

# Erfgoed als trekker voor stadsbezoek

## Betekenis in activiteitenpatroon en beleving

**Dat bouwkundig erfgoed een primordiale rol heeft in toeristische promotie van historische steden, is een veelgehoorde stelling. Men spreekt over directe economische effecten resulterend uit inkomsten, en indirecte economische effecten, zoals hun rol als pullfactor voor een stadsbezoek, welke uitgaven in andere stedelijke voorzieningen genereert. Maar is die betekenis voor toeristen dan zo anders dan voor recreanten? En hoe plaatst de inwoner zelf, die ook op een recreatieve wijze van zijn stad gebruik maakt, zich in het verhaal?**

ELS LIEVOIS

Het bouwkundig erfgoed heeft een uitzonderlijke betekenis in de toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht van historische steden. Hetzij als bezienswaardigheid en attractie voor de intentionele bezoeker, hetzij als sfeerschepend decor voor andere activiteiten zoals winkelen en recreëren. Tevens dragen monumenten bij aan de beeldvorming van de stad, die voor een groot deel het ruimtelijk gedrag van de bezoeker conditioneren. Het onderzoek 'De

dagbezoeker in Gent: motieven, activiteiten en looppatronen, besteding en beleving', biedt nuttige aanknopingspunten om de mentale kaart van verschillende gebruikers van de historische stad en de samenhang met hun ruimtelijk gedrag en het gebruik van voorzieningen te beschrijven en te vergelijken. Tevens wordt een evaluatie van de rol van het bouwkundig erfgoed in de activiteitenstructuur en beeldvorming mogelijk.

Dit artikel focust zich op de Gentse dagbezoeker, die een bezoek aan de stad brengt om andere redenen dan louter woon- en werkverkeer, of het doen van dagelijkse aankopen. Avondactiviteiten zijn uitgesloten. Een onderscheid werd gemaakt tussen de Gentenaar, de recreant en de toerist, omdat er een verschillend activiteitenpatroon en/of perceptie van de stedelijke omgeving verwacht kan worden.

### Motieven en activiteitenstructuur

De belangrijke rol van historische gebouwen in de motivatie van bezoekers om naar de stad Gent te komen kan afgeleid worden uit de volgende informatie over motieven: voor 28 procent van de toeristen is dit één van de bezoekdoelen, terwijl nog geen 2 procent van de Gentenaren en 3 procenten van de recreanten dit vermeldt. Dit verschil komt ook tot uiting in de uitgevoerde activiteiten: bij de Gentenaren en de recreanten wordt bezoek aan historische gebouwen vermeld door nog geen 4 procent, bij de toerist 29 procent. Voor de recreant is de detailhandel de primaire trekker - en in minder mate de drankgelegenheden. Blijkbaar heb-



De Graslei. (Foto Jasper Haenen)

ben monumenten, bezienswaardigheden en musea slechts een ondersteunende functie.

Eveneens is af te leiden dat het bezoek aan musea en monumenten geen spontane activiteit is: het verschil tussen het aantal respondenten dat de activiteit plant en werkelijk uitvoert is veel kleiner dan bij andere activiteiten, zoals winkelen of horecabezoek.

In een historische binnenstad speelt het bouwkundig erfgoed vooral een belangrijke rol als decor voor een aangenaam verblijf en als object en kader voor sightseeing. Bij de toeristen is dit laatste immers het meest frequent vermelde motief en activiteit. Er is dus vraag naar een gevarieerd aanbod, maar ook naar een aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte. De suggesties van de dagbezoeker, met betrekking tot de verbetering van de openbare ruimte, wijzen ook op het belang hiervan in de beleving van de bezoeker. Het restaureren van gebouwen is een belangrijker aandachtspunt voor de recreant en de toerist dan voor de Gentenaar.

#### Loopstromen

Het beeld van de loopstromen als het

aggregaat van individuele tijd-ruimtepaden wordt verondersteld het resultaat te zijn van verschillende factoren: de wensen en voorkeuren van de bezoeker zelf, de ruimtelijke structuur van de omgeving waarin deze zich beweegt, en de manier waarop de omgeving gepercipiëerd en geapprecieerd wordt.

