

Het Mooist van Mokum

Vossiuspers UvA is een imprint van Amsterdam University Press.
Deze uitgave is totstandgekomen onder auspiciën van de Universiteit van Amsterdam.

Omslag: Nauta & Haagen, Oss
Opmaak: JAPES, Amsterdam
Foto omslag: Carmen Freudenthal, Amsterdam

ISBN 978 90 5629 467 0
© Vossiuspers UvA, Amsterdam, 2007

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeleelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voorzover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j^o het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 882, 1180 AW Amstelveen). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Het Mooist van Mokum

Rede

uitgesproken ter gelegenheid van de aanvaarding van het ambt van
hoogleraar in de Sociologie, in het bijzonder de studie der
stad en haar etnische en culturele verscheidenheid,
aan de Universiteit van Amsterdam
op vrijdag 13 oktober 2006

door

Jan Rath

 VOSSIUSPERS UVA

*Mijnheer de Rector Magnificus,
Mevrouw de Decaan,
Geachte collega's,
Beste vrienden en familie,*

‘Weet je wat een Rotterdammer het mooist van Mokum vindt? Da’s de laatste trein naar Rotterdam, dat weet het kleinste kind. Hij vindt Amsterdam wel aardig, maar hij doet een dubbele moord voor z’n metrosche tunnel en voor Feyenoord.’ Dit zijn de eerste regels uit een lied dat in een niet zo ver verleden virtuoos werd vertolkt door de populaire artiest Tom Manders, en wel in zijn hoedanigheid van de vriendelijke vagebond Dorus.¹ Liedjes die de pracht van de hoofdstad bezongen, waren er vlak voor en vlak na de oorlog volop, maar over Rotterdam kregen de luistervinken bar weinig te horen, of het moest het eeuwige Ketelbinkie zijn.² De lofzang van Dorus, veertig jaar geleden uitgebracht op een 45-toerenplaatje, zond de boodschap uit dat er ver voorbij de Westertoren en mijlen gaans vanaf de Amsterdamse grachten nog een andere stad lag die alleszins de moeite waard was.³ Het hart van menig Rotterdammer ging sneller kloppen, en mijn Rotterdamse jongenshartje klopte dapper mee.

In zijn revue-café aan het Rembrandtplein in Amsterdam, en later ook voor de VARA-televisie, voerde Dorus een show op die geheel en al was gesitueerd in het Parijse Saint-Germain-des-Prés. Hij kwam er in allerlei absurde situaties terecht, maar creëerde ook – samen met zijn vaste hammondorganist *meneer* Cor Steijn – een eigen warme sfeer.⁴ Maar noch Amsterdam noch Parijs hadden het. Kort na de *release* van het singletje besloot de besnorde bard metterdaad te verkassen naar Rotterdam. Geen woorden maar daden. In een pand aan de Mauritsstraat achter de oude Rotterdamse Schouwburg vestigde hij het Cabaret Dorus.⁵ Tom Manders is ons helaas te vroeg ontvallen – in 1972 al, als gevolg van een hartaanval –, maar de herinnering aan de artiest die de Amsterdammers op stang joeg, leeft immer voort, onder andere in het Tom Mandershof, gelegen in het hartje van Rotterdam op de plaats waar vroeger zijn cabaret stond.

JAN RATH

Tom Manders had ontegenzeggelijk gevoel voor de tijdgeest, en de rivaliteit tussen de twee grootste steden was hem niet ontgaan.⁶ Destijds als tienjarig jongetje vond ik zijn keuze voor Rotterdam vanzelfsprekend, maar was het ook zo? Wat trok Dorus eigenlijk naar die stad? Waren die aardse ‘metrosche tunnel’ en het hemelse Feyenoord werkelijk zo belangrijk? Meer algemeen geformuleerd, wat maakt een stad de moeite waard om er naartoe te gaan als bezoeker, dagjesmens of toerist, of om er te wonen, te werken of te investeren? En meer specifiek – in het licht van de actuele situatie in onze steden én met het oog op mijn leeropdracht –, maakt het iets uit dat het gezicht van de stad gestaag ‘verkleurt’? Immigranten en grootstedelijke ellende worden vaak in één adem genoemd, maar is het ook denkbaar dat immigranten de stad leuker en aantrekkelijker maken? Zou Dorus net zo graag naar Rotterdam zijn gereisd voor de toko van Hoe Lang of het Zomercarneval? Wat moeten we ons hierbij precies voorstellen en wat zijn de structurele voorwaarden voor zoiets? Over die vragen wil ik het vanmiddag met u hebben.

Wederopbouw

Maar eerst toch de vraag wat Dorus zag in de ‘metrosche tunnel’ en Feyenoord. We kunnen het hem niet meer vragen, maar laat ik eens raden. Toen Tom Manders in Rotterdam arriveerde, trof hij een stad aan in wederopbouw. De stad en zijn haven hadden tijdens de Tweede Wereldoorlog enorme schade geleden, maar met hypermoderne haveninstallaties kon Rotterdam al spoedig zijn positie als overslagcentrum hernemen en uitbouwen. Tezeldertijd namen de petrochemische industrie, de scheepsbouw en scheepsreparatie een enorme vlucht. De havengerichte bedrijvigheid maakte een schijnbaar onstuitbare groei door en bereikte in 1962 een voorlopig hoogtepunt: Rotterdam mocht zich ‘de grootste haven van de wereld’ noemen.⁷ En het eind van de groei was nog lang niet in zicht.

Het streven naar modernisering zonder poespas doortrok ook de stedenbouwkundige en sociaal-culturele wederopbouw. Al tijdens de bezetting dachten prominente Rotterdammers na over de toekomst van de stad, en het grote Amerika fungeerde daarbij als lichtend voorbeeld.⁸ In stedenbouwkundig opzicht moest Rotterdam de ruimte en allure van Amerikaanse steden uitstralen, met moderne gebouwen en brede avenues. In de kale en winderige zandvlakte die de binnenstad

HET MOOIST VAN MOKUM

was geworden, werden weldra noodwinkels en kantoren gerealiseerd en gaandeweg ook steeds meer permanente bedrijfsruimten en woningen. De stad klonk gedurig naar heimachines en getimmer, en dat zou nog vele jaren zo blijven. Een reeks van opvallende nieuwe werken, zoals het Groothandelsgebouw, het Centraal Station en de Lijnbaan, markeerden deze vernieuwing en vooruitgang.⁹ De aanleg van de 'metrosche tunnel' paste geheel en al in deze ontwikkeling. Hoewel het resultaat bij de opening in 1968 een lijntje was met niet meer dan zeven stations, was menigeen onder de indruk toen de eerste trein langs de toen nog drukke en bedrijvige Maashaven reed. De metro was een knap staaltje techniek, een hypermodern vervoermiddel, en bovenal een niet te missen teken van grootstedelijkheid.¹⁰ De Amsterdammers hadden wat dat betreft het nakijken.

Dit alles maakte Rotterdam niet meteen een populaire bestemming voor toeristen en dagjesmensen. Er werden wel allerlei grote manifestaties georganiseerd die, interessant genoeg, alle op een of andere manier de verrijzenis van de stad markeerden. In 1950 werd met de tentoonstelling *Rotterdam Ahoy* het herstel van de havens gevierd. Vijf jaar later trok Rotterdam de aandacht met de tentoonstelling *Energie-55*, oftewel E-55. Met deze tentoonstelling wilde de stad het Nederlandse volk, ja zelfs de hele wereld, de energie laten zien die in de tien jaren na de oorlog was losbarsten in de economie, het wetenschappelijke onderzoek, het onderwijs en zo meer. In 1960 vond in Rotterdam de *Floriade* plaats ter gelegenheid waarvan de Euromast werd gebouwd. 1970 was het jaar van *Communicatie-70*, C-70, een evenement dat de resultaten van 25 jaar wederopbouw moest tonen. De binnenstad was omgetoverd tot één bruisende arena: de Euromast was bijna tweemaal zo hoog gemaakt door de plaatsing van de space tower, op het Weena was een 200 meter grote maquette van de haven gemaakt, op de Coolasingel was een rijnaak geplaatst en industriële trafohuizen, in de Leuvehaven dreef een dolfinarium, en overall in de stad stonden kunstwerken, containers, koepeltjes en paviljoens met winkeltjes, cafés en eetgelegenheden. Dwars door deze drukke liep een stoeltjeslift.

