

Opdracht SCH- Aan de slag met de binnenstad 26-01-2015



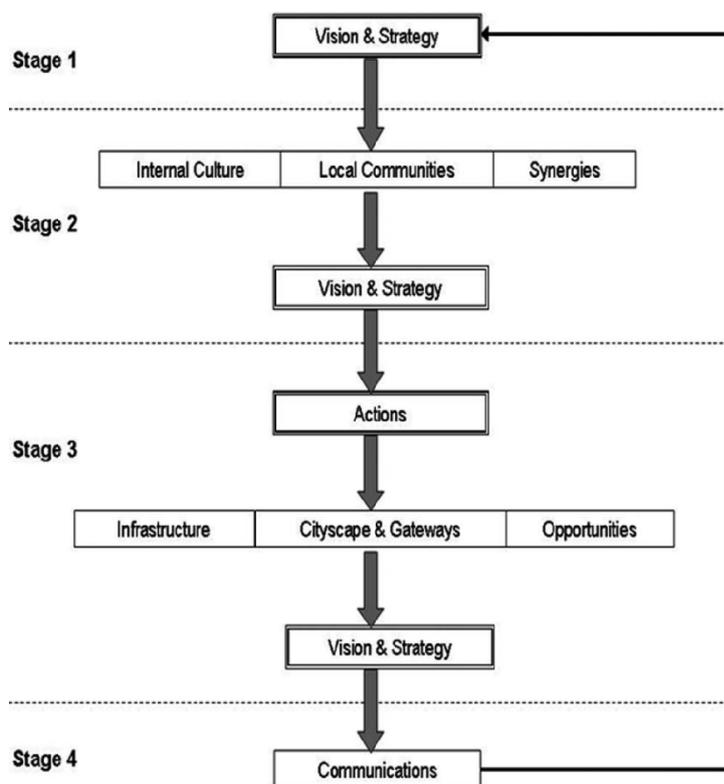
Groepje 5

Gielke Beerkens 950626044030

Sophie van Wede 961017932030

Evie Roos 960523706090

De gemeente van Wageningen is van mening dat de binnenstad van Wageningen meer aandacht nodig heeft om de vitaliteit te behouden en te versterken. Dit is te lezen in het visiedocument wat de gemeente heeft uitgebracht. Hierin is te lezen dat zij dit onder andere willen doen door een bepaalde richting en identiteit te vinden voor de binnenstad. Deze identiteit willen ze proberen te achterhalen door naar de verschillende levensstijlen en identiteiten te kijken van de mensen die in en rondom de binnenstad wonen. Met deze identiteit kan er structuur worden gegeven aan bepaalde beelden die men heeft van de binnenstad en kan er gezocht worden naar gedeelde belangen. Het is de bedoeling dat de bewoners van Wageningen zich kunnen identificeren met de nieuwe identiteit van de stad.



De gemeente heeft met behulp van de lokale gemeenschap een algemene visie opgezet en hiermee fase 1 volgens het model van Kavaratzis volbracht (Kavaratzis, Hatch, 2013). Dit is te zien op de bovenstaande afbeelding bij 'stage 1'.

Dit onderzoek richt zich vooral op fase 2 (stage 2 in de afbeelding hiernaast). In deze fase wordt er geprobeerd met behulp van een deel van de lokale gemeenschap de identiteit van een bepaalde groep met betrekking tot de binnenstad te

achterhalen (local communities). Het is belangrijk om verschillende groepen te onderzoeken omdat iedere groep de binnenstad weer op een andere manier ziet en beleefd (Kavaratzis, Hatch 2013). Met de identiteit van de onderzochte groep kan de gemeente, samen met de identiteit van de rest van de lokale gemeenschap, een gezamenlijke visie en strategie vormen. Aan de hand van deze visie kunnen in fase 3 de verschillende lijnen in het visiedocument aangepakt worden (Kavaratzis, Hatch 2013).

