

De meetbaarheid van binnenstadsbeleving

Casestudy Rotterdam

*Martijn Mulder, onderzoeker en hoofddocent Leisure&Stad - WdKA | Hogeschool Rotterdam, Wijnhaven 103, 3011 WN Rotterdam
Mulde@hr.nl*

Onze binnensteden maken een sterke ontwikkeling door. De kenmerkende retailfunctie staat onder druk en consumenten zien de binnenstad in toenemende mate als plek om te wonen, verblijven en plezier te beleven. Onze binnensteden worden in toenemende mate beleveniscentra met potentieel mondiale aantrekkingskracht. Die ontwikkeling vraagt om nieuwe onderzoeksbenaderingen: onderzoeken waarin niet het stedelijke aanbod centraal staat maar de gebruiker van de stad; onderzoeken die zich niet alleen richten op de retailfunctie van de binnenstad maar op de integrale aantrekkelijkheid ervan. Aangezien deze benadering van binnensteden en de beleving ervan vrij nieuw is, heeft de onderzoekslijn Leisure & Stad van de Hogeschool Rotterdam een pilotonderzoek binnenstadsbeleving uitgevoerd in Rotterdam. Directe aanleiding was een opdracht in het kader van de viering van 75 jaar wederopbouw in de stad, die erop gericht was een onderzoek naar stadsbeleving uit 1968 te herhalen. Vanuit een interactief belevingsmodel is een kwalitatief onderzoek ontwikkeld en uitgevoerd. Hierbij is een combinatie van bestaande en nieuwe methodieken toegepast. De uitkomsten gaven inzicht in de beleving die de Rotterdammer heeft van zijn stad, maar desondanks leverde deze pilot een aantal verbeterpunten op voor vervolgonderzoek.

1 | Inleiding

In de 21e eeuw drukken mondialisering en digitalisering een grote stempel op steden en hun identiteit. Terwijl de identiteit van westerse binnensteden de afgelopen decennia getransformeerd is van productie-georiënteerd naar consumptie-georiënteerd, zijn veel steden tijdens die transformatie ingehaald door de gevolgen van de digitale revolutie. Die heeft ervoor gezorgd dat ook consumptie minder plaats- en contextgebonden is geworden en dat het concept van 'de binnenstad als consumptieruimte' aan kracht heeft ingeboet. De afgelopen jaren gaan binnensteden zich dan ook steeds meer profileren als 'belevenisarena's', 'knooppunten van ontmoeting' en – zoals Rotterdam – als 'citylounge'. Beleving, aantrekkelijkheid, gastvrijheid, spel en esthetiek worden steeds belangrijker. Iedere binnenstad kampt met haar eigen problematiek: in de ene gemeente is leegstand een groot probleem, in de andere vormt de groeiende toeristendruk een zorgenkindje. In veel gevallen worden die vraagstukken nog sectoraal en aanbodgericht opgepakt, zoals in de retailsector waar retailers en vastgoedeigenaren binnen hun eigen referentiekader zoeken naar oplossingen en vaak niet veel verder kijken dan hun eigen pand en/of onderneming. Binnen die sectorale of aanbodgerichte aanpak wordt weliswaar onderzoek gedaan naar de gebruiker maar dit zijn vaak kwantitatieve analyses zonder al te veel diepgang waarbij de gebruiker nog steeds wordt gezien als laatste schakel in de waardeketen. In dit type onderzoeken ligt de focus vooral op de vraag hoe de consument verleid kan worden om meer geld uit te geven binnen het bestaande aanbod. Wat binnensteden echter nodig hebben om hun succes te verhogen is een benadering waarbij de gebruiker centraal staat. In meerdere sectoren, waaronder de culturele en evenementensector, wordt

al in toenemende mate gebruik gemaakt van customer- of visitor journey onderzoeken: een benadering waarbij de individuele beleving van de klant of gebruiker in kaart wordt gebracht en op basis van die analyse interventies worden gedaan om de individuele *klantreis* te optimaliseren. Ook in binnensteden is die omslag nodig naar een *user-centered approach*. Vanuit dat idee is de onderzoekslijn Leisure & Stad als onderdeel van Kenniscentrum Creating 010 (Hogeschool Rotterdam) in Rotterdam in 2015 gestart met een reeks onderzoeken naar integrale (binnen)stadsbeleving en binnenstedelijke innovatie vanuit een gebruiker-gerichte benadering. Dit artikel doet verslag van het kwalitatieve onderzoek 'Rotterdamse binnenstadbeleving' dat in 2015 in dat kader is uitgevoerd, gevolgd door een evaluatie van de toegepaste methodieken en een vooruitblik naar het vervolgonderzoek. Deze onderzoeken helpen ons in de zoektocht naar adequate methodieken om de beleving van de klant, gebruiker of bezoeker te meten.