En dan Feyenoord, de voetbalclub die steeds meer werd vereenzelvigd met de stad en de mentaliteit van zijn werkende bevolking.¹¹ Als eerste Nederlandse club was Feyenoord in 1963 doorgedrongen tot de halve finale van de Europacup I. Dat Feyenoord verloor, was niet zo erg. Per slot van rekening was de tegenstander het gevreesde Benfica van Eusebio. Wat beklifde was het gevoel dat er weer een nieuwe stap vooruit gezet was en de prettige verbeelding dat grootheid mogelijk

JAN RATH

was.¹² Die verbeelding werd zeven jaar later dan toch werkelijkheid toen Feyenoord de Europacup I won en daarna zelfs ook de Wereldcup. Die successen straalden uit op de Rotterdamse bevolking die zich voor een paar gulden in een C-70 paviljoen op de Coolsingel kon laten fotograferen, staande naast de ‘cup-met-de-oren’.

Nogmaals, we kunnen het Tom Manders niet meer vragen, maar het lijkt niet al te ver gezocht dat de aantrekkingskracht van Rotterdam iets te maken had met deze vooruitgang. De gestage wederopbouw maakte dat Rotterdammers weer in zichzelf geloofden en dat anderen met Rotterdammers mee geloofden. Rotterdam was een *can do city*, droeg moderniteit uit, had vertrouwen in nieuwe technologie, koesterde zijn opgestroopte hemdsmouwen en het idee van maakbaarheid, en zag de toekomst met groot optimisme tegemoet. Grote infrastructurele werken, zoals de bouw van de metro maar ook door massamedia ondersteund spektakel, versterkten dit en lokten creatieve geesten zoals Tom Manders naar de stad.

Tijden veranderen

Maar tijden veranderen. Degenen die de afgelopen paar jaar het nieuws over Rotterdam en vanuit Rotterdam volgden, zijn overstelpt met berichten dat de stad in korte tijd veel van zijn aantrekkelijkheid heeft verloren.¹³ Spraakmakende Rotterdammers, waaronder de burgemeesters Bram Peper, en later ook Ivo Opstelten, beklagden zich keer op keer dat Rotterdam gebukt ging onder ongemeen grote grootstedelijke problemen.¹⁴ Het heette dat Rotterdam de verkeerde lijstjes aanvoerde, iets dat volgens velen te wijten was aan de politiek of anders wel aan immigranten en waarschijnlijk aan beide.¹⁵ Zo was er het probleem dat de binnenstad en verschillende volksbuurten eromheen waren verworpen tot gevaarlijke en voor fatsoenlijke mensen slecht toegankelijke ruimten, vol met junks, kruimeldieven, rumoerige jongeren en andere enge typen. Daarnaast vertoonde de stedelijke economie ernstige stagnatie, waardoor de werkloosheid, zeker in vergelijking met Amsterdam en andere steden aan de noordvleugel van de Randstad, almaar betrekkelijk hoog bleef en het besteedbare inkomen van de bewoners navenant laag.¹⁶ Bovendien was de woningvoorraad nogal eenzijdig samengesteld. Een onevenredig groot aantal laagopgeleide en armlastige bewoners bevolkten de stad. En dan was er de voortdurende immigratie uit het buitenland en ‘het gevecht’ tussen

HET MOOIST VAN MOKUM

gevestigden en nieuwkomers.¹⁷ Zoveel is zeker: dit was *niet* de stad die Dorus indertijd voor ogen had. ‘Rotterdam moet zich schamen’, riep het politieke buitenbeentje Pim Fortuyn in januari 2002 uit, en dat deed menigeen.¹⁸

Met een reeks van draconische maatregelen werd en wordt gepoogd het tij te keren.¹⁹ Sommige maatregelen beogen de publieke ruimte ‘schoon, heel en veilig’ te maken. Andere maatregelen richten zich op het versterken van de stedelijke economie en het bewerkstellingen van banengroei. Rotterdam moet meer creatieve kenniswerkers en investeerders aantrekken, met name voor de zogenoemde ‘culturele industrieën’. En weer andere maatregelen pogen mensen uit de middenklasse aan de stad te binden, en mensen uit de lagere sociale klassen – niet in de laatste plaats laagopgeleide uitkeringsafhankelijken – te ontmoedigen zich in de stad te vestigen dan wel aan te moedigen de stad te verlaten. En bovenal is er gretigheid, hoewel niet altijd expliciet uitgesproken, om eindelijk eens stevig in te grijpen in die vermaledijde etnische verhoudingen. De integratie van nieuwkomers wordt met harde hand aangepakt met nog meer verplichte scholing en van bovenaf opgelegde aanpassing en menging. Het spreidingsbeleid, ooit als ongrondwettelijk afgewezen, wordt in een nieuw jasje gehesen. In het tijdsgewricht waarin neorealisme *de rigueur* is,²⁰ wordt deze recht-voor-zijn-raap aanpak aangemerkt als fris en onorthodox. Eindelijk een bestuur dat de beestjes bij hun naam noemt en orde op zaken stelt.²¹ *Rotterdam Durft!*²²

Feit is inderdaad dat de samenstelling van de bevolking spectaculair is veranderd. Luisterden de spelers van Feyenoord 1, om maar wat te noemen, vroeger naar zulke vertrouwde ‘Hollandse’ voornamen als Eddy, Cor, Henk, Piet, Teun, Bertus, Rinus of Dirk, tegenwoordig heten ze Dwight, Sherif, Mohammed, Ali, Royston, Romeo, Lorenzo, Serginho, of – godbetert – Angelos. Pakweg de helft van de Rotterdamse bevolking bestaat anno 2006 uit ‘allochtonen’,²³ dat wil zeggen immigranten en hun kinderen en kindskinderen. Dat aandeel, en vooral de wetenschap dat dit percentage voorlopig nog blijft stijgen, houdt de gemoederen enorm bezig.²⁴

Maar de Rotterdamse bevolking was vroeger allerminst een exclusief blank en inheems gezelschap. Integendeel, toen Dorus Rotterdam bezong, waren er bijvoorbeeld Chinezen, Duitsers, Indische Nederlanders, mediterrane gastarbeiders en talrijke zeelieden uit alle streken van de wereld. Zij gaven de stad een internationaal aanzien, iets wat indertijd in promotiefilmpjes nog omstandig als een kwaliteit werd aangeprezen.²⁵ Wie de wereld wilde zien, moest maar naar Rotterdam

komen. Dit laatste is in een tijdsgewricht als het huidige moeilijk voor te stellen. Sommige spraakmakers wekken althans eerder de indruk dat immigranten en al hetgeen zij in de stad doen de aantrekkelijkheid van de stad danig aantast.

Diversity dividend

Zonder de baaierd van grootstedelijke problemen te willen bagatelliseren, heb ik toch de indruk dat het staren naar het 'drama' van de integratie het zicht op alle leuks, lekkers en aardigs heeft vertroebeld. Dat is jammer, want het doet onvoldoende recht aan de investeringen van ondernemende immigranten en al hetgeen zij in de stad tot stand brengen. Met hun investeringen en bijzondere aanbod kunnen zij met name iets betekenen voor de vermaaksindustrie. Die industrie groeit gestaag en biedt interessante economische kansen aan groepen mensen met uiteenlopende kwaliteiten, dus zowel aan hooggeschoolden als aan laaggeschoolden, aan ondernemers én werknemers, aan mannen én vrouwen, aan gevestigden én nieuwkomers.²⁶ Als ondernemer in die sector kunnen immigranten actief bijdragen aan de kwaliteit en de aantrekkingskracht van steden en van bepaalde buurten daarbinnen.

Dat hier daadwerkelijk kansen liggen, leren we van klassieke immigratielanden. Grote en veelbezochte wereldsteden, als Vancouver, Sydney en New York, maar ook kleinere en minder befaamde plaatsen in die landen koesteren hun etnisch-culturele diversiteit. Wie in die steden en stadjes de moeite neemt om vanaf het centrum een kwartiertje te lopen of desnoods een halfuurtje met de bus of metro te reizen, komt terecht in een wereld die doet denken aan Vietnam, India of Italië. De geuren, kleuren en geluiden lijken van ver weg te komen, maar zijn levensecht en tastbaar. In Chinatown ruiken de bezoekers gedroogde vis, wierook en doerian, in Punjabi Market (Vancouver) snuffelen zij tussen de bruidsjurken en gouden sieraden, in Cabramatta (Sydney) trakteren zij zichzelf op *phò*, in Jamaica (Queens) luisteren zij naar hiphop en *musica latina*, in Kensington (Toronto) flaneren zij langs groente- en fruitstalletjes en *dollar stores*, om ten slotte in Little Italy te genieten van een *gelato di nutella* of een sterke *espresso* met *biscotti*. Als het meezit, kunnen zij in deze buurten de viering van etnisch-specifieke of religieuze feest- en gedenkdagen meemaken, zoals het Chinese Nieuwjaar of het Hindoestaanse Diwali-festival, of getuige zijn van de een of andere parade. In sommige gevallen verdringen

