



Placemaking en Placebranding

Mirjam Rasmussens



Placemaking

**A GREAT
PLACE TO BE...**





Place
To be

Schaalniveaus



Paley Park

- ❖ Lage, verplaatsbare stoelen
- ❖ Groen
- ❖ Menselijke schaal



*Place
To be*



Plein Helsinki

- ❖ Stijlvol
- ❖ Modern
- ❖ Troosteloos
- ❖ Onveilig
- ❖ Te grote legen 'plekken'

Park in Uusikaupunki

- ❖ Activiteiten
- ❖ Lichtjes
- ❖ Meer zitplekken

Park before



Place
To be





What attracts people most it would appear,
is other people. - William H. Whyte





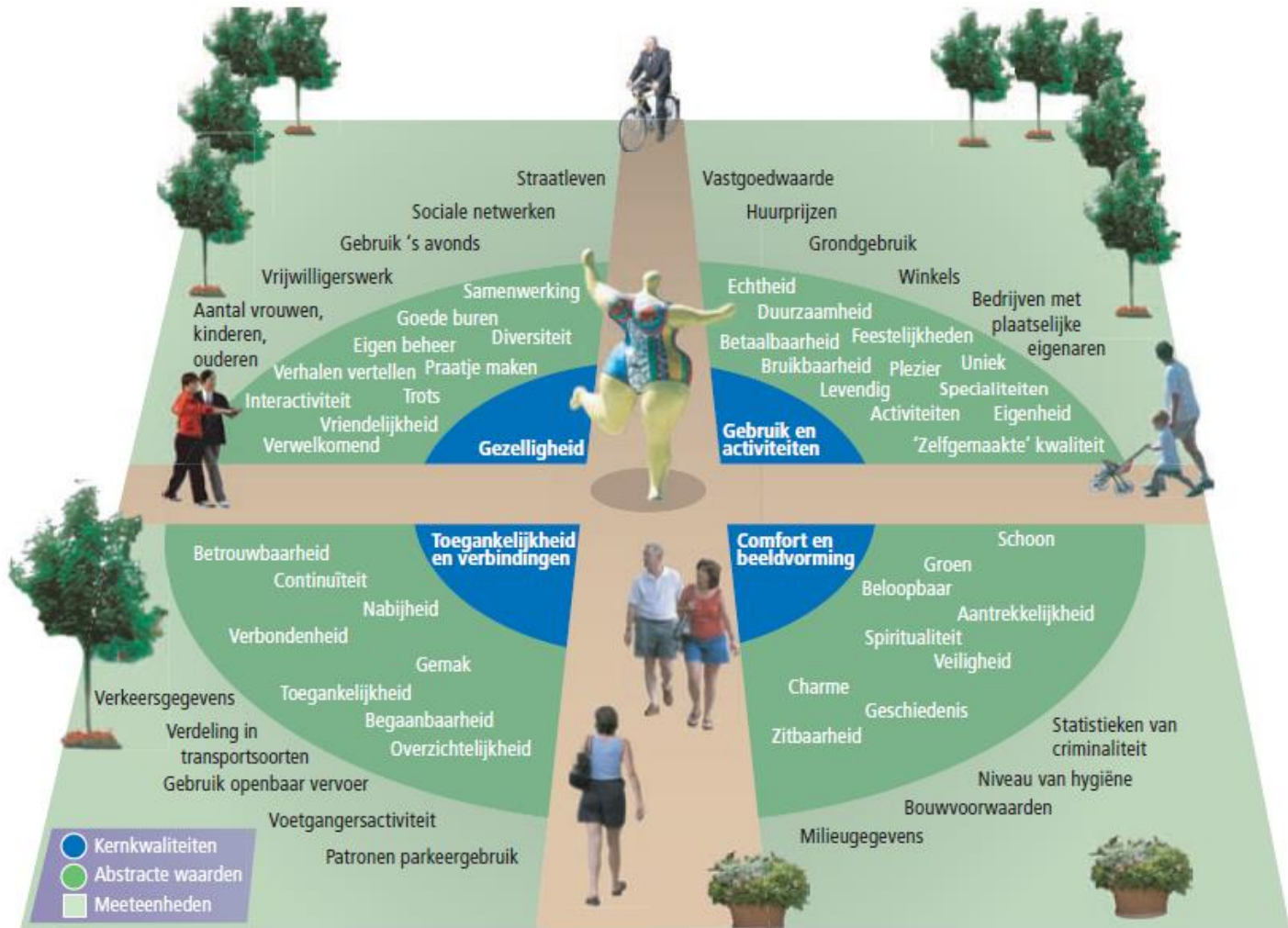
Kopenhagen, openbare ruimte in plaats van autoverkeer
(foto: SOAB)