2 | Aanleiding en literatuurverkenning

De concrete aanleiding voor dit onderzoek was de vraag vanuit Museum Rotterdam om een onderzoek op te zetten en uit te voeren naar de beleving die de Rotterdammer van de eigen binnenstad heeft. Directe aanleiding was de aangekondigde expositie *De nieuwe stad* van het museum, waarin de huidige staat van stad en inwoners een centrale rol speelt. Deze expositie start bewust in het jaar waarin het exact 75 jaar geleden is dat de wederopbouw van de stad Rotterdam begon. Deze mijlpaal is ook de aanleiding voor de manifestatie die in de eerste helft van 2016 plaatsvindt in Rotterdam: *Rotterdam viert de stad!* Een manifestatie die vooral in het teken staat van vieren dat het goed gaat met de stad, althans: dat het goed lijkt te gaan. In 1968 waren de ontwikkelaars van Rotterdam er ook van overtuigd dat de stad er na ruim 25 jaar wederopbouw goed voorstond. Toen bleek echter uit een onderzoek dat hoogleraar sociale psychologie Rob Wentholt van de Erasmus Universiteit uitvoerde, dat de Rotterdammers zelf helemaal niet zo'n positieve beleving van de binnenstad hadden. Sterker nog, de stad werd ervaren als *onherbergzaam, ongezellig, hard, koud, eentonig, verbrokkeld en lelijk* (Wentholt 1968). Museum Rotterdam en *Rotterdam viert de stad!* wilden het belevingsonderzoek in geactualiseerde vorm opnieuw uitvoeren om vast te stellen of het nieuwe elan van de stad nu wel gesteund wordt door een positieve beleving door de inwoners van de stad zelf.

Dit onderzoek vormt het startpunt van een zoektocht naar onderzoeksmethodieken die de gebruikers- of bezoekersbeleving inzichtelijk kunnen maken. In alle marketingboeken en in steeds meer stadsvisies staat de term *klantbeleving* (of *gebruikersbeleving*) centraal maar wat die klantbeleving precies is, wordt vaak niet duidelijk – laat staan hoe het te meten is. In veel gangbare boeken en studies (zoals Pine en Gilmore 1999 en Boswijk et al. 2014) staat vooral het creëren van belevenisomgevingen centraal; de aanbodgerichte benadering. Meerdere onderzoeken die pretenderen de bezoekersbeleving te meten, doen dat in werkelijkheid in de meeste gevallen niet of onvoldoende. Zo concluderen Hayllar and Griffin (2005: In Maitland 2007) 'that there is still limited research material focusing on the experience of tourist within the understanding from a tourist's perspective.'

In het cahier Festivalbeleving (Van Vliet 2012) wordt Engels onderzoek naar eventbeleving van Michael Morgan aangehaald. Buiten dat er kanttekeningen kunnen worden geplaatst bij het onderzoeksmodel van Morgan (in Van Vliet, 2012), blijkt uit zijn casestudy naar het Sidmouth Folk Festival in Engeland dat hij ondanks het gebruik van narratieve technieken slechts – vrij oppervlakkige – meningen, motivaties en belangen uit de analyse haalt (2007). In veel ander onderzoek wordt de variabele beleving gedestilleerd

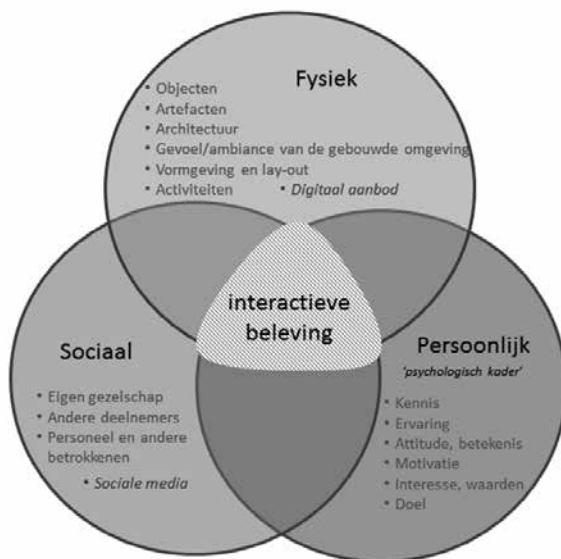
uit verschillende antwoorden uit kwantitatief onderzoek. Zoals in het onderzoek van Engelen (2006), die in zijn onderzoek naar stadsbeleving terecht stelt dat beleving tot stand komt in de wisselwerking tussen subject en object, maar zich vervolgens beperkt tot een survey met schaalvragen om de beleving te meten. Al in 1968 concludeerde Wentholt echter dat *'een enquête naar de beleving van het object binnenstad hooguit [kan] verklaren 'dat', niet 'wat'. Daarnaast zal men zowel de situatie van de reagerende mens moet kennen op het moment dat hij op het object reageert, alsook de wijze waarop specifieke stimuli-kwaliteiten van het object inwerken op specifieke reactiemogelijkheden van het individu dat de stimuli ontvangt, wil men op het terrein van de zintuiglijke gewaarwordingen van complexe grootheden in de omringende wereld (en de gehele menselijke gevoelswereld die daarop aansluit) tot geldige conclusies komen.'* Anders gezegd: beleving is een subjectief gegeven dat grotendeels onbewust tot stand komt en afhankelijk is van tal van factoren die deels in het subject zelf liggen en deels daarbuiten. Om beleving te kunnen meten is het noodzakelijk om kwalitatieve methodieken toe te passen, een stelling die door onder andere Van Vliet (2012) en Morgan (2007) wordt bevestigd. In de onderzoekscasus voor de Rotterdamse binnenstad is dan ook voor een puur kwalitatieve benadering gekozen. Vanuit het gekozen onderzoekmodel is een combinatie gekozen van enerzijds bekende, beproefde technieken en anderzijds nieuwe of minder bekende technieken die in deze casus vooral als pilot zijn uitgevoerd.

