



# Haagse placemaking: Tools en Tips



Zuiderwijk  
Stadssociologie



**DE HAAGSE**  
HOGESCHOOL





# Haagse Placemaking: Tools en Tips

In deze toolbox vind je tools, adviezen en achtergronden die je als geïnteresseerde stadmaker op weg helpen om placemaking vorm te geven in Den Haag. Wat is placemaking wel en wat is het niet? Met welke partners kun je placemaking vormgeven? En hoe kun je placemaking inclusief vormgeven? Daarover vind je in deze toolbox meer. Hierbij een korte toelichting op de diverse onderdelen:

- **Definities en meer** – hier vind je de kernbegrippen van placemaking kort toegelicht. Ook duiden we wat onder placemaking wordt verstaan (en wat niet).
- **Haagse placemaking** – lees hier de belangrijkste inzichten over placemaking in Den Haag, zoals goede voorbeelden en samenwerkingsverbanden.
- **Inclusie** – hier vind je inzichten en tips voor bredere betrokkenheid.
- **Meer leren** – we delen een eerste overzicht van andere toolboxes van over de grens.
- **Gespreksstarters** – met deze twee tools kun je zelf aan de slag om de kern van je initiatief samen te duiden en te reflecteren op jullie samenwerking met anderen.
- **Over** – alles over dit onderzoek en de diverse producten.

Deze toolbox is gebaseerd op een onderzoekstraject in 2022 naar de huidige Haagse placemaking praktijk. Onderzoekers van De Haagse Hogeschool, Erasmus Universiteit Rotterdam en Zuiderwijk Stadssociologie werkten hierin samen. Meer over het onderzoek en de producten die we verder nog opleverden, vind je op de pagina 'Over' of via [www.haagsestadmakers.nl](http://www.haagsestadmakers.nl)





# Placemaking ontrafeld:

## Kernbegrippen

Placemaking, je hoort het steeds vaker voorbij komen. Maar wat houdt het eigenlijk in? Inmiddels lijkt het een containerbegrip geworden dat wordt toegepast in velerlei contexten en situaties. In de talrijke definities van placemaking komen echter drie kernbegrippen telkens weer naar voren. Deze hebben wij dan ook aangehouden om tot een kernachtige definitie te komen.

- **Transformatie:** placemaking heeft als doel om de (openbare) ruimte te veranderen. Denk aan de transformatie van plein tot park, maar ook muurschilderingen of tijdelijke, experimentele interventies in de openbare ruimte kunnen hiertoe behoren.
- **Thuisgevoel:** door placemaking krijgen mensen een sterkere band met de plek en met elkaar. In bredere zin gaat het om het creëren van een 'gevoel van plek' (de veelgebruikte term uit de literatuur is dan ook *sense of place*). Dit is bijvoorbeeld vaak niet het geval op een lege parkeerplaats, maar kan wel ontstaan als daar door bewoners gezamenlijk een bankje op straat wordt geplaatst waar buurtbewoners kunnen samenkomen.

- **Betrokkenheid:** plekken worden gemaakt rondom mensen, niet andersom. Gebruikers van de plek zijn dan ook betrokken bij de verandering, en alleen al daardoor kunnen ze een sterkere band met hun omgeving en een gevoel van plek krijgen.

“ PLACEMAKING IS HET PROCES WAARBIJ RUIMTE (SPACE) WORDT GETRANSFORMEERD IN EEN BETEKENISVOLLE PLEK (PLACE). ”

Wil je meer weten over de achtergronden en definitie van placemaking? Bekijk dan de [literatuurstudie](#).





# Placemaking ontrafeld:

## Kernbegrippen

### Wanneer geen placemaking?

Als één van de drie kernelementen niet aanwezig is, dan is de kans groot dat we niet kunnen spreken van placemaking. Als een projectontwikkelaar bijvoorbeeld (bepaalde) bewoners niet betreft bij het transformeren van een gebied, is de mogelijkheid aanwezig dat er een mooie ruimte ontstaat, maar bewoners geen binding voelen met de plek en een thuisgevoel dus ook uitblijft.

### Placemaking altijd in de openbare ruimte?

Verder heeft placemaking voornamelijk betrekking op de openbare ruimte, maar dit is geen gegeven. Een pand in een wijk kan ook een dermate positieve invloed hebben op de omgeving en het bij elkaar brengen van mensen en de plek, dat we in sommige van deze gevallen ook kunnen spreken van placemaking. Dit blijft echter een grijs gebied.







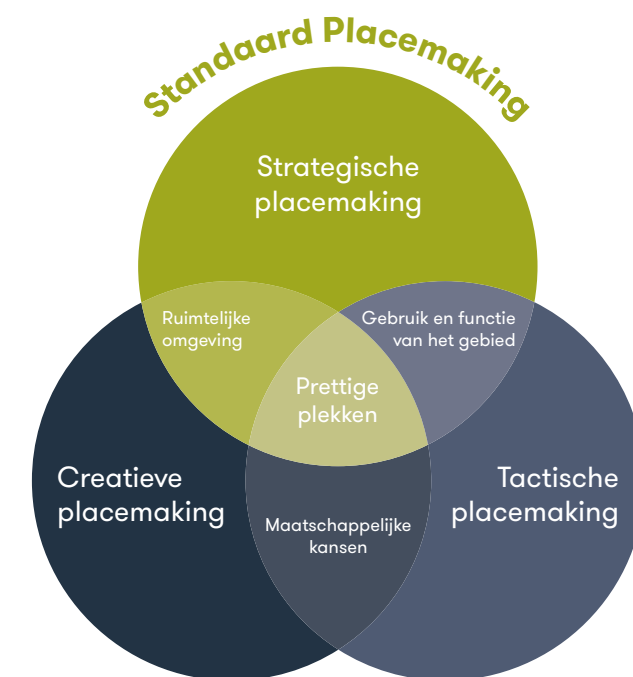
# Placemaking ontrafeld:

## Typen placemaking

Daarnaast kunnen er vier typen placemaking worden onderscheiden, op basis van de typologie van Wyckoff (2014).