“Ontwerp je voor auto’s, dan krijg je auto’s. Ontwerp je voor mensen, dan komen de mensen.” - Jan Gehl

A great place to be

- ❖ Gezelligheid
- ❖ Gebruik en activiteiten
- ❖ Toegankelijkheid en verbinding
- ❖ Comfort en beeldvorming





Hof van Cartesius

Toegankelijkheid en verbindingen

- ❖ Goed bereikbaar met het ov

Comfort en beeldvorming

- ❖ 90% is circulair materiaal

Gebruik en activiteiten

- ❖ Publieke binnentuin, flexwerken

Gezelligheid

- ❖ Evenementen, gebruik 's avonds, vrijwilligerswerk



Uitgangspunten placemaking openbare ruimte

- ❖ Gebruikers zijn expert
- ❖ Werk samen
- ❖ Inventariseer je stakeholders
- ❖ Heb aandacht voor het beheer



**MERWEDE
PLUKTUIN**

PLUK EEN BLOEM, PLUK DE DAG, SPEEL HIER,
RUST HIER UIT EN LAAT WAT STAAN VOOR EEN ANDER.



The power of 10

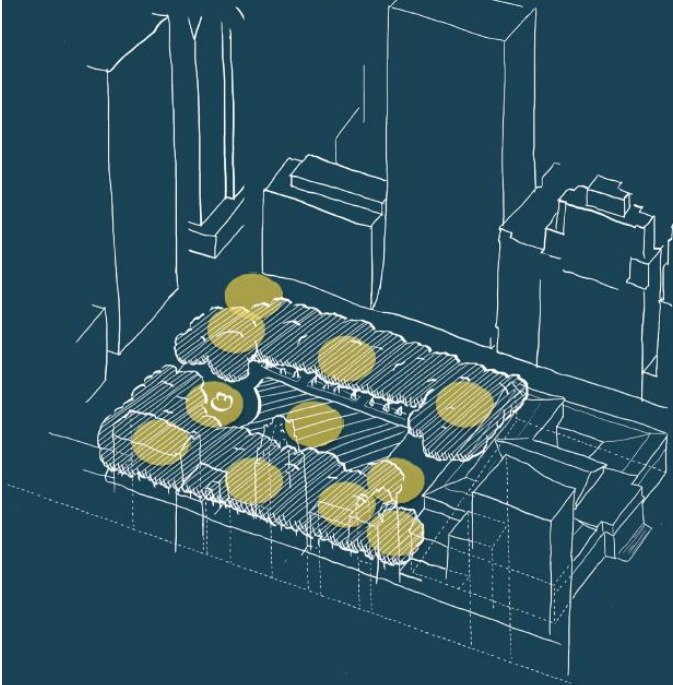