Bij het ontwerp van het onderzoekmodel is er bewust voor gekozen in de buurt te blijven van de opzet zoals die door Wentholt in 1968 is toegepast. Helaas geeft hij in zijn verslaglegging geen inzicht in de theoretische basis van zijn onderzoek maar uit bovenstaand citaat, zijn vraagstelling en zijn analyse is te destilleren dat hij beleving verklaart vanuit zowel het individu zelf en diens situatie/omgeving als *het object*, in dit geval de stad zelf. Beleving kan nooit puur vanuit externe factoren worden gemeten, de persoonlijke context speelt altijd een rol. Sterker nog, de individuele, persoonlijke interpretatie van de zintuiglijke ervaringen staat centraal en dit betekent dat beleving per definitie subjectief is. Vanzelfsprekend kunnen grote groepen mensen bepaalde prikkels op de zelfde manier beleven maar dit is geen vaststaand gegeven. Dit uitgangspunt is een van de kenmerken van een gangbaar model in belevingsonderzoek: het Interactive Experience Model (Falk en Dierking 1992). Dit model is ontwikkeld om de beleving van museumbezoekers te analyseren en te verbeteren maar wordt ook veelvuldig toegepast in andere belevingsomgevingen. Gezien de structuur van het model, opgebouwd uit verschillende contexten, is het ook goed toepasbaar op binnensteden. De kern van het model is dat de beleving van een gebruiker/bezoeker altijd volledig individueel en contextueel is en dat er drie hoofd-contexten zijn die de beleving bepalen: de persoonlijke context, de fysieke context en de sociale context. Ook bij deze contexten gaat het niet om de objectieve benadering maar in alle gevallen om de beleving door de gebruiker/bezoeker. Dit betekent onder andere dat de fysieke context geen vaststaand gegeven is maar dat die door ieder individu op een andere manier geïnterpreteerd kan worden. Een kanttekening bij het model is dat de digitale omgeving nog niet aan de orde was ten tijde van de ontwikkeling van het model in 1992. Ter actualisering van het model kan ervoor gekozen worden een nieuwe, vierde context toe te voegen, die van de digitale context (zoals is toegepast in Van Vliet 2012). In dit onderzoek is er echter voor gekozen om de relevante kenmerken van de digitale omgeving op te nemen in het bestaande model. Digitale toepassingen, internet en nieuwe media zijn zo verweven met de drie bestaande contexten, dat laatstgenoemde optie prevaleert boven een vierde context. De sociale media zijn onderdeel van de sociale context en het digitale aanbod (zoals websites, apps) is opgenomen als onderdeel van de fysieke context. Dat laatste lijkt onlogisch maar het heeft vanuit de beleving van de gebruiker/bezoeker de voorkeur om de aangeboden belevingsomgeving als

De meetbaarheid van binnenstadsbeleving

één te benaderen, zonder strikte scheiding tussen online en offline aanbod. De klant denkt en handelt in toenemende mate multichannel, waarbij on- en offline geïntegreerd zijn.

Figuur 1 - Interactief Belevingsmodel (gebaseerd op Falk & Dierking, 1992)



Het Interactive Experience Model heeft als leidraad gediend bij het ontwerpen van het onderzoek. Aangezien het onderzoek de opzet van Wentholt van een kleine 50 jaar geleden volgde, is een poging gedaan dit model te koppelen aan de toen gehanteerde onderzoeksopzet en analyses. Daaruit bleek dat Wentholt in zijn analyse al bij het interactieve belevingsmodel *avant-la-lettre* uitkwam. Zijn kernconclusie luidde: de kwaliteit van het stadsleven wordt bepaald door een drie-eenheid van functies (utiliteiten), netwerken (communicatie) en beleving (psychische functies). Hoewel zijn invalshoek daarmee iets afwijkt van die in het model van Falk en Dierking, hebben de drie elementen die beiden noemen, grote overlap: fysiek, sociaal en persoonlijk versus respectievelijk utiliteiten, communicatie en psychische functies. Wentholt stelde op basis van zijn onderzoek dat de drie functies die hij noemt terug te vinden zijn in vijf dimensies die benodigd zijn voor een volwaardig functioneren van het stadshart. Deze dimensies zijn volgorde-lijk: concentratie is een voorwaarde voor intensiteit, is een voorwaarde voor levendigheid, is een voorwaarde voor herbergzaamheid en visuele aantrekkelijkheid. Alhoewel het werk van Wentholt onvoldoende inzicht geeft in de empirische onderbouwing van deze analyse, zijn de dimensies wel meegenomen in de opzet van het recente onderzoek.

3 | Onderzoekopzet

Vanuit het beschreven kader is de onderzoeksopzet ontwikkeld. Het kwalitatieve veldonderzoek is in beperkte mate aangevuld met secundaire analyses en literatuuronderzoek. Dit onderzoek heeft niet de pretentie om representatieve uitspraken te kunnen doen over alle Rotterdammers; het ging er niet om in kaart te brengen hoeveel Rotterdammers een bepaalde beleving van de stad hebben. Wel stonden de vragen 'wat' en 'waarom' centraal. De invulling van de vijf genoemde dimensies is getoetst aan de verschillende contexten van het interactieve belevingsmodel; zowel de fysieke als de sociale en de individuele context spelen een rol in de onderzoeksthema's. De elementen van flow zijn als apart thema in de onderzoekuitvoering opgenomen. Er is voor gekozen om het veldonderzoek zoveel mogelijk in de vorm van kleinschalige sessies uit te voeren. Deze sessies bestonden uit verschillende onderdelen, zoals hieronder toegelicht wordt.

