

VOEL JE VRIJ IN WAGENINGEN

“Een verkennend onderzoek naar de rol van de binnenstad in de lifestyle van masterstudenten woonachtig in een studentenhuus in de binnenstad van Wageningen”

Team 7

Student

Nena Bouman

Fabian Dijkstra

Joris Galama

Supervisor

Stefan Wahlen

Studentnummer

931219 112 070

921201 212 100

941204 249 050

Course

SCH20806

Inhoudsopgave

Inleiding	1
Theoretisch kader	1
Onderzoeksvragen	3
<i>Doelstellingen</i>	3
Methodologie	4
<i>Onderzoekspopulatie</i>	4
<i>Dataverzamelingmethoden</i>	4
<i>Ontwerp van het interview</i>	5
<i>Methode van data-analyse</i>	5
Resultaten	5
<i>Lifestyle</i>	5
Doordeweeks	6
In het weekend	6
<i>City brand</i>	6
Practices	7
Materiality	7
Institutions	7
Representations	8
Conclusie	8
Discussie	9
Aanbeveling	9
Referentielijst	11
Appendixes	12
<i>Appendix 1: Place branding process</i>	12
<i>Appendix 2: Het interview</i>	13
<i>Appendix 3: Interviews</i>	14
Interview 1	14
Interview 2	16
Interview 3	19
Interview 4	22

Inleiding

In het collegeakkoord van 2014 heeft de gemeente Wageningen de aandacht voor het behouden en versterken van de vitaliteit van de binnenstad opgenomen. De gemeente heeft geprobeerd een visie te creëren, om uit te vinden waar de stad voor staat en wat er eventueel verbeterd kan worden.

Bij dit proces betreft de gemeente graag de inwoners van Wageningen, die hieraan hun input kunnen geven. De activiteiten die georganiseerd zijn, zijn door verschillende partijen bezocht, maar de jongeren ontbraken hierbij. Deze groep vertegenwoordigd bijna 18% van de bevolking en het is dus van groot belang om ook hun visie mee te nemen in het proces.

Het doel van dit onderzoek is het ontwikkelen van een methode, gebaseerd op literatuur, die de gemeente kan gebruiken in haar onderzoek naar de identiteit van haar inwoners. Ook de resultaten die uit de data verzameling komen zullen worden geanalyseerd. Hieruit kunnen de belangen van deze doelgroep worden geïdentificeerd. Er is de wens om een identiteit te creëren waar elke doelgroep zich mee kan identificeren.

Theoretisch kader

De gemeente Wageningen bevindt zich in fase 2 en 3 van het model van Kavaratzis (2008), zie appendix 1. Dit betekent dat de visie en deels de strategie al zijn onderzocht door de gemeente. De gemeente Wageningen heeft namelijk de visie weergegeven in het document, 'Aan de slag met de binnenstad'. In dit onderzoek is gekeken naar de visie en wat de mening is over Wageningen en waar ze naartoe willen. In fase 2 wordt gekeken naar de lokale bevolking en de synergiën binnen de bevolking. Dit is gedeeltelijk gedaan in het visie document van de gemeente, maar dit kan nog op andere manieren en ook uitgebreider worden onderzocht. Het vervolg op dat onderzoek is het creëren van wederom een visie en een strategie om dan te kijken naar, fase 3, de acties en wellicht mogelijkheden en veranderingen in infrastructuur. Dit onderzoek zal zich richten op een manier om de bevolking, in dit geval studenten in de binnenstad die een masteropleiding doen, te onderzoeken om op basis daarvan een visie en identiteit te vinden om vervolgens acties uit te voeren om de stad weer levendig te maken en/of te houden.

Volgens de trends van nu staan steden onder grote concurrerende druk (Zhou. L. & Wang. T., 2014). In het geval van Wageningen zijn de concurrenten de omliggende steden, Ede,

Arnhem, Nijmegen en Utrecht. Het maken van een city brand kan de oplossing zijn voor deze concurrentie. Een city brand heeft een aantal voordelen, zoals het onderscheiden van de stad van deze nabij liggende steden. Tevens kan het een exclusieve kern identiteit weergeven van onder meer de onderdelen, geografie, natuur, historisch, cultureel en industrie (Zhou. L. & Wang. T., 2014). Het ontwikkelen van een city brand is een optie voor het levendig maken van een binnenstad. Met city brand wordt een naam, term, symbool, design of een combinatie van deze aspecten bedoeld, die de goederen of service identificeren en deze onderscheiden van concurrenten (Kotler & Keller, 2012).

Zonder het merk op de identiteit te baseren is het merk niks waard (Houghton and Stevens, 2010; Therkelsen et al., 2010). Met andere woorden, een logo dat niet gebaseerd is op de identiteit van de bevolking en/of de stad zal weinig bewondering en erkenning krijgen.

De identiteit is gedefinieerd als: ‘selectieve betrokkenheid met de omgeving’. Het staat gekenmerkt met de zin dat mensen belangrijk zijn in het scheppen van de identiteit (Proshansky et al., 1983). Kavaratzis and Kalandides (2015) definiëren place identity als: ‘het is hetzelfde als zichzelf’. Hier wordt mee bedoeld dat place identity de identiteit vertegenwoordigt van een stad zoals die is met al zijn kenmerkende elementen. Echter, de interpretatie van deze identiteit door individuen wordt bepaald door diens geselecteerde elementen, die vervolgens de individuele geïnterpreteerde identiteit vormen van de stad door de persoon. Je hebt dus te maken met veel verschillende individuele identiteiten van de stad. Om een collectieve identiteit te vormen voor de stad moet men dus rekening houden met alle individueel geïnterpreteerde identiteiten. Omdat alle identiteiten verschillen is het dus van belang om een soort rode draad te vinden die in elke individuele identiteit terugkomt.

Binnen de citybranding staat de trend co-creation centraal. Dit betekent dat het merk dat Wageningen zal uitstralen wordt gecreëerd door de stakeholders (Zhou. L. & Wang. T., 2014). Dit zijn onder meer de ondernemers, gemeente Wageningen, toeristen en niet te vergeten de bewoners zelf. Om de identiteit van een stad te kunnen vaststellen zijn volgens Läßle (1991) een aantal elementen van belang: materiality, practices, institutions en representations. Onder materiality vallen de gebouwen, winkels, andere bedrijven, straten en pleinen. Practices zijn de dingen die mensen doen met de materiality, zoals shoppen en naar de film gaan. Institutions zijn de gemeente en de overheid die zaken reguleren en wetten opstellen, en tevens de normen binnen de stad. Representations zijn de associaties die men heeft met een stad, dus niet alleen de stadsnaam, maar ook symbolen of typerende zaken.

Deze vier elementen vormen het theoretische kader van dit onderzoek. Het zijn deze elementen die een associatie vormen (Kavaratzis & Kalandides, 2015). Al deze associaties vormen samen interacties die vervolgens een place brand vormen (figuur 2).

