

Ondernemende Arabische Steden: AGORA kijkt voorbij het veelbesproken, maar beperkt representatieve Dubaimodel.

'Mondialisering' behoort ongetwijfeld tot de belangrijkste modewoorden van de afgelopen decennia. Terecht, zo blijkt, want de huidige financiële en economische crisis heeft nogmaals de diepte en breedte van de economische mondialisering benadrukt. De crisis roept als zodanig vragen op over de aard en oorsprong van de sterk geïntegreerde mondiale economie, die wordt gedomineerd door een aantal sterk genetwerkte internationale financiële centra. Het financiële systeem dat tot voor kort onfeilbaar werd geacht, is in hoge mate een product van dominante centra in dit netwerk, met name Londen en New York, vaak ondersteund door een uitgesproken neoliberalistisch discours op stedelijk niveau. Tegelijk met deze 'vrijmaking' zag men immers een verschuiving van een internationale wereldeconomie, gebaseerd op interactie tussen Keynesiaanse staatseconomieën, naar een genetwerkte economie waarin transnationale stromen van kapitaal, mensen en goederen worden gecontroleerd door een wereldomspannend verband van 'global cities'.

Echter, ook buiten de economische kerngebieden wordt het neoliberalistisch adagium van liberalisering, privatisering en deregulering omarmd, vaak onder impuls van 'westerse' organisaties als het IMF en de Wereldbank. Mondialisering in de periferie - en wij focussen hier op het Midden-Oosten en Noord-Afrika (MENA) - is ook gelokaliseerd op het stedelijke niveau. Staten in de MENA-regio zoeken actief aansluiting bij de mondiale netwerken en doen dit door herschaling en decentralisatie waardoor steden de primaire politieke en economische eenheden worden. We stellen vast dat de stedelijke herschaling gepaard gaat met een stijgend belang van stedelijk ondernemerschap. Er ontstaat een stedelijk politiek-economisch apparaat gekenmerkt door een publiek-privaat karakter, dat steden wil profileren als aantrekkelijke plaatsen voor internationale investeerders. Het minithema *Ondernemende Arabische Steden* belicht de politieke en economische heroriëntatie naar het mondiale schaalniveau en de enorme sociaalruimtelijke verschuivingen die dit met zich meebrengt in een aantal steden verspreid door de MENA-regio.

Culturele Hoofdsteden: De titel 'Culturele Hoofdstad van Europa' is prestigieus en biedt vele kansen. Realiseren steden zich eigenlijk wel hoeveel precies?

In 2018 is het zover: dan barst het circus van de Culturele Hoofdstad in Nederland weer los. In 2001 was Rotterdam de gelukkige en over negen jaar is Nederland opnieuw aan de beurt om een Culturele Hoofdstad van Europa te leveren. Maar welke stad moet dat worden? Hier is sprake van een luxeprobleem, want veel steden staan te trap-

pelen om zich met het prestigieuze label te tooien. Tot nu toe zijn er vijf kandidaatstellingen: Almere, Utrecht, Maastricht, Brabantse Stedenrij (of Brabantstad) en Den Haag. Waarom willen zij allemaal zo graag? Wat betekent het voor een stad om Culturele Hoofdstad te zijn? Is het een garantie voor een succesvolle voortzetting van cultureel beleid op langere termijn of is het zuiver een prestigezaak?

In het minithema *Culturele Hoofdsteden* wil AGORA het verhaal achter de Culturele Hoofdsteden van Europa schetsen, dat van een klein initiatief uitgroeide tot 'big business' en een verwoede stedelijke concurrentiestrijd. Hoe gaat de aanwijzing in z'n werk? Hoe ver zijn de kandidaten met hun voorbereidingen? Daarnaast kan men zich afvragen of er analogieën zijn met het binnenhalen van gastland- of gaststadnominaties voor gerenommeerde internationale evenementen zoals het wereldkampioenschap voetbal en de Olympische Spelen. Denkelijk zijn er mogelijkheden om die ambities te combineren - de randvoorwaarden zijn immers deels hetzelfde - en de investeringen ten behoeve van de Culturele Hoofdstad in te zetten om Nederland als gastland voor het Internationaal Olympisch Comité aantrekkelijker te maken.

Uit AGORA's rondgang langs de kandidaatsteden bleek dat de voorbereidingen vooralsnog niet ver gevorderd zijn. "Kom over twee jaar nog maar eens terug," was de meest gehoorde reactie op onze vraag om het beleid en de plannen ten aanzien van de nominatie toe te lichten. Dat zullen we misschien doen. Momenteel richten we ons echter op de kansen die het predicaat Culturele Hoofdstad biedt voor de stedelijke economie en city marketing - voor internationale evenementen en meer in het algemeen - maar willen we vooral ook wijzen op de haken en ogen die aan een succesvolle organisatie daarvan kleven. Wellicht kunnen de kandidaatsteden daar in de komende twee jaar hun voordeel mee doen.

Redactie AGORA