Binnen de genoemde opzet zijn verschillende concrete kwalitatieve methodieken toegepast. Ten eerste is gebruik gemaakt van verschillende vormen van mental mapping. Een methodiek die eerder onder andere is toegepast in het proefschrift *De Intrinsieke Stad* van Marina Meeuwisse (2014) en tot doel heeft om de constructies van de fysieke en sociale omgeving in het hoofd van de gebruiker van de stad bloot te leggen. Concreet hebben de respondenten opdrachten gekregen als 'teken de binnenstad zoals je die in je hoofd hebt', 'geef aan waar de zwakke of onaantrekkelijke plekken zitten', 'teken waar wat jou betreft de binnenstad begint en eindigt' en 'maak een schets naar aanleiding van het bezoek aan de binnenstad dat je zojuist afgelegd hebt'. Hierbij was ook een creatieve opdracht opgenomen om de psychologisch afstand tussen verschillende plekken in de binnenstad te meten. Ten tweede is gebruik gemaakt van verschillende vormen van associatieonderzoek. Respondenten moesten onder tijdsdruk hun eerste associaties bij de binnenstad en elementen daarvan noemen; ze werden daarnaast gestimuleerd om de binnenstad te vergelijken met een mens (of dier) om zo de merkpersoonlijkheid van de binnenstad in kaart te brengen. Er waren meerdere tests gebaseerd op foto's om de mentale constructie, het imago en de perceptie van de fysieke identiteit van de binnenstad in kaart te brengen; zo kregen de respondenten de vraag bij verschillende foto's aan te geven in hoeverre ze het beeld typerend vonden voor de Rotterdamse binnenstad en zijn de emotionele reacties van respondenten bij foto's van verschillende fysieke elementen van de binnenstad gemeten. Binnen deze associatieve vormen is ook een pilot uitgevoerd van een nieuw ontwikkelde onderzoeksvorm, de vriendenboek-associatie. Deze methodiek is door Edo Anceaux (2015) ontwikkeld om – met name bij jongere respondenten – op een voor de doelgroep herkenbare, creatieve manier associaties en percepties op te roepen. Al deze associatieve technieken zijn waardevol om de persoonlijke kernpercepties en achterliggende waarden te achterhalen. Gezien de tijdsdruk die bij de meeste van deze tests van kracht was, is de kans op sociaal wenselijk of strategisch overwogen antwoorden minder groot. Het derde kernelement van het kwalitatieve onderzoek betrof de panelgesprekken die met alle respondenten gevoerd zijn. Bij deze vorm vonden steeds korte maar diepgaande inhoudelijke discussies plaats naar aanleiding van een door de gespreksleider of respondent ingebracht thema. Deze vorm zorgt voor veel interactie en diepgang. In deze gespreks- cq. discussievorm is gebruik gemaakt van de *laddering*-methodiek waarbij de interviewer doorvraagt om achterliggende waarden te achterhalen. Respondenten worden gestimuleerd om hun beleving uit te leggen of te beargumenteren, waardoor de achterliggende visies en waarden zichtbaar worden. Met deze vorm van *laddering* lukt het beter om de *wat-* en *waaromvragen* te beantwoorden. De kracht zat met name in de integratie van alle genoemde

De meetbaarheid van binnenstadsbeleving

methodieken in de panelsessies; de uitkomsten van de mental mapping- en associatietechnieken werden meteen in de sessies besproken en uitgediept.

Bovenstaande methodieken zijn toegepast in een zestal panelgesprekken met volwassenen en vier opdrachtersessies met jongeren en kinderen. Bij het samenstellen van de groepen is ervoor gekozen dicht bij het onderzoek uit 1968 te blijven. Wentholt sprak toen “50 *jongere* [niet gespecificeerd] mensen op straat in de binnenstad en 50 *jongere* mensen aan de deur in de buitenwijken.” Ook interviewde hij 25 notabelen (“*mensen die er in Rotterdam toe doen bij het stedelijk beleid*”). Het recente onderzoek is uitgevoerd onder jongeren in de stad (4 sessies met scholieren en 1 sessie met studenten), bewoners van de verschillende stadswijken (3 sessies) en notabelen (2 sessies). Laatstgenoemde groep bestond in de recente versie van het onderzoek uit stedelijk ontwikkelaars, topambtenaren, (oud-)politici en project-ontwikkelaars. Het onderzoek onder de doelgroep scholieren is niet exact op de hierboven beschreven wijze uitgevoerd vanwege praktische beperkingen. In deze gevallen is gekozen voor een opzet waarin de jongeren creatieve opdrachten uitvoerden die inhoudelijk zoveel mogelijk identiek waren aan de inhoud van de overige sessies. Hierdoor heeft het onderzoek onder de jongeren uiteindelijk minder achterliggende visies en waarden inzichtelijk gemaakt dan de andere onderdelen in het onderzoek.