- **Standaard placemaking:** verzamelnaam voor grote en kleine placemaking-activiteiten die draaien om het creëren van een prettige openbare ruimte waarbij omwonenden ofwel initiatiefnemers zijn of betrokken of geactiveerd worden om deel te nemen. Van klein tot groot maar met een langere termijn in gedachten.
- **Strategische placemaking:** placemaking met een economische impuls als doel, op gerichte locaties meestal in het centrum of in drukbevolkte gebieden.
- **Creatieve placemaking:** initiatieven waarbij kunst in de openbare ruimte centraal staat. Vaak betreft het kunstvormen ingezet als placemaking methode, soms ook placemaking initiatieven rond een kunstcentrum zelf.
- **Tactische placemaking:** Doelbewuste interventie of activiteit, vaak tijdelijk, relatief klein en goedkoop met als doel om de leefomgeving te verbeteren en te experimenteren met wat werkt.

Studenten van De Haagse Hogeschool brachten in Den Haag voorbeelden van de vier typen placemaking in beeld en interviewden de initiatiefnemers. [Bekijk de video hier.](#)







# Haagse placemaking: Praktijk

In 2022 is een eerste empirische studie gedaan naar Haagse placemaking. [Het volledige rapport vind je hier](#). Een verzameling van 38 Haagse placemaking initiatieven is geanalyseerd en geduid aan de hand van een internationale literatuurstudie naar placemaking waarin de belangrijkste kenmerken van placemaking zijn geïdentificeerd als transformatie (verandering van de openbare ruimte), thuisgevoel en betrokkenheid.

## **Transformatie: diverse vormen van placemaking in beeld**

Aan de hand van de placemakingtypologie van Wyckoff (2014) zijn de 38 initiatieven bestudeerd. Alle vier de vormen van placemaking uit deze typologie (strategische, tactische, creatieve en standaard placemaking) zijn in Den Haag geconstateerd. De werkelijkheid is natuurlijk complexer dan deze indeling doet vermoeden. Projecten kunnen niet altijd worden onderverdeeld bij een type, er is sprake van overlap tussen verschillende vormen. De Binckhorst bijvoorbeeld is het decor van zowel strategische als tactische en creatieve placemaking, waarbij tactische placemaking ook kan verworden tot standaard placemaking als ze langdurig van aard wordt. Dat gezegd hebbende, delen we graag voorbeelden van Haagse placemaking initiatieven aan de hand van de typologie.

## **Thuisgevoel: belang van gemeenschap en eigenaarschap**

Een belangrijk resultaat van placemaking is dat bewoners en gebruikers van de stad een 'gevoel van plek' of thuisgevoel krijgen bij een bepaalde plaats. Uit de analyse van Haagse initiatieven blijkt dat een belangrijk element van dat thuisgevoel schuilt in het versterken van de gemeenschap. Als mensen samenwerken bij placemaking, snijdt het mes aan twee kanten: mensen krijgen meer binding met de plek én met elkaar. Net zo belangrijk voor dat thuisgevoel is eigenaarschap. Als bewoners zich betrokken voelen en kunnen meebeslissen over placemaking, voelen ze zich meer verbonden met de plek waar het om gaat.








# Haagse placemaking: Praktijk

## Typen placemaking in kaart gebracht.

De 38 bestudeerde initiatieven hebben allemaal hun eigen karakter. Bekeken vanuit de lens van de vier typen placemaking van Wyckoff, vallen de volgende punten op in Den Haag.

Standaard placemaking	Strategische placemaking	Creatieve placemaking	Tactische placemaking
			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Focus ligt op creëren van meer groen en ontmoetingsplekken.</li> <li>▶ Het initiatief ligt meestal bij bewoners, maar ook woningcorporaties hebben doorgaans een belangrijke rol.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Heeft een economisch doel en speelt zich af rond grote, leegstaande panden en gebieden die hoog op de beleidsagenda van de gemeente staan.</li> <li>▶ Vaak heeft de gemeente dan ook een voortrekkersrol.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Allerlei creatieve uitingen in openbare ruimte, vaak via schilderijen.</li> <li>▶ Met name maatschappelijke organisaties en sociaal ondernemers zijn trekkers.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Draait vaak om vergroening van plekken in de wijk.</li> <li>▶ Korte doorlooptijd, vaak experimenteel van aard.</li> <li>▶ Vanuit bewoners of maatschappelijke organisaties. De gemeente speelt met name een faciliterende rol.</li> </ul>
<p><i>Voorbeelden:</i> opknappen van binnentuinen in Zuidwest, Groene Matties (foto) en de transformatie van het Cromvlietplein tot wijkpark</p>	<p><i>Voorbeelden:</i> Binck36 en Pand Zuidwest in Den Haag, tijdelijke invulling voormalig SoZa gebouw (foto) en Leegwaterplein</p>	<p><i>Voorbeelden:</i> Street Art Route in Binkhorst (foto), Kijklab ZuidWest, broedplaatsen</p>	<p><i>Voorbeelden:</i> CarWeide, WijWeibank (foto)</p>