HET MOOIST VAN MOKUM

zich honderdduizenden mensen of meer om een glimp op te vangen van de exotische pracht en praal. Zoveel is zeker: vercommercialiseerde etnisch-culturele diversiteit oefent daar aantrekkingskracht uit op een breed publiek van dichtbij en van ver.²⁷

Deze aantrekkingskracht is geenszins vanzelfsprekend. Integendeel, veel van de hier genoemde buurten stonden ooit te boek als *getto's* van kansarmen en als plaatsen om te mijden. Neem San Francisco, de stad waarin de vermaaksindustrie de belangrijkste economische sector is geworden, met Chinatown één van de vijf populairste attracties.²⁸ Een eeuw geleden stond de Chinese wijk bekend als broeinest van misdadigers, hoeren en vagebonden; Chinatown was een smerige plaats waar ratten en zwervers nare ziekten verspreiden.²⁹ De reisgidsen van die tijd raadden toeristen en dagjesmensen ten stelligste af de buurt te bezoeken. Aan Neerlands bekendste bioloog en botanicus – en ik mag nu toch wel zeggen: oud-collega – Hugo de Vries, die pakweg honderd jaar geleden door Amerika reisde, was die boodschap goed besteed. Over alles wat hij in het land aantroef, was hij lyrisch. ‘O, Wies! ‘t Is hier zo mooi!’, schreef hij zijn vrouw, maar die loftuiting gold niet de Chinatown van San Francisco. Hij was in 1906, toen de stad door een zware aardbeving werd getroffen, in de buurt. In een brief aan Wies schreef hij dat Chinatown zwaar beschadigd was en dat veel bewoners gedwongen waren de buurt te verlaten. ‘En’, zo voegde de gelauwerde professor er zowat juichend aan toe, ‘dat is een groot voordeel!’³⁰

Het negatieve imago ten spijt bleek de kansenstructuur van deze zogenaamde ‘concentratiebuurten’ – ik neem even het Nederlandse jargon over³¹ – gunstig voor de ontwikkeling van kleinschalige, lokale ondernemingen. Ofschoon etnische ondernemingen eerst en vooral een clientèle van leden uit de eigen gemeenschap bedienden, strekte hun betekenis verder uit dan uit de omzetsstatistieken was af te lezen: de winkels en bedrijven – net als gebedshuizen en verenigingen – markeerden etnische grenzen, symboliseerden eigenheid, boden gelegenheid voor ontmoeting en *bonding* van leden van de eigen gemeenschap, en brachten deels uit het land van herkomst geïmporteerde goederen en diensten op de markt. De vraag hier naar bleef uiteindelijk niet beperkt tot de eigen groep. Het aanbod van uitheemse producten en de aparte sfeer in die straten, buurten en stadswijken trok de aandacht van buitenstaanders die wel eens iets anders wilden zien, beleven en gebruiken. Nieuwsgierige stedelingen – *rubberneckers* werden ze genoemd³² – wandelden door die straten en betraden de winkels en restaurants. Naarmate meer bezoekers

JAN RATH

de etnische grenzen overschreden, kregen meer ondernemers de gelegenheid uit hun begrensde markten te treden, en andersom. De oriëntatie en marktpositie van ondernemers veranderde met de komst van nieuwe groepen consumenten, en allengs veranderde ook de status en kwaliteit van de buurt. Aldus brachten hun activiteiten, wat men in Australië zou noemen, een *diversity dividend* op.³³

En nu komt het. De contouren van iets soortgelijks beginnen zich inmiddels ook in Nederland af te tekenen. Kijk naar de Indische Stad, de *Pasar Malam Besar*, die jaarlijks neerstrijkt op het Malieveld in Den Haag en steeds vaker ook andere Nederlandse steden aandoet, waaronder Rotterdam. Kijk naar het Dunya-festival dat jaarlijks 200.000 mensen trekt. Kijk naar de straatparade van het Rotterdamse Zomercarnaval, als je dat tenminste lukt want niet minder dan een miljoen mensen verdringen zich langs de kant. Kijk ook eens naar de Zeedijk in Amsterdam, dat zowaar op een Chinatown begint te lijken, of de Kanaalstraat in Lombok (Utrecht) met al zijn Turkse winkeltjes, of de Dunne Bierkade in Den Haag met zijn uitheemse restaurants ('de Avenue Culinaire'), of neem desnoods de laatste trein naar Rotterdam en loop naar de omgeving van de West-Kruiskade en Middellandstraat of die van het Afrikaanderplein. In die straten zie je de onmiskenbare opkomst van de standaard afwijkende winkelgebieden waarin niet het Kruidvat, Halfords of Blokker het straatbeeld bepalen, maar zulke uitheemse bedrijfjes als King's Garden, Surigoud, restaurant Sorgh & Hoop en natuurlijk de toko's van Kon-Fa en Hoe Lang. Elke dag en elke avond lopen talrijke stedelingen en andere bezoekers langs de vele etnische winkels, doen daar hun inkopen en laten zich er een kruidige maaltijd smaken. Deze ontwikkeling voltrekt zich razendsnel. Het is nog maar heel kort geleden dat de West-Kruiskade in Rotterdam of de Zeedijk in Amsterdam net zo'n beroerde reputatie hadden als San Francisco's Chinatown een eeuw eerder.³⁴

Het lijkt er al met al op dat nieuwkomers bezig zijn een niche te creëren in de wereld van funshopping en, meer algemeen, in de almaar groeiende vermaaks-industrie. Zij doen dat niet ondanks, maar dankzij de commerciële benutting van hun etnisch-culturele eigenheid. En voor zover het om activiteiten in winkelgebieden gaat, doen zij dat niet ondanks, maar dankzij hun ruimtelijk concentratie.

Het gaat niet om een vluchtige ontwikkeling, zoals blijkt uit het feit dat deze straten en buurten steeds vaker de locatie zijn van festivals en de bestemming van 'city safari's'. Verder worden ze omstandig beschreven in reisgidsen en internet

HET MOOIST VAN MOKUM

shopping guides, en in een enkel geval maken ze integraal deel uit van de *place marketing* van steden zelf.

Wie het wil zien, die ziet het: de door immigranten voortgebrachte etnisch-culturele diversiteit heeft wel degelijk charmes en – niet onbelangrijk – biedt interessante economische kansen. Want bedenk wel: al die duizenden, tienduizenden of honderdduizenden bezoekers zijn tevens consumenten!

Theoretische overwegingen

De commodificatie van etnisch-culturele verscheidenheid, dat wil zeggen het commerciële gebruik van de ‘etnische Ander’ en diens symbolen, is gesitueerd op het snijvlak van verschillende maatschappelijke ontwikkelingen en wetenschappelijke richtingen en debatten. Het is hier niet de plaats om een uitgebalanceerd theoretisch bouwwerk te presenteren; ik volsta met het aanstippen van enkele theoretische gedachten.

Het gaat hier om een serie activiteiten in de stedelijke culturele economie, meer bepaald de stedelijke vermaaksindustrie, met ondernemers als handelende actoren. Het zijn tenslotte *hun* initiatieven waar mensen op afkomen. Maar let op: niet alle immigrantenondernemers hebben de vermaaksindustrie iets te bieden. Somalische autoslopers in een buitenwijk of Surinaamse boekhouders in een naoorlogse portiekflat – ik noem maar iets – spreken weinig tot de verbeelding. Toko’s, restaurants en winkels met boeken, kleding, voedingsproducten, muziek en exotische snuisterijen hebben die potentie wel, vooral als zij gesitueerd zijn in een meer schilderachtige omgeving. Dergelijke bedrijfjes zijn laagdrempelig, nodigen uit tot *funshopen* en rondhangen, dragen bij aan het werkelijke of vermeende ‘authentieke’ en ‘exotische’ karakter van een buurt of winkelstraat, en bevorderen reuring, wat nog meer mensen aantrekt.