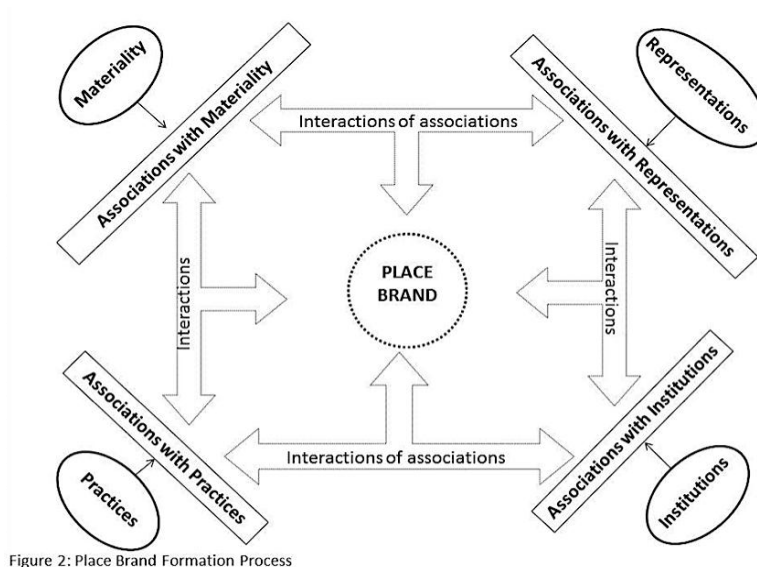


Figure 2: Place Brand Formation Process

Figuur 2: Place Brand Formation Process (Kavaratzis & Kalandides, 2015)

Op basis van dit model wordt fase 2 verder ontwikkeld en kan er een beter beeld worden gecreëerd van de identiteit, waar fase 3 op volgt: de actie en het kijken naar de mogelijkheid voor het creëren van een city/place brand.

Onderzoeksvragen

De hoofdvraag in dit onderzoek is: *Wat is de rol van de binnenstad in de leefstijl van de studenten?* De sub-vragen zullen ingaan op de elementen die nodig zijn bij formuleren van identiteit: materiality, practices, institutions en representations (Läpple 1991).

1. Wat zijn de verschillende leefstijlen van de studenten? (practices)
2. Wat biedt de binnenstad aan? (materiality, institutions, representations)

De eerste deelvraag wordt beantwoord door middel van afgenomen interviews. De tweede deelvraag wordt beantwoord door middel van veldwerk en het bekijken van documenten die informatie verstrekken over de binnenstad van Wageningen. Tevens zullen de vier elementen worden meegenomen bij de interviews met de respondenten.

Doelstellingen

De doelstellingen zijn te onderscheiden in twee soorten doelen:

Praktijkdoel: Een identiteit formuleren die gevormd is vanuit de leefstijlen van de studenten.

Kennisdoel: Een beeld vormen van de identiteit van een stad.

Methodologie

Onderzoekspopulatie

In dit onderzoek wordt slechts één doelgroep ondervraagd. De doelgroep die is gekozen zijn master studenten die wonen in studentenhuizen in de binnenstad van Wageningen. Deze groep is gekozen omdat Wageningen een studentenstad is en meer dan 24% van de bevolking van Wageningen student is (Gemeente Wageningen, 2015). De keuze voor master studenten is gebaseerd op het feit dat dit onderzoek zich richt op een kleine doelgroep om zo een goed voorbeeld aan de gemeente te kunnen leveren, hoe een identiteit gevormd kan worden. Het aantal bachelor studenten en master studenten was nagenoeg gelijk in het collegejaar 2013/2014, respectievelijk, 4231 en 4190 (Wageningen Universiteit, 2013). De populatie is opgedeeld in twee subgroepen: mannelijke en vrouwelijke nationale master studenten. Deze twee groepen worden vergeleken op basis van hun lifestyle.

Dataverzamelingmethoden

De empirische data wordt verzameld door gebruik te maken van semi-structured interviews (Vaus, 2001). Deze manier van interviewen houdt in dat de interviews een aantal te bespreken thema's als basis hanteert, maar dat het gesprek verder de vrije loop gaat. Het doel hiervan is dat de onderzoekers zo dieper in kunnen gaan op de respondenten en interessante onderwerpen ter sprake komen.

De thema's in het interview zijn lifestyle en de vier elementen van het Place Brand Formation Process model (Kavaratzis & Kalandides, 2015); materiality, representations, practices en institutions. Om de interviews te kunnen houden zijn er respondenten nodig uit de eerdergenoemde populatie master studenten. De eerste methode die gebruikt wordt is de 'multiple-stratified random sampling strategy' (Vaus, 2001), welke de populatie onderverdeeld in zogenoemde strata, zoals subgroepen. Mensen die zich in dezelfde strata bevinden zijn verbonden door middel van specifieke karakteristieken. De eerste strata in dit onderzoek zijn mannelijke nationale master studenten en de tweede strata zijn vrouwelijke nationale master studenten. Beide strata wonen in de binnenstad van Wageningen in een studentenhuus. Beide strata kunnen benaderd worden door gebruik te maken van het eigen netwerk van de onderzoekers, die zelf ook student zijn. Dit relateert naar de tweede methode die gebruikt wordt, namelijk de non-random sampling strategy 'volunteer' (Vaus, 2001). Deze methode houdt in dat de respondenten persoonlijk benaderd worden om mee te doen aan een interview.

Ontwerp van het interview

Het interview (appendix 2) maakt gebruik van vijf verschillende thema's. Als eerste wordt de lifestyle van de respondenten in kaart gebracht door te vragen naar hoe de studenten hun week indelen, wat zij doen in hun vrije tijd, wat zij aan sport doen en of de studenten in het weekend in Wageningen blijven. Door deze vragen te stellen krijgen de onderzoekers een globaal inzicht in de rol van de binnenstad in de lifestyle van studenten die woonachtig zijn in de binnenstad van Wageningen. Het tweede deel van het interview wordt ingedeeld in vier thema's die afkomstig zijn van het Place Brand Formation Process model (Kavaratzis & Kalandides, 2015). Hierin onderscheiden zich de eerdergenoemde vier elementen die gezamenlijk een city brand weergeven.

Methode van data-analyse

De data die deze interviews opleveren is van kwalitatieve aard en wordt gebruikt om inzicht te krijgen in de rol van de binnenstad in de lifestyle van de studenten. Om de uitkomsten van het interview in waardevolle informatie om te zetten worden er verschillende stappen gemaakt. Als eerste wordt er een elk interview uitgeschreven in een transcript. Hierna worden de transcripten geanalyseerd, waarin er gezocht wordt naar patronen en waardevolle informatie. Tenslotte worden de bevindingen van elke interview samengevat in een conclusie. De conclusies en bevindingen van elk interview worden met elkaar vergeleken, en de informatie die hieruit naar voren komt wordt gebruikt om de deelvragen te beantwoorden.