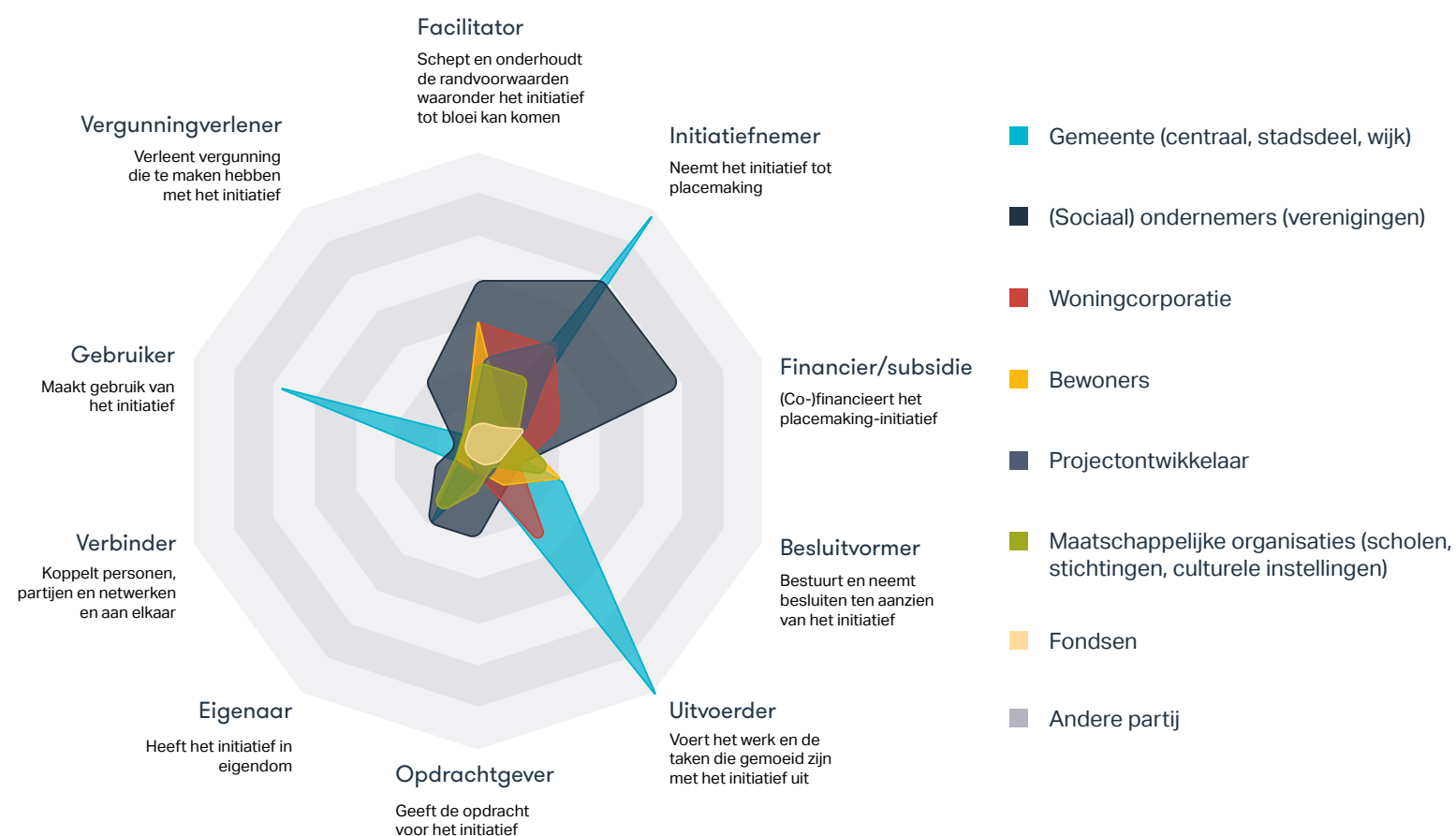
# Haagse placemaking: Samenwerking in beeld

Wie werkt er aan placemaking initiatieven in de stad? En wie kun je waarvoor aan z'n jasje trekken? Een kort overzicht van de belangrijkste samenwerkingsinzichten op basis van een actorenanalyse van 15 initiatieven krijg je op de volgende pagina's. Wil je meer weten en leren over samenwerking in placemaking en hoe dit proces inclusiever kan? Lees dan verder in onze **brochure "Samen werken aan inclusieve placemaking"**.

## Divers palet

Er is een divers palet aan partijen betrokken bij placemaking in Den Haag: van bewoners tot aan waterschappen en bedrijven. De geïnterviewde initiatieven geven aan dat bewoners en de gemeente het vaakst zijn betrokken. Daarnaast zijn ondernemers en woningcorporaties vaak aangehaakt. Minder vaak worden maatschappelijke instellingen, projectontwikkelaars en fondsen genoemd.

## Spiderchart samenwerking in placemaking







## Haagse placemaking: Samenwerking in beeld



### **'In-kind' bijdragen**

Verschillende geïnterviewde initiatieven geven aan dat zij 'in-kind' bijdragen krijgen van betrokken partijen. Zo biedt een woningcorporatie bergruimte in bruikleen aan een initiatief aan en sponsoren ondernemers een ander initiatief met spullen.

