

Recreatie en toerisme in oude Hanze-steden

Historische binnenstad biedt uitstekende mogelijkheden

De binnensteden van Deventer, Zwolle en Kampen zijn vanouds belangrijke toeristische trekpleisters. Nu recreatie en toerisme een massaal karakter hebben gekregen, is de economische betekenis ervan sterk toegenomen. Daarbij wordt de toeristisch-recreatieve sector beschouwd als één van de weinige economische sectoren waar nog groei in zit.

Om de mogelijkheden ten volle te benutten is het wél noodzakelijk te onderzoeken of het bestaande aanbod (nog) wel voldoende aansluit op de wensen van de huidige recreant. Deze wensen komen in dit artikel aan de orde en het recreatief produkt is zeker nog voor verbetering vatbaar.

M. BELLERS EN J. TEN HAVE

In de laatste jaren is vooral op provinciaal niveau de belangstelling voor recreatie en toerisme gegroeid. Zo is men in veel provincies bezig met het opstellen van de zogenaamde 'Toeristisch-Recreatieve Ontwikkelingsplannen' (TROP's) en in sommige provincies zijn deze zelfs al afgerond. De hoofddoelstellingen in deze plannen zijn vaak gericht op versterking van de regionale inkomens- en werkgelegenheidspositie, maar naast economische spelen ook andere motieven een rol. Zo moet bijvoorbeeld een oplossing gevonden worden voor de problematiek van de toegenomen vrije tijd door werkloosheid en arbeidstijdverkorting.

Gebruiksmogelijkheden

Het voor u liggende artikel is een samenvatting van een onderzoek in opdracht van de Provinciale Planologische Dienst Overijssel en gaat over binnenstedelijke recreatie in Deventer, Zwolle en Kampen. Centraal staat de vraag in hoeverre recreatieve en toeristische gebruiksmogelijkheden aanwezig zijn naar het oordeel van de bezoekers van deze binnensteden. Daarbij wordt vooral ingegaan op het gebruik en de beleving van het recreatief-toeristisch aanbod. De vraag kan in dit verband worden gesteld of het aanbod aansluit op de vraag en in hoeverre het stedelijke promotiebeleid hierin een rol kan spelen.

De onderzoeksresultaten zijn verkregen door middel van een mondelinge en schriftelijke enquête onder binnenstadsbezoekers in de periode juni/juli 1984. Het mondelinge enqueteerend heeft plaatsgevonden in horecagelegenheden. Er is daarbij wel van de veronderstelling uitgegaan dat deze bezoekers niet specifiek de binnenstad bezoeken met horecabezoek als hoofdmotief. Het horecabezoek moet in het licht worden gezien van een 'multiple purpose trip', waarbij het horecabezoek slechts één van de activiteiten vormt die in de binnenstad worden ondernomen.

Onder de bezoekers kunnen op basis van persoons- en gedragskenmerken twee groepen worden onderscheiden:

De *recreanten*, die relatief vaker winkelen en horecabezoek als motief hebben,

komen frequenter, blijven minder lang en besteden vaker tijd en geld aan winkelen, markt- en horecabezoek. Hoewel de auto het belangrijkste vervoermiddel is, komt deze groep relatief vaak te voet of per fiets. De *toeristen* komen daarentegen vaker met het motief van een dagje uit (stadsbezichtiging) en besteden hieraan tevens meer tijd. Zij komen minder frequent of zelfs voor de eerste keer, waarbij relatief meer van de auto en het openbaar vervoer gebruik wordt gemaakt. Daarbij verblijven zij relatief langer in de binnenstad, waar ze vaker geld besteden aan andere activiteiten dan 'winkelen' en 'horecabezoek'.

Uit het onderzoek blijkt duidelijk dat toeristen in belangrijke mate worden aange trokken door het *oorspronkelijke aanbod* van de binnenstad, terwijl recreanten voornamelijk naar de binnenstad komen voor het *afgeleide aanbod*. Voor toeristen geeft het specifieke karakter van de binnenstad, dat wordt gekenmerkt door zowel de aanwezigheid van verschillende voorzieningen als door het cultuur-historische kader, een grotere aanzet tot binnenstadsbezoek. De verzorgende functie speelt voor deze bezoekers een minder belangrijke rol dan voor recreanten, die de binnenstad in de eerste plaats als winkel- en uitgaanscentrum zien.

Opvallend is echter wel, dat toch vrij veel toeristen geld en tijd besteden aan voorzieningen in het afgeleide aanbod. Het afgeleide aanbod profiteert dus duidelijk van de aantrekkingskracht, die het oorspronkelijk aanbod op toeristen uitoefent.

Ruimtelijke voorwaarden

De verschillende achtergronden van de bezoekers hebben tot gevolg dat er uiteenlopende ruimtelijke aanspraken worden gemaakt. Dit impliceert dat de elementen van het recreatief-toeristisch aanbod aan verschillende ruimtelijke voorwaarden moeten voldoen. In hoeverre dit ook daadwerkelijk het geval is, wordt duidelijk uit de waardering van de verschillende elementen door de bezoekers. Het blijkt dat de waardering van de elementen nogal uiteenloopt.

De *bereikbaarheid* van de drie IJsselsteden wordt ongeacht het vervoermiddel door de



Kampen: grote landelijke bekendheid...

bezoekers, die niet in de betreffende stad zelf wonen, als goed ervaren. Over de mogelijkheden om de fiets of auto te parkeren is men echter duidelijk minder tevreden.

Het *historisch kader*, de *infrastructurele elementen* en de *toeristische organisatie* worden als de belangrijkste elementen van het recreatief-toeristisch aanbod van de binnensteden beschouwd. Deze worden in alle drie de binnensteden ook hoog gewaardeerd.