In dit onderzoek wordt er specifiek gekeken naar de identiteit van jongeren, deze worden in dit onderzoek gezien als personen onder de leeftijd van 30. Om te kijken of de identiteit van jongeren overeenstemming heeft met de identiteit van de binnenstad van Wageningen wordt

er gekeken naar een specifiekere doelgroep. Als doelgroep is er gekozen voor vrouwelijke studenten, omdat mannen zichzelf wel beschouwen als bevoegde winkelaars, maar winkelen over het algemeen geen leuke activiteit vinden. Zij zullen dit dus gemiddeld minder vaak doen dan vrouwen (Kotzé et al, 2012). Deze groepen kunnen worden onderzocht als consumenten. De ‘needs and wants’ van deze groepen moeten namelijk worden onderzocht en dit is makkelijker met een consumentgerichte aanpak. (Eshuis et al, 2014). Daarbij wordt er gekeken naar studenten die in de binnenstad wonen omdat er verwacht wordt dat deze studenten het meeste betrokken zijn bij de binnenstad in vergelijking tot studenten die buiten de binnenstad wonen, deze studenten komen er immers iedere dag.

Er wordt informatie verstrekt door middel van een interview met twee verschillende personen uit de doelgroep. Met de informatie die wordt verkregen door de interviews wordt er antwoord gegeven op de volgende onderzoeksvragen:

- Hoe zien vrouwelijke studenten die in de binnenstad wonen de binnenstad?
- In welke mate komen de vier visiepunten (historie, ligging, innovatie en duurzaamheid) terug in het beeld dat studenten hebben van de binnenstad?

De gemeente Wageningen zal dit onderzoek kunnen gebruiken als richtlijn bij verder onderzoek naar de identiteiten van andere doelgroepen binnen de lokale gemeenschap. Daarbij bevat dit onderzoek theoretische adviezen die de gemeente mee kan nemen in hun beslissingen. Ook is er door middel van dit onderzoek een mogelijkheid om de residenten te betrekken bij de plaats-marketing. Zo kunnen bewoners van Wageningen worden geïnformeerd, maar kunnen zij zelf ook advies geven. Dit zou er voor moeten zorgen dat de identiteit van de stad wordt gevonden en kan worden geïmplementeerd. (Eshuis et al, 2014)

De gemeente Wageningen wil graag een identiteit aan de stad toekennen. Dit kan gebeuren door het een merk te geven, net zoals bij tastbare producten. Zo kan de stad onderscheiden worden van andere steden. Echter wordt een merk vaak gekoppeld aan associaties met persoonlijkheden, evenementen of kenmerkende gebouwen van de stad. Dit zal soms werken voor toeristen, zoals het promoten van de stad Barcelona met Gaudi. Maar de lokale gemeenschap kan zich hier vaak niet mee identificeren, het promoten van Rotterdam met Erasmus is hier een voorbeeld van, voor veel inwoners is Erasmus niet het boegbeeld voor hun stad (Ashworth, 2009). Als je een merk wilt geven aan de stad is het belangrijk dat alle drie de elementen (persoon, evenement en gebouw) in het merk voorkomen (Ashworth, 2009). Door verschillende elementen te gebruiken, kan de stad voor verschillende doelen worden verkocht aan verschillende doelgroepen (toeristen, lokale gemeenschap, bedrijven), iedereen ziet de stad immers op een andere manier (Hankinson, 2003). Zo voorkom je dat weinig mensen zich kunnen identificeren met de stad. Voor Wageningen is het dus van belang om niet alleen op bijvoorbeeld het visiepunt historie te focussen door Hotel de Wereld als merk te nemen voor de stad, maar te focussen op de verschillende identiteiten van de doelgroepen.

De manier waarop doelgroepen de stad zien kan ook beïnvloed worden. Zoals al eerder vermeldt ziet iedereen de stad op een andere manier. Het beeld dat mensen van een stad hebben wordt gevormd in hun hoofd door drie dingen. Ten eerste, imago en perceptie van de stad. Dit wordt verkregen door de gelegenheden waarvoor mensen de stad gebruiken (studenten gebruiken de stad o.a. om op stap te gaan, hierdoor zullen zij wellicht een negatief beeld hebben omdat er weinig uitgaansgelegenheden zijn). Ten tweede, hoe de stad wordt afgebeeld in bijvoorbeeld tv-programma's of krantenartikelen (Wageningen University wordt vaak positief afgebeeld in kranten en studiegidsen, hierdoor hebben studenten wellicht een positief beeld van de stad). En als laatste door gemeentelijke besluiten over bijvoorbeeld het groen in het centrum (Ashworth, 2009). Als een identiteit niet volledig bij een doelgroep past, zou deze doelgroep beïnvloedt kunnen worden door middel van een van deze pijlers waardoor de identiteit beter bij hun past en geen vervreemding ontstaat (Ashworth, 2009).

Een identiteit of merk aan een stad geven is niet makkelijk. Zoals Ashworth (2009) zei:

“There is no single simple path to success.”