### **De gemeente krijgt wisselende reviews**

De gemeente wordt vanuit initiatiefnemers gezien als belangrijke partner, bijvoorbeeld als financierder, maar vervult nog niet zo vaak de rol van verbinder. Tegelijk blijkt uit de enquête onder gemeenteprofessionals wel dat zij hierin een voorname rol weggelegd zien voor de organisatie.

De ervaringen met de gemeente vanuit initiatiefnemers is wisselend: sommigen hebben heel goed contact, anderen lopen aan tegen verkokering en bureaucratie.





# Tips voor inclusieve placemaking

Een belangrijk kritiekpunt op de placemakingbeweging is dat placemaking vooral hoogopgeleide buurtbewoners zou aantrekken. Hoe zit dat in Den Haag? Op deze pagina brengen we de belangrijkste adviezen samen, geformuleerd door Haagse initiatiefnemers van placemaking en communitybuilders. Ze delen wat werkt, rechtstreeks uit hun eigen praktijk.

## Van placemakers en community builders aan (startende) initiatieven:

- ▶ Ga naar de doelgroep toe, bijvoorbeeld door bij bewoners langs de deuren te gaan
- ▶ Zorg voor zichtbaarheid van je initiatief, bijvoorbeeld door een pop-up-actie te doen in de wijk of je initiatief op een opvallende plek te vestigen
- ▶ Zet in op wederkerigheid: kom niet alleen halen, maar ook brengen
- ▶ Investeer tijd en creëer vertrouwen bij bewoners
- ▶ Sluit aan bij thema's die leven onder de doelgroep
- ▶ Sluit in je communicatie aan bij de leefwereld van je doelgroep
- ▶ Zorg voor een prikkel om bewoners duurzaam te betrekken, bijv. door bewoners een kleine contributie te laten betalen

## Bevindingen uit de praktijk..

In het onderzoek naar placemaking in Den Haag, hebben we initiatiefnemers bevraagd wie zij bereiken en in hoeverre dit een afspiegeling is van de directe omgeving. De reacties zijn wisselend.

- Regelmatig zijn het met name bewoners met een hoge sociaaleconomische positie en de wat oudere bewoners met meer vrije tijd betrokken.
- Echter, er zijn ook voorbeelden waarin een diverse groep bewoners (leeftijd, culturele achtergrond) meedoet.

Ook bevroegen we initiatiefnemers wat in hun ervaring maakt dat mensen betrokken raken. Zij benoemen de volgende factoren:

- Lokale binding
- Onderwerp van het initiatief
- In hoeverre is aangesloten op behoeften van bewoners
- Persoonlijke omstandigheden van bewoners
- "Je hebt bepaalde doelgroepen, daar is geen ruimte voor in hun hoofd. Die zijn bezig met de energierekening."





## Leren van over de grens

Placemaking is een beweging die op veel plekken gehoor krijgt en waarin al doende geleerd wordt over wat werkt en wat niet. Daarom delen we hier ook een selectie van toolboxes die over de grens zijn gemaakt, vol praktische tips en methoden om te komen tot een succesvol placemaking-initiatief. **Placemaking Europe** en **Project for Public Spaces** zijn twee belangrijke bronnen van kennis op dit thema die zich beiden met name richten op placemaking in steden, waarbij de eerste met name uit de Europese praktijk put en de tweede uit de Amerikaanse praktijk. Tot slot delen we enkele tips, gericht op specifieke doelgroepen of specifieke soorten placemaking, over gidsen of toolboxes die met name van pas kunnen zijn als het qua thema of aanpak net aansluit bij jouw planvorming of initiatief.

- ▶ Heb je een **plek voor ogen** die je graag zou willen veranderen en verbeteren? Deze Australische **evaluatietool** helpt je stapsgewijs en samen met anderen een plek te analyseren en met nieuwe ogen te bekijken.
- ▶ Benieuwd hoe placemaking mensen kan uitnodigen tot meer **bewegen**? Bekijk eens de **Placemaking for active recreation kit** van Bulgaarse afkomst in samenwerking met Placemaking Europe, of deze gids over **healthy places** door Project for Public Spaces.
- ▶ Gefascineerd door **pop-up projecten** en **tijdelijke** placemakingsprojecten? Download dan de **AARP Pop-Up Placemaking Toolkit**.
- ▶ Bezig met **creatieve** vormen van placemaking? Neem dan eens een kijkje in de toolkit **Equitable Creative Placemaking**.







## Leren van over de grens

The Placemaking Europe Toolbox	
Afzender	Placemaking Europe.
Regio	Europa voornamelijk.
Voor wie	Initiatiefnemers en geïnteresseerden.
Key words	Europese best practices; betrekken van bewoners; innovatie.
Toelichting	Een verzameling van tools die voortkomen uit verschillende placemaking initiatieven in Europa. Ze komen rechtstreeks uit de praktijk en via digitale pdf's leer je meer over de aanpak en tips per initiatief. Mooie indeling op algemene verbetering van plekken, tools voor betrekken van een diversiteit aan omwonenden en tools voor verduurzaming van initiatieven (langere termijn).
Tip	Bekijk eens de <b>gids over het betrekken van kinderen</b> bij placemaking.
Waar vind ik alles?	<a href="http://www.placemaking-europe.eu/toolbox">www.placemaking-europe.eu/toolbox</a> .