Resultaten

Er zijn in totaal vier interviews afgenomen bij de doelgroep. De resultaten die hieruit voort zijn gekomen zijn opgedeeld in twee groepen, zo betreft het eerste gedeelte de overeenkomsten van de verschillende lifestyles van de studenten samengevat in een overzicht van wekelijkse activiteiten en het tweede gedeelte betreft het invullen van de vier elementen van het Place brand formation process model. (Alle transcripten van de interviews zijn te vinden in appendix 3)

Lifestyle

De resultaten van de lifestyle van de studenten zijn gebaseerd op de vragen drie en vier, onder het kopje lifestyle, van het interview (appendix 2). Er wordt in een samenvattende tekst van de doordeweekse activiteiten en een tekst van de weekend activiteiten beschreven hoe een normale week eruitziet voor deze studenten. Dit geeft een overzicht van de gevonden patronen in de verschillende interviews en vertegenwoordigt de lifestyle van de studenten.

Doordeweeks

Overdag zijn de studenten voornamelijk op de universiteit waar zij vakken volgen of aan opdrachten werken. De studenten sporten vaak in de avond (gemiddeld 1 à 2 dagen in de week). Verder worden de avonden meestal gevuld met sociale activiteiten, zoals; gezamenlijk eten, een film of serie kijken, studentenverenigingsactiviteiten en/of het volgen van cursussen. De dag die centraal staat voor de studenten om te stappen is de donderdag. Op deze dag gaat men uit om een drankje te drinken of naar een van de open feesten van de studentenverenigingen te gaan. Af en toe wordt er ook gebruik gemaakt van een van de kroegen, maar dit gebeurt zelden.

In het weekend

Van de geïnterviewde studenten blijft de helft in het weekend in Wageningen. De studenten die wel blijven gaan vaak op vrijdagavond samen eten met vrienden, naar een huisfeest en af en toe naar een van de kroegen. Echter is dit wel afhankelijk van of er iets georganiseerd is en hoe druk het is in de stad. Daarnaast gaf een student aan dat het te ver reizen is naar huis en dat ze daarom blijft. Een andere reden die men gaf om te blijven is dat hetgeen waar zij heen gaan in het weekend makkelijker aan te reizen is vanaf Wageningen. Als men in Wageningen blijft in het weekend wordt er vaak wel gebruik gemaakt van de markt. De studenten die niet in Wageningen blijven in het weekend geven als reden dat zij nog een baantje, vrienden en/of een relatie thuis hebben. Verder vindt men dat er niet veel te beleven is in Wageningen in het weekend en daardoor liever naar (het ouderlijk) huis gaat.

City brand

De resultaten van de interviewvragen onder de kopjes 'practices', 'materiality', 'institutions' en 'representations' zijn gebruikt voor het invullen van het place brand formation process model. Allereerst zijn er vragen gesteld over wat mensen doen als zij in de binnenstad zijn, dit vertegenwoordigd het element 'practices'. Als tweede zijn er vragen gesteld met betrekking tot de faciliteiten in de binnenstad wat de 'materiality' vertegenwoordigd. Als derde zijn er vragen gesteld met betrekking tot de bereidheid van de gemeente om mee te werken aan evenementen van de studenten, dit relateert aan 'institutions'. Tot slot is er gevraagd hoe de studenten Wageningen omschrijven aan buitenstaanders en of ze het eens zijn met de kenmerken van de gemeente, dit relateert aan 'representations'.

Practices

De studenten gaven aan dat zij niet vaak overdag in de binnenstad zijn omdat zij dan meestal op de universiteit aanwezig zijn. Men maakt weinig gebruik van de aanwezige winkels wanneer men in de binnenstad is, er wordt dan ook niet uitgebreid geshopt. De winkels worden voornamelijk gebruikt voor het aanschaffen van hoognodige producten (boodschappen, kantoorartikelen etc.). Voor het aanschaffen van producten zoals kleding en schoenen gaan zij liever naar steden als Arnhem, Ede, Nijmegen en Utrecht, omdat deze een grotere diversiteit aan winkels bieden. Al gaf één student aan wel kleding te kopen bij de WE en de Actiesport. Studenten maken wel gebruik van de bioscoop en af en toe de cafés, vooral de Vlaamsche Reus is in trek bij de studenten. Verder gaven twee van de vier studenten aan wel gebruik te maken van het stadspark, maar dan alleen in de zomer door gebrek aan een tuin. Tot slot gaven alle studenten aan naar evenementen zoals 5 Mei en de Palmintoct te gaan en de helft maakt gebruik van de Markt. Ook staan zij open voor meer evenementen maar geven aan niet altijd goed op de hoogte te zijn van de evenementenagenda.

Materiality

Drie van de vier studenten gaven aan dat zij de faciliteiten van de binnenstad beperkt vinden, vooral het kledingwinkelaanbod. Ze zijn wel tevreden over de supermarkten, bakkers en de markt, maar vinden dat er weinig gratis parkeergelegenheid is. Qua uitgaansgelegenheden bezoeken zij wel is de Vlaamsche Reus, het Gat en de Zaaier maar geven aan dat die ook niet altijd even leuk zijn. Zij vinden daarnaast dat de prijzen die gehanteerd worden buiten het budget van een student liggen en dat zij daarom aangewezen zijn op de studentenverenigingen en huisfeesten. Ditzelfde geldt voor de restaurants, die vinden zij ook te duur.

De studenten gaven waren het unaniem eens over een aantal verbeterpunten. Zo gaven zij allemaal aan dat het leuk zou zijn als er een studentenkroeg, restaurant (zoals Vapiano), danscafé en/of discotheek komt die zich focussen op studenten en tot laat open zijn doordeweeks. Tot slot zouden drie studenten er graag een H&M bij willen, dit is volgens hun een winkel die van alles te bieden heeft voor een prijs die binnen het budget past van een student.

Institutions

De respondenten zijn van mening dat de gemeente vrij onzichtbaar is, maar als ze de gemeente om vergunningen moeten vragen, dat gemakkelijk kan. Echter ontbreekt er volgens de ondervraagden wel een verbinding tussen de gemeente en de studenten. Verder zijn de studenten het eens met het beleid betreft fietsen in de binnenstad en één ziet graag meer

koopzondagen, tevens zien zij allen graag meer gratis parkeergelegenheden. De bereikbaarheid wordt gezien als een groot probleem.

