

**gutundgut, 25. August 2021,
Impulsreferat Rheinisches Revier**

gutundgut, gegründet von Rafael Enzler¹, Partner, Ökonom, Touristiker, Stratege, Vernetzer und von Christian Müller², Partner, Architekt, Denker, Lösungsfinder, Individualist.

1



2

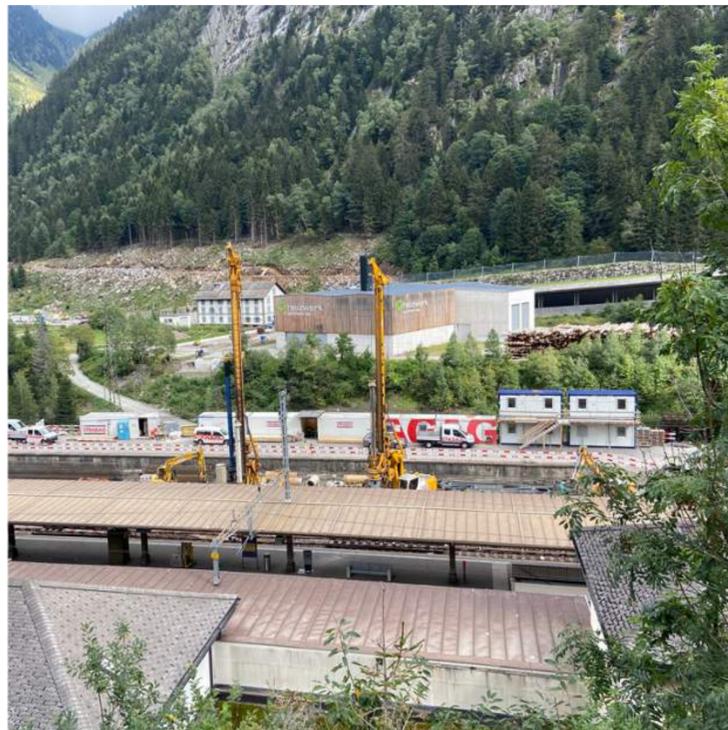


Placemaking

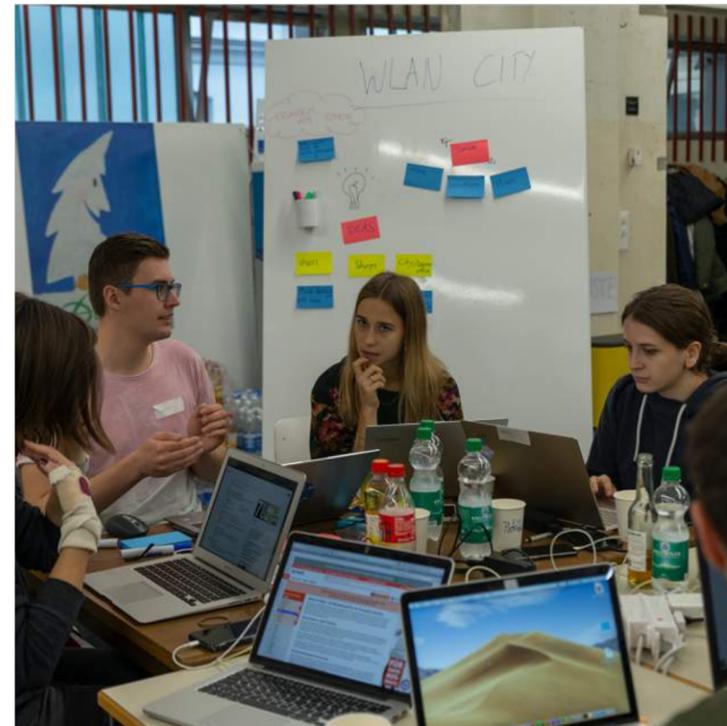
Placemaking bedeutet, Orte gleichzeitig als kulturelle, soziale, wirtschaftliche und ästhetische Gefüge zu formen, die Menschen anhaltend und immer wieder aufs Neue anziehen und begeistern.

