

Redactioneel

In de zomer van 2000 was het bijna continu feest in Amsterdam. De trend naar 'festivalisering' die de stad al jaren kenmerkt bereikte een ongekende climax. Amsterdam was binnen twee maanden gastheer van achtereenvolgens Euro 2000 (het op twee na grootste sportevenement ter wereld, na de Olympische Spelen en het WK Voetbal), Sail 2000 en de Uitmarkt. De laatste twee evenementen vonden zelfs gelijktijdig plaats, wat een ware invasie van toeristen en dagjesmensen opleverde. De reacties van Amsterdammers waren sterk verdeeld: horeca en detailhandel mochten zich in recordomzetten verheugen, het gemeentebestuur genoot enerzijds van de promotie van de stad maar maakte zich anderzijds zorgen om de openbare orde, de inwoners deelden mee in de feestvreugde of ontvluchtten die juist. Vaak werd in die zomer de vraag opgeworpen hoeveel evenementen een stad eigenlijk kan verdragen. En onvermijdelijk gingen na het succesvolle verloop van Euro 2000 de gedachten weer even terug naar die jammerlijk mislukte poging om de Olympische Spelen van 1992 binnen te halen. Zou Amsterdam dan toch nog een keer...?

Amsterdam is maar een van de vele voorbeelden van steden, regio's en landen die strijden om het binnenhalen van evenementen van nationale of internationale betekenis. Vooral sportevenementen genieten een enorme belangstelling. De uitverkiezing van de volgende gaststad voor de Olympische Spelen is zowel wereldpolitiek als 'big business' geworden. De gegadigden bieden tegen elkaar op met de meest fantastische bouwplannen (waarvan de financiering op wonderbaarlijke wijze toch rond schijnt te komen), multinationals en mediamagnaten verdringen zich om sponsor- en uitzendrechten, landen en continenten worden tegen elkaar uitgespeeld. Je zou bijna vergeten dat er ook nog sportprestaties geleverd moeten worden. Op een wat bescheidener niveau zijn ook culturele evenementen erg in trek als middel om een stad of land 'op de kaart te zetten'. Hierbij kan gedacht worden aan het fenomeen 'Europese Culturele Hoofdstad' en aan de Expo, maar ook aan de steeds talrijkere internationale film- en popfestivals, en op een lager schaalniveau aan het feit dat tegenwoordig elk dorp wel zijn eigen muziekfestival- (letje) lijkt te hebben.

In deze AGORA worden zowel de positieve als negatieve kanten van het organiseren van nationale en internationale evenementen belicht. Evenementen kunnen bijdragen aan een positiever imago van een stad, regio of land. Zo werd Pinkpop een 'icoon' van Landgraaf en Zuidoost-Limburg, een regio die na het verlies van de mijnbouw een economische impuls goed kon gebruiken. Een vergelijkbaar voorbeeld is Portugal, dat het ene na het andere internationale evenement binnenhaalt om eindelijk voor 'vol' te worden aangezien na decennia van ontwikkelingsachterstand op West-Europa. Het is echter de vraag in hoeverre inwoners van een organiserende stad zich betrokken voelen bij evenementen en in hoeverre met hun belangen rekening gehouden wordt. Behalve veel investeringen en omzetsijgingen leverden de Olympische Spelen Sydney vorig jaar bijvoorbeeld ook stijgende belastingen en ingeperkte burgerrechten op. Soms worden de torenhoge verwachtingen niet waargemaakt en blijft een stad na

het evenement met een stevige kater achter. Hannover na de Expo 2000 is zo'n stad, maar Londen misschien nog wel meer na het echec van de 'Millennium Dome'. Desondanks lijkt de strijd om evenementen tussen landen en steden voorts nog niet gestreden en worden de mogelijke negatieve effecten door stadsbesturen gebagatelliseerd of voor lief genomen.

Het varia-gedeelte van dit nummer opent met een artikel over de ruimtelijke gevolgen van informatie- en communicatietechnologie (ICT). De vraag of ICT het gedroomde wondermiddel is staat hierbij centraal. Het artikel over de woonomstandigheden van Turken en Marokkanen in Utrecht biedt een analyse van de positie en het gedrag van deze groepen op de woningmarkt. Naast sociaal-economische aspecten blijken ook culturele verschillen van invloed te zijn, maar dan wel via een omweg.

Dam, Amsterdam (Bron: Jacco van Golde)