Het advies voor de gemeente Wageningen is om niet één identiteit te kiezen voor de binnenstad, maar de verschillende doelgroepen te onderzoeken en aan de hand hiervan

meerdere identiteiten te koppelen aan de stad. Daarbij zou ingespeeld kunnen worden op de drie pijlers (imago, media en gemeentelijke besluiten) zodat een identiteit nog beter past bij een subgroep binnen de lokale gemeenschap.

Conclusie van de interviews:

Er zijn twee interviews uitgevoerd met twee vrouwelijke bachelor studenten om onze onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden. De vragen die we gebruikt hebben voor de interviews waren allemaal open om zo een zo duidelijk mogelijk beeld te kunnen krijgen. De interviews liepen uiteindelijk meer uit op een soort gesprek, dit was eigenlijk alleen maar bevorderlijk voor de antwoorden. Zo krijg je namelijk nog meer te weten over de binnenstad en misschien juist ook dingen waar van tevoren niet over nagedacht is.

De onderzoeksvragen die door middel van de interviews beantwoord konden worden waren:

Hoe zien vrouwelijke bachelor studenten die in de binnenstad wonen de binnenstad?

In welke mate komen de vier visiepunten (historie, ligging, innovatie en duurzaamheid) terug in het beeld dat studenten hebben van de binnenstad?

Beeld van de binnenstad

Om de eerste onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is er gevraagd naar onder andere de positieve en negatieve punten van de binnenstad. Daarnaast is er ook gevraagd naar verbeterpunten.

Een opmerkelijk punt wat vaak terugkwam uit de interviews was dat onze respondenten de binnenstad eigenlijk zagen als een lange straat met een markt. De binnenstad is in het beeld van onze respondenten dus alleen de Hoogstraat met zijn winkels en de markt met de kerk. Bij het benoemen van de positieve punten van de binnenstad was het gezellige en knusse karakter van de binnenstad iets wat vaak terugkwam. Verder werden er ook nog verenigingshuizen en de verenigingen zelf genoemd.

Ondanks dit knusse karakter waren de respondenten van mening dat er nog wel wat dingen ontbreken in de binnenstad. Meer winkels is iets wat regelmatig terugkwam, volgens de respondenten zijn er te weinig leuke kledingwinkels en ook een goedkoop koffietentje is iets wat ontbreekt. De winkels die er nu zitten werden namelijk door een van onze respondenten gezien als "oudemensenwinkels" en die missen dus de doelgroep van studenten. Verder werd er ook nog leuke uitgaansgelegenheden genoemd, dit vooral ook voor in het weekend.

De vier visiepunten

Om de tweede onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is er gevraagd naar de vier visiepunten van het visiedocument over de binnenstad van Wageningen.

Het eerste visiepunt gaat over de historische waarde van de binnenstad. De punten die hierbij veelal genoemd werden waren Hotel de Wereld en het bevrijdingsfestival. Toch kwam wel naar voren dat onze respondenten niet zoveel wisten over de historische waarde van de binnenstad.

Wat verder erg naar voren kwam bij de interviews was dat de respondenten vonden dat de historische waarde erg belangrijk is voor Wageningen. Wageningen is hierdoor namelijk erg bekend door onder andere het bevrijdingsfestival.

Het tweede visiepunt gaat over de bijzondere ligging van de binnenstad van Wageningen. De dijk, de uiterwaarden en de Rijn waren punten die veel terugkwamen. Toch waren er verschillende meningen over hoe de bijzondere ligging terugkomt in de binnenstad. Een mening hierover was dat de binnenstad en de omgeving twee totaal verschillende delen zijn en dat de omgeving de binnenstad niet echt karakter geeft. De andere mening is dat het aantrekkelijk kan zijn voor bijvoorbeeld studenten in zo'n groene omgeving.

Het derde visiepunt gaat over een kennisrijke en innovatie binnenstad. Punten die veelal genoemd werden waren voornamelijk studenten en de universiteit, maar daarnaast ook bedrijven zoals Campina. Onze respondenten hadden dezelfde mening over het karakter wat kennis en innovatie geeft aan de binnenstad. Ze waren namelijk van mening dat de universiteit wel gescheiden is van de binnenstad en dat de studenten en universiteitsgebouwen dus niet echt karakter geven aan de binnenstad op het gebied van kennis en innovatie.

Het vierde punt gaat over de duurzaamheid en ambachtelijkheid van de binnenstad.