Nu is authenticiteit een tamelijk problematisch begrip, maar men kan zich wel voorstellen dat een ‘Chinese’ straat als de West-Kruiskade in Rotterdam of de Zeedijk in Amsterdam ‘echter’ overkomt dan zoiets gekunstelds als het *China Pavilion* in een vakantiepark van Disney.³⁵ Die ervaren ‘echtheid’ wordt versterkt door de aanwezigheid van die etnische groepen zelf en van hun zichtbare etnische infrastructuur. Authenticiteit is ‘in the eye of the beholder’ en kan tot op zekere hoogte door de ondernemers worden gemanipuleerd, bijvoorbeeld door het aan-

JAN RATH

brengen van ‘authentieke decoraties’ of het werven van het ‘juiste’ personeel. Neem de eigenaar van een Maleisisch restaurant die altijd expliciet zoekt naar personeelsleden met een Aziatisch uiterlijk; de meeste klanten zien namelijk toch geen verschil tussen iemand afkomstig uit Maleisië, Hong Kong of welk ander Aziatisch land dan ook.³⁶ Overigens mogen we er niet voetstoots van uitgaan dat immigrantenondernemers het commercieel benutten van hun etnisch-culturele eigenheid altijd en overal toejuichen. Integendeel, sommigen zullen afkerig zijn van deze vormen van ‘aapjes kijken’ en bezwaar maken tegen het gebruik van etnische iconen, bijvoorbeeld omdat deze etnische stereotypen versterken.³⁷

Immigrantenondernemerschap

Laat ik nu wat dieper ingaan op het ondernemerschap van immigranten. Dit ondernemerschap – vaak ‘etnisch ondernemerschap’ gedoopt – kan op uiteenlopende manieren worden begrepen en verklaard. Onderzoekers hebben jarenlang hun aandacht gericht op etnisch-culturele kenmerken of de inbedding in etnisch-specifieke sociale netwerken. Zij veronderstelden dat sommige etnische groepen beter gepositioneerd zijn voor het ondernemerschap dan andere, omdat die groepen zouden beschikken over de ‘juiste’ opvattingen en tradities of omdat zij grotere of betere sociale netwerken tot hun beschikking zouden hebben. Deze veronderstellingen vinden enige grond in de empirie en zijn dan ook razend populair. Maar ze zijn ook nogal beperkt en eenzijdig, omdat ze focussen op kenmerken van ondernemers of de groepen waartoe die worden gerekend, terwijl ze de markt en de manier waarop die wordt gereguleerd, geheel en al buiten beschouwing laten.

De Amerikaanse sociologen Light en Rosenstein gaven een eerste aanzet tot de ontwikkeling van een ander en breder perspectief.³⁸ Zij plaatsten het ondernemerschap in een markt van vraag en aanbod, iets wat economen trouwens volkomen vanzelfsprekend zouden vinden. Ondernemers bieden goederen en diensten aan en komen daarmee tegemoet aan de vraag van consumenten. *So far, so good*. Light en Rosenstein legden echter nog steeds veel nadruk op de *agency* van de ondernemers. Ze stelden terecht dat ondernemers geen passieve actoren zijn, maar individuen die kansen kunnen waarnemen of zelfs scheppen, maar gingen niet echt diep in op de kansenstructuur waarbinnen die ondernemers opereren. Voor zover Light en Rosenstein die kansenstructuur problematiseerden, bleken zij uit te gaan van een tamelijk statische, ongedifferentieerde en ongeregelde economie.

HET MOOIST VAN MOKUM

Een gezelschap van Europese onderzoekers, waaronder Robert Kloosterman, Joanne van der Leun, Ewald Engelen en ikzelf – laat ik ook eens een keertje onbescheiden zijn – zette de volgende logische stap.³⁹ Het theoretische uitgangspunt is dat elke economie dynamisch, gelaagd en gereguleerd is. Er is weinig sociologische verbeeldingskracht nodig om te beseffen dat restauranthouders, webdesigners, reisagenten, groenteboeren, kledinghandelaren, souvenirverkopers en acupuncturisten opereren in verschillende markten. Die verschillende markten bieden verschillende kansen, werpen verschillende barrières op, zijn op verschillende manier gereguleerd,⁴⁰ vergen verschillende ondernemersvaardigheden, leiden tot verschillende vormen en niveaus van succes – op welke manier dan ook gedefinieerd –, en leveren uiteindelijk een verschillende verdeling van kansen op. Wie het ondernemerschap wil begrijpen en verklaren, moet rekening houden met al deze factoren en invloeden. Met onze *mixed embeddedness*-benadering kunnen we op zinvolle wijze een verbinding leggen tussen culturele, sociale, politieke en economische determinanten van ondernemerschap. Deze benadering erkent de betekenis van de inbedding van immigranten in etnisch-specifieke én meer gemengde sociale netwerken, en verbindt hun concrete betrekkingen en transacties op een abstractere manier in grotere politieke en economische kansenstructuren.

Veranderende economische kansenstructuur

Het commerciële gebruik van etnisch-culturele verscheidenheid, of meer bepaald de opkomst van ‘gekleurde buurten’ als plaatsen van vermaak en consumptie, staat niet op zichzelf, maar is een wezenlijk onderdeel van de economische veranderingen die steden momenteel ondergaan. Laat ik hier verder op ingaan. Die veranderingen werden ingeluid met de onttakeling van oude, op massaproductie gerichte industrieën, en lieten de afgelopen paar decennia vooral een spectaculaire groei van de persoonlijke en zakelijke dienstverlening zien. Een baaiend van onderling samenhangende factoren speelt bij die veranderingen een rol, variërend van de introductie van nieuwe technologieën, globalisering en de daarmee gepaard gaande mobiliteit van kapitaal en arbeid, tot de veranderende verhouding tussen de overheid en de private sector, en de fragmentering van consumentenvoorkeuren. Mede als gevolg hiervan hebben vertrouwde arbeidsmarkttrajecten hun vanzelfsprekendheid verloren, is de sociale cohesie onder druk komen te staan en de ongelijke verdeling van sociale goederen versterkt.

JAN RATH

Dit proces heeft specifieke ruimtelijke dimensies. Enerzijds zijn steden steeds meer de knooppunten van grotere, deels internationale netwerken die het ontmoeten van producenten en consumenten mogelijk maken. Zo trekken hooggeschoolde professionals, ongeschoolde gelukszoekers, zakenlieden, studenten, toeristen en dagjesmensen naar steden. Daar voegen ze nieuwe dimensies toe aan de reeds bestaande sociale, economische en culturele diversiteit, en participeren ze in de transformatie van deze steden van centra van industriële productie van massa-goederen tot centra van productie, circulatie en consumptie van informatie en van producten en diensten met een hoge symbolische waarde. Anderzijds leiden veranderingen van de stedelijke kansestructuur tot nieuwe vormen van in- en uitsluiting die zich deels vertalen in een specifieke ruimtelijke verdeling van kansarmen en kansrijken. In de praktijk zien we dat laaggeschoolde werkkrachten, onder wie een disproportioneel groot aantal immigranten, veel moeite hebben zich in de nieuwe economie een plaats te verwerven, iets wat in bepaalde buurten zichtbaar is.

Tal van auteurs hebben zich afgevraagd welke factoren en processen hedendaagse stedelijke economieën aansturen. In zijn boek *The Rise of the Creative Class* beargumenteert de Amerikaanse econoom Richard Florida dat de economische welvaart van steden direct samenhangt met de aanwezigheid van zo iets als een creatieve klasse.⁴¹ Daaronder verstaat hij een groep van hoogopgeleide en goedbetaalde kenniswerkers die creativiteit, individualiteit, onderscheid en prestatiezucht hoog in het vaandel hebben staan. Alleen open steden met een hoge mate van diversiteit zouden erin slagen deze typen bewoners aan de stad te binden. Hij doelt dan op diversiteit in alle denkbare vormen, zolang de manifestaties ervan maar afwijken van de standaard. In dat verband heeft hij het over eigenzinnige kunstenaars, excentrieke wetenschapsbeoefenaren en andere lieden met een zonderlinge levensstijl, ongeacht hun ras, etniciteit, geslacht en seksuele geaardheid. Over de wetenschappelijke merites van het werk van Florida wordt alom gediscussieerd, maar de soms scherpe en terechte kritiek ten spijt biedt zijn werk toch interessante handvatten om de huidige veranderingen op het gebied van werken, wonen en verblijven in steden te kunnen doorgronden.⁴²

Klassieke locatiefactoren, zoals nabijheid van grondstoffen of ligging aan aan- en afvoerroutes, spelen nog maar een beperkte rol, terwijl nieuwe factoren, die deels in de symbolische sfeer liggen, de overhand krijgen. Steden haken daarop in. Zij proberen hun concurrentiepositie te versterken, onder andere met *place marketing*-

HET MOOIST VAN MOKUM

campagnes, met het promoten van culturele activiteiten en vertier, en door in te grijpen in het stedelijk landschap – zoals de herinrichting van vervallen haven- en industriegebieden en de bouw van bijzondere bruggen, kantoren, stations, luxe winkelplaza, conferentiecentra en sport- en concerthallen.⁴³ Met een dergelijke agenda hopen zij een stedelijke omgeving te creëren die kenniswerkers en potentiële investeerders naar de stad lokt en verleidt tot investering en langdurige vestiging.

