

Alle hens aan dek!

Erik Braun van de Erasmus Universiteit is onlangs gepromoveerd op het onderwerp 'City Marketing'. Hij richt zich op de vraag 'wat is de toegevoegde waarde van marketing voor een stad'. Via een doelgroepgerichte aanpak wordt de concurrentiepositie van de stad (lees: regio Haaglanden) veiliggesteld en versterkt. Effectiever beleid maakt het mogelijk op de behoeften en wensen van de stedelijke/regionale klanten in te spelen. Die klanten zijn de huidige en toekomstige inwoners, bedrijven, bezoekers en investeerders.

Het is een positieve gedachte om Haaglanden gezamenlijk als regionaal product aan die klanten te presenteren. Pure winst dus! Gelet op de nieuwe economische realiteit is het zeker toe te juichen, dat Haaglanden koopkracht wil binden om zijn concurrentiepositie te verbeteren. Wij hebben uiteraard te maken met een stijgende werkloosheid en leegstand, maar ook een hele reeks plannen voor nieuwe voorzieningen. Er is een 'sense of urgency', die moet uitdagen om de handen ineen te slaan.

Een belangrijk ingrediënt voor het slagen van deze aanpak is leiderschap. Het is namelijk geen geringe opgave waarvoor men staat. Alle neuzen moeten dezelfde richting uit en er zijn nogal wat neuzen. Bij citymarketing is dat al zo: colleges van burgemeester en wethouders; gemeenteraadsleden; ambtelijke managers, beleidsambtenaren en ambtelijke uitvoerders en handhavers. Bij regiomarketing gaat het om een veelvoud van betrokkenen. Eén regionale boodschap uitdragen lijkt dan ook een hele zware opgave; maar deze tijd vraagt erom!

Haaglanden is gelukkig een veelzijdige regio, waarin voorzieningen en activiteiten elkaar prima aanvullen. Gemeenten hebben voldoende ruimte om hun lokale ontwikkelingsplannen in het regionale in te passen. Bovendien dient Haaglanden zich klaar te maken om op tijd in te stappen in de nieuwe Crisis- en Herstelwet, die structureel besluitvorming over ruimtelijk – economische projecten wil verbeteren (bekorten).

Om nieuwe vertragingen in de voortgang van de projecten te voorkomen, dient het regionale leiderschap alle politieke en ambtelijke instanties ervan te overtuigen, dat het parool nu is: alle hens aan dek!

Luigi van Leeuwen, een Haaglander