CITY/REGION



10+ MAJOR DESTINATIONS



DESTINATION



10+ PLACES TO GO

PLACE



10+ THINGS TO DO
LAYERED TO CREATE SYNERGY

ONTDEK REGIO UTRECHT



WAT MAG JE NIET MISSEN TIJDENS JE BEZOEK AAN UTRECHT



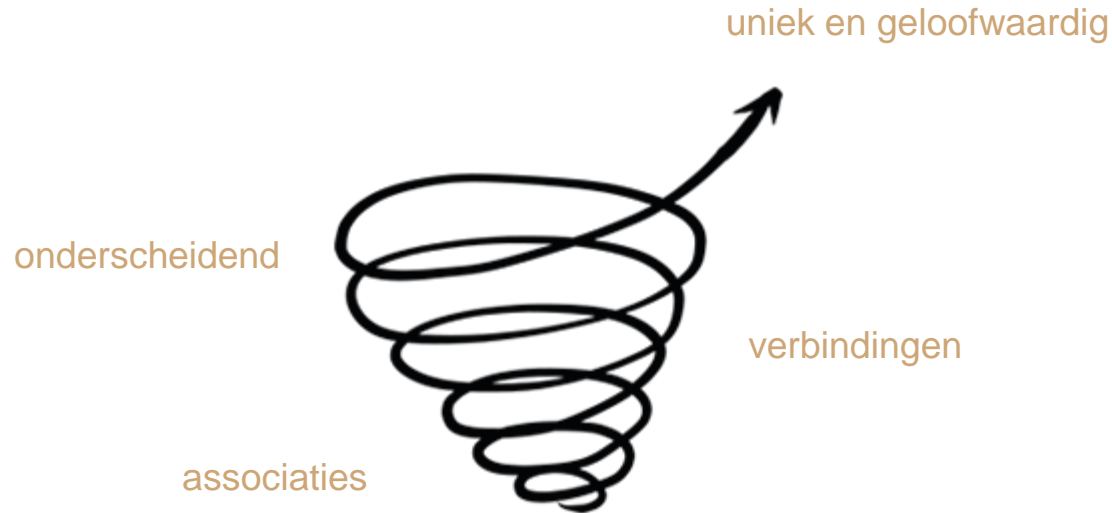


TIVOLIVREDENBURG

In het centrum van Utrecht staat TivoliVredenburg: een uniek uitgaanscomplex dat gebouwd is voor alle soorten muziek en uitgaan. Het grote, moderne muziekpaleis heeft vijf zalen met perfecte akoestiek voor symfonische muziek, popmuziek, jazz, kamermuziek en dance. Niet eerder is in Europa een nieuw gebouw neergezet waar alle muzikliefhebbers elkaar van 's ochtends vroeg tot diep in de nacht kunnen ontmoeten. Het programma varieert van kinderconcerten tot matineeën en van heavy metal tot techno-dansavonden.



Waarom een merk voor een gebied?