Naast de panelsessies zijn ter aanvulling, versterking en verdieping aanvullend analyses uit overig (secundair) veld en desk-onderzoek toegevoegd. Zo is gebruik gemaakt van de uitkomsten van een creatieve workshop ‘schets je ideale Rotterdam’ om de uitkomsten van de mental mapping te versterken, is inspiratie opgedaan in afstudeeronderzoeken naar de verlenging van de verblijfsduur in de Rotterdamse binnenstad door studenten Leisure Management, is als input voor sessies gebruik gemaakt van bestaand onderzoek door de gemeente Rotterdam en zijn de mental maps van Rotterdam die stadpsycholoog en fotograaf dr. Marina Meeuwisse in haar studie (2015) gebruikt heeft, ter aanvulling toegevoegd.

De sessies hebben plaatsgevonden tussen mei en juli 2015 en werden geleid door een professionele gespreksleider, aangevuld met een van de initiatiefnemers van het onderzoek. Iedere sessie duurde maximaal 2 uur en er waren maximaal 14 deelnemers per sessie. Van iedere sessie zijn geluidsopnamen gemaakt, daarnaast was een notulist aanwezig en zijn alle schetsen en de geschreven input verzameld en gearchiveerd. Hierbij een overzicht van de belangrijkste punten uit de inhoudelijk analyse. In de volgende paragraaf volgt een evaluatie van de toegepaste methodieken.

4 | Analyse

Zoals in de voorgaande paragraaf is beschreven, zijn de technieken *mental mapping* en *associaties* met een dubbel doel gebruikt: enerzijds zijn ze geïntegreerd in de panelsessies, waardoor doorgevraagd en gediscussieerd kon worden over de manier waarop de binnenstad vorm heeft gekregen in de hoofden van de respondenten. Daarnaast zijn de uitkomsten van deze creatieve technieken zelf geanalyseerd. Dit is op drie manieren gedaan: ten eerste zijn alle data, zowel de visuele als de tekstuele, gecodeerd en geclusterd. Dit leidde in het geval van de mental maps onder andere tot een algemene plattegrond waarop de beleving van de respondenten in de binnenstad geprojecteerd was en een clustering van elementen die de respondent in de binnenstad mist of onaantrekkelijk vindt. In het geval van de associaties leidde dit onder andere tot verschillende wordclouds met de verschillende associaties die de deelnemers bij de binnenstad hebben en een overzicht van de basisemotie die de deelnemers hadden bij het zien van bepaalde

plekken in de stad. Ten tweede is een analyse gedaan van alle data ten opzichte van elkaar. Zo bleek uit de analyse van de opdracht om de grens van de Rotterdamse binnenstad te tekenen dat alle deelnemers aan het onderzoek een unieke tekening maakten. Ten derde zijn de data waar mogelijk vergeleken met de werkelijke situatie. Zo is de vergelijking gemaakt tussen de mental maps waarin de respondent aangaf elementen te missen op een locatie en de werkelijke situatie ter plekke. Hieruit bleek bijvoorbeeld dat op de locatie Binnenrotte volgens de perceptie van veel deelnemers geen groen aanwezig was, terwijl er in werkelijkheid op dat moment rond de 70 bomen op het plein stonden.

Een van de belangrijkste conclusies is dat onder de bij het onderzoek betrokken inwoners van Rotterdam een grote mate van trots op de stad aanwezig is. Deze trots blijkt niet recent te zijn aangewakkerd maar bestaat al langer. De recente positieve aandacht voor de stad heeft teweeggebracht dat de Rotterdammer de trots nu ook buiten de stad durft te ventileren. Bij veel jongeren gaat de trots zo ver dat zij zich vereenzelvigen met de stad en die als onderdeel van hun eigen identiteit zien. Dit laatste bleek zowel uit de panelgesprekken als uit het associatie-onderzoek ('ik vergelijk Rotterdam met mezelf, ik ben Rotterdam'). Wat met name opvalt is dat veel Rotterdammers ook de negatieve aspecten van de fysieke stad als typisch Rotterdams zien en daar zelfs een positieve beleving bij hebben. Dit sluit aan bij de conclusie die Lee et al.) in 1994 trokken, dat *'zelfs onplezierige en uitdagende incidenten op een later moment gezien kunnen worden als een positieve beleving wanneer het individu die incidenten kan verwerken en er een gevoel van controle bij ontwikkelt'*. Ondanks dat het bij de fysieke kenmerken van de binnenstad niet om een incident gaat, geldt hier wel hetzelfde principe: net als in 1968 ervaren veel Rotterdammers hun stad misschien nog steeds wel als onherbergzaam, hard en verbrokkeld – zij het in mindere mate dan toen – maar zijn die elementen zo verweven geraakt met de perceptie van de stad dat die elementen nu als identiteitsbepalend voor de stad worden ervaren. *'De stad moet niet te gelikt worden'*, werd meerdere malen gehoord. En: *'Rotterdam moet wel gewoon Rotterdam blijven'*. Uit het onderzoek bleek dat de Rotterdammer het idee heeft dat zijn stad in bepaalde mate nog best lelijk is maar dat hij de stad niet als lelijk beléeft. Ondanks deze kanttekeningen ervaren de deelnemers aan het onderzoek onmiskenbaar een nieuw elan, dat zeker niet alleen verklaard wordt door de fysieke omgeving en – in de terminologie van Wentholt – utiliteiten, maar vooral ook vanuit het sociale kader en de netwerken.

