

Waterbelevingsonderzoek Gouda

Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme
Netwerkorganisatie voor Omgevingskwaliteit (NOK-n)

April 2008

Opdrachtgever:
Consortium Hollandse Waterstad Gouda



Colofon

© Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme & NOK-n, april 2008

Auteurs ZHBT: Marleen Oostdijk
Violetta Rossi

Auteurs NOK-n: Lizet van den Berg
Eveline Maris
Stefan Ouboter

In opdracht van: Consortium Hollandse Waterstad Gouda

Uitgevers: Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme
Rotterdamseweg 402H
Postbus 3267
2601 DG Delft
tel: 015-251 23 30
fax: 015-257 39 82
e-mail: info@zhbt.nl
Internet: www.zhbt.nl

NOK-n
Nieuwehaven 201
Postbus 213
2800 AE Gouda
tel: 0182-599664
e-mail: info@nok.nl
Internet: www.nok.nl

Foto: Stefan Ouboter



Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1. Waterbelevingsonderzoek	9
1.1 Achtergrond en aanleiding	9
1.2 Opdracht	10
1.3 Methode	10
2. Bevindingen	13
2.1 Waarom bezoekers nu naar Gouda komen	13
2.2 Kunnen investeringen in het water Gouda nog aantrekkelijker maken?	13
2.3 Andere manieren om Gouda nog aantrekkelijker te maken	13
2.4 Overeenkomsten en verschillen tussen stakeholders en knooppuntburgers	14
2.5 Betekenis van de bevindingen voor Hollandse Waterstad	15
2.6 Hoe kunnen meer bezoek, langer bezoek en hogere bestedingen worden gerealiseerd?	15
3. Waterbelevingsonderzoek stakeholders Gouda	19
- deelonderzoek ZHBT	
4. Water in Gouda: Een extra dimensie aan de beleving van de stad	81
- deelonderzoek NOK-n	

Samenvatting

Aanleiding en methode van onderzoek

Gouda wil investeren in het water in haar binnenstad. Zij verwacht dat de binnenstad daarmee aantrekkelijker wordt voor bezoekers, zodat deze langer blijven en vaker komen. Investeren in het water houdt in:

- (1) Gouda volledig doorvaarbaar maken, onder meer door het herstellen van de Havensluis waardoor de traditionele zuidelijke toegang van de stad wordt hersteld;
- (2) een bijzonder netwerk van kleine waterlopen onder en rond de Motte weer zichtbaar en toegankelijk maken.

Het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme (ZHBT) en de Netwerkgroep voor Omgevingskwaliteit (NOK-n), partners van het samenwerkingsverband Hollandse Waterstad, hebben in opdracht van het consortium Hollandse Waterstad met als penvoerder gemeente Gouda voorliggend belevingsonderzoek uitgevoerd. De onderzoeksvraag van het belevingsonderzoek luidt:

“Kunnen we verwachten dat investeren in het water in de binnenstad van Gouda leidt tot meer bezoek en langer verblijf?”

De onderzoeksvraag wordt beantwoord aan de hand van interviews. Twee groepen respondenten zijn gevraagd naar hun inschatting van de wensen en belangstelling van bezoekers van Gouda:

- (1) Stakeholders, personen, werkzaam in de toeristensector, die spreken vanuit hun functie en het beleid van hun organisatie;
- (2) Knooppuntburgers, personen die spreken vanuit hun persoonlijke ervaring met bezoekers van Gouda.

Bevindingen

Belangrijke bevindingen die uit het onderzoek naar voren komen zijn:

- *Gouda is een aantrekkelijke stad, maar (nog) niet vanwege het water*

Op dit moment is water geen belangrijk bezoekmotief voor de mensen die Gouda aandoen (met uitzondering van watersporters). Als bezoekmotieven worden genoemd het bezoek aan de historische binnenstad, de Markt met de Sint Janskerk en de Kaasmarkt.