Het ruimtegebruik van de toerist vertoont een sterke concentratie en een hoge intensiteit van ruimtegebruik. Een sterke gerichtheid op het centrum van de stad is typisch en kenmerkend. Hoewel de begijnhoven, de omgeving van de Sint-Jacobskerk en het zuiden van de Sint-Michiëlselling sterke concentratiegebieden zijn van erfgoed en interessante bezienswaardigheden met een relatief hoog aantal vermeldingen in toeristische brochures, kan de eerder perifere ligging van deze elementen het gebrek aan interesse van de toerist verklaren. Er zijn dus duidelijk meer krachten in het spel dan de aanwezigheid van sterke erfgoedgebieden. Ook bij de recreant zijn de loopstromen sterk geconcentreerd rond de kern van de Gentse binnenstad, maar is er ook een functionele oriëntatie, vooral op de detailhandel. Monumenten en beziens-

waardigheden vallen buiten beeld (de omgeving van het Gravensteen is hier het beste voorbeeld van).

Monofunctionele horecaplekken zoals het Patershol worden ook minder bezocht. Analyse van de locatie van activiteiten en het type ervan wijst tevens op een sterke recreatieve focus op de detailhandel.

#### Beleving en waardering

Onderzoek naar perceptie en beeldvorming omtrent de omgeving karakteriseert de wereld als een psychologische of vervormde representatie van de objectieve realiteit, aanwezig in de geest van het individu. Imago kan gedefinieerd worden als een verzameling van ideeën, overtuigingen en impressies die mensen hebben over een plaats of bestemming. In algemeen consumentenonderzoek wordt (product)imago ook vaak opgedeeld in cognitieve en affectieve componenten. Het eerste slaat op overtuigingen of kennis over de attributen van een bestemming, terwijl affectieve evaluatie verwijst naar gevoelens hieromtrent, of verbondenheid. Men kan aannemen dat de wijze waarop Gent als mentale of affectieve ruimte



bestaat in de beeldvorming van de bezoeker, sterk samenhangt met zijn/haar eigen achtergrond, alsook de manier waarop hij/zij kennis heeft over en gebruik maakt van de binnenstad. Beeldvorming is een interactief proces, dat kan beïnvloed of gewijzigd worden door contact met die ruimte: enerzijds kan zij bepalend zijn voor de looproutes en de activiteiten van de bezoeker. Anderzijds is zij het resultaat van nieuw verworven informatie over het bestemmingsgebied tijdens het bezoek. De mentale kaart zou moeten verschillen voor de Gentenaar, de recreant en de toerist, wegens hun verschillende frequentie van bezoek. Toch blijkt dat beeldvorming en appreciatie ook sterk afhankelijk zijn van de activiteitenstructuur van de bezoeker. Zo blijkt dat de toerist een sterkere affiniteit vertoont met de belangrijkste bezienswaardigheden, zoals het Gravensteen, de Sint-Baafskathedraal en het Belfort. De toerist kent ook een sterkere symboolwaarde toe aan bezienswaardigheden, gebouwen, dan aan pleinen. De recreant hecht, in vergelijking met de andere groepen, meer waarde aan de belangrijkste winkelconcentraties: de Veldstraat en het Zuid (Shopping Center). Bij de Gentenaar is de beeldvorming veel sterker gefragmenteerd, uiteraard wegens zijn intensief contact met de locatie. Iedere inwoner creëert zijn eigen beeld van de stad, over de plaatsen die hij de sterkste symboolwaarde toedicht of het aantrekkelijkst vindt. Toch zijn de vijf belangrijkste beeldbepalers voor de drie groepen erfgoed sites, in volgorde van populariteit: het Gravensteen, de Korenmarkt, De Sint-Baafskathedraal, de Graslei en het Belfort. Hoewel dit fenomeen bij de toerist kan verklaard worden door zijn/haar focus op toeristische bezienswaardigheden, indiceert hun belang in de ogen van de recreant en zeker de Gentenaar, de belangrijke rol van historiciteit in de beeldvorming van de stad Gent. Naast een onderzoek naar de belangrijkste Gentse beeldbepalers, dat als cognitief aspect van beeldvorming kan beschouwd worden, werd gepeild wat de aantrekkelijkste en minder aantrekkelijke locaties in de binnenstad zijn. Veruit de aantrekkelijkste plaats is de Graslei, en niet het Gravensteen. Het is ook opvallend dat Gentenaren en recre-

anten een groter belang hechten aan de typische winkel- en horecaplekken, en de toerist belangrijke bezienswaardigheden prefereert.