In de interviews kwam volgens de respondenten het punt duurzaamheid niet echt naar voren in de binnenstad. Dit vonden de respondenten ook moeilijk om te beoordelen.

Wat wel terugkwam was de ambachtelijkheid van de binnenstad, punten zoals lokale bedrijven en pop-up winkels werden veel genoemd.

Nog een extra visiepunt?

Naast het informeren naar de vier visiepunten van het visiedocument is er ook gevraagd naar een visiepunt die daar niet tussen stond. Deze vraag wisten de respondenten allebei niet te beantwoorden.

De vier visiepunten komen dus wel terug in het beeld dat studenten van de binnenstad hebben. Er is niet een visiepunt dat allesomvattend was om de binnenstad te beschrijven volgens studenten maar kennis en innovatie kwam het meeste in de interviews naar voren.

Discussie

Om een zo goed mogelijk beeld te vormen voor de gemeente van de identiteit van de binnenstad is het belangrijk om kritisch naar het onderzoek te kijken.

In het onderzoek zijn er interviews gehouden met twee bachelor studenten. Dit is een erg kleine steekproef uit de gehele doelgroep en daarom is het ook lastig om hierover conclusies te kunnen trekken. Masterstudenten zijn niet ondervraagd en het is mogelijk dat deze groep een heel ander beeld heeft van de stad. Het feit dat er maar weinig interviews zijn gehouden heeft te maken met het korte tijdsbestek van het onderzoek. Ook is onze doelgroep maar een klein deel van de uiteindelijke doelgroep, namelijk: jongeren waardoor je lastig conclusies kunt trekken. Verder waren de vragen in de interviews soms iets te ingewikkeld gesteld, of leken ze soms teveel op elkaar. Hierdoor begrepen de respondenten de vragen wellicht niet altijd even goed waardoor ze geen goed antwoord konden vormen.

Voor vervolgonderzoek is het wellicht van belang om bij de interviews de respondenten meer uitleg te geven over het visiedocument. Dit is belangrijk zodat de respondenten iets beter voorbereid zijn op de vragen en een beter beeld krijgen over het belang van het onderzoek. Ook zou er voor vervolgonderzoek een andere doelgroep onder de doelgroep ‘jongeren’ kunnen worden onderzocht. Er zou bijvoorbeeld kunnen worden gekeken naar mannelijke bachelor studenten of master studenten. Het interview en de aanpak van het onderzoek zouden dan kunnen worden gebruikt om deze doelgroepen te kunnen onderzoeken.

Referenties

Ashworth G (2009) The instruments of place branding: how is it done? *European spatial research and policy* 16 (1): 9-22

Eshuis J, Klijn EH and Braun E (2014) Place marketing and citizen participation: Branding as strategy to address the emotional dimension of policy making? *International review of administrative sciences* 80(1): 151-171

Hankinson G (2003) Relational network brands: Towards a conceptual model of place brands. *Journal of vacation marketing* 10 (2): 109-121

Kavaratzis M and Hatch MJ (2013) The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing theory* 13(1): 69-86

Kotzé T, North E, Stols M and Venter L (2012) Gender differences in sources of shopping enjoyment. *International journal of consumer studies* 36(4): 416-424

Reesink R and van Burgsteden M (2015) Aan de slag met de binnenstad: Visie op de Wageningse binnenstad, geschreven door de gemeente Wageningen

Bijlage

Interview 1:

Interview introductie

Wat fijn dat je mee wilt doen aan het onderzoek over de identiteit van Wageningen.

Wij zijn Sophie, Gielke en Evie, studenten van de universiteit van Wageningen. Voor het vak *Lifestyles and consumption* doen we onderzoek naar de identiteit van Wageningen met als uiteindelijke doel om de binnenstad te verbeteren. We hebben van de gemeente van Wageningen namelijk de opdracht gekregen om te gaan kijken naar de identiteit van de binnenstad van Wageningen. In ons onderzoek wordt er met de ‘identiteit’ van Wageningen bedoeld met wat de binnenstad te bieden heeft en wat de binnenstad nu daadwerkelijk inhoudt.

We zullen je een aantal vragen stellen, en stellen het op prijs als je uitgebreide, duidelijke antwoorden wilt geven. Het onderzoek is volledig anoniem en er is een mogelijkheid om de door jouw gegeven antwoorden door te lezen aan het eind van het interview. Het interview zal ongeveer 20 minuten duren.