- *Investerings in het water kunnen Gouda nog aantrekkelijker maken*

Er is enthousiasme voor de geplande investeringen in het water bij de meeste respondenten. De beperkte openingstijden van bruggen en sluizen zijn nu een reden voor watersporters om de binnenstad van Gouda te mijden. Het openmaken van de Zuidelijke toegang kan hier verandering in brengen, denken de meeste stakeholders. Ook het openmaken van gedempte plaatsen in de stad zodat men kan rondvaren draagt bij aan de aantrekkelijkheid, ook voor niet-watersporters. De bootjes op het water zorgen voor meer levendigheid in de stad. Tot slot geeft meer en schoner water in de Goudse binnenstad een waardevolle extra dimensie aan de beleving van de stad, volgens veel knooppuntburgers.

- *Andere manieren om Gouda aantrekkelijker te maken*

Vergroting van de variatie en volume in het aanbod van horeca is een veelgehoord verbeterpunt voor Gouda. Door het verbeteren van de bereikbaarheid van de stad per auto en de mogelijkheden om te parkeren kan ook winst geboekt worden, volgens knooppuntburgers. Er mogen meer activiteiten worden georganiseerd waarin het verhaal van de waterhistorie van Gouda verteld wordt, vindt het merendeel van de stakeholders. Om de activiteiten te

ondersteunen moet met name worden ingezet op promotieactiviteiten ter bevordering van de naamsbekendheid en het imago van Gouda.

Grote ambities versus praktische zaken

De inzichten van stakeholders en knooppuntburgers verschillen wanneer wordt gesproken over de uitvoering van de plannen van de gemeente Gouda om te investeren in het water. Stakeholders wijzen er op dat de ambities voor de langere termijn niet uit het oog verloren moeten worden. Zij pleiten er voor de plannen voor het water in samenhang met de aanpak van praktische zaken, als achterstallig onderhoud aan watersportfaciliteiten, aan te pakken. Een groot aantal knooppuntburgers, daarentegen, wijst er op dat praktische zaken als parkeergelegenheid, accommodatie, en goede PR niet uit het oog verloren moeten worden. Zij lijken er de voorkeur aan te geven om eerst deze praktische zaken te realiseren, en pas daarna de plannen voor het water uit te voeren.

Meer en langer bezoek door investeringen in het water?

Het enthousiasme voor de plannen is niet zonder meer te beschouwen als graadmeter voor een toename in bezoekers. Een mooiere stad trekt niet perse meer bezoekers. Er zijn andere, aanvullende investeringen nodig om bezoekers te trekken en vast te houden, zoals voldoende horeca, bereikbaarheid, en PR. Daarnaast is enthousiasme geen garantie voor draagvlak. De respondenten nemen belangentegenstellingen waar: je kunt elke euro maar een keer uitgeven (achterstallig onderhoud versus nieuwe investeringen), waar parkeer je de auto als de straat een gracht wordt (water versus verkeer), en hoe leuk is een bruisend havencafé voor een slapende bewoner? Deze belangentegenstellingen, gevoeld of reëel, kunnen het draagvlak ondermijnen, en verdienen daarom aandacht. Tot slot is het nodig dat de gemeente ondernemers en bewoners goed op de hoogte houdt van haar plannen, zodat zij praktische lastigheden tijdig kunnen signaleren en eventuele eigen investeringen kunnen afstemmen op de plannen van de gemeente.

Meer bezoek, langer bezoek en hogere bestedingen voor Gouda zijn te realiseren wanneer alle huidige vormen van toeristisch aanbod gerelateerd aan water (zoals bruggen, ligplaatsen, sanitaire voorzieningen) eerst op orde worden gebracht door het uitvoeren van achterstallig onderhoud en het oplossen van verkeersproblemen. Investerings in het water kunnen volgens stakeholders leiden tot een nieuw bezoekmotief voor bestaande bezoekers van de stad, en daarnaast ook nieuwe bezoekers trekken. De toegevoegde waarde van water voor de sfeer van de stad zal volgens knooppuntburgers geen bezoekmotief worden, maar kan bezoekers wel verleiden om langer te blijven.