Representations

Onder dit kopje vallen de verschillende reputaties die de binnenstad van Wageningen heeft. Zoals in het document, ‘Aan de slag in de binnenstad’ zijn er verschillende reputaties, deze zijn: *studentenstad, kennisstad, internationale stad, stad der bevrijding, historische stad, havenstad, groene stad tussen uiterwaarden en Veluwe, vriendelijke en sociale stad, duurzame stad en compact maar goed voorzien.*

De meningen gaan er met name over dat Wageningen klein en gezellig is. Van de al bestaande reputaties worden: *kennisstad, internationale stad, stad der bevrijding, groene stad, vriendelijke en sociale stad* gezien als onderdelen van de identiteit van Wageningen. De kenmerken waar de studenten zich het minst in konden vinden waren: *historische stad en compact en goed voorzien.*

Conclusie

Aan de hand van de vier interviews valt te concluderen dat de master studenten die woonachtig zijn in de binnenstad redelijk dezelfde lifestyle hebben. Zo zijn zij doordeweeks overdag voornamelijk op de universiteit en ondernemen in de avond sociale activiteiten, waarin met name de donderdag gebruikt wordt om uit te gaan. Zij kopen alleen het hoognodige in Wageningen en gaan voor kleding of andere producten het liefst naar een andere stad. Diegenen die in het weekend in Wageningen blijven ondernemen sociale activiteiten en gaan naar huisfeesten, vrienden en soms een café of kroeg. Hiermee is de eerste deelvraag “*wat zijn de verschillende leefstijlen van de studenten (practices)*” beantwoord.

De binnenstad biedt verschillende faciliteiten aan zoals cafés, supermarkten, evenementen, restaurants, een bioscoop en een assortiment aan winkels. Uit de interviews is gebleken dat het assortiment mager is en niet goed aansluit op de studenten. Daarnaast zijn de geïnterviewden het er unaniem over eens dat het centrum een uitgaansleven mist en dan met name een danscafé of discotheek die zich focust op studenten. Verder zijn zij wel tevreden over de aanwezige evenementen en vinden ook dat wanneer zij zelf iets willen organiseren de gemeente er de ruimte voor geeft. Tot slot zijn de studenten het wel eens met de meeste omschrijvingen van Wageningen door de gemeente als; kennisstad, internationale stad, stad

der bevrijding, groene stad, vriendelijke en sociale stad. Hiermee is de tweede deelvraag beantwoord: “*wat biedt de binnenstad aan? (materiality, institutions, representations)*”.

Over het algemeen is de rol van de binnenstad in de lifestyle van masterstudenten, woonachtig in de binnenstad, niet heel groot. Zij maken beperkt gebruik van de aanwezige faciliteiten en gaan wanneer zij iets willen ondernemen liever naar andere steden (winkelen) of naar vrienden of de studentenvereniging (sociale activiteiten).

Discussie

Dit onderzoek is vanuit een sociologisch en marketing oogpunt bekeken. Op het gebied van marketing is er gekeken of het mogelijk is om op basis van de vier elementen: *materiality, practices, institutions en representations*, een identiteit te vormen, die daaropvolgend kunnen leiden tot een city brand. De vraag is echter of Wageningen daadwerkelijk een city brand nodig heeft en of Wageningen dus mee moet doen met de trend rondom city marketing.

Een beperking van dit onderzoek is dat de conclusies zijn gevormd op basis van een kleine onderzoekspopulatie. Het generaliseren naar deze bevolking (de studenten in de binnenstad) en het generaliseren naar de gehele bevolking binnen Wageningen is daarom niet mogelijk. Echter was het doel om inzicht te krijgen hoe een identiteit gevormd kan worden in een doelgroep, waardoor er minder respondenten nodig zijn en generalisatie niet nodig is.

Binnen het onderzoek zijn een aantal studenten geïnterviewd. De vragen zijn gesteld in de winter, te weten week 3, 2016. De antwoorden kunnen op deze manier vooral zijn gericht op activiteiten die die persoon in die periode doet. Het gaan naar bijvoorbeeld de Rijn kan op die manier op de achtergrond komen.

De interviews zijn door twee verschillende interviewers afgenomen, wat voor kleine verschillen kan hebben gezorgd. Tevens komen de respondenten uit het eigen netwerk, wat ervoor kan hebben gezorgd dat ze hun antwoorden aan de interviewer hebben aangepast. Ook zorgt een persoonlijk interview voor sociaal wenselijke antwoorden.

Aanbeveling

De aanbeveling geeft antwoord op de vraag: “hoe kunnen we de rol van de binnenstad vergroten in de lifestyle van studenten?”. Dit wordt ingevuld d.m.v. de 4 thema's van het place brand model waar studenten hun mening over hebben gegeven in het interview. De

ideale city brand die wordt gevormd uit deze 4 thema's maakt duidelijk voor de gemeente hoe ze de studenten tevreden krijgen en geeft inzage in hoe een eventuele city brand gevormd kan worden. Hiervoor is echter een onderzoek van de gehele Wageningse en buiten-Wageningse bevolking nodig. Deze zouden op dezelfde manier onderzocht kunnen worden als in dit onderzoek. Verder kan er gekeken worden naar andere manieren om de identiteit te achterhalen, die vervolgens met dit model kan worden vergeleken.

Naar onze mening is een brand vormen van deze identiteit niet goed genoeg. Er zullen eerst zaken verbeterd moeten worden. Dit betreft dan vooral de zaken die ontbreken. Na een brainstormsessie kwamen de onderzoekers tot een overkoepelend thema: *Vrij*.

Als er wordt voldaan aan de wensen van de studenten is Wageningen de stad waar:

- Er een zichtbare vrije relatie is tussen stad en universiteit is
- Een vrij uitgaansleven (bruisend, divers en genoeg keuze) is
- Regelgeving goed gecommuniceerd is en de burgers en ondernemers vrij zijn tot het aanvragen van vergunningen en worden gestimuleerd
- Vrijheid om te winkelen, dat betekent iedere dag, dus ook op zondag
- De stad van de vrijheid belangrijk is

Wageningen zou de citybrand '*Voel je vrij in Wageningen*' aan kunnen nemen.

