

De stad tussen de oren

Het belang van citymarketing




Prof.dr. Gert-Jan Hospers

Eerste Congres City- en Regiomarketing

Antwerpen, 20 oktober 2009

Concurrentie op alle niveaus

Mayor  City of Cologne



科隆-中国企业进军欧洲的桥头堡

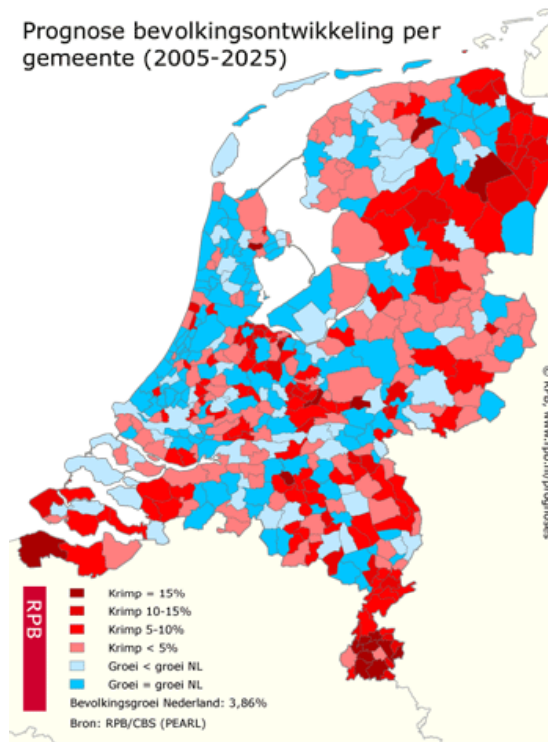
科隆是德国国家红砖城市，具有两千多年悠久历史，地理位置优越，交通便利，拥有国际化精英荟萃的当代经济结构及全球领先的工业，已发展成为国际一流大都市，也是世界最南地最发达的先进工业经济基地。作为北部的经济中心，科隆是“2025年4月欧洲之中心计划”的核心内容就是吸引更多的中国企业到当地投资，并在当地设立研发和生产，同时国内可在双屏许可的免签，进一步吸引和留住中国企业在当地投资发展的力量。

科隆热情地欢迎来自中国的投资者

科隆市政府 Municipality of Cologne Köln	科隆市副市长 Vizebürgermeister Köln	科隆市市长 Bürgermeister Köln
--	-------------------------------------	--------------------------------



Stedenstrijd in Nederland





Van strijd naar strategie

- **Strijd tussen steden om de vier B's**
 - bewoners, bedrijven, bezoekers en bollebozen
 - bestaande B's houden en nieuwe aantrekken
- **Slimme Steden investeren in hetzelfde...**
 - *hardware*: diverse/ondernemende economie
 - *software*: aantrekkelijk werk/woonklimaat
 - *mindware*: de stad of regio tussen de oren
- **...maar bouwen voort op hun DNA**

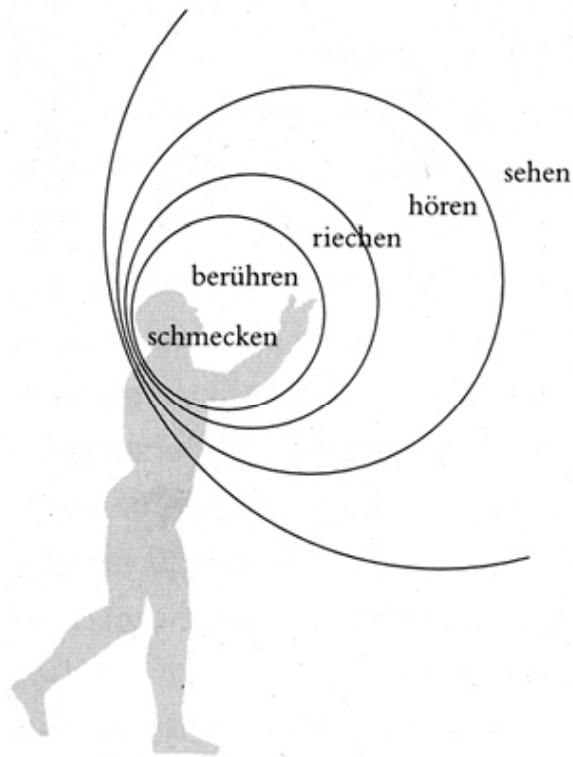


Het DNA van de stad

- Wat is de *elevator story* van uw stad?
 - DNA (eigenlogica/verhaal) van de stad
 - authenticiteit in relatie tot andere steden
 - kernwaarden, bijv. groen en menselijke maat
- Maar: de stad is geen pak wasmiddel
 - ‘plaatsconsument’ is behoorlijk honkvast
 - bewoners: 67% verhuist binnen gemeente
 - bedrijven: 94% verhuist binnen de regio



Van landschap tot *sensescape*



- De stad en de zintuigen
 - hoe voelt/klinkt/ruikt de stad?
 - topofilie en *sense of place*
- Hèt gevoel van de stad?
 - voor iedereen anders
 - (voormalige) inwoners
 - mensen uit de regio
 - toeristen en dagjesmensen
- Interessant: retourmigratie