1. Waterbelevingsonderzoek

1.1 Achtergrond en aanleiding

Historie van water in Gouda

Gouda is in voorbije eeuwen tot bloei gekomen door de ingenieuze wijze waarop onze voorouders het water benut hebben. Deze waterhuishouding is in de afgelopen 50 jaar gedempt, overkluisd en veel oude sluisjes werken niet meer. Het gevolg is een tekort aan bergingscapaciteit, onvoldoende waterkwaliteit en het komt de toeristische kwaliteiten van deze oud-Hollandse binnenstad ook niet ten goede. Ook andere oud-Hollandse steden hebben te maken met herontwikkeling van oud-stedelijk gebied met daarbij het verenigen van de doelstellingen van waterbeheer, cultuurbeleid, leefbaarheid en economie (toerisme).

Integraal plan voor het water

Gouda is de uitdaging aangegaan een integraal plan op te zetten en uit te voeren, dat de waterhuishouding weer in ere herstelt en dat recht doet aan ideeën van bewoners en de binnenstad toeristisch aantrekkelijker maakt. Deze plannen zijn opgenomen in het project Hollandse Waterstad. Mede omdat andere oud-Hollandse steden kunnen leren van de ervaringen in Gouda, is het project 'Hollandse Waterstad' opgenomen in het kennisontwikkelingsprogramma Leven met Water.

Project 'Hollandse Waterstad'

Hollandse Waterstad is een kennisproject waarin naar nieuwe manieren van werken wordt gezocht om de ambities van Gouda in de historische binnenstad omtrent water te kunnen realiseren. Eén van die nieuwe manieren van werken is een integrale manier van samenwerken tussen de partners die deelnemen in het kennisproject. Er wordt gebruik gemaakt van elkaars kennis, kunde en mogelijkheden.

Het project Hollandse Waterstad wordt uitgevoerd door een consortium (samenwerkingsverband) van waterbeheerders, kennisontwikkelaars en andere professionele organisaties. De partners in het consortium zijn de gemeente Gouda (penvoerder), Leven met Water (subsidiegever), het Gouds Watergilde/ Die Goude (namens de Goudse burgers), de Rijksdienst voor Archeologie, Cultuurlandschap en Monumenten, het adviesbureau NOK-n, Ykema tuin- en landschapsarchitectuur, het Hoogheemraadschap van Rijnland, de provincie Zuid-Holland en het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme.

Investeren in het water

Gouda wil investeren in het water in haar binnenstad. Zij verwacht dat de binnenstad daarmee aantrekkelijker wordt voor bezoekers, zodat deze langer blijven en vaker komen.

Investeren in het water houdt in:

- (1) Gouda volledig doorvaarbaar maken, onder meer door het herstellen van de Havensluis waardoor de traditionele zuidelijke toegang van de stad wordt hersteld;
- (2) een bijzonder netwerk van kleine waterlopen onder en rond de Motte weer zichtbaar en toegankelijk maken.

Klimaatveranderingen en innovatief waterbeheer

De plannen van de gemeente Gouda hebben direct te maken met het veranderende klimaat. De klimaatveranderingen maken veranderingen in het waterbeheer nodig. Het subsidieprogramma Leven met Water ontwikkelt kennis over innovatief waterbeheer. Het onderzoek voor en de uitvoering van de geplande investeringen in het water in de binnenstad van Gouda worden gedaan in samenwerking met Leven met Water, binnen het project Hollandse Waterstad (zie ook www.levenmetwater.nl en www.hollandsewaterstad.nl). Andere facetten van het project Hollandse Waterstad zijn: kennisuitwisseling tussen de Hollandse Watersteden, een inventarisatie van gegevens op technisch en cultuurhistorisch

gebied, communicatieactiviteiten om het plan levend te maken, de verankering van de plannen in uitvoerbare projecten, en tot slot de vastlegging van het gevoerde planproces.