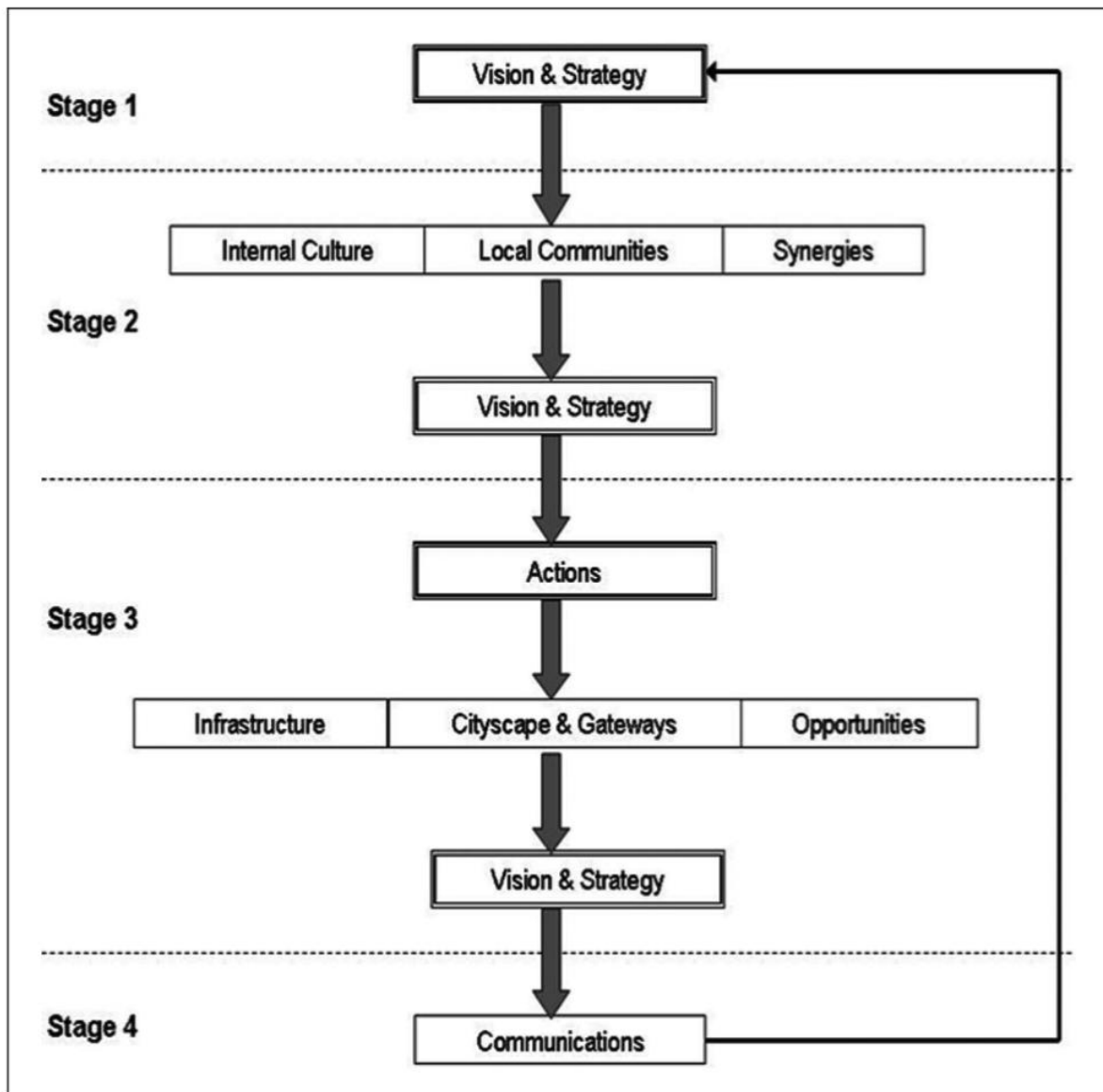
The logo consists of a green rectangular box on the left containing the text 'VOEL JE VRIJ IN' in white, uppercase, sans-serif font. To the right of this box, the word 'WAGENINGEN' is written in a large, green, hand-drawn, uppercase font.

Referentielijst

- Gemeente Wageningen (2013). Winkelen in Wageningen centrum. Retrieved from: <http://www.wageningencentrum.nl>
- Houghton J P, Stevens A (2010). “City branding and stakeholder engagement”, in *City Branding: Theory and Cases* Ed. K Dinnie (Palgrave Macmillan, Basingstoke, Hants), 45–53
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing management* (14th ed., Global ed.)
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2008). Place marketing: how did we get here and where are we going?. *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 150-165.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 69-86.
- Kavaratzis, M., & Kalandides, A. (2015). Rethinking the place brand: The interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environment and Planning A Environ Plan A*, 1368-1382.
- Läpple, D. (1991). “Essay über den Raum”, in *Stadt und Raum: Für ein Gesellschaftswissenschaftliches, Raumkonzept* Eds H Häußermann, D Ipsen, T K Badoni, D Läpple, W Siebel, M Rodenstein (Pfaffenweiler, Berlin), 157–207.
- Reesink, R. & Van Burgsteden, M. (2015). *Aan de slag met de binnenstad*
- Vaus. de, D. (2001). *Research design in social research*. London: SAGE Publications.
- Wageningen Universiteit (2013). Feiten en cijfers. Retrieved from: <http://www.wageningenur.nl/nl/Wageningen-University/Over-Wageningen-University/Feiten-en-cijfers.html>
- Zhou, L., & Wang, T. (2014). Social media: A new vehicle for city marketing in China. *Cities*, 37, 27-32.

Appendixes

Appendix 1: Place branding process



Figuur 1: Place branding process (Kavaratzis, 2008).

Appendix 2: Het interview

Interviewvragen

Lifestyle

1. Ben je een internationale of nationale Masterstudent?
2. Woon je in de binnenstad?
3. Beschrijf een normale week in Wageningen
 - a. Wat doe je in je vrije tijd?
 - b. Doe je aan sport?
4. Blijf je in het weekend in Wageningen?

Practices

1. Wat doe je zoal als je in de binnenstad bent?
2. Ben je er ook s 'avonds te vinden?
3. Wat koop je in winkels in het centrum van Wageningen?
4. Waar ga je voor de rest van je spullen heen?
5. Ga je weleens naar het stadspark?
6. Ga je weleens naar festiviteiten in het centrum? Denk aan 5 mei, palmintoct, markt

Materiality

1. Wat vind je van de faciliteiten in de binnenstad
2. Wat vind je van de uitgaansgelegenheden?
3. Wat mis je aan faciliteiten in de binnenstad?

Institutions

1. Vindt je dat er vanuit de gemeente genoeg vrijheid wordt gegeven om evenementen te organiseren? Denk hierbij aan de wetgeving en vergunningen

Representations

1. Hoe zou jij Wageningen omschrijven aan mensen van buitenaf? Wat zijn kenmerken?
2. In hoeverre ben je het eens met de omschrijving van Wageningen als:

Studentenstad	Compact maar goed voorzien
Historische stad	Duurzame stad
Kennisstad	Vriendelijke en sociale stad
Internationale stad	Stad der bevrijding
Havenstad	Groene stad tussen uiterwaarden en Veluwe

Appendix 3: Interviews

Interview 1

Lifestyle

1. Ben je een internationale of nationale Masterstudent?

Ik ben een vrouwelijke nationale Masterstudent.

2. Woon je in de binnenstad?

Ja.

3. Beschrijf een normale week in Wageningen

Ik doe een studie waar ik erg veel tijd voor op de universiteit moet zijn. Mijn dagen beginnen daar om half 9 en om 17.30 ben ik meestal thuis.

- a. Wat doe je in je vrije tijd?