Streets as Places Toolkit	
Afzender	Project for Public Places.
Regio	Verenigde Staten.
Voor wie	Initiatiefnemers en gemeenteprofessionals in de rol van facilitator.
Key words	Actie; overheid; internationaal.
Toelichting	Een grotendeels Amerikaanse toolkit bestaande uit stappenplannen en praktische tips om met placemaking in straten aan de slag te gaan. Je vindt er specifieke bronnen en tips voor wat jij kunt doen om de straat te verlevendigen. Speciaal aan deze toolbox is dat je er ook tips vindt voor eerste stappen in placemaking als <b>individu</b> , als <b>gemeenschap</b> (buurt, wijk, dorp) of als <b>overheid</b> .
Tip	→ Benieuwd naar belangrijke factoren voor succesvolle placemaking? Bekijk het Action Pack! → Werk je voor de gemeente? Bekijk eens hoe Amerikanen het aanpakken in dit <b>overzichtsartikel</b> .
Waar vind ik alles?	<a href="https://www.pps.org/article/streets-as-places">https://www.pps.org/article/streets-as-places</a> .





# Gespreksstarter 1:

## Samen de drie kernelementen van placemaking in een initiatief stimuleren.

### Aanleiding

Je bent betrokken bij het opzetten van een placemaking-initiatief en je wilt er zo goed mogelijk voor zorgen dat jouw initiatief ook echt impact heeft. Hoe kun je het initiatief dan nog verder verbeteren? Één van de manieren waarop dat kan, is door het initiatief tegen het licht van de drie kernelementen van placemaking te houden en zo te ontdekken waar en hoe het initiatief nog bevordert kan worden. We werken daarvoor met de drie kernelementen van placemaking: **transformatie**, **thuisgevoel** en **betrokkenheid** (uit het rapport '[Placemaking ontrafeld](#)').

### Doel

Het doel van deze gespreksstarter is om met elkaar een initiatief in de beginfase te duiden en voorstellen te doen om transformatie, thuisgevoel en betrokkenheid door en bij het initiatief te stimuleren. Je kunt de gespreksstarter gebruiken om echt een verschil te maken in de opzet van het initiatief! De studie naar [38 Haagse placemaking initiatieven](#) laat zien hoe de kenmerken en typen van placemaking zijn gebruikt om inzicht te krijgen in de praktijk.

### Vorbereiding

De stadmakers kiezen een concreet initiatief dat zich nog in of voor de startfase bevindt en dat zij nog willen verbeteren.

### Vervolgstappen

In het gesprek maken jullie aantekeningen van jullie antwoorden. Na drie maanden komen jullie weer bij elkaar om de voortgang met elkaar door te nemen. Jullie kunnen hiervoor weer de gespreksstarter gebruiken en direct beginnen bij gedeelte C.

### Gespreksstarter

Het gesprek bestaat uit drie delen. In deel A staat het hoofdkenmerk '**transformatie**' centraal en kun je onderzoeken in hoeverre het **initiatief** daaraan bijdraagt én hoe dit element gestimuleerd kan worden. In deel B staat '**thuisgevoel**' centraal. Tot slot staat in deel C '**betrokkenheid**' centraal.

We beginnen steeds met een kleine introductie op het begrip, gevolgd door een aantal vragen over dit begrip en activerende vragen over het initiatief.

**Let op:** er zijn geen 'goede' of 'foute' antwoorden op de vragen mogelijk!



**Transformatie** betekent dat placemaking als doel heeft de (openbare) ruimte te veranderen. Denk aan de transformatie van plein tot park, maar ook muurschilderingen of tijdelijke, experimentele interventies in de openbare ruimte kunnen hiertoe behoren.

**A1.** Lees de volgende omschrijving van 'transformatie' die komt uit de literatuurstudie 'Placemaking ontrafeld' (p.11):

“ Placemaking is het proces waarbij 'ruimte' wordt getransformeerd in een betekenisvolle 'plek'. Een dergelijke plek wordt in de literatuur ook wel aangeduid als een *Quality Place* (Wyckoff, 2014). *Quality Places* zijn actieve en unieke locaties die interessant en visueel aantrekkelijk zijn, vaak door kunst en creatieve activiteiten. Ze zijn mensvriendelijk, veilig, toegankelijk en er is sprake van een gemengd gebruik van de ruimte. ”

A.

**A2.** Hoe kun je, op basis van bovenstaande omschrijving, 'transformatie' in je eigen woorden omschrijven?

Bespreek dit met elkaar.

- Zijn er verschillen in jullie eigen omschrijving? En wat zijn de overeenkomsten?
- Zijn er elementen in onze omschrijving die jullie niet begrijpen? Probeer elkaar uit te leggen hoe je deze elementen zou kunnen begrijpen.

**A3.** Pak nu het initiatief erbij. Noteer de antwoorden op onderstaande activerende vragen, zodat jullie na het gesprek iets hebben om op terug te vallen bij het vervolgesprek.

- In hoeverre is de transformatie van de (openbare) ruimte nu een kenmerk van dit initiatief?
- Hoe wil dit initiatief de (openbare) ruimte transformeren?
- En hoe kan de mate van transformatie van de (openbare) ruimte binnen en met dit initiatief nog gestimuleerd worden?
  - ▶ Bedenk drie manieren om dit te stimuleren. Maak deze manieren zo concreet uitvoerbaar als mogelijk en wijs ook een verantwoordelijke partij aan (deze hoeft nog niet per se betrokken te zijn, maar kan het in de toekomst wel zijn. Zie hiervoor ook gespreksstarter 2 over de rollen van betrokkenen).



**Thuisgevoel.** Door placemaking krijgen mensen een sterkere band met de plek en met elkaar. In bredere zin gaat het dus om het creëren van een 'sense of place', een Engels begrip dat hier vaak voor gebruikt wordt. Dit is bijvoorbeeld niet het geval op een lege parkeerplaats, maar kan wel ontstaan als op die lege parkeerplaats door bewoners een bankje wordt geplaatst waar zij kunnen samenkomen.

