

PLACEMAKING

DE BASIS

Deze hand-out is een samenvatting van een literatuurstudie naar placemaking door onderzoekers van de Erasmus Universiteit en de Haagse Hogeschool.

Voor de literatuurstudie genaamd *Placemaking ontrafeld. Een literatuurstudie naar de vele dimensies van placemaking*, scan de qr-code.



De eerste denkers

De oorsprong van placemaking ligt in de Verenigde Staten. Pioniers als Jane Jacobs (schrijver en activiste) en William H. Whyte (stedenbouwkundige, socioloog en journalist) onderstreepten in de jaren zestig van de vorige eeuw het belang van levendige buurten. Het was een reactie op de herstructurering in grote Amerikaanse steden, met als gevolg doodse stadscentra en enorme, weinig levendige suburbs. Met hun pleidooi voor steden met een menselijke maat en levendige, diverse buurten waren Jacobs en White de grondleggers van de placemaking beweging. Hun gedachtengoed vond zijn weg in de *New Urbanism*-stroming, met navolgers die de nadruk legden op sociale cohesie in straten, buurten en wijken.

Een definitie van placemaking

Wat is placemaking? De laatste decennia hebben heel wat auteurs zich over deze vraag gebogen. Een belangrijke overeenkomst in hun definities is dat placemaking draait om het veranderen van een plek op zo'n manier dat hij plezieriger en interessanter wordt voor mensen, en dat ze zich er ook meer thuis gaan voelen.

Een kernachtige definitie is: **placemaking is het proces waarbij ruimte (space) wordt getransformeerd in een betekenisvolle plek (place).**

Drie kernbegrippen komen steeds weer terug bij placemaking:

Transformatie	placemaking heeft als doel om ruimte te veranderen.
Thuisgevoel	door placemaking krijgen mensen een sterkere band met de plek en met elkaar. Dit wordt ook wel 'gevoel van plek' genoemd.
Betrokkenheid	gebruikers van de plek zijn betrokken bij de verandering, en alleen al daardoor kunnen ze een sterkere band met hun omgeving krijgen.

De Amerikaanse wetenschapper Mark Wyckoff onderscheidt vier verschillende vormen van placemaking, elk met hun eigen kenmerken. De onderstaande indeling is niet zo strak als het lijkt. In de praktijk lopen de vier varianten soms door elkaar heen.

Fijne plekken creëren: standaard placemaking

De eerste, universele vorm is **standaard placemaking**: het creëren van prettige plekken die interessant en aantrekkelijk zijn, mensvriendelijk, veilig en toegankelijk. Dat kan door allerlei verschillende ingrepen (renovatie van woningen, verbetering van straten, gevels en parken) en door allerlei partijen (overheid, non-profitorganisaties, bedrijven).

De economische variant: strategische placemaking

Strategische placemaking heeft niet alleen een ruimtelijke en een sociale kant, maar ook een economische. Strategische placemaking zien we vaak in of rond het stadscentrum en wil de economie stimuleren, mede door kenniswerkers aan te trekken. Immers, kenniswerkers zijn gewilde werknemers, en concentraties van kenniswerkers zorgen voor meer banen en groei van inkomens. Strategische placemaking vindt vaak plaats in of rond het stadscentrum en projecten duren vaak meerdere jaren (5 tot 15 jaar).

De kunstzinnige variant: creatieve placemaking

Bij **creatieve placemaking** speelt kunst een belangrijke rol. Kunst en cultuur brengen vertier en inspiratie, en helpen zo mee de plek en de gemeenschap een gezicht te geven. De variatie is groot: van kunst op straat en op gevels tot openluchtbioscopen en -concerten.

De bottom up-variant: tactische placemaking

Bij **tactische placemaking** staat verbeteren van de leefomgeving voorop. Het is een snelle en goedkope manier van placemaking en een proeftuin voor experimenten en nieuwe ideeën. Zijn de resultaten goed, dan kan tactische placemaking een aanjager zijn van blijvende verandering. Tactische placemaking is soms gepland, maar het gebeurt ook spontaan. Tactische placemaking staat daarom ook wel bekend als 'guerilla-', 'pop-up-' of 'do it yourself-urbanisme'.

Placemaking en het 'thuisgevoel'

Placemaking verandert de openbare ruimte in een betekenisvolle plek waar je een band mee voelt. Het geeft je een gevoel van thuis. Zo'n thuisgevoel draait niet alleen om de plek, maar ook om mensen. Het is een wisselwerking die je vaak ziet bij placemaking: mensen maken de plek en omgekeerd maakt de plek ook de mensen. Mensen willen zich graag verbonden voelen met een plek, hún plek, en placemaking kan daarvoor zorgen.

Het geheime ingrediënt: betrokkenheid

Placemaking kan niet zonder betrokken mensen. Betrokkenheid lijkt een sleutelwoord voor geslaagde placemaking, en het bestaat in allerlei soorten en maten. Het kan zijn dat bewoners en gebruikers van een plek zelf het initiatief nemen, maar soms ook ligt het initiatief bij een overheid of partij die een plek wil aanpakken om een bepaald doel te bereiken. Daar tussenin zijn allerlei vormen mogelijk, want placemaking is lang niet altijd een helder proces met een duidelijk start- en eindpunt. Maar voor elke vorm van geslaagde placemaking is het nodig om oog te hebben voor de wensen en visie van bewoners en gebruikers van een plek, want anders is de betrokkenheid ver te zoeken.

Placemaking in Europa

Het academische denken over placemaking vindt zijn oorsprong in de Verenigde Staten. De laatste twee decennia krijgt placemaking ook steeds meer voet aan de grond in Europa. Van belang is het besef dat het speelveld voor placemaking in Nederland anders is dan in de VS. Daar speelt de markt een dominante rol, hier is de rol van de (lokale) overheid groter. Dat vertaalt zich in ruimtelijk beleid, stedenbouw en de verhouding tussen overheid en burger. Amerikaanse inzichten zijn dus niet zonder meer bruikbaar in de Nederlandse situatie.