1.2 Opdracht

Wensen en belangstellingen van bezoekers

De gemeente Gouda heeft geregeld contact met haar inwoners, maar slechts sporadisch en indirect met bezoekers van de stad. Aangezien één van de motieven om te investeren in het water in de historische binnenstad is om bestaande bezoekers te verleiden langer in de stad te verblijven, en nieuwe bezoekers te trekken, is informatie over de belangstelling en wensen van de verschillende soorten bezoekers van belang. Wat denken knooppuntburgers en stakeholders dat bezoekers belangrijk vinden en wat moet er volgens hen in de stad veranderen om meer bezoek, langer bezoek en meer bestedingen te genereren. Deze informatie kan worden gebruikt in de technische uitwerking van de plannen voor de investeringen in het water in de Goudse binnenstad, en kan worden verkregen door belevingsonderzoek.

Inventarisatie van mensenwensen

Eén van de onderdelen van Hollandse Waterstad is de inventarisatie van de ‘mensenwensen’ ten aanzien van het waterbeheer in de binnenstad van Gouda. In het voorliggende belevingsonderzoek gaat het in het bijzonder om de belangstelling en wensen van (potentiële) bezoekers van Gouda met betrekking tot het water in de binnenstad. In november 2005 heeft het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme (ZHBT) de rapportage ‘Waterrecreatie in Gouda – Doelgroepbepaling en programma van eisen’ opgeleverd. In dat onderzoek is in algemene zin beschreven wat de bezoekmotieven en voorkeuren van waterrecreanten zijn die de stad bezoeken, en op basis van welke voorkeuren en voorzieningen waterrecreanten voor Gouda kiezen. Dit is gedaan door bezoekers face-to-face een enquête af te nemen. In het onderzoek is geen onderscheid gemaakt in bezoekmotieven van de groepen bezoekers alleen in soort vervoermiddel van waterrecreanten (motorvaart, zeilvaart, fietsvaarvakanties en partyvaart).

Verscheidenheid aan bezoekmotieven

De volgende stap – uitgevoerd in het voorliggende belevingsonderzoek – is om de verscheidenheid aan denkpatronen en bezoekmotieven van bezoekers (waaronder waterrecreanten) te illustreren. Deze heeft betekenis voor de vormgeving en uitvoering van de plannen. Op basis van onze bevindingen doen we een voorzet wat deze betekenis zou kunnen zijn. Dit belevingsonderzoek is uitgevoerd door het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme (ZHBT) en de Netwerkorganisatie voor Omgevingskwaliteit (NOK-n), en moet een antwoord geven op de vraag: “Kunnen we verwachten dat investeren in water in de binnenstad zal leiden tot meer (en langere) bezoeken aan Gouda?”. Uit het onderzoek komt daarnaast ook naar voren welke belangen er spelen in de stad.

1.3 Methode

Doelstelling van het onderzoek

Het belevingsonderzoek heeft de volgende doelstelling:

Inzicht verkrijgen in de wensen van bezoekers van Gouda, alsmede inzicht verkrijgen in hoeverre water hierin een rol speelt en wat dit betekent voor de plannen om te investeren in het water in de Goudse binnenstad.

Een nevendoeel van het onderzoek is het maken van een inschatting van wat er voor nodig is om met de investeringen in het water meer bezoekers te trekken.

Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag van het belevingsonderzoek luidt:

“Kunnen we verwachten dat investeren in het water in de binnenstad van Gouda leidt tot meer bezoek en langer verblijf?”

Werkwijze

De onderzoeksvraag wordt beantwoord aan de hand van interviews. Om structuur aan te brengen in het belevingsonderzoek, is een tweedeling gemaakt in de respondenten en de vragen die hen gesteld worden:

(1) Stakeholders, organisaties die te maken hebben met watertoerisme en –recreatie in Gouda en ook beleid hebben op dit gebied zijn in interviews gevraagd naar hun standpunten aan de hand van open vragen. De geïnterviewde personen spreken met name vanuit hun functie binnen de organisatie. Dit gedeelte is uitgevoerd door ZHBT. Het integrale verslag van het deelonderzoek van het ZHBT is opgenomen in hoofdstuk 3 van dit rapport. De door ZHBT gebruikte methode is daarin beschreven.