**B1.** Lees de volgende omschrijving van 'thuisgevoel' (Placemaking ontrafeld, p. 12):

“ ...[het begrip] **gemeenschap** wordt vaak gebruikt als synoniem voor plek. Het creëren van een thuisgevoel is dan ook belangrijk omdat het een sterk **gemeenschapsgevoel** opwekt onder degenen die er leven. [...] In feite vindt er een zekere **transformatie** plaats als leden van de **gemeenschap** actief betrokken zijn bij het proces. Door een **actieve rol** in te nemen ervaren de leden van de **gemeenschap** niet alleen meer **eigenaarschap**, het voedt ook de **gemeenschapszin** en **lokaal leiderschap** ”

**B.**

**B2.** Hoe kun je, op basis van bovenstaande omschrijving, 'thuisgevoel' in je eigen woorden omschrijven?

Bespreek dit met elkaar.

- Zijn er verschillen in jullie eigen omschrijving? En wat zijn de overeenkomsten?
- Zijn er elementen in onze omschrijving die jullie niet begrijpen? Probeer elkaar uit te leggen hoe je deze elementen zou kunnen begrijpen.

**B3.** Pak nu het initiatief erbij. Noteer weer de antwoorden op onderstaande activerende vragen.

- In hoeverre is het creëren van thuisgevoel een kenmerk van dit initiatief?
- Hoe wil dit initiatief een thuisgevoel creëren?
- En hoe kan het creëren van thuisgevoel binnen en met dit initiatief nog gestimuleerd worden? Bedenk ook drie manieren om 'thuisgevoel' te stimuleren. Maak deze manieren zo concreet uitvoerbaar als mogelijk en wijs ook een verantwoordelijke partij aan. Deze partij hoeft nog niet per se betrokken te zijn, maar kan het in de toekomst wel zijn. Zie hiervoor ook gespreksstarter 2 over de rollen van betrokkenen.



**Betrokkenheid**, daarmee bedoelen we dat mensen plekken maken (en niet andersom). Gebruikers van een plek zijn dan ook vaak betrokken bij de verandering. Door hun betrokkenheid kunnen ze een sterkere band met hun omgeving en een gevoel van plek krijgen.\*

**C1.** Lees de volgende omschrijving van 'betrokkenheid' (Placemaking ontrafeld, p. 13):

“ [...] manieren van betrokkenheid kunnen verschillen en de wijze waarop dit wordt ingezet evenzeer. Grofweg zouden vormen van participatie bijvoorbeeld kunnen worden ingedeeld in drie categorieën: (1) niet-participatief, waarbij bewoners slechts fungeren als toeschouwers en geen zeggenschap hebben, (2) symbolisch, waarbij men kan luisteren en adviseren, maar de beslissing nog steeds wordt genomen door de uitvoerder en (3) zeggenschap van de burger, variërend van het recht om te onderhandelen tot volledige uitvoerende macht [...]. ”

**C2.** Hoe kun je, op basis van bovenstaande omschrijving, 'betrokkenheid' in je eigen woorden omschrijven?

Bespreek dit met elkaar.

- Zijn er verschillen in jullie eigen omschrijving? En wat zijn de overeenkomsten?
- Zijn er elementen in onze omschrijving die jullie niet begrijpen? Probeer elkaar uit te leggen hoe je deze elementen zou kunnen begrijpen.

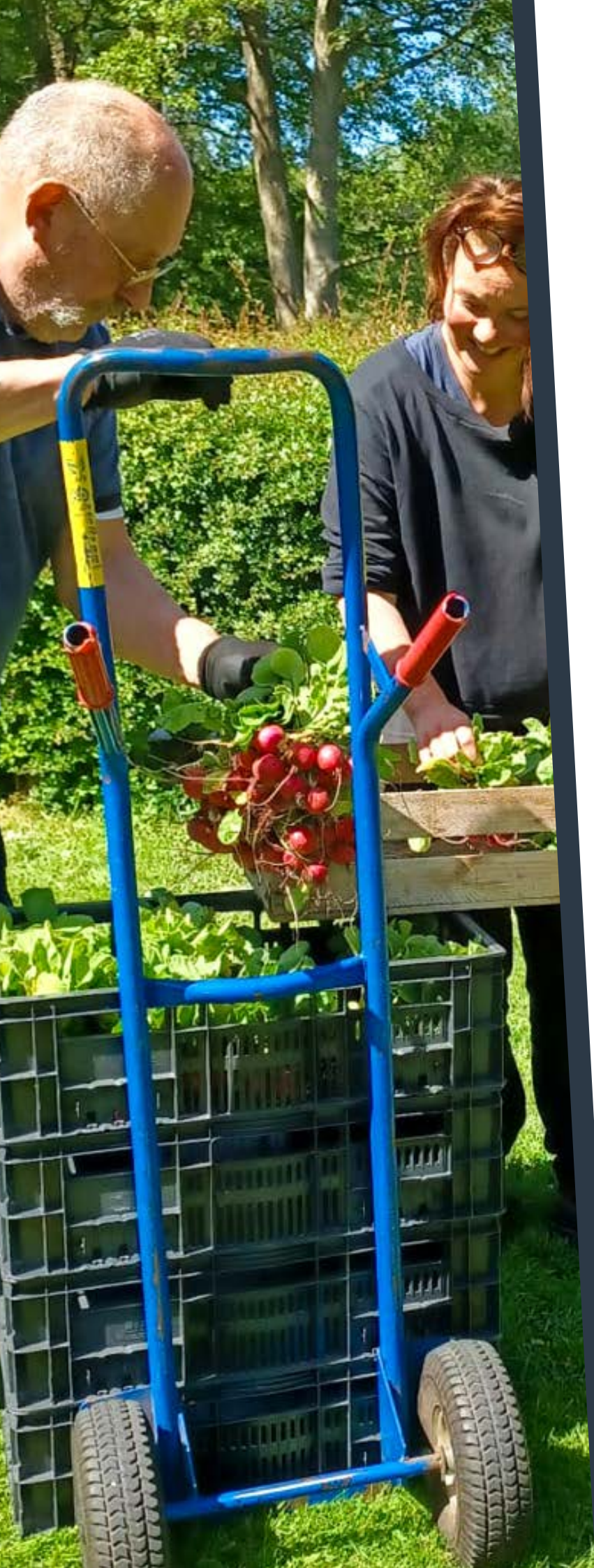
**C3.** Pak nu het initiatief erbij. Noteer ook hier weer de antwoorden op onderstaande vragen.