Op maandag, woensdag en donderdag avond ben ik eigenlijk altijd op mijn studentenvereniging. Op dinsdagavond volg ik een cursus Spaans en hebben we met huis huisavond. Met vriendinnen drink ik weleens koffie in de binnenstad bij de Bagels & Beans of bij Columbus.

- b. Doe je aan sport?

In de zomer skeeler ik vaak over de dijk of richting Renkum maar in de winter is dit er een beetje bij ingeschoten.

4. Blijf je in het weekend in Wageningen?

Ik blijf in Wageningen als ik op vrijdag of zaterdag iets gepland heb zoals een feest dat ik niet wil missen. Naast dat geplande event blijf ik vaak thuis omdat er niet erg veel te doen is in Wageningen. Het is voor mij ook erg lang reizen naar huis, dat speelt wel mee.

Practices

1. Wat doe je zoal als je in de binnenstad bent?

Naast dat ik natuurlijk in de binnenstad woon kom ik er ook te vinden om de nodige dingen te halen zoals eten en verzorgingsproducten.

2. Ben je er ook s'avonds te vinden?

Nee bijna nooit, een keer per maand ga ik naar de Vlaamsche Reus.

3. Wat koop je in winkels in het centrum van Wageningen?

Eigenlijk alleen maar de hoognodige producten. Ik kom er niet om echt te shoppen.

4. Waar ga je voor de rest van je spullen heen?

Om echt te winkelen ga ik naar Utrecht, Arnhem of Ede.

5. Ga je weleens naar het stadspark?

Ja, in de zomer ben ik daar vaak te vinden. Ik heb al wel een paar keer meegemaakt dat er hondenpoep lag.

6. Ga je weleens naar festiviteiten in het centrum? Denk aan 5 mei, palmintoct, markt

Ja, eigenlijk ga ik overal naartoe. Bij de markt kom ik niet meer zo vaak omdat ik hier weinig tijd voor heb. Anders haal ik daar mijn fruit en stoffen.

Materiality

1. Wat vind je van de faciliteiten in de binnenstad

Er zijn te weinig winkels maar dat is eigenlijk wel logisch als je naar de grootte van de stad kijkt. Er is te weinig gratis parkeergelegenheid, hiervoor moet ik altijd naar de Hoogvliet of de Albert Heijn.

2. Wat vind je van de uitgaansgelegenheden?

Het zou leuk zijn als er een grote discotheek of studentencafe komt waar de hippe studenten elkaar kunnen ontmoeten. Nu blijft iedereen bij zijn eigen vereniging op alle dagen, terwijl het ook leuk zou zijn andere mensen te ontmoeten op een leuke plek in de binnenstad.

3. Wat mis je aan faciliteiten in de binnenstad?

Een grote winkel als de H&M zou ik wel fijn vinden.

Institutions

1. Vindt je dat er vanuit de gemeente genoeg vrijheid wordt gegeven om evenementen te organiseren? Denk hierbij aan de wetgeving en vergunningen.

Hier heb ik weinig ervaringen mee. Ik heb het gevoel dat hier wel makkelijk dingen te organiseren zijn en vergunningen makkelijk worden vergeven. Gratis parkeergelegenheden mis ik echt en ik vind het ook niet fijn dat je niet mag fietsen in de Hoogstraat, eigenlijk is dit ook wel logisch. Voor mij zouden meer koopzondagen fijn zijn omdat ik hele dagen op de universiteit zit en geen tijd heb om dingen te kopen.

Representations

1. Hoe zou jij Wageningen omschrijven aan mensen van buitenaf? Wat zijn kenmerken?

Wageningen is klein, gezellig, een studentendorp waar je de spanning echt zelf moet opzoeken. De ligging aan de Rijn vind ik leuk. Het is natuurlijk ook de City of Life Sciences, gelegen in de Food Valley. Er heerst een studiesfeer en de verbinding is erg slecht. Ik zou graag een treinstation in Wageningen zien. We worden afgezonderd door deze verbinding en hierdoor trekt de stad duffe mensen aan die niet meelopen met trends. Als Wageningen een goede verbinding zou hebben zouden mensen hier langskomen.

2. In hoeverre ben je het eens met de omschrijving van Wageningen als:

- Studentestad
- Kennisstad
- Internationale stad
- Stad der bevrijding
- Historische stad - Havenstad
- Groene stad tussen uiterwaarden en Veluwe
- Vriendelijke en sociale stad
- Duurzame stad
- Compact maar goed voorzien

Interview 2

Lifestyle

1. Ben je een internationale of nationale Masterstudent?

Ik ben een mannelijke nationale Masterstudent.

2. Woon je in de binnenstad?

Ja.

3. Beschrijf een normale week in Wageningen

***Maandag** de hele dag naar de unie en in de avond kijken we een huisserie.*

***Dinsdag** de hele dag naar de unie en dan in de avond speel ik hockey*

***Woensdag** de hele dag naar de unie en in de avond volg ik een frans cursus*

***Donderdag** de hele dag naar de unie en in de avond speel ik hockey, na de hockey met het team gezellig een biertje doen, maar nooit in een cafe maar altijd bij iemand thuis. Ik woon in het centrum waar we vaak heen gaan. Heel af en toe gaan we naar de vlaamsche reus of naar open feesten van de verenigingen.*

***Vrijdag** weer naar de unie en in de avond eet ik met vrienden en doe ik wel is een drankje in de Vlaamsche Reus of soms een huisfeest. Het hangt ervan af hoe druk het in de stad is.*

- a. Wat doe je in je vrije tijd?

Ik kook, lees boeken en kijk films en series. Daarnaast doe ik aan hockey en ga ik naar feestjes.

- b. Doe je aan sport?

Ja, ik doe hockey

4. Blijf je in het weekend in Wageningen?

Vaak wel maar niet altijd. Ik ga dan altijd naar de markt en erna lekker dingen koken. Daarnaast huisfeesten, naar andere steden voor een tripje, maar voornamelijk samen eten en koken met vrienden. Zondag heb ik meestal een hockeywedstrijd en dan rust ik erna meestal uit. Er is toch vaak niks te doen op zondag en moet je maandag vroeg naar de unie waardoor ik niet echt iets onderneem.

Practices

1. Wat doe je zoal als je in de binnenstad bent?

Shoppen kan hier niet, daarvoor ga ik liever naar een andere stad waar je wel fatsoenlijk kan shoppen. Maar dingen die ik wel doe in de binnenstad is het kopen van spullen voor mijn studentenhuis, dit doe ik meestal bij de Etos, Hema en Action.

2. Ben je er ook s'avonds te vinden?

Ja, ik ga wel is naar de Vlaamsche Reus en de Zaaier. De rest van de uitgaansgelegenheden is eigenlijk niks. Soms ga ik naar de bios en verder eigenlijk alleen naar huisfeesten en open feesten van de verenigingen.