Placemarketing vs. placebranding

Placemarketing: vanuit de vraag van de stad



Placebranding: vanuit de identiteit van de stad



Placebranding



Placemaking begint
bij de identiteit van
een plek

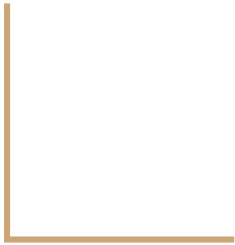


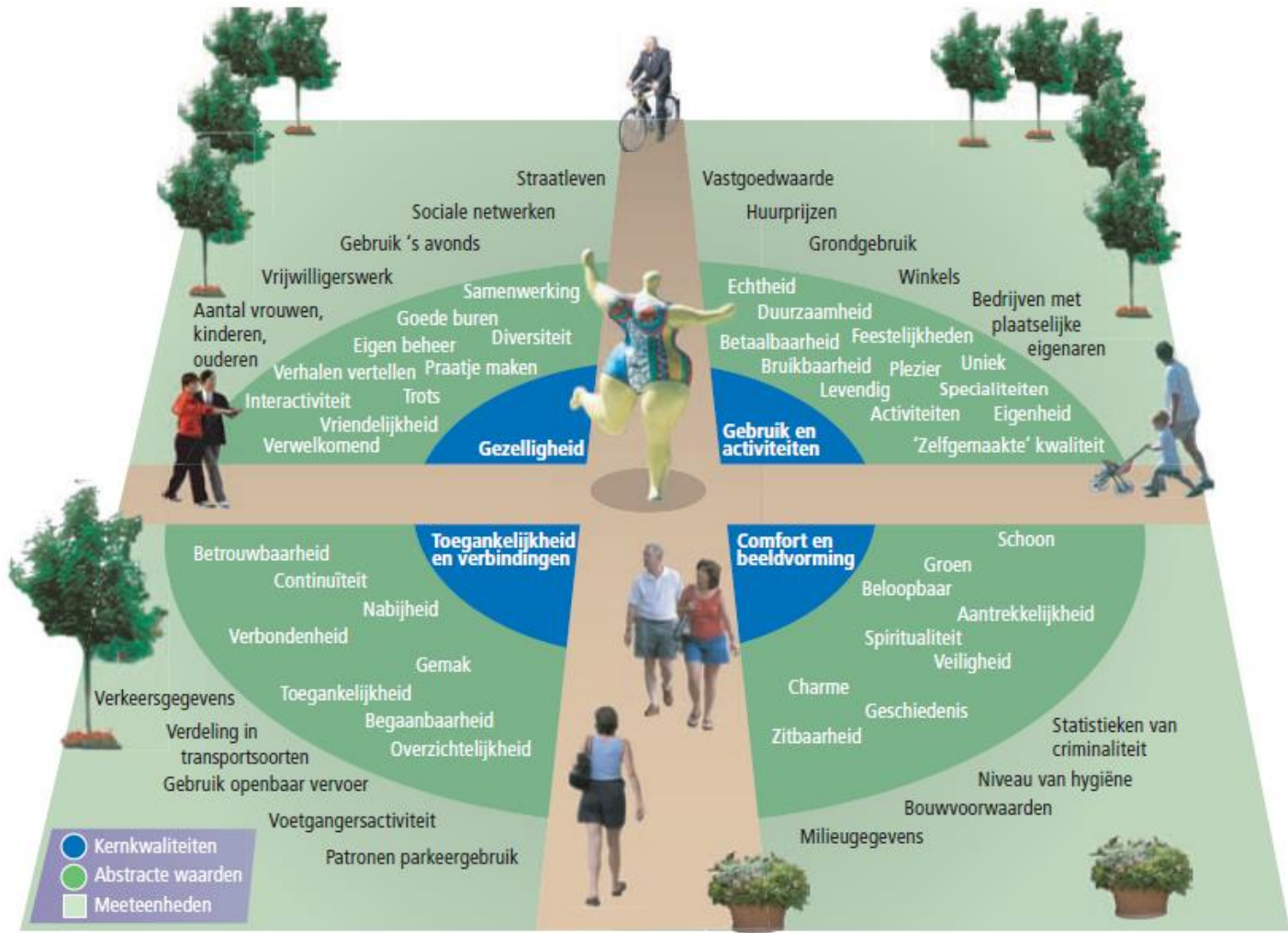
Het **ophalen**, **vertalen** en **uitdragen** van de
identiteit van een plek