Voor zover immigranten in dergelijke plannen en beschouwingen aan bod komen, gaat het vooral over hoogopgeleide *expats*.⁴⁴ Over de vraag of ook slecht opgeleide immigranten een bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling van postindustriële steden, en zo ja op welke manier, horen we echter weinig. De kans dat zij zullen toetreden tot de creatieve klasse – zoals omschreven door Florida – is momenteel misschien nog niet zo heel groot. Maar zij kunnen wel op een andere manier bijdragen aan het versterken van de stedelijke economie. Immigranten brengen immers eigen opvattingen, gewoonten en gedragingen met zich mee, introduceren nieuwe producten en diensten, verdiepen de handelsbetrekkingen tussen gebieden die ruimtelijk ver van elkaar liggen, en kleuren het stedelijke landschap. Aldus versterken zij de diversiteit van de stad die, volgens Florida, zo noodzakelijk is voor de groei van de creatieve klasse.

Regulering

De vermaaksindustrie kent tot op zekere hoogte een eigen systeem van gouvernementele en niet-gouvernementele regulering. In alle gevallen richt die regulering zich op het beïnvloeden van het spel van vraag en aanbod. Ze omvat regels, bepalingen en praktijken ter zake van de afdracht van belastingen, arbeidsomstandigheden en dergelijke, maar ook van zulke zaken als het bestemmingsplan en de inrichting en het beheer van de fysieke omgeving. Ondernemingen moeten vanzelfsprekend bereikbaar zijn en gelokaliseerd in een omgeving die relatief ‘schoon, heel en veilig’ is. Het experiment van de Y-markt, de oosterse sprookjesmarkt in Amsterdam, laat zien welke desastreuze gevolgen een slechte bereikbaarheid heeft. Potentiële klanten van deze oosterse sprookjesmarkt bleven massaal weg omdat ze geen idee hadden hoe ze er moesten komen, en zonder klanten moesten de ondernemers de poorten ras sluiten.⁴⁵ Bestrijding van criminaliteit is evenzeer wezenlijk om voor de hand liggende redenen, al moeten we niet uitsluiten dat

JAN RATH

sommigen een ‘urban jungle’ juist spannend vinden. Risico’s horen bij een ‘echte’ ervaring; een opgeschoonde straat zonder junks en gauwdieven is dan al snel te braaf.

Op een wat hoger schaalniveau moeten we bij regulering ook denken aan ‘groecoalities’ van de overheid, het bedrijfsleven en derde partijen die zich vinden in een programma gericht op het identificeren en versterken van de kwaliteit van de stedelijke culturele economie. Kennen zij aan immigranten een rol toe, zodat de laatsten niet slechts subjecten van toeristische activiteit zijn, maar actieve participanten?⁴⁶ Een en ander kan op uiteenlopende manieren plaatsvinden, zoals door het mede-organiseren of sponsoren van festivals of andere artistieke uitingen, maar ook door de promotie van locaties die geassocieerd worden met bepaalde etnische groepen.⁴⁷ In het buitenland zien we dat stadsbesturen hierbij soms een actieve rol spelen, bijvoorbeeld door de stedenbouwkundige waarde van zulke buurten in bestemmingsplannen te beschermen. De symbolische betekenis daarvan is enorm, hoewel we er ook rekening mee moeten houden dat dergelijke regulering kan bijdragen aan de fossilisering van het stedelijke stadschap en de ondermijning van ‘natuurlijke’ economisch-geografische processen. In Sydney en Vancouver, bijvoorbeeld, wilden Chinese ondernemers hun buurt uitbreiden met moderne kantoren, maar de gemeente hield die vooruitgang tegen met het argument dat zij de etnisch-culturele diversiteit in het stedelijke landschap tegen aantasting wilde behoeden.⁴⁸ Ook op andere manier kunnen ondernemers hun autonomie verliezen, bijvoorbeeld als de overheid de economische activiteiten van immigrantenondernemers wil inzetten voor meer sociale doeleinden.

Regulering, althans bepaalde onderdelen daarvan, strekt zich ook uit tot het beïnvloeden van de waardering van etnisch-culturele producten en diensten, en van (etnische) stedelijke ruimten. De Amerikaanse sociologe Sharon Zukin vestigt de aandacht op, wat zij noemt, een ‘kritische infrastructuur’ van individuen en organisaties die op een of andere manier de smaak van het publiek beïnvloeden.⁴⁹ Ze spreekt over een breed spectrum van kenniswerkers die bemiddelen tussen culturele producenten en consumenten, die ‘relevante’ culturele producten identificeren en informatie overbrengen over hun echte of vermeende authenticiteit en het belang van consumptie, en die aldus het stedelijke landschap beïnvloeden. Te denken valt aan trendsetters, connaisseurs, maar ook winkeliersverenigingen, toerisme organisaties, marketingbureaus, de media en soms zelfs delen van de overheid. Zij communiceren via de reguliere media of via het internet, via *NRC Han-*

HET MOOIST VAN MOKUM

delsblad, Folia of het plaatselijke sufferdje, via de *Holland Herald* of *Allerhande*. Ze zenden de boodschap uit dat Chinese pindakoekjes een lekkernij zijn, zoals Willy Derby deed met zijn liedje 'Pinda, pinda, lekka, lekka'. Zij leren ons dat Thais eten goed smaakt, dat het Afrikaanderplein heus de moeite waard is, dat er een aparte bruidsjaпон verkrijgbaar is bij een Marokkaanse kleedster, dat meedoen aan het ramadanfestival 'in' is, enzovoorts. Aldus geven zij vorm aan culturele consumptie en het stedelijke culturele landschap, en beïnvloeden indirect de kansen van immigranten-ondernemers.

Slot

Welke Rotterdammer zou vandaag de dag nog de laatste trein nemen voor de 'metrosche tunnel' en voor Feyenoord? Zo fris en fraai is de metro niet meer en Feyenoord... ach ja.⁵⁰ Maar is het denkbaar dat een nieuwe Dorus zijn symbolen kiest uit het aanbod van ondernemende immigranten en zo uitdrukt dat etnisch-culturele diversiteit goed is voor de kwaliteit van een stad?

Waarom niet? Als het San Francisco, Toronto en Melbourne lukt om met succes hun etnisch-culturele diversiteit economisch te benutten, dan moeten Rotterdam of Amsterdam dat toch ook kunnen. Een belangrijk verschil met die buitenlandse steden echter is dat Nederland (vooral de laatste jaren) nogal verkrampd omgaat met diversiteit. Hier wordt etnisch-culturele diversiteit al gauw opgevat als aanwijzing voor een gebrek aan sociale cohesie, als een teken dat immigranten onvoldoende in staat of bereid zijn zich in de samenleving in te voegen, en zelfs als een aanwijzing dat de leden van de Nederlandse samenleving geen ruggengraat hebben. De laatsten hebben recentelijk hun de rug gerecht en brengen de boodschap over dat assimilatie en ruimtelijke spreiding de enige weg zijn.

Maar daarmee wordt het kind met het badwater weggegooid. Hedendaagse discussies over stedelijke industrieën draaien, zoals gezegd, om het belang van culturele economieën en benadrukken de rol van creatieve kenniswerkers. Steden zouden slechts dan kunnen meekomen als zij in staat zijn om zulk soort bewoners aan de stad te binden. Een open, tolerante en in velerlei opzichten diverse samenleving zou daarin beter slagen dan een meer bekrompen en eenvormige samenleving. Deze op zichzelf juiste gedachte dat diversiteit een economisch belang dient, wordt evenwel radicaal verlaten wanneer het gaat om de diversiteit die immigran-

JAN RATH

ten voortbrengen. Er zit wat dat betreft een merkwaardige spanning tussen de strenge aanpak van immigranten en het streven om een creatieve stad te zijn met een bloeiende culturele economie.

In deze rede betoog ik dat commerciële manifestaties van etnisch-culturele diversiteit competitieve voordelen kunnen bieden. Voor de goede orde: het gaat hier niet om viering van wat ze in het Verenigd Koninkrijk twintig jaar geleden snierig de ‘drie S-sen’ noemden – *Saris, Samosas and Steelbands* – en tegenwoordig in Australië de ‘vier D-s’ – *Dance, Dress, Diet and Dialect* –, ⁵¹ het gaat dus niet om het feestelijk optuigen van multiculti om de identiteit van immigranten of van sociale cohesie te versterken, of het vergroten van de acceptatie van de vreemdeling in ons midden. Het gaat hier om manifestaties van etnisch-culturele diversiteit als economische hulpbron.