Winkels

Ook de *winkelvoorzieningen* worden als één van de belangrijkste elementen in de binnenstad beschouwd. In Zwolle behoort dit tot de meest gewaardeerde elementen van het recreatief-toeristisch aanbod. In Kampen en Deventer worden deze enigszins minder gewaardeerd.

De *georganiseerde activiteiten* kunnen in Kampen en Zwolle zeker voor de bezoekers, die minder frequent de binnenstad bezoeken (toeristen) als redelijk sterke punten worden aangemerkt. Daar staat tegenover dat de musea in Deventer aanzienlijk hoger worden gewaardeerd dan in Kampen en Zwolle. In Zwolle vindt men met name het aantal musea te gering, terwijl in Kampen de ligging van de musea en de openingstijden als minder goed worden gekwalificeerd.

De *groenvoorzieningen*, de *aankleding van de binnenstad*, de elementen van bedrijvig-

VastGoedMarkt (VGM) geeft als enig landelijk tijdschrift elke vier weken gedetailleerde informatie over de bewegingen op de markten voor:

- Kantoren;
- Bedrijfscomplexen;
- Winkels en Winkelcentra;
- Terreinen voor industrie en handel;
- Woningen;
- Bijzondere projecten (hotels, recreatiecomplexen e.d.).

Onmisbaar voor een ieder die zich op enigerlei wijze met de ruimtelijke ordening (en de haalbaarheid en financiering van de betrokken projecten) bezig houdt.

Vraag een proefnummer aan, of beter: wordt direct abonnee (abonnementsprijs in 1986 f 195,-)

Telefoon 020-26.31.81

heid en de horecavoorzieningen worden in alle drie de binnensteden het laagst gewaardeerd. Dit terwijl er een relatief groot belang aan wordt gehecht.

De aanwezige elementen van *bedrijvigheid* in de binnensteden wordt ook door slechts een kwart van de bezoekers positief beoordeeld.

Tenslotte de *horecavoorzieningen*. Ongeveer driekwart van de bezoekers heeft hierover een matig tot zeer slecht oordeel. Deze lage waardering wordt onder meer veroorzaakt door een te gering en een te eenzijdig aanbod en een tekort aan terrasjes.

Aanknopingspunten

Uit de beoordeling van het recreatief-toeristisch aanbod van de drie binnensteden blijkt, dat deze in Zwolle relatief het hoogst worden gewaardeerd.

Zowel op basis van deze uitkomsten als de suggesties van de bezoekers, kunnen aanbevelingen worden gedaan, die een bijdrage moeten leveren aan de verbetering van de binnenstedelijke recreatief-toeristische functie. Gezien het schaalniveau, waarop het onderzoek heeft plaatsgevonden, blijken de ruimtelijke implicaties van recreatie en toerisme in de binnenstad meer een aandachtsveld te zijn voor het *gemeentelijk* inrichtingsbeleid dan voor het regionale en provinciale beleid.

Positieve aanknopingspunten voor alle drie de binnensteden zijn: de historisch-morfologische opbouw, de toeristische organisa-

tie en een redelijk goede bereikbaarheid. Daarnaast geldt voor Zwolle en Deventer, dat deze beschikken over een kwalitatief goed winkelapparaat. Positief voor zowel Zwolle als Kampen zijn eveneens de georganiseerde activiteiten en voor Deventer en Kampen de unieke ligging aan de IJssel. In Deventer wordt bovendien het aanbod van musea en de ontmoetingspunten in de vorm van terrasjes als positief ervaren. Voor Kampen tenslotte mag een grote landelijke bekendheid als positief worden aangemerkt.

Verbeteringen

Voor alle drie de binnensteden moet uitbreiding plaatsvinden van:

- groenvoorzieningen;
- parkeergelegenheid.

Daarnaast dient er verbetering plaats te vinden van de mogelijkheden om fietsen te stallen, van de aankleding van de binnenstad en van het winkelaanbod. Voorts dient de levendigheid te worden bevorderd door meer bedrijvigheid, straatactiviteiten en terrasjes.

In Zwolle en Deventer moet ook het aantal horecagelegenheden en de diversiteit ervan worden uitgebreid. Voor Deventer en Kampen wordt een betere benutting van de IJsselkade in de vorm van een boulevard voorgesteld. In Kampen moet aandacht worden besteed aan de inrichting en vormgeving van het voetgangersgebied en het creëren van een aantrekkelijk loopcircuit. Hetzelfde kan voor Deventer worden

opgemerkt, waar de Brink een functieverandering zal moeten ondergaan, om het verblijfskarakter te versterken. Ook zou hier de relatie tussen de IJsselkade en de binnenstad versterkt kunnen worden.

Promotie

In totaal bleek ongeveer 10% van de bezoekers door promotie te zijn beïnvloed. Het rendement van promotie is moeilijk meetbaar. Dit terwijl de kosten hiervan over het algemeen hoog oplopen. Tevens blijkt dat meer dan de helft van de door promotie beïnvloede bezoekers een bezoek brengt aan de binnenstad op aanbeveling van derden. De aanbeveling van derden speelt dus een minstens zo belangrijke rol als de werving door promotors.

Deze 'mond-tot-mond-promotie' kan echter wel worden gestimuleerd door het aanbieden van een kwalitatief aantrekkelijk produkt. Aangezien uit het voorgaande valt af te leiden dat het recreatief-toeristisch produkt nog voor verbetering vatbaar is, lijkt het zinvol om bij de promotie van de binnensteden van Zwolle, Deventer en Kampen juist daaraan meer aandacht te besteden.

Auteurs: M. Bellers en J. ten Have
Titel: Binnenstedelijke Recreatie en Toerisme
Verkrijgbaar: J. ten Have
Kronenburgersingel 223
6511 AR Nijmegen