthesis en vormt daarmee een aanvulling op de reflectie op, en discussie van, de onderzoeksresultaten, zoals besproken in hoofdstuk 7. Er is ervoor gekozen om deze reflectie apart op te nemen in een bijlage, omdat deze reflectie specifiek ingaat op aspecten van het schrijven van een masterthesis en het uitvoeren van empirisch onderzoek; elementen die verder los staan van de discussie van de onderzoeksresultaten. Bovendien bevat deze reflectie ook enkele persoonlijke punten die niet passen binnen de beschouwing van de onderzoeksresultaten in het zevende hoofdstuk.

Het schrijven van deze masterthesis was een lang proces: de start van de thesis is terug te voeren tot mijn stage bij het Kennislab voor Urbanisme die begon in februari 2014. In die tussentijd is er veel gebeurd: van het starten van een eigen bedrijf tot enige tijd in het ziekenhuis als gevolg van een ongeval. De masterthesis, en het bijbehorende onderzoek, zijn dientengevolge ook aan vele veranderingen onderhevig geweest. De thesis begon als een zoektocht naar de identiteit van de Westasregio en eindigde als een analyse van de verschillende verschijningsvormen van de identiteiten van de Westas en hoe deze zich verhouden tot andere identiteiten in het gebied. Terugkijkend op dit proces is een belangrijke les geweest dat het hebben van een spreekwoordelijke lange adem van groot belang is voor het uitvoeren van empirisch onderzoek. Ondanks dat de kern van het onderwerp van het onderzoek hetzelfde is gebleven is er een immens verschil zichtbaar tussen het originele plan en de uiteindelijke uitwerking in een thesis. Een goede les is daarom ook dat een uitgebreide uitwerking, planning en conceptualisering van de onderzoeksplannen van onmiskenbare waarde is en veel problemen in een later stadium kan voorkomen.

Een tweede belangrijke les in relatie tot het onderzoeksproces van deze masterthesis is dat het empirische deel van het onderzoek van groot belang is en dat dit niet onderschat kan worden. Mijn ervaring met dit onderzoek is dat het theoretische deel veel sneller en eenduidiger vormgegeven kan worden dan het empirische deel. Het empirische deel vraagt niet alleen om een onderbouwing van de gekozen onderzoeksmethoden, maar als eenmaal voor een bepaalde methode is gekozen kan men niet meer terug. Keuzes die dus belangrijk zijn voor de hele voortgang van het onderzoek worden al in een vroeg stadium gemaakt en het goed om dit in gedachten te houden.

In relatie tot de onderzoeksresultaten kan gesteld worden dat ze ten opzichte van de verwachtingen op sommige vlakken verrassend waren. De consensus die ik proefde tijdens mijn tijd als stagiair bij het Kennislab voor Urbanisme was toch vooral dat de Westas enigszins weg wilde van het stempel 'logistiek'. Dit thema blijkt echter het enige thema te zijn, waarop de identiteiten van de Westas divergent zijn ten opzichte van de overige identiteiten in het gebied en biedt zich dus aan als een thema waarop de Westas zich bij uitstek kan onderscheiden. Anderzijds sluiten de resultaten ook wel aan bij mijn verwachtingen: in mijn ogen miste de Westas een duidelijke focus en dit werd bevestigd door het grote en diverse scala aan thema's waaraan de Westas zich tracht te verbinden. Thema's die bovendien zo zijn verwoord dat iedereen zich er wel in kan vinden (denk aan termen als 'open en verbonden'), maar daardoor ook weinig onderscheidend zijn.

Al met al was het onderzoeksproces met name een les in volhouden, maar ook een les in effectief gebruik maken van verzamelde data. Door een ongeluk in september 2014 werd er een gat geslagen in niet alleen mijn geheugen, maar ook in de analysefase van het onderzoek. Extra dataverzameling werd daardoor bijzonder lastig en ik moest dus het optimale halen uit een enigszins beperkte dataset. Dit heeft mij ertoe

gezet om met name mijn analysekwaliteiten te verbeteren en dieper in te gaan op een verantwoording van de gebruikte methoden. Een belangrijke les is daarom om in het vervolg meer tijd in te plannen voor dataverzameling en ook uit te gaan van een grotere dataset.

Een laatste reflectiepunt in relatie tot het onderzoeksproces is dat het schrijven van een masterthesis vooral ook een iteratief proces is. Zo is bijvoorbeeld de inleiding wel vijf of zes keer bijna volledig herschreven, omdat deze niet meer aansloot bij de rest van de thesis. Het is daarom ook belangrijk om in het begin van het onderzoek vooral vaart te maken met het opstellen van de onderzoeksmethoden en het uitvoeren van het empirische onderzoek. Perfectionering van de theoretische basis of de inleiding vindt toch pas plaatst na uitwerking van de analyse, dus het is zonde om veel tijd te steken in een inleiding die toch na afloop voor een groot deel weer in de prullenbak verdwijnt. Van dit onderzoeksproces heb ik geleerd dat het opstellen van heldere onderzoeksvragen en het uitwerken van bijpassende methoden de belangrijkste eerste stappen zijn. Theoretische onderbouwing van de vragen is uiteraard ook van belang, maar de specifieke uitwerking hiervan verandert vaak nog sterk tijdens het onderzoeksproces; nieuwe resultaten vragen vaak om een zoektocht naar andere theorieën.

Concluderend kan gesteld worden dat het een lang maar leerzaam onderzoeksproces is geweest, waarbij ik niet alleen meer te weten ben gekomen over het onderwerp, maar ook meer geleerd heb over belangrijke aspecten van het uitvoeren van empirisch onderzoek.

“While the power of regions has been increasing, what will be the role of regional identities in the globalising world which is characterized by mobilities: migration, immigration and tourism. Since personal spatial histories increasingly take place in many locations, this forces us to reflect what will happen to the relation between region, identity and human being.”
Paasi, 2009, pp. 27