Interviewvragen

Openingsvragen

Als je de binnenstad van Wageningen in 3 woorden zou moeten omschrijven, welke woorden zouden dat zijn? **Hoogstraat, klein, gezellig**

Wat is kenmerkend voor de binnenstad van Wageningen? **Al mijn vrienden wonen er, door de studentenhuisen boven de winkels. Daarom is het gezellig. Voor mij is het 1 lange straat met een markt erbij.**

Vind je dat Wageningen een eigen identiteit heeft, zo ja welke? **Nee niet echt.**

Vragen over de historische waarde van de stad:

Weet je iets over de historische waarde van Wageningen? **De vrijheid is hier getekend, of nog meer? Nee toch?.**

Wat zijn volgens jouw historische kenmerken van de stad? **Hotel de wereld, dat beeld daar.**

Vind je dat deze historie de stad karakter geeft, en zo ja, op welke manier? Ja, denk het wel, want het is een kleine stad. Maar wel bekend, door bijvoorbeeld bevrijdingsfestival. Iedereen weet dit wel.

Vind je dat er meer nadruk moet worden gelegd op de historische kant van de binnenstad? Misschien wel, hebben we een museum daarover? Volgens mij niet... maar kunnen er zo dus wel meer nadruk opleggen. Alhoewel ik niet weet of ik daar naartoe zou gaan.

Denk je dat de historie van de stad belangrijk is voor haar identiteit? Waarom? Heb ik deze vraag niet eerder beantwoord? Nou nu denk ik dus wel, het is bijna het belangrijkste van Wageningen. Zonder historie is Wageningen eigenlijk helemaal niets, best zielig.

Vragen over de bijzondere ligging van de stad:

Ben je bekend met de omgeving van Wageningen? Ja, beetje wel. Ik loop wel eens hard over de dijk en zo.

Wat vind je van de omgeving van Wageningen? Mooi, lekker groen, rustgevend, afwisseling van rivier en de uiterwaarde maar ook bos.

Op welke manier geeft de omgeving van Wageningen de binnenstad karakter? Wageningen is best wel groen, en midden in Amsterdam zou zo'n groene universiteit heel anders zijn. Dus dit speelt zeker mee. En mensen die hier naartoe komen voor de universiteit vinden dit leuk, lekker door de uiterwaarde lopen.

Denk je dat de bijzondere ligging van de stad belangrijk is voor haar identiteit? Waarom? Herhaling van vorige antwoord. Dus ik denk van wel ja.

Vragen over kennis en innovatie in de stad:

Vind je Wageningen een kennisrijke omgeving/innovatieve stad, zo ja, waarom? Ja, de uni is er, en Wageningen heeft heel veel studenten zelf. Ik vind de mensen die hier zelf wonen alleen niet echt slim of zo.

Denk je dat de universiteit hier veel mee te maken heeft, zo ja, waarom? Ja denk het wel. Die trekken al deze studenten. En iedereen komt hier wel echt voor zijn studie en wil hier ook iets mee bereiken. Dit betekend meer dan in andere steden.

Op welke manier geeft kennis en innovatie van Wageningen de binnenstad karakter? Alleen het feit dat er veel studenten zijn. Maar dit is eigenlijk heel gescheiden van de universiteit.

Denk je dat de kennis en innovatie van de binnenstad belangrijk is voor haar identiteit?

Waarom? Ja, Wageningen is een echte studentenstad door de universiteit.

“Wageningen verder dan andere steden?”

Ja, vooral qua milieubewust zijn. Studenten nemen dit ook mee. Het Groene imago verandert wel constant en wij lopen dan wel voor denk ik.

Vragen over duurzaam- en ambachtelijkheid in de stad:

Met ambachtelijkheid bedoelen we dat er veel lokale kleine bedrijven zijn.

Vind je dat Wageningen een duurzame binnenstad heeft, zo ja, waarom? Hebben we dat? Niet echt toch? Alleen de uni? Tsja we scheiden wel plastic maar het is niet heel groen. Maar misschien weet ik hier wel te weinig vanaf.

Vind je dat Wageningen een ambachtelijke binnenstad heeft, zo ja, waarom? Geen idee, ik denk het niet. Je hebt altijd wel lokale dingen. Vooral omdat het meer een dorp is. Niet echt van toepassing.

Op welke manier geeft de duurzaam- en ambachtelijkheid van Wageningen de binnenstad karakter? Duurzaamheid geeft wel karakter, maar ik weet dit niet, dus weet niet of dit iets toevoegt.