3. Wat koop je in winkels in het centrum van Wageningen?

Eigenlijk alleen maar de hoognodige producten. Ik kom er niet om echt te shoppen maar koop alleen het hoognodige.

4. Waar ga je voor de rest van je spullen heen?

Eigenlijk altijd naar Nijmegen.

5. Ga je weleens naar het stadspark?

Nee, het is te ver lopen en ik weet niet wat ik er moet doen. Ik chill hem liever op de markt, lekker dicht bij huis. Daarnaast heeft de unie zelf mooie buitenfaciliteiten die ik liever gebruik.

6. Ga je weleens naar festiviteiten in het centrum? Denk aan 5 mei, palmintoct, markt

Ja, 5 Mei, Palm Intocht, Markt of dingen die georganiseerd worden voor studenten zoals feestjes, theater etc.

Materiality

1. Wat vind je van de faciliteiten in de binnenstad

Het is allemaal wel prima betreft markt, supermarkt en bakker. Maar qua kleding is het wel heel weinig en dat is jammer, ik kan namelijk geen schoenen kopen en door de drukte met de unie moet ik echt plannen om naar een andere stad te gaan om schoenen te kopen. De kroegen en eetgelegenheden zijn erg duur voor studenten dus ik vind dat ze hierop beter moeten aansluiten. Het is eigenlijk best een chique stad voor studenten. Je kan niet voor een 10tje wat lekkers gaan eten, het werkt dus anti-sociaal naar studenten en trekt hun dus totaal niet. Dus een restaurant of café waar studenten heen kunnen met elkaar of hun ouders wordt al gauw een 'duurder' café/restaurant.

2. Wat vind je van de uitgaansgelegenheden?

Het kan soms heel leuk zijn in plekken als het gat. Maar dit gebeurt vrij weinig. Het is voornamelijk drankjes doen, je kan prima bij de Vlaamsche Reus en de Zaaier een drankje doen. Maar als je de ene kroeg niet leuk vindt heb je eigenlijk geen alternatieven. In een paar woorden; studenten zijn aangewezen op alternatieven als huisfeesten en verenigingsfeesten en het uitgaansleven vanuit de stad is eigenlijk gewoon heel slecht.

3. Wat mis je aan faciliteiten in de binnenstad?

*Goeie uitgaansgelegenheden
H&M (die hebben alles wat je nodig hebt)*

Institutions

1. Vindt je dat er vanuit de gemeente genoeg vrijheid wordt gegeven om evenementen te organiseren? Denk hierbij aan de wetgeving en vergunningen.

Ik vind dat ze wel actief zijn betreft evenementen (ook al sluiten ze niet aan op studenten). Maar in het algemeen zijn er best veel evenementen, vooral dingen zoals de markt.

Representations

1. Hoe zou jij Wageningen omschrijven aan mensen van buitenaf? Wat zijn kenmerken?

Klein, slecht bereikbaar, goeie universiteit, leuke universiteit, internationaal, klein maar gezellig, soms saai (uitgaan), alternatieve manieren van leuk maken (meer zelf doen; diners, biertje doen), relaxt, mode onbewust, geïsoleerd van de buitenwereld.

2. In hoeverre ben je het eens met de omschrijving van Wageningen als:

- Studentenstad
- Kennisstad
- Internationale stad
- Stad der bevrijding
- Historische stad
- Havenstad
- Groene stad tussen uiterwaarden en Veluwe
- Vriendelijke en sociale stad
- Duurzame stad
- Compact maar goed voorzien

Interview 3

Lifestyle

1. Ben je een internationale of nationale Masterstudent?

Ik ben een mannelijke nationale masterstudent.

2. Woon je in de binnenstad?

Ja, ik woon aan de markt

3. Beschrijf een normale week in Wageningen

Zondag Kom ik meestal naar Wageningen vanuit mijn ouderlijk huis.

Maandag In de ochtend sport ik waarna ik naar de universiteit ga en werk aan mijn thesis. In de avonds eet ik gezamenlijk met het huis en doe ik erna wel is een spelletje.

Dinsdag Ga ik naar de universiteit en werk ik in de middag voor het Writing Lab. In de avond chill ik met mijn huisgenoten en volg ik wel is een gastcollege.

Woensdag In de ochtend sport ik, de rest van de dag werk ik aan mijn thesis en in de avond eet ik weer gezamenlijk met mijn huisgenoten.

Donderdag Werk ik de hele dag aan mijn thesis op de universiteit en werk ik in de middag voor het Writing Lab. In de avond eet ik weer gezamenlijk en doe ik een biertje thuis of ga ik naar de bios.

Vrijdag Werk ik in de ochtend aan mijn thesis en ga ik in de loop van de middag richting mijn ouderlijk huis.

- c. Wat doe je in je vrije tijd?

Ik kijk films en series, doe aan sport, ga naar netwerkevenementen en doe workshops.

- d. Doe je aan sport?

Ja ik ga naar de fitness en daarnaast doe ik wel is mee aan knotsbal, rugby of volleybal. Hiervoor ga ik mee met vrienden of huisgenoten.

4. Blijf je in het weekend in Wageningen?

Nee

Waarom?

Ik heb thuis nog een bijbaantje, al mijn vrienden wonen nog in mijn oude dorp en mijn vriendin woont daar ook nog steeds.

Practices

1. Wat doe je zoal als je in de binnenstad bent?

Ik ga naar de sportschool, de bioscoop, een evenment als 5 mei of palintocht en naar vrienden die in de binnenstad wonen.

2. Ben je er ook s'avonds te vinden?

Soms, ik ga af en toe naar de bios of naar een open feest van een studievereniging. Ik ga eigenlijk nooit naar een café of restaurant.

3. Wat koop je in winkels in het centrum van Wageningen?

Heel af en toe koop ik kleren, dit doe ik meestal bij de WE en de actiesport. Boodschappen bij de AH of Hoogvliet. Daarnaast ga ik naar de Action en Hema voor kantoorpullen

4. Waar ga je voor de rest van je spullen heen?

Ik ga meestal naar Arnhem, Utrecht of Amersfoort die hebben veel meer de bieden en een grotere diversiteit aan winkels.

5. Ga je weleens naar het stadspark?

Nee, ik kom daar nooit. Dir komt omdat ik andere dingen te doen heb, er geen zin in heb en er niet echt de vrienden voor heb om daar heen te gaan. Daarnaast zou ik niet weten wat ik er moet doen.

6. Ga je weleens naar festiviteiten in het centrum? Denk aan 5 mei, palmintoct, markt

Ja, ik ga naar 5 Mei, palmintoct en heel af en toe een open feest bij verenigingen. Daarnaast doe ik wel is een biertje bij de Vlaamsche Reus en heb ik af en toe een borrel van de studievereniging bij de PennyLane. Maar op eigen houtje kom ik nooit bij dit soort dingen, het is altijd in groepsverband

Materiality

1. Wat vind je van de faciliteiten in de binnenstad

De voorzieningen zijn erg beperkt. Er is weinig aanbod aan winkels en weinig uitgaansgelegenheden voor studenten. De basis van winkels is er wel (Jumbo, AH, Hoogvliet en Hema) maar voor uitgebreid winkelen moet je echt niet in Wageningen zijn.