Een nadere analyse van de verschillende onderzoeksdata leert dat de trots en het elan genuanceerd moeten worden. In meerdere panelsessies wordt een contrast blootgelegd tussen de binnenstad en de rest van de stad. Onder de deelnemers aan het onderzoek leeft het gevoel dat het nieuwe elan vooral gebaseerd is op ontwikkelingen in de binnenstad, die daarmee in toenemende mate contrasteert met de stadswijken waar minder (zichtbaar) geïnvesteerd wordt en sociale netwerken in de beleving van de respondenten afbrokkelen. Toch blijken het juist die wijken te zijn die veel Rotterdammers als het echte Rotterdam beleven: *'Delfshaven is voor mij Rotterdam, in de binnenstad voel ik me niet thuis'*, zei een respondent. Het gesprek daarna legde bloot dat de binnenstad steeds meer ervaren wordt als een speeltuin voor *young urban creatives* en bezoekers maar niet als een plek voor iedereen.

In de panelgesprekken blijkt dat absoluut geen breed gedeeld beeld bestaat van wat de Rotterdamse binnenstad is. Bijna iedere respondent heeft een andere mental map van wat wel of niet als binnenstad ervaren wordt. In meerdere opzichten lijkt er sprake van een fluide binnenstadsbeleving: in Rotterdam is niet één duidelijk herkenbare binnenstad. *'Rotterdam heeft 's nachts een andere binnenstad dan overdag'*, werd ook geconcludeerd. Een beeld dat wel veel respondenten delen is de fysieke grens die de

De meetbaarheid van binnenstadsbeleving

Maas opwerpt. Ondanks de komst van de Erasmusbrug, de ontwikkeling van de Kop van Zuid en de populariteit van Katendrecht, hebben veel Rotterdammers nog steeds geen binnenstadbeleving bij deze gebieden. Dat lijkt vooral te verklaren door de door Wentholt gebruikte dimensies gebruiksintensiteit en levendigheid; tot nu toe lijkt in die gebieden slechts voldaan aan de eerste dimensie, concentratie van voorzieningen. Er hangt echter nog geen binnenstadssfeer ten zuiden van de Maas, stellen meerdere respondenten. Hiermee doelen ze vooral op het ontbreken van sociale context. Respondenten die de Kop van Zuid wel tot de binnenstad rekenen (opvallend genoeg vooral de *notabelen*, die de stad vooral vanuit professioneel oogpunt beleven), geven aan nog steeds een harde scheiding tussen noord en zuid te ervaren in de stad, *'alleen ligt die harde grens nu niet meer in de Maas maar iets zuidelijker'*. Verder wordt de Rotterdamse binnenstad beleefd als een verzameling losse delen (verklaard door gebrekkige leesbaarheid), een plek waar het sociale aspect van de stadsbeleving achter blijft (veel deelnemers vinden de binnenstad niet de plek waar je makkelijk contacten legt, mensen ontmoet; verklaard door enerzijds het fysieke karakter van de binnenstad en anderzijds het beeld van het karakter van de Rotterdammer zelf) en een plek waar de auto nog veel de boventoon voert (verklaard door de naoorlogse stedenbouw en de gebrekkige leesbaarheid maar ook door de perceptie van de Rotterdammer). *Verbinden* is dan ook een term die iedere keer terugkomt in de sessies, fysiek verbinden maar zeker ook sociaal. Ook viel op dat de binnenstad in de beleving van de Rotterdammer veel te weinig groen heeft. Dit bleek grotendeels te verklaren vanuit de perceptie van de respondenten; de daadwerkelijke aanwezigheid van groen is groter dan in de beleving, zoals onder andere bleek uit het eerdergenoemde voorbeeld van de Binnenrotte.

De ondervraagde Rotterdammers ervaren hun eigen stad als veilig. Met name de jongere respondenten geven specifiek aan zich geborgen te voelen in de stad. Uit het onderzoek blijkt niet of dit gevoel in meer of mindere mate aanwezig is dan in andere grote steden maar toch valt het op aangezien de stad voor Nederlandse begrippen relatief onveilig is en ook door niet-inwoners in sterke mate als zodanig gezien wordt (Marlet en Woerkens 2016, LAGroup en NBTC-NIPO Research 2014). Bij de associaties met zowel de binnenstad als de Rotterdammer vallen opvallend vaak de term 'gezellig'. De respondenten geven vooral positieve emoties af bij beelden van de moderne architectuur en de hoogbouw, bij het festivalaanbod en bij de groene en speelse elementen in de binnenstad. Beelden met een meer esthetisch of historisch karakter leveren minder positieve emoties op. Het ontbreken van een historische binnenstad komt tijdens alle sessies niet eenmaal ter sprake.