- In hoeverre is betrokkenheid van bewoners nu een kenmerk van dit initiatief?
- Hoe wil dit initiatief hun betrokkenheid verhogen?
- En hoe kan de mate van betrokkenheid binnen en met dit initiatief nog verder gestimuleerd worden? Bedenk ook drie manieren om dit te stimuleren. Maak deze manieren zo concreet uitvoerbaar als mogelijk en wijs ook een verantwoordelijke partij aan. Gespreksstarter 2 kan jullie gesprek over betrokkenheid nog verder verdiepen.

\* Omdat betrokkenheid op haar beurt weer positief kan bijdragen aan onder andere het thuisgevoel, staat dit thema ook centraal in de tweede gespreksstarter.

C.





## Gespreksstarter 2:

### Inzicht in de verschillende rollen van alle betrokkenen

#### Aanleiding

'Betrokkenheid' bij en door een initiatief beperkt zich niet tot slechts de betrokkenheid van bewoners en gebruikers: ook andere partijen zijn nodig om een initiatief tot een succes, of dan in ieder geval tot uitvoer, te brengen. Uit onze analyse van betrokkenen komt naar voren dat naast bewoners de gemeente binnen de initiatieven de sterkst aanwezige partij is. Ook (sociaal) ondernemers en woningcorporaties zijn vaak betrokken. Iets minder vaak genoemd zijn projectontwikkelaars en maatschappelijke instellingen, maar onder de laatste vallen vaak meerdere partijen, zoals scholen en stichtingen. Fondsen worden het minst vaak genoemd.

Deze partijen spelen verschillende rollen in en rond een initiatief. Zo blijkt dat de gemeente door de initiatieven het vaakst als financierder, initiatiefnemer en facilitator wordt genoemd. De bewoners het vaakst als initiatiefnemer, uitvoerder en gebruiker. De overige partijen hebben diverse rollen in de initiatieven, met een nadruk op facilitator.

Rond een initiatief zijn dus verschillende rollen, gespeeld door verschillende partijen, in kaart te brengen. Soms zijn alle mogelijke rollen ingevuld door een of meerdere partijen, maar soms ook niet. In brochure "[Samen werken aan inclusieve placemaking](#)" kun je er meer over lezen.



#### Doel

Met deze gespreksstarter kunnen jullie samen blootleggen welke rollen zij spelen en welke rollen er volgens hen nog ingevuld mogen worden om met het initiatief impact te kunnen maken. Ook krijg je als stadmaker inzicht in je eigen betrokkenheid. Hoeveel rollen vervul je eigenlijk? En is dat wenselijk, of wil je de rolinvulling graag delen met andere personen/partijen?

#### Vorbereiding

De initiatiefnemer van het gesprek zorgt voor een geprinte versie van de tabel en brengt het initiatief in.

#### Vervolgstappen

Je kunt als betrokkenen bij een initiatief met elkaar afspreken na drie maanden weer met elkaar in gesprek te gaan aan: daarmee verkrijgen de stadmakers inzicht in het verloop en de mogelijke verandering in de rolinvulling van de verschillende partijen. Om het initiatief nog een stap dichterbij succesvolle uitvoering te brengen kan na dit gesprek gericht gezocht worden naar partners. Daarnaast kan met de huidige partners in kaart gebracht worden hoe zij hun rolinvulling voor zich zien en wie/wat er nog ter aanvulling nodig is.





### **De gespreksstarter**

De betrokkenen bij een initiatief gaan met elkaar in gesprek over de verschillende rollen. Zij vullen samen de onderstaande tabel in. Per rolomschrijving bespreken de gesprekspartners eerst of zij samen goed begrijpen wat er bedoeld wordt. Indien nodig proberen zij tot overeenstemming te komen. In de **brochure over samenwerking** worden de rollen en partijen nader omschreven (zie pagina 9).

Deze tabel kan gebruikt worden in het voeren van gesprekken met de verschillende partijen en personen.

### **Activerende vragen na het invullen van de tabel:**

- Wat valt op aan de partijen die verschillende rollen op zich nemen? Zijn er partijen die meerdere rollen op zich nemen? Of zijn er partijen die je had verwacht, maar die je niet terugziet in het schema?
- Hoeveel rollen vervul je eigenlijk zelf als stadmaker? En is dat wenselijk, of wil je de rolinvulling graag delen met andere personen/partijen?
- Welke rol kunnen partijen (nog meer) op zich nemen?
- Is het wenselijk nog meer verschillende partijen te betrekken die een rol op zich kunnen nemen?
- Welke doelstellingen hebben de verschillende partners en hoe zijn ze verenigbaar?
- Zijn alle rollen wel nodig, of kan het initiatief af zonder?