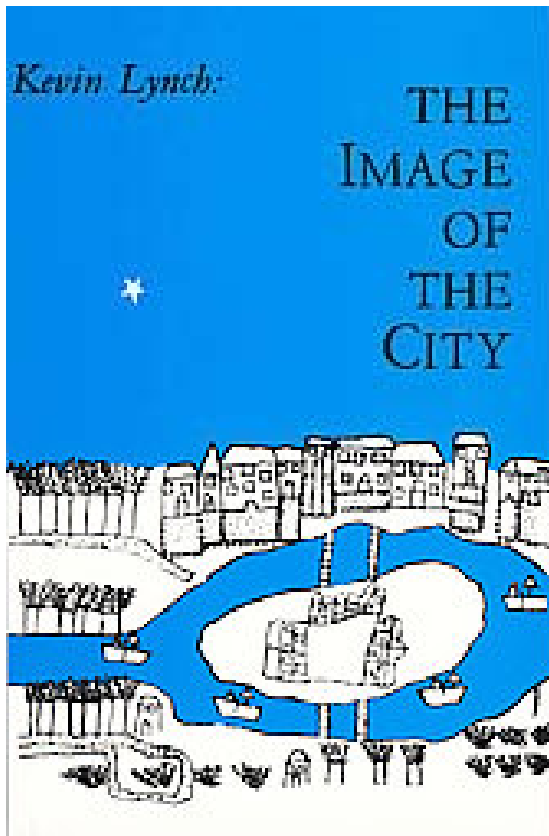


Le Città Invisibili (1972)



‘Je houdt van een stad, niet om haar zeven of zevenen-zeventig attracties, maar omdat ze aan jouw specifieke behoefte beantwoordt’

De stad als gebouwd beeld



- Ruimtelijke beelddragere
 - routes
 - overgangszones
 - knooppunten
 - wijken
 - landmarks:
- Overige beelddragere
 - attracties en evenementen
 - personen en producten



De stad als fotografisch beeld



- De *gaze* van de bezoeker
 - toerisme: kijken of het klopt
 - bevestiging van beelden
 - marketing als manipulatie
- Het belang van fotografie
 - *sites* zijn *sights* geworden
 - reproductie met foto's
- De ansichtkaarttest: wat is fotogeniek aan uw stad?

Voorbeelden citymarketing

■ Leeuwarden



KIJK, DAT IS 'T
MOOIE
VAN LEEUWARDEN

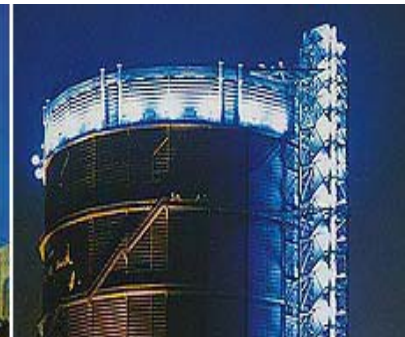
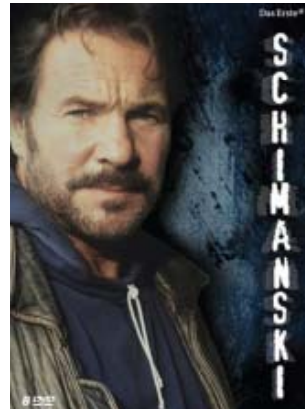



STIJLBOEK
CAMPAGNE
EXPEDITIE LEEUWARDEN

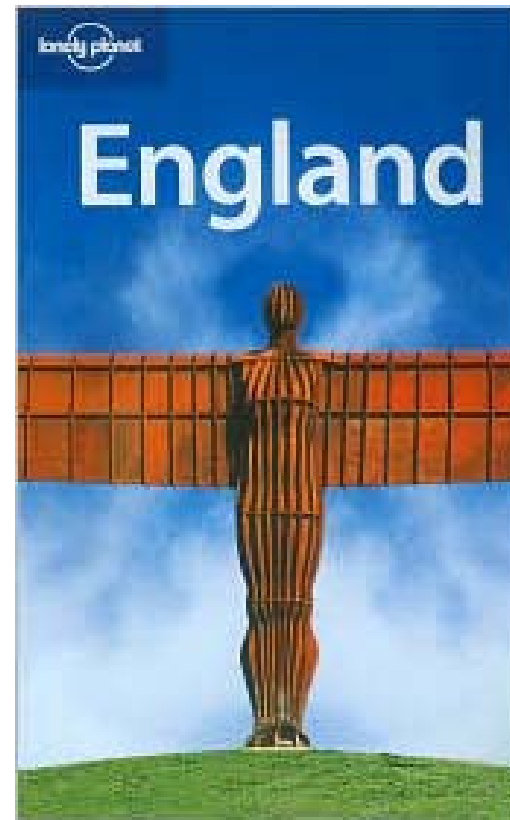
■ Venetië



Ruhrgebiet: Industriekultur



Newcastle~Gateshead





Van DNA naar citymarketing

- **Citymarketing van slimme steden**
 - bouw voort op het DNA van de stad
 - staar je niet blind op nieuwkomers
 - stad als gebouwd en fotografisch beeld
 - speel in op bestaande beeld van de stad
 - liever vrije publiciteit dan campagne
- **Er leiden vele wegen naar uw stad!**
 - onderzoek het vele, maar behoud het goede



Verder lezen over thema

