

Trend Provinciesteden willen Randstedelingen

De inwoners zijn bijna op

Provinciesteden **vechten** om nieuwe inwoners. Allemaal willen ze een jong stel met kinderwens uit de **Randstad**. Goed nieuws voor marketeers, slecht nieuws voor de **gemeentekas**. 'We willen geen rollator city zijn.'

Remco Tomesen

Wethouder Ton Linssen uit Bergen op Zoom is nog een beetje opgewonden. De gemeenteraad heeft gezegd. Nu mag hij jaarlijks vier ton uitgeven om zijn stad op de kaart te zetten. Om nieuwe inwoners te werven. De marketingmen rollen in snel tempo van zijn tong. Hij wil Bergen op Zoom 'beter vermarkten', gericht werken naar doelgroepen toe en 'vooral jonge gezinnen aantrekken'. 'Want inwoners werven is hard nodig, vindt Linssen. Zijn stad heeft namelijk een probleem: er komen te weinig nieuwe jonge inwoners bij. Het West-Brabantse Bergen op Zoom gaat krimpen, vergrijzen. Niet als veel

andere Nederlandse gemeenten. En allemaal willen ze dezelfde inwoners, allemaal 'vechten' ze om een stelletje van rond de dertig met kinders. Wethouder Linssen (Lijst Linssen) denkt die stelletjes warm te kunnen maken voor Bergen op Zoom. Maar dan moet er wel iets aan het imago-probleem van zijn stad worden gedaan. Want dat is niet al te best. 'Ik zeg altijd, er is één Nederlandse stad die over de hele wereld goed bekendstaat. Dat is Gouda. Maar kom je in die stad, dan is het een grauwe grijze stad'. Nee, dan het bij rijwiel nemen op de wereld bekende Bergen op Zoom. Linssen: 'Wij zijn juist een stad die wel alles heeft'. Hij somt de voordelen van de stad op. De stad heeft volgens hem: groen (natuur), rood (cultuur) en blauw (water). De kleine 70.000 inwoners profiteren van een 'prachtige historische binnenstad' en een 'compacte stad'. Maar van al dat moois dreigen steeds

minder mensen te profiteren. Daarom is actie nodig. Om te overleven. Linssen: 'We doen het samen met projectontwikkelaars, banken, bedrijven, noem maar op'. Nieuwe inwoners wil de wethouder vooraf trekken uit de regio rondom Rotterdam; een stad die maar op 30 minuten rijden ligt. **Websites, geld en slogan** Maar Bergen op Zoom heeft concurrentie. Veel concurrentie. Zo rijden er in Rotterdam en Den Haag trams rond met de tekst 'Wonen, werken en leven in Emmen'. Een marketingactie om Randstedelingen naar een nieuwbouwwijk in de Drentse stad te trekken. Of anderszins de concurrentie wel uit de regio Zuid-Limburg, die Randstedelingen werft met een website en advertenties ('Alles wijst op Zuid-Limburg'), uit het Overijsselse plaatsje Hardenberg ('Gun jezelf de Ruimte'), uit het Zeeuwse Hulst ('Uw nieuwe toekomst'), het Groningse Delfzijl ('Echte sterren komen uit Delfzijl') of uit Het Gooi. Allemaal trekken ze aan de jonge Randstedeling. Allemaal gooien ze er een website, flinke bak geld en slogan tegenaan.

Het blijft niet alleen bij marketing. Gemeenten proberen ook met concrete acties inwoners te trekken. Dit weekend pakken bijvoorbeeld 70 Nederlanders hun tassen om op uitnodiging van de gemeente Emmen daar een weekendje te gaan proefwonen. Emmenaren die hun woning te koop hebben staan, stellen hun huis een paar dagen ter beschikking, zegt Elk Lammer van bureau EenEnEen, dat in opdracht van de gemeente Emmen de actie organiseert. De meeste 'proefwonders' komen volgens haar uit het

Westen en zuiden van Nederland. Bergen op Zoom pakt het proefwonen nog wat serieuzer aan. Wie twijfelt of hij vanuit de Randstad met z'n gezin naar de Brabantse stad wil verhuizen, mag maar liefst een jaar lang proefwonen. In plaats van direct een huis te kopen, mag je een huis huren. Bevalt het, dan koop je het huis en worden de huurkosten in het koopbedrag verrekend. Kruidgeheimwee, dan kun je terug naar eigen stad, want mensen hebben tijdens het proefwonen hun huis in eigen stad aan. Achtien gezinnen zijn al aan het proefwonen, zegt wethouder Lins-

sen. Maar dat moeten ervolgensen hem veel worden.

