



Openbaar vervoer voor toeristen en bewoners. Bron: NBT/Ben Deiman

# Toerisme voor een complete stad

In maart presenteerde het Nederlands Bureau voor Toerisme (NBT) het boek *De Toeristische Stad; toerisme voor een complete stad*. De stad als toeristische trekpleister zit in de lift. De World Tourism Organization verwacht een verdubbeling van het toerisme in en naar Europa en een groeiende belangstelling voor stedentoeurisme. Ondanks de goede toekomstverwachtingen voor het toerisme in de stad, waarschuwt het NBT dat te weinig stedelijke investeringen en versnipperde beleidsontwikkeling zal leiden tot een vershraling van het toeristische aanbod in Nederland. Om de concurrentie aan te kunnen zal er een visie voor de stad ontwikkeld moeten worden die betrekking heeft op de attracties, voorzieningen en openbare ruimte. Deze visie zal gezamenlijk door overheden, ondernemers, branche-organisaties en bewoners geformuleerd moeten worden.

## STADSTOERIST

Het toerisme is de afgelopen jaren veranderd. De belangstelling voor stedentoeurisme groeit sterk. Daarnaast is ook de stedelijke toerist veranderd. Het zijn niet alleen maar de musea, monumenten en culturele festivals die de aandacht van de toerist trekken. Steeds meer is er ook belangstelling voor recreatief winkelen en populair vermaak. De algemene tendens is dat de interesse van de stadstoerist verschuift van het traditionele toeristische product naar de sociale en culturele bijzonderheden van het dagelijks leven in de stad. Dit is aan de ene kant de gewone gang van zaken in de steden en aan de andere kant bijzondere evenementen; een bezoek aan de Albert Cuypmarkt in Amsterdam, de zwarte markt in Beverwijk, op Koninginnedag naar Utrecht, tijdens het carnaval naar Maastricht of naar het WK-schaatsen in Heerenveen. Dit geldt niet alleen voor buiten-

landse toeristen, maar ook voor Nederlandse toeristen of zelfs voor de bewoners die elders in de stad wonen. De toerist mengt zich steeds meer met de plaatselijke bevolking en maakt deels gebruik van dezelfde voorzieningen. De toerist heeft in vergelijking met de plaatselijke bewoner nog een aantal aanvullende eisen. In de *Toeristische Stad* worden de volgende onderscheiden:

Plezier en sfeer: zowel overdag als 's avonds is een toerist op zoek naar vermaak;

Oriëntatie en toegankelijkheid: de toerist probeert in korte tijd relatief veel hoogtepunten van de stad bezoeken, zoals musea, evenementen, pleinen, bouwwerken en theater. Dat maakt de toerist ongeduldig en doelgericht in zijn gedrag;

Verblijf en diensten: het eigen huis is niet onder handbereik, waardoor de toerist afhankelijk is van stedelijke diensten en voorzieningen, zoals horeca, hotels, parkeervoorzieningen, lokaal vervoer, bewegwijzering, informatie;

Verkeer en vervoer: de toerist kent de weg in de stad onvoldoende en heeft behoefte aan specifieke informatie over vervoer.

De verwachting is dat het onderscheid tussen toerist en stadsbewoner verder zal vervagen.

## GELSKE VAN DAALEN\*

**Wat heeft het Grote-Stedenbeleid te maken met toerisme? Volgens het Nederlands Bureau voor Toerisme (NBT) heel veel. Toerisme is belangrijk voor de stad en de stad is belangrijk voor de toeristen. Vanwege deze wederzijdse afhankelijkheid moet toerisme, volgens het NBT, worden geïntegreerd in het Grote-Stedenbeleid.**

Daarmee komt het kernpunt van het NBT aan de orde: investeringen die in zijn algemeenheid goed zijn voor de stad en haar bewoners, zijn ook goed voor het stedelijk toerisme. De toerist vraagt immers steeds meer om een complete stad. Het NBT is dan ook van mening dat toerisme onderdeel moet uitmaken van het Grote Steden- en Integratiebeleid en niet gezien moet worden als een van de vragers om ruimte en daarmee concurrent van andere ruimtegebruikers.