De uitkomsten van het onderzoek zijn gelinkt aan de dimensies die Wentholt in zijn eerdere onderzoek onderscheidde. De concentratie van voorzieningen in Rotterdam werd in 1968 al als positief beleefd en dat is alleen maar versterkt. De *verdikking* van de binnenstad, zoals hij het noemde, is verbeterd in de beleving van de bewoners, hoewel zij hun stad nog niet op alle momenten als bruisend ervaren. Ook is de binnenstad anno 2015 levendig volgens de deelnemers aan de sessies, maar daarbij zijn kanttekeningen: de levendigheid komt slechts van specifieke doelgroepen, het wordt misschien zelfs wel iets te levendig in die binnenstad, en ook: in de Rotterdamse binnenstad draait het teveel om de harde kant, het bouwen. In verschillende sessies wordt een pleidooi gehouden voor het ontwikkelen van de zachte kant van de stad – er moet meer aandacht komen voor sfeer, gastvrijheid en de mens. Wat betreft het vierde punt, herbergzaamheid, geven met name jongere generaties aan de stad als een warm thuis te ervaren. Anderzijds, tijdens meerdere sessies is de discussie gevoerd voor wie de binnenstad eigenlijk is; of het een plek moet zijn waar iedereen zich thuis voelt. Nu geven verschillende deelnemers aan dat zij zich wel trotse Rotterdammer voelen maar de binding met de binnenstad missen. *'De binnenstad is leuk, maar*

niet voor mij'. Als laatste de visuele aantrekkelijkheid: de iconische bouw wordt gewaardeerd en draagt bij aan de trots, de beelden van de architectuur en skyline roepen positieve associaties op. De binnenstad wordt niet zozeer als esthetisch hoogstaand ervaren, althans niet volgens de gangbare betekenis van dat begrip: *'Rotterdam is mooi op z'n Rotterdams'*.

Vanuit het interactieve belevingsmodel kan geconcludeerd worden dat de beleving die de deelnemers aan het onderzoek hebben van de Rotterdamse binnenstad positief is. Door de analogie met het onderzoek uit 1968 kan ook de conclusie getrokken worden dat de binnenstadsbeleving van de Rotterdammer veel beter is dan toen. Toch wijst het belevingsmodel erop dat de situatie in de binnenstad nog niet optimaal is. Verschillende indicatoren voor de sociale context werden door veel respondenten niet als positief beleefd. Het ging hierbij met name om de perceptie van sociale elementen als cohesie vs. segregatie, ontmoeting, communicatie en persoonlijk contact. De fysieke context van de stad wordt door de deelnemers op positieve wijze beleefd maar ook op dit punt is nog verbetering mogelijk.

5 | Evaluatie kwalitatieve methodieken

Terugblikkend kan gesteld worden dat de kwalitatieve opzet van het onderzoek in grote mate inzicht heeft gegeven in de stadsbeleving van de deelnemers aan het onderzoek. De toegepaste methodieken hebben een inzicht verschaft in de beleving die de Rotterdammer ondervindt van zijn stad. Het is in voldoende mate gelukt om de diepgang te bereiken die met een representatief survey-onderzoek niet zou zijn bereikt. Dit is met name gelukt door technieken, waarbij reproductie van de bewuste beleving centraal staat, te combineren met technieken die ten doel hebben de minder bewuste percepties en mentale constructies in kaart te brengen. Toch zijn er enkele kanttekeningen te maken: (1) Enkele onderzoekstechnieken bleken in de praktijk niet het beoogde resultaat te leveren en zijn na de eerste sessie geschrapt. Dit betrof onder andere de meting naar de psychologische afstanden in de binnenstad, het groepsgeprek over de visuele kant van de binnenstad. Het thema over de psychologische afstanden is uiteindelijk helemaal geschrapt uit het onderzoek, de overige geschrapte onderdelen hebben geen invloed gehad op de kwaliteit en volledigheid van de uiteindelijke resultaten. (2) Uit praktische overwegingen is ervoor gekozen het onderzoek onder de scholieren niet uit te voeren in panelsessies maar middels creatieve opdrachten. Dit onderzoek heeft veel relevante informatie opgeleverd maar als gevolg van deze onderzoeksvorm mist de analyse de gewenste verdieping. Voor deze groep zijn de data vanuit mental mapping en associatieonderzoek geanalyseerd maar deze uitkomsten zijn niet uitgediept in groeps gesprekken. (3) De toegepaste vriendenboek-methode werkte uitstekend onder de doelgroepen jongeren en studenten. De deelnemers vonden het leuk en het leverde relevante data op. Uiteindelijk is ervoor gekozen deze methode niet toe te passen bij de groepen wijkbewoners en notabelen, uit vrees dat de methode niet zou aanslaan bij deze doelgroepen. Onder deze doelgroepen zijn dezelfde thema's op alternatieve wijze behandeld.

6 | Terugblik

De resultaten van het onderzoek zijn in de zomer van 2015 overgedragen aan de opdrachtgevers Museum Rotterdam en *Rotterdam viert de stad!*. Die hebben de uitkomsten vertaald in een essay dat in januari 2016 gepresenteerd is tijdens de debatavond Rotterdam, *the neverending story*. Hiermee vormt de rapportage van het belevingsonderzoek niet de afsluiting van een traject maar juist het begin ervan. Het

De meetbaarheid van binnenstadsbeleving

essay vormt een uitnodiging aan alle Rotterdammers om mee te praten en te denken over de stadsbeleving en de verbetering daarvan. Deze aanpak bekrachtigt het kwalitatieve karakter van het onderzoek.