Denk je dat de duurzaam- en ambachtelijkheid van de stad belangrijk is voor haar identiteit? Waarom? Stad of binnenstad? Lokale dingen vind ik heel leuk, ik woon hier nog niet zolang. Maar ik stimuleer wel lokale bedrijven. Duurzaamheid weet ik niet echt.

Vragen over de verbetering van de stad:

Hoe zag je de binnenstad van Wageningen toen je hier net kwam studeren? 1 straat.

Hoe zie je de binnenstad van Wageningen nu? 1 straat. Maar wel gezellig omdat ik mensen ken. Dus ik zie meer huizen.

Als er een verandering is, hoe komt dat? Nu woon ik hier en ik ken mensen, meer mijn thuis.

Hoe zou de binnenstad van Wageningen in jouw ogen kunnen verbeteren?

Moeilijk, misschien leukere zitplekken misschien, maar ik weet niet of dit zou helpen. Een gracht is ook leuk met bruggetjes.

- Ontbreekt er nog iets in de binnenstad?

Leuke kledingwinkels en een treinstation.

Stel je zou de volgende 4 punten moeten ranken in belangrijkheid voor de identiteit van de binnenstad, hoe zou je dit rijtje maken? Dus waar denk je het eerst aan als je aan de binnenstad denkt?:

- De historische waarde van de stad **2**
- De bijzondere ligging van de stad **3**
- Kennis en innovatie in de stad **1**
- Duurzaam- en ambachtelijkheid in de stad **4**

Is er nog een identiteit die hier niet tussen staat maar wel van toepassing is op de binnenstad volgens jou? **Nee**

Wat vind je het leukste aan de binnenstad van Wageningen? **De verenigingshuizen, mijn eigen huis, Ceres, mijn broer woont hier en vrienden.**

Wat vind je het minst leuk aan de binnenstad van Wageningen? **De winkels. Te smalle straat = minder gezellig.**

Vragen over het 'dagboekje'

Hoe vaak bezoek je gemiddeld door de weeks de binnenstad? (maandag-vrijdag) **Elke dag.**

Hoe vaak bezoek je gemiddeld in het weekend de binnenstad? (vrijdagavond-zaterdag-zondag) **1 dag van het weekend denk ik. 2/3 keer per maand.**

Hoe vaak in de maand blijf je gemiddeld in het weekend in Wageningen? **1/2 keer.**

Wat is de gemiddelde activiteit die je doet als je in de binnenstad bent? **Chillen bij vrienden, of eten kopen.**

Algemene vragen

Lieke Visser

Hoe oud ben je? 19

Waar kom je vandaan thuisthuis? (dus grote stad / klein dorp) Bunnik

Welke studie volg je? Gezondheid & maatschappij

Zit je bij een studentenvereniging? JA Ceres

In wat voor soort huis woon je in de binnenstad? Hutje Mutje, studentenhuus.

Interview 2

Onderzoeksvraag:

Hoe zien vrouwelijke bachelor studenten die in de binnenstad wonen de binnenstad?

In welke mate komen de vier visiepunten (historie, ligging, innovatie en duurzaamheid) terug in het beeld dat studenten hebben van de binnenstad?

Interview introductie

Wat fijn dat je mee wilt doen aan het onderzoek over de identiteit van Wageningen.

Wij zijn Sophie, Gielke en Evie, studenten van de universiteit van Wageningen. Voor het vak Lifestyles and consumption doen we onderzoek naar de identiteit van Wageningen met als uiteindelijke doel om de binnenstad te verbeteren. We hebben van de gemeente van Wageningen namelijk de opdracht gekregen om te gaan kijken naar de identiteit van de binnenstad van Wageningen. In ons onderzoek wordt er met de 'identiteit' van Wageningen bedoeld met wat de binnenstad te bieden heeft en wat de binnenstad nu daadwerkelijk inhoudt.

We zullen je een aantal vragen stellen, en stellen het op prijs als je uitgebreide, duidelijke antwoorden wilt geven. Het onderzoek is volledig anoniem en er is een mogelijkheid om de door jouw gegeven antwoorden door te lezen aan het eind van het interview. Het interview zal ongeveer 20 minuten duren.

Interviewvragen

Openingsvragen

Als je de binnenstad van Wageningen in 3 woorden zou moeten omschrijven, welke woorden zouden dat zijn?

Hoogstraat, markt en kerk.