Tabel: rolinvulling en betrokkenen

Naam initiatief

Doel van het initiatief

Bij het initiatief is een partij betrokken die...	En deze rol wordt ingevuld door deze partij (naam betrokken organisatie):	Dit is een concreet voorbeeld van de manier waarop deze partij de rol invult:	Binnen deze partij is dit de persoon met wie we contact hebben:	Deze persoon kennen we via deze persoon/deze gelegenheid:
<b>FICTIEF VOORBEELD:</b> ...de randvoorwaarden schept en onderhoud, waaronder het initiatief tot bloei kan komen. Dit is de rol van de 'facilitator'.	<i>De gemeente, vooral stadsdeel Laak</i>	<i>Ze hebben ons echt geholpen bij het zoeken naar het voor ons geschikte subsidieoket.</i>	<i>Jasmijn Abba (adviseur cultuur)</i>	<i>Bas kent haar via het stadmakersfestival.</i>
...de randvoorwaarden schept en onderhoud, waaronder het initiatief tot bloei kan komen. Dit is de rol van de 'facilitator'.				
...het initiatief heeft genomen. Dit is de 'initiatiefnemer'.				
...het initiatief financieert, dus als financierder betrokken is.				
...bestuurt en besluiten neemt ten aanzien van het initiatief. Dit is de besluitvormer.				
...het werk en taken uitvoert, die gemoeid zijn met het initiatief. Dit noemen we de 'uitvoerder'.				
...opdracht geeft voor het initiatief, als opdrachtgever.				
...'eigenaar' is van het initiatief.				
...partijen, personen en netwerken aan elkaar koppelt, als 'verbinder'.				
...gebruik maakt (of gaat maken) van het initiatief. Dit is de gebruiker.				
...vergunningen verleent die te maken hebben met het initiatief. Dit doen vergunningverleners.				





## OVER HET ONDERZOEK

### Haagse placemaking: zodat de stad er beter van wordt

Placemaking is een woord dat steeds vaker valt, met name wanneer het gaat om manieren om een straat of buurt mooier te maken. Maar wat is placemaking precies? Wat gebeurt er eigenlijk in Den Haag nu al aan placemaking? En hoe zou men placemaking kunnen stimuleren, zodat de hele stad er beter van wordt? In opdracht van de gemeente Den Haag, zocht een onderzoeksteam van De Haagse Hogeschool, Erasmus Universiteit Rotterdam, en Zuiderwijk Stadssociologie het uit in de loop van 2022.

### Onderzoeksrapportages

Het onderzoek is opgedeeld in verschillende stappen. Inzichten uit elke stap zijn gepubliceerd via rapportages of brochures, om deze zo goed mogelijk ook beschikbaar te maken voor stadmakers, overheidsprofessionals en andere geïnteresseerden.

### Stap 1: Haagse Placemaking in beeld

Deze stap bestond uit een literatuurstudie en een analyse van bestaande Haagse initiatieven. Het doel was om te onderzoeken wanneer we iets verstaan onder placemaking, welke voorgeschiedenis Den Haag heeft met placemaking en te inventariseren welke initiatieven in Den Haag plaatsvinden. Je vindt de literatuurstudie hier en de empirische analyse hier.

### Stap 2: Samen werken aan placemaking

Hoe inclusief is placemaking eigenlijk? Wie is er in de praktijk betrokken bij placemaking? Dat onderzoeken we in deze stap door middel van een actorenanalyse en interviews met initiatiefnemers en communitybuilders. De brochure hierover is online beschikbaar gemaakt.

### Stap 3: Haagse Placemaking Strategie

In het najaar van 2022 zijn ook strategische aanbevelingen aan de gemeente Den Haag opgesteld, waarin we putten uit de opgedane kennis aangevuld met specifieke diepte-interviews met stadmakers en partners uit de stad.

### Teamleden

Vanuit De Haagse Hogeschool werkten mee: Stefanie Schuddebeurs, Katja Rusinovic, Bernell Herder, Stephan van Berkel en Denise Jonker.

Vanuit de Erasmus Universiteit Rotterdam werkten mee: Naomi Rommens en Beitske Boonstra

Vanuit Zuiderwijk Stadssociologie werkten mee: Linda Zuiderwijk en Wenda Doff.



# COLOFON

©2023 januari  
De Haagse Hogeschool  
De Haagse Hogeschool  
Johanna Westerdijkplein 75  
2521 EN Den Haag  
[www.dehaagsehogeschool.nl](http://www.dehaagsehogeschool.nl)

Website: [www.haagsestadmakers.nl](http://www.haagsestadmakers.nl)

Vormgeving: Jargo Design

Email: [guts@hhs.nl](mailto:guts@hhs.nl)

**Auteurs:** Stefanie Schuddebeurs,  
Naomi Rommens,  
Linda Zuiderwijk,  
Bernell Herder,  
Denise Jonker,  
Stephan van Berkel,  
Beitske Boonstra,  
Katja Rusinovic

**Foto credits:** ANNA Vastgoed en Cultuur,  
Kijklab, Groene Matties,  
Bincks Groen, Fonds1818



Zuiderwijk  
Stadssociologie



DE HAAGSE  
HOGESCHOOL