10 Thesen für erfolgreiches Placemaking im Tourismus

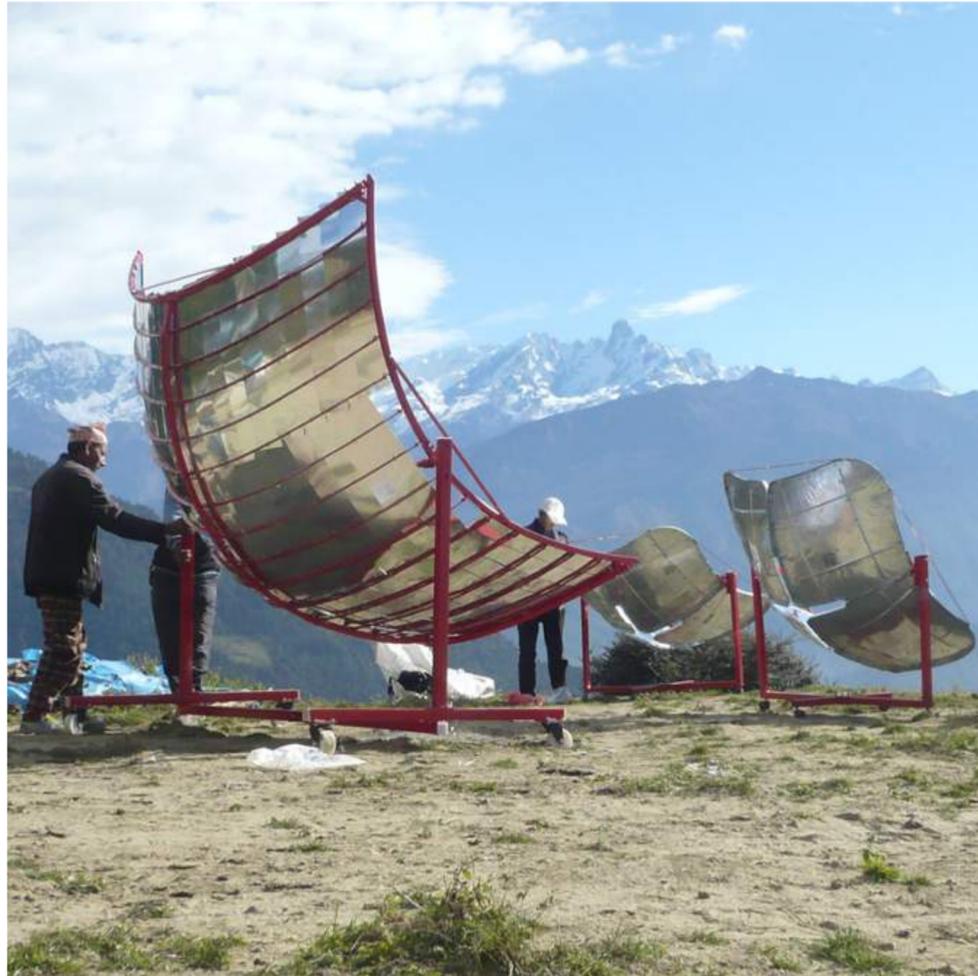
These 1: Tourismusentwicklung ist gleich Lebensraumentwicklung



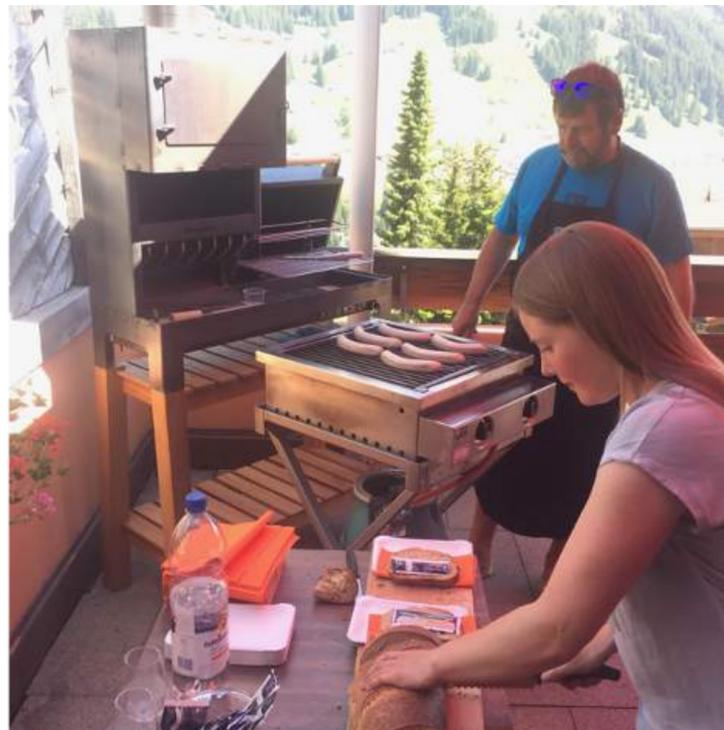
These 2: Die Bevölkerung wird in die Entwicklung miteinbezogen



These 3: Die Geschichte von Orten wird seit jeher von Menschen geschrieben



These 4: Wo unterschiedliche Zielgruppen aufeinander treffen, werden Orte interessant



These 5: Placemaking bedeutet Themen zu vernetzen



These 6: Wer Orte entwickeln möchte, muss die Gästeströme kennen



These 7: Placemaking darf auch Spass machen



These 8: Spannend Orte stehen in einem Dialog mit der Natur



These 9: Erfolgreiche Orte lösen Sehnsucht aus.



These 10: Es braucht Mut, Dinge auszuprobieren



Fazit: Placemaking ist die Kunst
Masterplanung und Design Thinking unter
einen Hut zu bringen.

gutundgut gmbh, c/o Coworking Space
Blau10, 8001 Zürich, Schweiz,
info@gutundgut.ch, +41 44 260 80 51

gutundgut B.V., Voorburgstraat 3, 3037 XA
Rotterdam, Nederlande,
info@gutundgut.ch, +31 10 213 67 63