Wat is kenmerkend voor de binnenstad van Wageningen?

Dat het eigenlijk maar een lange straat is en een marktplein. Verder zijn er ook niet zoveel verschillende winkels te vinden in de binnenstad.

Vind je dat de binnenstad van Wageningen een eigen identiteit heeft, zo ja welke?

Wageningen zelf wel, het hele duurzame gedoe. Maar dit valt niet zo op in de binnenstad.
Wat wel heel erg opvalt, zijn de studentenhuizen boven alle winkels. Misschien dat deze studentenhuizen wel een soort van identiteit vormen voor de binnenstad.

Vragen over de historische waarde van de stad:

Weet je iets over de historische waarde van Wageningen?

Ik weet alleen dat hier toen een verdrag is getekend voor de tweede wereldoorlog bij hotel de wereld. En een grote slag bij de grebbendijk. Verder ben ik eigenlijk niet zo heel erg bekend met de historische waarde van Wageningen.

Wat zijn volgens jouw historische kenmerken van de binnenstad?

Standbeeld op 5 mei plein en verder vind ik het grote feest op Bevrijdingsdag ook wel een historisch kenmerk.

Vind je dat deze historie de binnenstad karakter geeft, en zo ja, op welke manier?

Dat plein geeft wel karakter aan de stad, dat straalt historisch karakter uit.

Verder vind ik het eigenlijk niet zo heel erg veel terugkomen in de binnenstad. Misschien komt dit ook omdat ik hier niet zo heel erg op let.

Vind je dat er meer nadruk moet worden gelegd op de historische kant van de binnenstad?

Is al best bekend, dus het is wel prima zoals het is. Dus hoeft niet meer nadruk op worden gelegd.

Denk je dat de historie van de stad belangrijk is voor haar identiteit? Waarom?

Ik denk wel dat het wat uitmaakt, als een stad een verhaal heeft is dit wel aantrekkelijk voor buitenstaanders. Dit maakt namelijk veel uit over hoe je tegen een stad aankijkt.

Vragen over de bijzondere ligging van de stad:

Ben je bekend met de omgeving van Wageningen?

Nee, niet heel erg. Eigenlijk alleen met de rijn en de uiterwaarden.

Wat vind je van de omgeving van Wageningen?

Ik vind de uiterwaarden wel een leuke plek, ik kom daar graag als het mooi weer is.

Je hebt er lekkere strandjes en je kunt hier ook fijn hardlopen op de dijk. Verder vind ik het well stom dat er geen treinverbinding is in de omgeving.

Op welke manier geeft de omgeving van Wageningen de binnenstad karakter?

Dit zie je niet echt terug in de binnenstad, ik vind dit meer twee aparte delen.

Denk je dat de bijzondere ligging van de stad belangrijk is voor haar identiteit? Waarom?

Ja, dat maakt zeker wel wat uit. Het maakt wel verschil of je naast een snelweg zit of naast de uiterwaarden. Maar alsnog denk ik dat het niet echt heel erg terugkomt in de binnenstad.

Vragen over kennis en innovatie in de stad:

Vind je Wageningen een kennisrijke omgeving/innovatieve stad, zo ja, waarom?

Ja, daar ben ik het wel mee eens, de halve stad bestaat uit universiteitsgebouwen.

Je ziet Wageningen als kennisrijke/innovatie stad ook overal terug, bijvoorbeeld in de krant en op tv.

Denk je dat de universiteit hier veel mee te maken heeft, zo ja, waarom?

Ja, eigenlijk komt grotendeels de innovatie van de universiteit. Maar ook van bedrijven zoals Campina, maar deze zijn ook veelal verbonden met de universiteit.

Op welke manier geeft kennis en innovatie van Wageningen de binnenstad karakter?

Er wonen veel studenten maar niet echt bedrijven die de kennis en innovatie in de binnenstad karakter geven. Dus ik denk dat het dan in de binnenstad vooral studenten zijn die gaan over de kennis en innovatie.

Denk je dat de kennis en innovatie van de binnenstad belangrijk is voor haar identiteit?

Waarom?

Die is er niet echt in de binnenstad, maar wel voor Wageningen in het algemeen.

Vragen over duurzaam- en ambachtelijkheid in de stad:

Met ambachtelijkheid bedoelen we dat er veel lokale kleine bedrijven zijn.

Vind je dat Wageningen een duurzame binnenstad heeft, zo ja, waarom?