## VOORDELEN

Eenzijds biedt toerisme de stad voordelen en anderzijds moet er ook aan een aantal randvoorwaarden zijn voldaan om een aantrekkelijke stad te kunnen presenteren. De toeristensector biedt zowel direct als indirect werkgelegenheid. In de toeristische sector zijn driehonderdduizend mensen werkzaam (vijf procent van de totale werkgelegenheid). Als mogelijk effect op indirecte werkgelegenheid wordt imagoverbetering genoemd als middel om investeerders aan te trekken. Als ander voordeel van toerisme voor de stad wordt het verbeteren van het voorzieningenniveau genoemd. Immers hierboven werd al gezegd dat

wat aantrekkelijk is voor de toerist ook vaak aantrekkelijk is voor de bewoner. Op die manier profiteert de bewoner ook van een uitbreiding van het voorzieningenniveau. Als laatste voordeel wordt een bijdrage aan de instandhouding van het cultuurbezit genoemd. Veel toeristen worden in eerste instantie aangetrokken door oude binnensteden en andere historische delen van de steden. De extra inkomsten uit de toeristenbezoeken kunnen worden geïnvesteerd in onderhoud en renovatie.

Maar de toerist komt niet zomaar. De stad moet wel aantrekkelijk zijn. Dit betekent niet alleen voorzien in speciale attracties maar ook in een aantrekkelijke openbare ruimte. Vaak brengen toeristen meer dan vijftig procent van hun verblijftijd door in de openbare ruimte van de stad. De kwaliteit van deze ruimte is sterk mede bepalend voor de beleving van de stad. Op de plekken waar de toeristen veel komen moeten adequate voorzieningen zijn zoals bijvoorbeeld een schoon openbaar toilet, er moeten voldoende verblijfsvoorzieningen zijn in stadsparken en pleinen en de openbare ruimte moet veilig, schoon en aantrekkelijk zijn. Daarnaast moet er natuurlijk voldoende aantrekkelijke logiesaccommodaties beschikbaar zijn en moet de bereikbaarheid van en vervoersmogelijkheden naar toeristische voorzieningen goed geregeld zijn. Aangezien toeristen niet alleen van negen tot vijf actief zijn moet er ook voldoende levendigheid zijn buiten kantooruren en dus ook op zondag. In een aantal steden wordt met de koopzondag al ruimschoots aan dit verzoek tegemoet gekomen.

Het boek *De Toeristische Stad* is bedoeld als start van de discussie hoe toerisme geïntegreerd kan worden in en een bijdrage leveren aan stadsbeheer en stadsmanagement. In het boek zijn een aantal voorbeelden genoemd van succesvolle projecten.

## WATERSTAD

Waterstad in Rotterdam is een voorbeeld van een toeristische attractie die primair is ontwikkeld voor de bewoners van stad en regio. Begin jaren tachtig werd besloten het oude havengebied aan de rivier te ontwikkelen met als doel het creëren van een aantrekkelijk gebied en het creëren van extra arbeidsplaatsen. Waterstad maakte onderdeel uit van het Binnenstadplan 1985. In dit plan worden vier gebieden in de binnenstad onderscheiden (naast Waterstad, Parkendriehoek, kop van Zuid en City) met elk een thema voor de ruimtelijke en de toeristische-recreatieve ontwikkeling. Voor Waterstad is het thema maritiem. Er werd een speciale projectorganisatie opgestart waarbij de nadruk lag op samenwerking tussen gemeente en bedrijfsleven. Dit heeft zodanig gefunctioneerd in de periode 1986-1992. Inmiddels is verdere ontwikkeling en beheer de verantwoordelijkheid van de gemeentelijke lijndiensten en wordt de marketing en promotie van het gebied gedaan door de particuliere vereniging Waterstad Rotterdam. Rijk, provincie en gemeente hebben gezamenlijk ongeveer dertig miljoen geïnvesteerd in het project. De schatting is dat deze overheids subsidie heeft geleid tot het tien- à twintig-voudige aan investeringen door marktpartijen in de toeristische en horecasector. De ontwikke-

ling van Waterstad heeft bijgedragen tot de groei van werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector met circa vijftienhonderd nieuwe arbeidsplaatsen. Jaarlijks trekt Waterstad meer dan drie miljoen bezoekers.