Heimat

Gemeenten doen zo hun best voor nieuwe inwoners, omdat ze aan het krimpen zijn. Of omdat ze verwachten dat het gaat gebeuren, zegt Gert-Jan Hospers, bijzonder hoogleraar regiomarketing en schrijver van het deze maand uitgekomen boek *Citymarketing in perspectief*.

Krimp is iets waar heel Europa mee te maken heeft of krijgt. Vooral landen als Spanje, Duitsland en Italië merken het al: de bevolking neemt af. En de samenstelling verandert: ze moeten het doen met minder kinderen en jongeren (ontgroening) en krijgen er juist meer ouderen bij (vergrijzing).

Ook Nederland ziet die krimp op zich af komen. Niet in grote steden als Amsterdam of Rotterdam, die verwachten juist groei. Nee, het zijn de gemeenten aan de rand van ons land die gaan krimpen. Of al aan het krimpen. In delen van Limburg, Zeeland en Groningen daalt de bevolking, zegt Hospers. Jongeren trekken er weg, en oudere bewoners gaan in het goedkopere Duitsland of België wonen. Vanaf 2025 gaan ook Overijssel en Noord-Brabant de krimp voelen.

Krimp is niet fijn. Gemeenten vrezden dat er straks te weinig personeel is om len te geven of scholen, of om ouderen te verzorgen. Projectontwikkelaars en makelaars zijn bang dat de koopbedrag verrekend. Kruidgeheimwee, dan kun je terug naar eigen stad, want mensen hebben tijdens het proefwonen hun huis in eigen stad aan. Achtien gezinnen zijn al aan het proefwonen, zegt wethouder Lins-

sen. Maar dat moeten ervolgensen hem veel worden.

Emmen wil Randstedelingen naar een Drentse nieuwbouwwijk lokken en biedt zelfs een weekendje proefwonen



Emmen wil Randstedelingen naar een Drentse nieuwbouwwijk lokken en biedt zelfs een weekendje proefwonen

sen. Maar dat moeten ervolgensen hem veel worden.

grijs, is te begrijpen. Maar de acties van de krimpende gemeenten om Randstedelingen te werven, zijn vrij kansloos. Althans, dat vindt hoogleraar Hospers. 'Mensen verhuizen niet zomaar'. De cijfers geven hem gelijk. Per jaar verhuist 10 procent van de Nederlanders. Maar in veruit de meeste gevallen hoeft de verbuissauto maar een klein ritje te maken. Tweederde van de verhuizers steekt de gemeentegrenzen niet over. En de verhuizers die wel hun stad of dorp verlaten, zoeken hun nieuwe stekje zelden verder dan 100 km van hun huidige woonplaats. Slechts een kleine 5 procent van de jaarlijkse verhuizers doet dat.

Het groepje verhuizers dat een nieuw leven 'ver' van huis zoekt, bestaat vooral uit jonge mensen: scholieren die gaan studeren of afgestudeerden die hun universiteitsstad in de provincie veruilen voor een stad met banen in de Randstad. 'En de rest blijft lekker in de buurt', zegt Hospers. 'Mensen hebben een emotionele band met hun woonplaats, zijn gehecht aan vrienden en familie. Ze hebben een heimatgevoel'. Wil je als gemeente niet krimpen, dan kun je het best voor zorgen dat je bestaande inwoners blijven. Hospers: 'Je moet als gemeente voorkomen dat ze verhuizen, je moet ze koesteren.'

De hoogleraar gelooft daarom niet dat je Randstedelingen met 'een beetje marketing' naar Zeewu-Vlaanderen of Emmen trekt. 'Het zou alleen werken als een stad als Emmen inzet op mensen die al iets hebben met de stad. Bijvoorbeeld iemand die voor een ministerie in Den Haag werkt, en oorspronkelijk uit Emmen komt'. Punt is alleen, zegt Hospers,



dat er eigenlijk geen marketing nodig is om oud-inwoners terug te winnen. 'Daar heb je familie en kennissen voor'.

Terugkeer

Zuid-Limburg is een regio die zich in z'n marketing specifiek richt op re-tourimmigranten. 'Als je 21 bent, is het heel spannend om in Amsterdam te wonen. Maar als je 30 wordt, heb je plots een betaalbaar huis nodig. Dat is de leeftijd om een gezinnetje te vormen. Dat is het moment om terug te gaan naar Zuid-Limburg', zegt Wim Orjens, directeur van de stichting Regio Branding Zuid-Limburg, een samenwerking van 19 Zuid-Limburgse gemeenten, de provincie en bedrijven, die sinds een paar maanden echt campagne aan betweten is. Hospers: 'Bij ons heb je voor 275.000 euro een mooie jaarendertigwoning van 140 vierkante meter en een tuin.