Zoals uit deze rede kan worden opgemaakt, kan de economische benutting van etnisch-culturele verscheidenheid begrepen en verklaard worden door systematisch onderzoek te doen naar, ten eerste, de bedrijfsstrategieën van individuele etnische ondernemers of groepen etnische ondernemers, ten tweede naar de stedelijke kansenstructuur en de veranderingen daarbinnen, met name dan de opkomst van de vermaaksindustrie en de betekenis daarvan voor de stedelijke culturele economie, en ten derde naar de manier waarop de vraag naar en het aanbod van culturele producten en diensten worden beïnvloed, zowel door de overheid als door de zogenoemde ‘kritische infrastructuur’. Ik vat deze componenten op als bouwblokken van een verder uit te werken theoretisch raamwerk en programma van onderzoek waarvoor ik mij de komende periode met enthousiasme zal inzetten.

Dankwoord

Mijnheer de Rector, waarde toehoorders, ik ben gekomen aan het slot van mijn rede. Er rest mij nog een persoonlijke noot.

Sommigen hebben zich wellicht afgevraagd hoe het mogelijk was dat dit professoraat binnen het bereik kwam van ‘Jan met de korte naam’. Welnu, ik heb deze positie kunnen verwerven deels door eigen inzet – ik heb een sollicitatiebrief gestuurd –, maar deels ook door de steun van anderen, in de eerste plaats van mijn

HET MOOIST VAN MOKUM

ouders. In 1968, dus in het jaar waarin ZKH Prins Claus samen met Burgemeester Wim Thomassen de eerste Rotterdamse metrolijn opende, deed ik op de lagere school een test die moest uitwijzen voor welk vervolgonderwijs ik in aanmerking kwam. Mijn ouders hoopten dat ik zou kunnen doorleren, misschien op de MULO of MAVO zoals dat schooltype onder de mammoetwet zou gaan heten. Ik zie nog mijn ouders voor me – een tikkeltje beduusd – juist terug van het gesprek met meester Mels die hun had verteld dat ik met gemak naar het atheneum kon. Wat dat precies betekende, konden wij niet goed overzien. Mijn vader had een moeilijke en ziekelijke jeugd gehad, had met horten en stoten slechts de lagere school doorlopen en verrichtte eenvoudig administratief werk. Hij meende dat ik met een diploma van het *atheneum*, zoals hij die vreemde naam aanvankelijk uitsprak, mogelijk wel op het niveau van zijn chef zou kunnen komen te werken. Mijn moeder kon evenmin doorleren; de oorlog, maar vooral de vanzelfsprekendheid in haar milieu dat meisjes na de lagere school een werkhuisje zochten, stonden verdere ontplooiing in de weg. En daar zaten we dan: enigszins onwennig in ons bovenhuis op de grens van de Afrikaanderwijk en Hillesluis. Hoe dat precies moest, met huiswerk en zo, dat wisten we niet. Maar dat hier een enorme kans lag die moest worden aangegrepen, begrepen mijn ouders dondersgoed. ‘Doorleren, het is goed voor je toekomst!’ Het is mij vaak ingepeperd en, verdomd, ze hebben gelijk gekregen. Voor deze wijsheid ben ik mijn ouders bijzonder dankbaar.

Wij thuis hadden in eerste instantie niet door dat met een atheneumdiploma de deur naar de universiteit zou kunnen worden geopend. Dat besef kwam pas later. En toen ik eenmaal op de universiteit zat, in Utrecht, duurde het lange tijd eer ik in de gaten kreeg dat het perspectief van een promotie ook voor mij zou zijn weggelegd. In die ontwikkeling, en ook daarna nog, kon ik mij gelukkig optrekken aan verschillende wetenschapsbeoefenaren, en op uiteenlopende cruciale momenten kreeg ik hun vertrouwen en hun steun. Ik ben daarvoor veel dankbaarheid verschuldigd.

Allereerst aan professor Frank Bovenkerk, mijn leermeester en promotor. Samen met Lodewijk Brunt bracht hij studenten enthousiasme bij voor de studie van de stad; zij deden dat met jongensachtige bravoure, omhuld door dikke wolken sigarenrook en lonkend naar lekkere wijven, maar wel uitermate gedreven en aanstekelijk. Later hielp hij mij bij mijn eerste wetenschappelijk publicatie – een artikel

JAN RATH

in de *Sociologische Gids* op basis van mijn kandidaatsscriptie – en introduceerde hij mij bij André Köbben, die toen in Leiden zat. Weer later haalde hij mij terug naar de Rijksuniversiteit van Utrecht voor een promotieonderzoek. Hij stimuleerde mij toen om een geprononceerd theoretisch gezichtspunt te ontwikkelen, om tegelijkertijd internationaal te opereren en om mijn bevindingen veelvuldig en op een aantrekkelijke en leesbare manier op schrift te stellen. Let wel: deze lessen dateren van twintig, vijftwintig jaar geleden toen ‘schriftloos vegeteren’ nog de norm leek.

Emeritus professor André Köbben, ik noemde zijn naam al, durfde het aan om een groentje dat nog amper zijn kandidaatsbul op zak had, in te huren voor een ietwat delicaat onderzoek. Hij gaf jonge mensen kansen – voorwaar een voorbeeld om te volgen.

Professor Kees Groenendijk van het Instituut voor Rechtssociologie van de Katholieke Universiteit van Nijmegen leerde mij vooral dat theorie wel mooi en aardig is, maar dat er ook nog zoiets is als gezond verstand.

Professor Robert Kloosterman van de Universiteit van Amsterdam en ik volgden ongeveer gelijktijdig onze weg door de wetenschap. We trokken ons aan elkaar op, duwden elkaar vooruit, en soms ook hadden we gewoon weinig aan elkaar. Wat koop ik nu voor het advies om deze rede niet af te sluiten met bedankjes, maar met verwijten?

Professor Rinus Penninx, oprichter en eerste directeur van het Instituut voor Migratie- en Etnische Studies (IMES), doorkruiste mijn pad meermalen. Ik vind het een eer om hem op te volgen als directeur van het instituut dat, volgens een externe evaluatiecommissie, toonaangevend is in de wereld van de migratie- en etnische studies. Het spreekt dat ik mij tot het uiterste zal inspannen om die status te behouden en misschien zelfs nog een beetje te versterken. Ik weet mij gesteund door de lessen van Penninx die – gelijk een pater uit de missie – gedrevenheid, soberheid, ingetogenheid en familiariteit predikt, al zal ik zelf hier en daar een eigen accent leggen.

De collega's van de het Instituut voor Migratie- en Etnische Studies en de Afdeling Sociologie en Antropologie, inzonderheid de leden van de Leerstoelgroep Stad,

HET MOOIST VAN MOKUM

Cultuur en Migratie, hebben mij hartelijk verwelkomd, en ik zal mijn best doen hun verwachtingen en vertrouwen waar te maken.

En ten slotte dank ik Marlein en Wies. Ons verbond heeft mij enorm geholpen om hier te komen. We weten het: werk en familie laten zich soms moeilijk combineren, maar ik ben dankbaar dat ik toch steeds de ruimte heb gekregen om te doen wat ik wilde. Ik realiseer me goed dat dit niet vanzelfsprekend is, en dat er ook wat tegenover moet staan.

Wies, je zult later nog wel eens aan deze rede terugdenken. Ik hoop dat je dan in ieder geval deze twee fragmenten hebt onthouden: 'Doorleren, het is goed voor je toekomst' en 'O, Wies! 't Is hier zo mooi!'

Wij vertrekken binnenkort van Rotterdam om ons dichterbij Amsterdam te vestigen – een verhuizing die, voor je er erg in hebt, door overijverige onderzoekers worden meegeteld bij de *white flight*. Maar wij komen heus nog wel eens in Rotterdam terug, als het moet met de laatste trein. Neen, niet voor de metrosche tunnel, maar wel voor Feyenoord.

Waarde toehoorders, ik dank u voor uw aandacht.

Ik heb gezegd.