Ja op zich wel, er zitten wel wat biologische dingen maar verder zie ik dit niet heel veel terug.

Vind je dat Wageningen een ambachtelijke binnenstad heeft, zo ja, waarom?

Ja, je hebt hier geen grote ketens zitten zoals Mac Donalds of grote kledingwinkels. Best veel lokale dingen zoals pop-up winkels en ook veel kleine winkeltjes die zich specialiseren bijvoorbeeld op kaas of brood.

Op welke manier geeft de duurzaam- en ambachtelijkheid van Wageningen de binnenstad karakter?

Als je door de hoogstraat loopt en je ziet veel lokale winkeltjes, dat geeft wel een knus en veilig karakter. Een soort 'familie'-achtig gevoel.

Denk je dat de duurzaam- en ambachtelijkheid van de stad belangrijk is voor haar identiteit?

Waarom?

Ik denk het wel, dat is iets waar Wageningen erg om bekend staat in combinatie met kennis en innovatie. Je ziet het ook heel erg terug dus dit is zeker wel belangrijk.

Vragen over de verbetering van de stad:

Hoe zag je de binnenstad van Wageningen toen je hier net kwam studeren?

Ik vond het wel gezellig, ik ben ook niet echt een binnenstad gewend dus ik vind het al gauw leuk. Maar gezellig met de markt op woensdag en alle kleine winkeltjes.

Hoe zie je de binnenstad van Wageningen nu?

Nog steeds hetzelfde, de meeste dingen die je graag in de buurt wilt hebben zijn er wel en ik geniet nog steeds van de markt op woensdag.

Als er een verandering is, hoe komt dat?-

Hoe zou de binnenstad van Wageningen in jouw ogen kunnen verbeteren?

- Ontbreekt er nog iets in de binnenstad?

Als je niet bij een vereniging zit is er vrij weinig te beleven, dus meer uitgaansgelegenheden.

Je hebt nu namelijk wel een paar cafés op de markt maar dit vind ik toch echt meer gericht op wat oudere mensen. Het zou leuk zijn al zou er voor de jongere doelgroep meer

uitgaansgelegenheden komen en ook voor in het weekend. Verder ontbreekt er eigenlijk naast Bagel and Beans ook een leuk koffietentje. Je hebt namelijk niet echt iets waar je een beetje goedkoop leuk even wat kunt drinken.

Stel je zou de volgende 4 punten moeten ranken in belangrijkheid voor de identiteit van de binnenstad, hoe zou je dit rijtje maken? Dus waar denk je het eerst aan als je aan de binnenstad denkt?:

- De historische waarde van de stad (4)
- De bijzondere ligging van de stad (3)
- Kennis en innovatie in de stad (2)
- Duurzaam- en ambachtelijkheid in de stad (1)

Is er nog een identiteit die hier niet tussen staat maar wel van toepassing is op de binnenstad volgens jou?

Ik zou zo eigenlijk niet echt iets weten.

Wat vind je het leukste aan de binnenstad van Wageningen?

De sfeer, erg gezellig altijd en alles is lekker dichtbij.

Wat vind je het minst leuk aan de binnenstad van Wageningen?

De winkels die er zitten zijn een beetje ‘oudemensenwinkels’. Als student ga je hier niet zo vaak heen, de meer studenten winkels zitten verstoep. Het mist een beetje de doelgroep van studenten.

Vragen over het 'dagboekje'

Hoe vaak bezoek je gemiddeld door de weeks de binnenstad? (maandag-vrijdag)

Iedere dag wel een paar keer.

Hoe vaak bezoek je gemiddeld in het weekend de binnenstad? (vrijdagavond-zaterdag-zondag)

Misschien 1 keer in de zes weken.

Hoe vaak in de maand blijf je gemiddeld in het weekend in Wageningen?

Misschien 1 keer in de zes weken.

Wat is de gemiddelde activiteit die je doet als je in de binnenstad bent?

Bier drinken bij NisjRi, minstens twee keer in de week. En anders boodschappen doen.

Algemene vragen

Hoe oud ben je? 19

Waar kom je vandaan thuisthuis? (dus grote stad / klein dorp)

Wehl, een klein dorp in de achterhoek.

Welke studie volg je? Bedrijfs- en consumentenwetenschappen

Zit je bij een studentenvereniging?

Ja, bij de studentevereniging Nisjri.

In wat voor soort huis woon je in de binnenstad?

In een studentenhuis boven Ilayda, samen met 5 andere vrouwelijke studenten.