Voor de onderzoekslijn Leisure & Stad van kenniscentrum Creating 010 vormde deze casestudie een eerste stap op weg naar de ontwikkeling van een onderzoeksinstrument voor gebruikersbeleving. Die eerste stap heeft ons veel inzichten gegeven. Ten eerste bleek – met name in de fase van onderzoekontwerp en theoretische onderbouwing – dat de theoretische en empirische basis van dit type onderzoek nog vrij smal is. Er is niet veel gepubliceerd op het gebied van stadsbelevingsonderzoek en in de onderzoeken die bekend zijn, zijn geen kwalitatieve methodieken toegepast waarin de gebruiker van de stedelijke ruimte centraal staat. Literatuur en theorieën op het gebied van beleving stellen of het creëren van belevenisomgevingen centraal of gaan uit van een kwantitatieve benadering. Na uitvoering van het onderzoek kan geconcludeerd worden dat er een vrij goed beeld verkregen is van de achterliggende elementen in de stadsbeleving van de Rotterdammer maar dat een aanscherping van de toegepaste methodieken noodzakelijk is en dat er aanvullende methodieken ontwikkeld moeten worden om het instrument te verbeteren. Een deel van de methodieken bleek in de praktijk niet te werken omdat de opdracht onvoldoende helder was of omdat de respondenten moeite hadden met het invullen, zoals gold voor de opdracht die bedoeld was om de psychologische afstanden in de binnenstad in kaart te brengen. Een algemene tekortkoming van het onderzoek was dat, ondanks dat er met bijvoorbeeld de mental mapping-technieken gepoogd werd de mentale constructie van stadsbeleving op papier te krijgen, de echte beleving op het moment van gebruik van de binnenstad niet gemeten is. In een van de aanvullende onderzoeken is wel onderzoek gedaan naar beleving tijdens het bezoek aan de binnenstad maar deze methodiek is om praktische redenen niet breed uitgezet in dit onderzoek. In het vervolgtraject zullen dit soort tests wel worden toegepast, evenals applicaties op smartphones waarmee beleving tijdens gebruik/bezoek in kaart kan worden gebracht. Deze toepassingen kunnen als aanvulling op het verdiepende kwalitatieve onderzoek waardevol zijn. Hiermee zou beter worden voldaan aan het eerder in dit artikel geciteerde uitgangspunt van Wentholt: *‘men [moet] zowel de situatie van de reagerende mens kennen op het moment dat hij op het object reageert, alsook de wijze waarop specifieke stimulus-kwaliteiten van het object inwerken op specifieke reactiemogelijkheden van het individu dat de stimuli ontvangt’*.

Literatuur

- Anceaux, E. (2015) Rotterdam onder de gaze [afstudeerscriptie]. Leisure Management, Hogeschool Rotterdam.
- Boswijk, A., E. Peelen & S. Olthof (2015) Economie van Experiences [vierde editie]. Amsterdam: Pearson Education.
- Engelen, R. (2006) Het stadskompas: de rol van stadsbeleving in het city marketingdomein [afstudeerscriptie], Enschede: Universiteit Twente.
- Falk, J.H. & L.D. Dierking (2000). Learning from Museums. Visitor experience and the making of meaning. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Falk, J.H. & L.D. Dierking (1992) The Museum Experience. Washington: Howells House.
- Hayllar, B.R. & T. Griffin (2005) The precinct experience: a phenomenological approach. Tourism Management, vol. 26, no 4, pp. 517-528.
- LAGroup & NBTC-NIPO Research (2014) Toeristisch Imago Onderzoek 2014. Den Haag: NBTC-NIPO Research.
- Lee, Y., J. Dattilo, D. Howard (1994) The complex and dynamic nature of leisureexperience, Journal of Leisure Research Vol. 26, No. 3: pp. 195-211.
- Maitland, R. (2007) Tourists, the creative class, and distinctive areas in major cities. In: Richards, G. & J. Wilson (eds). Tourism, Creativity and Development. Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility. London U.K.: Routledge.

-
-
- Marlet, G. C. & Woerkens (2016) Atlas voor Gemeenten 2015. De 50 grootste gemeenten van Nederland op 50 punten vergeleken. Erfgoed. Nijmegen: VOC Uitgevers.
- Meeuwisse, M. (2015) Psychologie van de Stad. Antwerpen: Garant.
- Meeuwisse, M. (2014) De intrinsieke stad : onderzoek naar het denkbeeld van de stad Rotterdam: de stad die zich in ons hoofd heeft genesteld [proefschrift]. Rotterdam: Expertisecentrum Maatschappelijke Innovatie.
- Morgan, M. (2007) Festival spaces and the visitor experience. Geraadpleegd op 2 februari 2016, van http://eprints.bournemouth.ac.uk/4821/1/99__Morgan.pdf
- Mulder, M. (2015) "Het moet wel gewoon Rotterdam blijven hè!" – Binnenstadsbeleving Rotterdam 2.015 [pdf]. Leisure & Stad, Hogeschool Rotterdam, Rotterdam.
- Museum Rotterdam (2015) De nieuwe stad. Geraadpleegd op 20 december 2015, van <http://museumrotterdam.nl/tentoonstellingen/de-nieuwe-stad>
- Pine, B.J. & J.H. Gilmore, J.H. (1999) The Experience Economy. Work is Theater & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business Review Press.
- Rotterdam viert de stad! (2015). Openingsdebat 'Rotterdam, the neverending story'. Geraadpleegd op 20 december 2015, van <http://www.rotterdamviertdestad.nl/agenda/o/openingsdebat-rotterdam-the-neverending-story/>
- Vliet, H., van [red.] (2012) Festivalbeleving [pdf]. Lectoraat Crossmedia Business, Hogeschool Utrecht.
- Wentholt, R. (1968) De binnenstadsbeleving en Rotterdam. Rotterdam: Ad. Donker Boeken.