## DORDRECHT

De toeristisch interessante plekken liggen verspreid over de binnenstad. Om de onderlinge verbinding beter te maken heeft de gemeente Dordrecht het initiatief genomen tot het ontwikkelen van het Rondje Dordt. Het Rondje Dordt is een toeristische wandelroute door de historische binnenstad die drie belangrijke punten met elkaar verbindt: Grote Kerk, Groot-hoofd en Dordrechts Museum. Het Rondje Dordt is via speciale aantrekkelijke routes te bereiken vanaf het NS-station of een van de parkeergarages aan de rand van de binnenstad. Het Rondje Dordt maakt deel uit van het Programma Binnenstad. In vijf jaar zal ongeveer tweehonderd miljoen worden geïnvesteerd in het verbeteren van de kwaliteit van de openbare ruimte, het winkelaanbod en de bereikbaarheid. Daarbij worden de sterke punten van de binnenstad, water en historie, beter benut. Naast nieuwe bruggen, bestrating en winkels zal er ook speciaal aandacht zijn voor het beheer, zodat de openbare ruimte ook schoon en veilig is. Het Rondje Dordt werkt aanstekelijk, inmiddels zijn er ook andere rond-



De Nederlands Hervormde Grote Kerk te Dordrecht. Bron: NBT/VVV Zuid-Holland-Zuid.

jes gestart of worden hier plannen voor ontwikkeld; Kunst Rondje, Water Rondje, Horeca Rondje, Archeologisch Rondje. Het Rondje Dordt is ook een succes voor de drie belangrijke attracties die met de route worden verbonden. Sinds de start in 1995 is het bezoekersaantal toegenomen met twintig procent.

## GSB

Het eerste exemplaar van *De Toeristische Stad* werd uitgereikt aan minister Van Boxtel. Ook hij zag toerisme als belangrijk onderdeel van de stad. De toeristensector zal dan ook een actieve bijdrage moeten leveren aan de ontwikkelingsplannen die de 25 grote steden de tweede helft van dit jaar zullen moeten presenteren in

het kader van het Grote Steden en integratiebeleid. Naar aanleiding van het boek *De Toeristische Stad* waarschuwde Van Boxtel voor twee potentieel gemiste kansen. Allereerst dat er in het boek helemaal geen plannen voorkomen die gebruik maken van onze gedifferentieerde samenleving. Plannen die het toerisme stimuleren in kleurrijke exotische wijken zoals de Utechtse wijk Lombok of extra aandacht schenkt aan Turkse theehuizen, Marokkaanse restaurantjes en Antilliaanse feesten. Dergelijke plannen geven niet alleen een nieuwe dimensie aan de toeristische stad, maar leveren ook een bijdrage aan de economische en sociale ontwikkeling van achterstandswijken, zeker als buurtbewoners zelf betrokken worden. Als tweede potentieel gemiste kans noemde Van Boxtel, het benutten van toeristische mogelijkheden rond grote evenementen. Bijvoorbeeld het Europees kampioenschap voetbal in 2000. Meer dan een miljoen supporters uit heel Europa zullen medio 2000 België en Nederland bezoeken.

Het is duidelijk dat de toeristische sector ook wil meedoen in het GSB-circus. Investerings in de stad zijn echter niet per definitie altijd aantrekkelijk voor zowel de toerist als de eigen bewoner. De stedelijke investeringen met als doel de toerist te behagen zijn veelal gericht op de binnensteden en niet op de woongebieden van de eigen bewoners. Daarnaast kan er

wel degelijk sprake zijn van belangentegenstellingen. In Amsterdam komt bijvoorbeeld de helft van de verblijfstoeristen met de auto naar de stad. Auto-bereikbaarheid van de binnenstad moet dan worden afgewogen tegenover parkeer/verkeer-overlast. Maar dat de stad zich mag verheugen op een groeiende belangstelling van de toerist mag duidelijk zijn. De Nederlandse steden maken zich dus op voor het millennium; de stad voor de toeristen en het toerisme voor de stad. Het motto van Van Boxtel is daarbij: de toerist moet de stad niet 'doen' maar 'belevan'. De eerste city safari's in de Bijlmermeer schijnen al gesignaleerd te zijn.

\*Redactie AGORA