In Amsterdam betaal je daar veel en veel meer voor'.

Zuid-Limburg gooit er flink wat geld tegenaan. De gemeenten doen samen zes ton in de pot, de provincie een zelfde bedrag en het bedrijfsleven draagt acht ton bij. Deze maand staan er advertenties in kranten en tijdschriften (Boodschap ga weg uit die drukke Randstad, kom naar Zuid-Limburg toe). Maar de regio voert vooral campagne op internet. Medewerkers struinen internetfora af, op zoek naar discussies over kinderopvang en dure woningen. Komen ze een discussie tegen over hoe moeilijk het is om een school te vinden in de Randstad, dan slaan ze hun slag. Orjens: 'Dan komt onze Elsemieke zeggen dat wij in Limburg heel goede scholen hebben. Zonder wachtlijst. En dat we daarnaast leuke vacatures en huizen hebben'. Het mengen in zulke internetdebatten gebeurt volgens hem 'heel intensief', maar 'altijd transparant'. 'We zeggen wie we zijn'.

In de buurt

Leeuwarden is een van de weinige steden die nieuwe inwoners niet in de

Randstad zoekt. De stad wil forensen uit plaatsen in de buurt overhalen om naar de Friese hoofdstad te verhuizen. De marketeers uit Leeuwarden noemen zo iemand een KEF, de Komend Ex Forens. Mensen die elke dag van hun woonplaats Hurdegaryp of Stiens naar hun werk in Leeuwarden reizen, krijgen op kantoor of in de reisinstantie een flyer onder hun neus gedrukt waarin staat dat het 'fijn toeven' is in Leeuwarden. Ze maken ook kans op een prijs: een gratis hotelovernachting in Leeuwarden. 'We willen werknemers de stad ook van een andere kant laten zien. We hebben hier schouwburg, je kunt goed uitgaan in Leeuwarden. En de stad is kindvriendelijk, groen. Er is veel ruimte en water', zegt Haik Visser, medewerker van het projectbureau Expeditie Leeuwarden, een samenwerking van gemeente, ondernemers en VVV.

In tegenstelling tot andere gemeenten is Leeuwarden niet bezig met krimp. Visser: 'Daar hebben we geen last van'. Nee, de stad wil juist groeien. 'We hebben 94.000 inwoners. Maar om bij de grote steden te

horen, moeten we naar 100.000 toe. Daarboven tel je mee, gaan er extra geldstromen naar je toe'. Dat Leeuwarden niet grootschalig gaat werven in de Randstad, komt door geld. Visser: 'Als je marketing in de Randstad wilt doen, moet je daar een enorm budget tegenaan gooien. Dat geld hebben we niet'. Visser denkt niet dat gemeenten als Tysjerksteradiel of Leeuwarderadiel bang zijn dat ze hun inwoners aan Leeuwarden kwijtjaken. 'Het is beledigd van de provincie dat met name Leeuwarden moet groeien'. Het vermoeden van Visser klopt: in Tysjerksteradiel maken ze zich inderdaad bang om al te druk. 'Leeuwarden wil naar 100.000 inwoners, wij niet. Wij hebben niet het streven om heel groot te zijn. Wij zijn landelijk, zij stedelijk', reageert de gemeente.

Hoogleraar Hospers vindt concurrentie tussen steden echter wel een probleem. 'Steden gaan inwoners bij elkaar wegkopen. Daar heeft niemand wat aan. Ze moeten juist samenwerken om krimp op te vangen'. Blijf je zitten met overambitieuzere wethouders, die worden afgerekend op wat ze voor hun stad doen, niet voor de regio. Hospers noemt dat kerkteropolitiek. 'Ieder kijkt naar zijn eigen stad'. Maar ja, elke stad is dan ook net wat unieker dan elke anderstad. Zoals Bergen op Zoom, een eeuwenoud prachstad op een unieke logistiek knooppunt op de steeds belangrijker wordende als Antwerpen-Rotterdam. Althans, in de beleving van wethouder Ton Linssen. Zijn marketingmachine zet hij daarom niet zomaar stil. 'We moeten aan promotie doen. Doen we het niet, dan wordt je rollator city. En dat wil je niet'. ■

KIJK, DAT IS 'T MOOIE VAN LEEUWARDEN