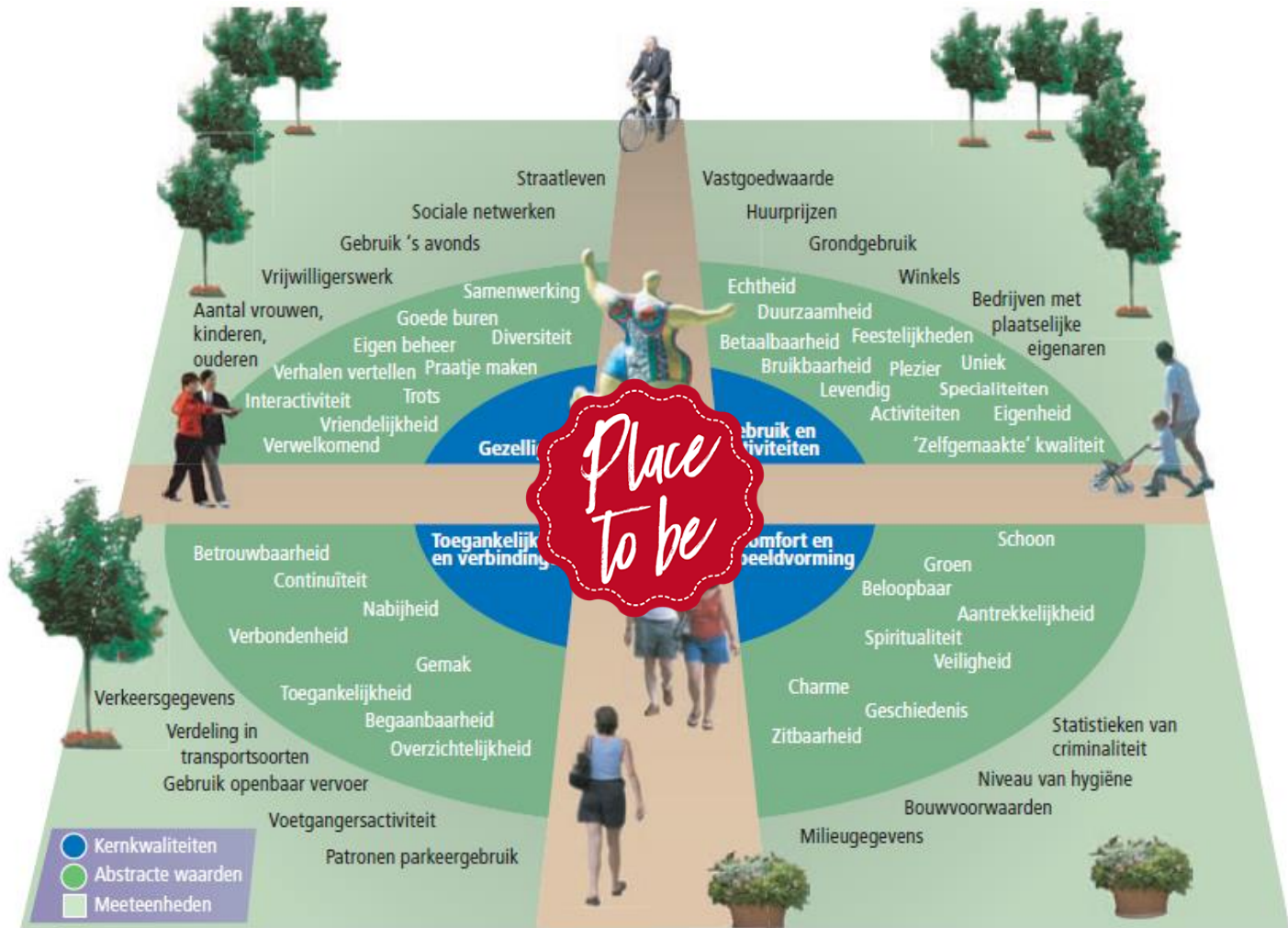


raypixel





- Kernkwaliteiten
- Abstracte waarden
- Meeteenheden





Watermark in Millvale



Tøyen Torg

TUNISISK



MEKSIKANSK



MAROKKANSK



INDISK



PAKISTANSK



SYRISK



NORSK



TYRKISK





Het merk moet als basis dienen van het
(ruimtelijk) beleid





**NETWERK
PLACEMAKING
UTRECHT**

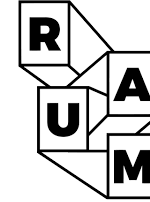
Partners netwerk



Pip & Partners



FOR THE LOVE OF PLACE





Place
To be





Bedankt!

Vragen?