Qua groenvoorziening kan het beter. Ik vind dat er te weinig groen in het centrum te vinden is. Er wordt te weinig gebruik gemaakt van de gracht, je kan hier echt wat van maken door het meer te betrekken bij het centrum.

2. Wat vind je van de uitgaansgelegenheden?

Dit is wel erg mager. Er zijn wel kroegen en restaurants maar die vallen niet echt binnen het budget van een student. Daarnaast mis ik echt een grote kroeg of discotheek die zich focust op studenten. Het leeft niet in het centrum.

3. Wat mis je aan faciliteiten in de binnenstad?

Ik mis een goeie studentenkroeg/discotheek die ook doordeweeks tot laat open is en studentenprijzen hanteert. Ik zou wel meer winkels willen, maar begrijp dat er te weinig mensen in Wageningen wonen om aantrekkelijk te zijn voor bedrijven.

Ik ben geen groot restaurant ganger dus qua restaurants is het prima. Wat nog een echte aanwinst zou zijn is een goeie koffietent (niet Bagels & Beans).

Institutions

1. Vindt je dat er vanuit de gemeente genoeg vrijheid wordt gegeven om evenementen te organiseren? Denk hierbij aan de wetgeving en vergunningen.

Dit is lastig om te zeggen aangezien ik er nog niet zo lang woon. Maar wat ik merk is dat er niet zoveel zichtbaar is van de gemeente dat ze open staan voor samenwerken met de universiteit en studenten.

Representations

1. Hoe zou jij Wageningen omschrijven aan mensen van buitenaf? Wat zijn kenmerken?

Dorps, gezellig, niet heel levendig, prima stad voor je master (maar voor je bachelor kan je echt beter ergens anders heen gaan) en daarnaast zou ik er nooit gaan wonen.

2. In hoeverre ben je het eens met de omschrijving van Wageningen als:

- Studentenstad
- Kennisstad
- Internationale stad
- Stad der bevrijding
- Historische stad
- Havenstad
- Groene stad tussen uiterwaarden en Veluwe
- Vriendelijke en sociale stad
- Duurzame stad
- Compact maar goed voorzien

Interview 4

Lifestyle

1. Ben je een internationale of nationale Masterstudent?

Ik ben een vrouwelijke nationale masterstudent.

2. Woon je in de binnenstad?

Ja

3. Beschrijf een normale week in Wageningen

Overdag ben ik altijd op de universiteit. Op maandagavond ben ik te vinden bij mijn studentenvereniging. Op dinsdagavond heb ik huisavond, waarbij we zo'n 1 keer in de 2 maanden naar een café op de markt gaan. Woensdagavond ben ik thuis en donderdagavond eer ik met mijn jaarclub waarna ik vaak naar een feest bij de vereniging ga.

- a. Wat doe je in je vrije tijd?

Ik doe hockey en yoga bij de Bongerd

- b. Doe je aan sport?

Ja hockey en Yoga.

4. Blijf je in het weekend in Wageningen?

Ja maar niet altijd.

Waarom?

Omdat het er vanaf hangt of ik iets gepland heb of wanneer hetgeen waar ik heen wil in het weekend makkelijker aan te reizen is vanaf Wageningen.

Practices

1. Wat doe je zoal als je in de binnenstad bent?

Naast dat ik er woon vooral winkelen, bijvoorbeeld bij de Hema. Ik ga gericht naar winkels toe en winkel alleen als ik iets nodig heb. Soms zou ik wel ergens koffie willen drinken maar dan weet ik niet met wie.

2. Ben je er ook s'avonds te vinden?

Af en toe bij een café op de markt. Niet al mijn huisgenoten zijn lid, dus wanneer de vereniging niet open is kunnen we daar lekker kletsen.

3. Wat koop je in winkels in het centrum van Wageningen?

Alleen spullen die ik nodig heb.

4. Waar ga je voor de rest van je spullen heen?

Ik ga meestal naar Eindhoven of Arnhem

5. Ga je weleens naar het stadspark?

Ja, in de zomer want dan kun je zonder tuin toch buiten zitten.

6. Ga je weleens naar festiviteiten in het centrum? Denk aan 5 mei, palmtocht, markt

Wanneer bekend is wanneer er iets plaatsvindt wel. Soms hoor ik later dat er iets was en heb ik het nergens aangekondigd gezien. Naar de markt ga ik niet, dat zit niet in mijn systeem.

Materiality

1. Wat vind je van de faciliteiten in de binnenstad

Ik vind de faciliteiten erg slecht.

2. Wat vind je van de uitgaansgelegenheden?

Er zijn niet echt uitgaansgelegenheden. Het zijn meer niet boeiende cafés. Het zou leuk zijn als er iets hippers komt zoals een danscafé. Ik weet niet of ik er gebruik van zou maken omdat ik vaak naar de vereniging ga. Dit zou wel voor andere erg leuk kunnen zijn.

3. Wat mis je aan faciliteiten in de binnenstad?

Zo'n danscafé zou leuk zijn. Ook goedkopere restaurantjes als Vapiano of een Mexicaan mis ik. Er zijn wel veel parkeerplekken maar dichtbij is alles betaald parkeren. Ook een grote winkels als de H&M zou leuk zijn.

Institutions

4. Vindt je dat er vanuit de gemeente genoeg vrijheid wordt gegeven om evenementen te organiseren? Denk hierbij aan de wetgeving en vergunningen.

Ik denk dat als student zijnde het wel haalbaar is om iets te organiseren. Daarnaast maakt het voor mij niet zoveel uit als er wel of geen koopzondagen zijn. Op zondag ga ik toch alleen naar de supermarkt. Verder vindt ik het logisch dat je niet mag fietsen in de Hoogstraat.

Representations

1. Hoe zou jij Wageningen omschrijven aan mensen van buitenaf? Wat zijn kenmerken?

Ik omschrijf het altijd als een boerendorp met stadsrechten. Ons-kent-ons binnen de studentenkring maar dat zal onder de rest van de bewoners ook zo zijn. Het is klein en gezellig en er wonen veel studenten. Het is leuk om er als student te wonen omdat zo'n groot aandeel van de inwoners student is.

2. In hoeverre ben je het eens met de omschrijving van Wageningen als:

- Studentenstad
- Kennisstad
- Internationale stad
- Stad der bevrijding
- Historische stad
- Havenstad
- Groene stad tussen uiterwaarden en Veluwe
- Vriendelijke en sociale stad
- Duurzame stad
- Compact maar goed voorzien