Gent Dampoort is daarentegen een probleemgebied. Niet alleen wordt het station slechts door een fractie van de treinreizigers gebruikt, het is ook de enige zone die zich duidelijk aftekent als een minder aantrekkelijk gebied in de beeldvorming van de bezoeker.

Bovendien is ook de intensiteit van looproutes en stops in dit gebied bijzonder laag. Vooral met het oog op de toekomstige ontwikkelingen rond de Portus Ganda, dient men het imago van het gebied te verbeteren.

### Erfgoed als troef

In de stad Gent is erfgoed een heel belangrijke troef in de profilering als bestemmingsgebied, naast musea, culturele voorzieningen, evenementen (Gentse Feesten) en de betekenis als studentenstad.

Hoewel in het onderzoek 'De dagbezoeker in Gent: motieven, activiteiten en looppatronen, besteding en beleving' erfgoed als thema geenszins centraal stond, kunnen we uit de resultaten de volgende conclusies distilleren in verband met erfgoedplanning: erfgoed en historische gebouwen zijn heel belangrijk in de perceptie van de stad Gent, zowel bij de inwoner, de recreant als de toerist. Ze hebben ook een belangrijke betekenis als decorsetting waarin activiteiten worden uitgevoerd. Dit blijkt uit het belang van sightseeing als motief voor bezoek, maar ook uit de volgende imago-elementen die de toeristische, recreatieve bezoeker noemt: zeer mooi, als een openluchtmuseum (42%), authentieke, interessante, goed onderhouden architectuur (28%), rijke geschiedenis, historiek (20%). Een actief bezoek aan erfgoed is minder belangrijk: het is miniem bij de inwoner en de recreant. Bijna één op de drie toeristen bezoekt slechts een monument, museum of bezienswaardigheid, maar slechts 16 procent doet een uitgave. Dit roept vragen op bij het directe economische effect van erfgoedbezoek.

Hun belang daarentegen als setting en toeristisch-recreatieve beeldbepalingswaarde voor de binnenstad, wijst op het indirecte economische effect dat erfgoed kan hebben op andere stedelijke voorzieningen, zoals detailhandel en

horecafaciliteiten, en als pullfactor om de stad te bezoeken.

Hun prominente rol in de cognitieve en affectieve perceptie over de stad Gent is echter ook aanwezig bij de inwoner: dit suggereert hun socioculturele betekenis, niet alleen als elementen voor een stadsbezoek, maar ook in de vorming van de identiteit van Gent als stad op zich.

### Els Lievois (Steunpunt Toerisme en Recreatie, KU Leuven) werkte op dit project als casestudy voor haar dissertatie.

#### Literatuurselectie

- Baloglu, S. & K.W. McCleary. (1999) A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research* 26, nr. 4, pp. 868-897.
- Jansen-Verbeke, M. & Lievois, E. (1999) Analysing heritage resources for urban tourism in European Cities. In: D.G. Pearce & R.W. Butler (eds.) *Contemporary Issues in Tourism Development*. London & New York: Routledge.
- Leiper, N. (1990) Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research* 17, nr.3, pp. 367-384.
- Lievois, E., Steenberghen, T. & M. Jansen-Verbeke (2004) De dagbezoeker in Gent: Motieven, activiteiten en looppatronen, bestedingen en beleving. TRP 6, Steunpunt Toerisme en Recreatie, KU Leuven.
- Timmermans, H. & A. Borgers (1986) A model of pedestrian route choice and demand for retail facilities within inner-city shopping areas. *Geographical analysis* 18, nr. 2, pp.115-128.