Noten

1. Ik dank Robert Kloosterman voor zijn commentaar op een eerdere versie van deze rede.
2. Dit is overigens nog steeds het geval. Een zoekactie op de muziekwebsite MusicFromNL, dat muziek uit en in Nederland promoot en een database van Nederlandstalige songteksten beheert, levert 350 hits op van liedjes met het lemma 'Amsterdam' en slechts 210 van liedjes met het lemma 'Rotterdam'. Zie <http://www.musicfrom.nl/>, bezocht 24 augustus 2006.
3. Dorus had toen al wel het Waterlooplein bezongen en het damslapen van commentaar voorzien. Zie <http://www.musicfrom.nl/songteksten/dorus/>
4. Het combineren van buitenissigheid met parochialiteit, gesitueerd in een overwegend anonieme publieke sfeer, is volgens de Amerikaanse stadssocioloog Lyn H. Lofland (1973, 1998) een typische eigenschap van stedelingen. Aldus bezien is de als Hagenees geboren Tom Manders een stadsmens bij uitstek.
5. Tom Manders moest het cabaret sluiten in 1970 na een mislukt filmavontuur.
6. Hij was overigens bepaald niet de eerste artiest die dit deed. Jules de Corte (1960: 59) bijvoorbeeld was hem reeds voorgegaan.
7. Gemeten in tonnen overgeslagen goederen.
8. Bos 1946; Rooijendijk 2005.
9. In 1953 werd het Groothandelsgebouw opgeleverd, een kolossaal bedrijventrum met een eigen autostrada door het pand om goederen aan- en af te kunnen voeren. In hetzelfde jaar werd de Lijnbaan geopend, het eerste autovrije winkelgebied van Europa met een opmerkelijk vooruitstrevende architectuur. In 1957 opende het Centraal Station haar deuren, nog zo'n hypermodern kunstwerk. Vgl. Vanstiphout 2005.
10. Toen in de metrosche tunnel werd geopend, bracht Dorus een single uit: 'Hoe haalden ze 't in hun hoofd, maar ze maakten 't waar. Precies zoals beloofd kwam de metro klaar. Daar neem je je hoed voor af, voor de metro van Rotterdam.' Zie <http://www.musicfrom.nl/songteksten/dorus/> en <http://home.planet.nl/~no9/dorussingles.htm> (bezocht 24 augustus 2006).
11. Zie Spaaij 2007.
12. Eerst in de Kuip – destijds met 65.000 toeschouwerplaatsen de grootste voetbalarena – daarna in Lissabon speelde het tegen het grote Benfica van Eusebio. Met name de returnwedstrijd bracht een nog niet eerder vertoond massaal enthousiasme teweeg. *Het Vrije Volk* had twee passagiersschepen gecharterd – de Waterman en de Grote Beer – en stelde supporters in staat tegen een laag prijsje de wedstrijd in Lissabon bij te wonen. Toen de schuiten van Rotterdam vertrokken met aan boord ruim 1600 voetbalfans, enkele geestelijken, naar verluid 32 prostituees, de vermeende opa van Coen

- Moulijn, en de Rotterdamse hammondorganist *meneer* Cor Steyn, stonden honderdduizenden mensen langs de Nieuwe Waterweg om het zingende legioen uit te zwaaien.
13. Zie ook Engbersen et al. 2005; Linthorst 2004.
 14. 'Bram Peper wil af van het maaiveldsyndroom. "Nederland heeft meer voorhoedespe-
lers nodig"', *SER Bulletin*, 2003, [http://www.ser.nl/publicaties/default.asp?desc=publicatie-
s_bulletins_200301_1](http://www.ser.nl/publicaties/default.asp?desc=publicatie-
s_bulletins_200301_1), bezocht op 18 augustus 2006; 'Nieuwjaarstoespraak burgemees-
ter Opstelten van Rotterdam', 3 januari 2000, [http://www.nieuwsbank.nl/inp/2000/
01/0103R023.htm](http://www.nieuwsbank.nl/inp/2000/
01/0103R023.htm), bezocht op 18 augustus 2006.
 15. Het succes van Leefbaar Rotterdam bij de raadsverkiezingen van 2002 wijst hierop.
Deze aspecten waren destijds in de verkiezingsstrijd centrale thema's. Zie ook Fortuin
& Van der Graaf 2006; Linthorst 2004.
 16. Linthorst 2004.
 17. De kwalificatie 'het gevecht' werd gebruikt door de PvdA Rotterdam. Zie [http://www.
pvdarotterdam.nl/nieuwsbericht/965](http://www.
pvdarotterdam.nl/nieuwsbericht/965), bezocht op 18 augustus 2006.
 18. Fortuyn riep dit bij de presentatie van de kandidatenlijst van Leefbaar Rotterdam in
januari 2002. [http://www.leefbaarrotterdam.nl/index.php/weblog/comments/fortuyn_ljst-
trekker_leefbaar_rotterdam/](http://www.leefbaarrotterdam.nl/index.php/weblog/comments/fortuyn_ljst-
trekker_leefbaar_rotterdam/), bezocht op 18 augustus 2006.
 19. Gemeente Rotterdam 2003; de opsomming is niet compleet.
 20. Prins 2000.
 21. Het huidige College van B & W legt hier en daar andere accenten, maar kiest verder
vooral voor continuïteit; zie Gemeente Rotterdam 2006.
 22. Onder deze noemer heeft Rotterdam een promotiecampagne ontworpen, bedoeld om
het imago van de stad op te krikken. Het beeld van de stad, zo meent men, loopt
immers achter bij de werkelijkheid. Zie <http://www.obr.rotterdam.nl/rotterdamdurfi/>.
 23. Lucassen 2006.
 24. Een rapport van het Rotterdamse Centrum voor Onderzoek en Statistiek, waarin een
dergelijke ontwikkeling op basis van recht-toe-recht-aan extrapolaties werd becijferd,
veroorzaakte een regelrechte *morel panic* (Ergun & Bik 2003), niet voor het eerst trou-
wens. Vindt men heden ten dage 56% allochtonen te veel, pakweg dertig jaar geleden
was de gemeente van oordeel dat 17% juist genoeg was, terwijl zij in 1972 nog
streefde naar een plafond van 5%.
 25. Bijvoorbeeld de promotiefilm van de Nederlandse Productie Maatschappij (1961) die
Rijnmond TV uitzond in de zomer van 2006.
 26. Judd & Fainstein 1999; Rath 2006b.
 27. Zie bijvoorbeeld Conforti 1996; Shaw et al. 2004; Rath 2006b.
 28. 'Drop in tourism has a ripple effect in SF', *Asian Week*, 14 december 2001.
 29. Denker 2003: 98-99.
 30. De Vries 1998: 215.
 31. Tesser, P. et al. 1995; Kloosterman & Rath 1996.
 32. Lin 1998.

33. Collins & Castillo 1998.
34. Buiks 1983; Latham 1979.
35. Bartling 2006.
36. Mondelinge mededeling aan de auteur van een restauranthouder aan de Zeedijk in Amsterdam.
37. Anderson 1988; Kunz 2006.
38. Light & Rosenstein 1995.
39. Engelen 2001; Jones *et al.* 2000; Kloosterman & Rath 2003; Kloosterman, Van der Leun & Rath 1999; Ram *et al.* 2002; Rath 2000, 2002.
40. Let wel, het gaat hier dan niet alleen om ingrepen van de overheid of uitsluitend om ge- en verboden. Er zijn ook niet-gouvernementele vormen van regulering, waaronder ook vormen van zelfregulering. Bovendien kan regulering ook stimuleringsmaatregelen omvatten.
41. Florida 2000.
42. Rath 2006a; Kloosterman 2005.
43. Burger 1992; Hannigan 1998; Häussermann & Siebel 1993.
44. Florida 2005.
45. Pool 2003.
46. Lin *idem*; Morris 1995; Hall & Rath 2006.
47. Ram *et al.* 2000; Rath 2005.
48. Anderson 1988; Lin 1998.
49. Zukin 1991, 1995.
50. In 2002 won Feyenoord nog de UEFA Cup, de laatste grote prijs die een Nederlandse club binnenhaalde.
51. Troyna & Williams 1986: 24-26; persoonlijke mededeling van Jock Collins, University of Technology Sydney, 5 oktober 2006.

Literatuur

- Anderson, K.J. (1988) 'Chinatown re-oriented: a critical analysis of recent redevelopment schemes in a Melbourne and Sydney enclave', *Australian Geographical Studies*, 28, pp. 131-54
- Bartling, H. (2006) 'Immigrants, tourists and the metropolitan landscape. Producing the metropolis of consumption in Orlando, Florida', in J. Rath (red.) *Tourism, Ethnic Diversity and the City* (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility Series). Londen/New York: Routledge (te verschijnen)
- Bos, A. et al. (1946) *De Stad der Toekomst, de Toekomst der Stad. Een stedenbouwkundige en sociaal-culturele studie over de groeiende stadsgemeenschap*. Rotterdam: A. Voorhoeve
- Bouman, P.J. & W.H. Bouman (1952) *De groei van de grote werkstad. Een studie over de bevolking van Rotterdam*. Assen: Van Gorcum & Comp.
- Breedt-Bruyn, M. (1977) 'Het schriftloos vegeteren', *Sociodrome*, 3, pp. 6-8
- Buiks, P.E.J. (1983) *Surinaamse Jongeren op de Kruiskade. Overleven in een etnische randgroep*. Deventer: Van Loghum Slaterus
- Burger, J. (red.) (1992) *De Uitstad. Over Stedelijk Vermaak*. Utrecht: Jan van Arkel
- Collins, J. & A. Castillo (1998) *Cosmopolitan Sydney. Explore the World in One City*. Sydney: Pluto Press
- Conforti, J.M. (1996) 'Ghettos as tourism attractions', *Annals of Tourism Research*, 23 (4), pp. 830-842
- Corte, J. de (1960) *Liedjes*. Rotterdam: Ad. Donker
- Denker, J. (2003) *The World on a Plate. A Tour through the History of America's Ethnic Cuisines*. Boulder, CO: Westview Press
- Engbersen, G., E. Snel & A. Weltevrede (2005) *Sociale Herovering in Amsterdam en Rotterdam. Eén Verhaal over Twee Wijken*. Amsterdam: Amsterdam University Press
- Engelen, E. (2001) 'Breaking in and breaking out: a Weberian approach to entrepreneurial opportunities', *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), pp. 203-223
- Ergun, C. & M. Bik (2003) *Prognose bevolkingsgroepen Rotterdam 2017*. Rotterdam: Centrum voor Onderzoek en Statistiek (COS)
- Florida, R. (2000) *The Rise of the Creative Class. And How it's Transforming Work, Leisure, Community, & Everyday Life*. New York: Basic Books
- Florida, R. (2005) *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*. New York: Harper Business
- Fortuin, K. & P. van der Graaf (2006) *De Stad Verhaalt van de Stad. Rotterdamse lokale identiteit en cultuur als hulppbron*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut
- Gemeente Rotterdam (2003) *Aktieprogramma 'Rotterdam Zet Door. Op Weg naar een Stad in balans'*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam, Bestuursdienst

- Gemeente Rotterdam (2006) *Perspectief voor Iedere Rotterdammer. Coalitieakkoord 2006-2010 Rotterdam*. Rotterdam
- Hall, C.M. & J. Rath (2006) 'Tourism, migration and place advantage in the global cultural economy', J. Rath (red.), *Tourism, Ethnic Diversity and the City* (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility Series), pp. 1-24. Londen/New York: Routledge (te verschijnen)
- Hannigan, J. (1998) *Fantasy City. Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. New York: Routledge
- Häußermann, H. & W. Siebel (red.) (1993) 'Festivalisering der Stadtpolitik. Stadterneuerung durch Großprojekte', *Leviathan Sonderheft*, 13
- Jones, T., G. Barrett & D. McEvoy (2000) 'Market potential as a decisive influence on the performance of ethnic minority business', pp. 37-53 in J. Rath (red.), *Immigrant Businesses. The Economic, Political and Social Environment*. Basingstoke/New York: Macmillan/St Martins Press
- Judd, D.R. & Fainstein, S.S. (red.) (1999) *The Tourist City*. New Haven: Yale University Press
- Kloosterman (2005) 'The creative hype', pp. 56-65 in S. Franke & E. Verhagen (red.), *Creativity and the City. How the Creative Economy is Changing the City*. Rotterdam: NAI Uitgevers
- Kloosterman, R. & J. Rath (1996) 'Gangsta's Paradise in Holland?', *Migrantenstudies*, Special issue 'Concentratie en segregatie', 12 (2), pp. 94-100
- Kloosterman, R. & Rath, J. (red.) (2003) *Immigrant Entrepreneurs. Venturing Abroad in the Age of Globalization*. Oxford/New York: Berg
- Kloosterman, R., J. van der Leun & J. Rath (1999) 'Mixed Embeddedness: Immigrant Entrepreneurship and Informal Economic Activities', *International Journal of Urban and Regional Research*, 23, pp. 253-267
- Kunz, P. (2006) *Ethnic Entrepreneurs, Ethnic Precincts and Tourism. Missed Opportunities from Sydney*. Ongepubliceerde PhD dissertatie, University of Technology Sydney
- Latham, E. (1979) 'Kwakoe'. *Een Projekt. Een tijdelijk extra hulpaanbod van de gemeente Rotterdam ten behoeve van Surinamers aan de Kruiskade in de periode van 19 november 1979 tot en met 15 februari 1980*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam, GSD
- Light, J. & C. Rosenstein (1995) *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*, Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter
- Lin, J. (1998) *Reconstructing Chinatown. Ethnic Enclave, Global Change*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- Linthorst, M. (2004) *Rotterdam. Het Vijftiengste Jaarboek voor het Democratisch Socialisme*. Amsterdam: Wiardi Beckman Stichting/Mets & Schilt
- Lofland, L.H. (1973) *A World of Strangers. Order and Action in Urban Public Space*. Prospect Heights, IL: Waveland

- Lofland, L.H. (1998) *The Public Realm. Exploring the City's Quintessential Social Territory*. New York: Aldine de Gruyter
- Lucassen, L. (2006) *Gelijkheid en Onbehegen. De Wortels van het Integratiedebat in West-Europa*. Inaugurele rede Universiteit van Leiden
- Morris, M. (1995) 'Life as a tourist object in Australia', in M.-F. Lanfant, J.B. Allcock & E. M. Bruner (red.), *International Tourism: identity and change*, Londen etc.: Sage
- Pang, C.L. & J. Rath (2007) 'The Force of Regulation in the Land of the Free. The Persistence of Chinatown, Washington D.C. as a Symbolic Ethnic Enclave', in M. Lounsbury & M. Ruef (red.) *The Sociology of Entrepreneurship* (Research in the Sociology of Organizations, Vol. 25), pp. 195-220. New York: Elsevier (te verschijnen)
- Pool, C. (2003) *Dossier Y-market. Relas van een Mislukt Amsterdams Prestigeproject*. Amsterdam: IMES
- Prins, B. (2000) *Voorbij de Onschuld. Het Debat over de Multiculturele Samenleving*. Amsterdam: Van Gennep
- Ram, M., T. Abbas, B. Sanghera & G. Hillin (2000) "'Currying favour with the locals". Balti owners and business enclaves', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6 (1), pp. 41-55
- Ram, M., T. Jones, T. Abbas & B. Sanghera (2002) 'Ethnic minority enterprise in its urban context: South Asian restaurants in Birmingham', *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), pp. 24-40
- Rath, J. (red.) (2000) *Immigrant Business. The Economic, Political and Social Environment*. Basingstoke/New York: Macmillan/St Martin's Press
- Rath, J. (red.) (2002) *Unravelling the Rag Trade. Immigrant Entrepreneurship in Seven World Cities*. Oxford/New York: Berg
- Rath, J. (2005) 'Feeding the festive city: immigrant entrepreneurs and tourist industry', in E. Guild & J. van Selm (red.) *International Migration and Security. Opportunities and Challenges*. (pp. 238-253). Londen/New York: Routledge
- Rath, J. (2006a) 'Op zoek naar een creatieve klasse. De stad, de publieke ruimte en de culturele economie', in W. Willems & Leo Lucassen (red.) *De Krachtige Stad. Een Eeuw Omgang en Ontwikking*. (pp. 171-194). Amsterdam: Bert Bakker
- Rath, J. (red.) (2006b) *Tourism, Ethnic Diversity and the City* (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility Series). Londen/New York: Routledge (te verschijnen)
- Rooijendijk, C. (2005) *That city is Mine! Urban Ideal Images in Public Debates and City Plans, Amsterdam & Rotterdam 1945-1995*. Amsterdam: Vossiuspers
- Shaw, S., S. Bagwell & J. Karmowska (2004) 'Ethnoscaapes as spectacle: reimagining multi-cultural districts as new destinations for leisure and tourism consumption', *Urban Studies*, 41(10), pp. 1983-2000
- Spaaij, R. (2007) *Understanding Football Hooliganism. A Comparison of Six Western European Football Clubs*. Proefschrift Universiteit van Amsterdam (te verschijnen)

- Tesser, P. et al. (1995) *Rapportage Minderheden 1995. Concentratie en Segregatie*. Rijswijk: Sociaal Cultureel Planbureau (SCP)
- Troyna, B. & J. Williams (1986) *Racism, Education and the State*. Londen: Croom Helm
- Vanstiphout, W.A.J. (2005) *Maak een Stad. Rotterdam en de Architectuur van J.H. van den Broek*. Proefschrift Rijksuniversiteit Groningen
- Vries, H. de (1998) *O, Wies! 't Is hier zo mooi!* Amsterdam: Atlas.
- Zukin, S. (1991) *Landscapes of Power: from Detroit to Disney World*. Berkeley, CA: University of California Press
- Zukin, S. (1995) *The Cultures of Cities*. Cambridge MA and Oxford: Blackwell