(2) Knooppuntburgers, personen die goed op de hoogte zijn van de wensen en belangstelling van bezoekers, zijn op persoonlijke titel gevraagd naar hun ervaringen en beleving aan de hand van de ‘Clean Language’-interviewmethode. De geïnterviewde personen spreken met name vanuit hun persoonlijke ervaring. Dit gedeelte is uitgevoerd door NOK-n. Het integrale verslag van het deelonderzoek van NOK-n is opgenomen in hoofdstuk 4 van dit rapport. De door NOK-n gebruikte methode is daarin beschreven.

Meerwaarde van tweedeling in het onderzoek

De meerwaarde van bovenstaande werkwijze voor het onderzoek is dat door de tweedeling in respondenten de verscheidenheid in bezoekmotieven beter naar voren kan komen. Immers, de beide groepen respondenten kijken vanuit een verschillend perspectief. In aanvulling hierop is deze tweedeling ook een waarborg voor de validiteit van het onderzoek: wanneer vanuit twee verschillende perspectieven hetzelfde wordt waargenomen, versterkt dit de betrouwbaarheid van de waarneming.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 van deze rapportage worden de bevindingen van het onderzoek uiteengezet en worden aanbevelingen gedaan naar de gemeente Gouda die kunnen leiden tot meer en langere bezoeken aan de stad. Hoofdstuk 3 gaat in op het deelonderzoek van het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme onder stakeholders. In hoofdstuk 4 wordt het deelonderzoek van NOK-n onder knooppuntburgers beschreven.

2. Bevindingen

2.1 Waarom bezoekers nu naar Gouda komen

Uit het onderzoek komt duidelijk naar voren dat Gouda een aantrekkelijke stad is om te bezoeken. Gouda heeft veel te bieden: een historische binnenstad, met haar mooie marktplein, de Waag, de Goudse Glazen in de Sint Janskerk. De intieme grachten met daarlangs de mooie oude koopmanshuizen geven de stad sfeer, en de zichtbare waterhuishouding wordt genoemd als een aspect dat Gouda tot een fijnproeversstad maakt. Bij toeristen is Gouda bekend als kaasstad. De kaasmarkt en andere ambachtelijke activiteiten, en ook stadswandelingen zijn voor hen redenen om Gouda aan te doen. Vanuit het oogpunt van de stakeholders zouden er best meer activiteiten in de stad mogen plaatsvinden. Opvallend is dat 'winkelen en funshoppen' door de stakeholders genoemd wordt als een belangrijk motief voor een bezoek aan Gouda, terwijl slechts een enkele knooppuntburger het winkelaanbod van Gouda noemt als reden om naar de stad te komen. Voor toeristen die snel een indruk van Nederland willen krijgen heeft de regio veel te bieden: plaatsen als Kinderdijk en Schoonhoven liggen om de hoek. Het Groene Hart wordt aantrekkelijk gevonden en met name ook de ligging in de buurt van grote steden als Rotterdam en de verbinding via de trein (ov) is gunstig. Voor watersporters is Gouda geen bestemming op zich, maar wel aantrekkelijk vanwege haar ligging in de regio: dichtbij de Rieuwijkse plassen, de Krimpenerwaard, Oudewater, Haastrecht. Op dit moment is water geen belangrijk bezoekmotief voor de mensen die Gouda aandoen (met uitzondering van watersporters).

2.2 Kunnen investeringen in het water Gouda nog aantrekkelijker maken?

Met betrekking tot de watersporters wordt vaak genoemd dat de openingstijden van de sluizen en bruggen nu te beperkt zijn. Voor watersporters is dit nu een reden om Gouda te mijden. De beperkte doorvaarbaarheid is een reden om de stad niet in te varen. Met name stakeholders noemen vaak dat de (sanitaire) faciliteiten voor watersporters aan onderhoud en verbetering toe zijn, en dat de ligcapaciteit voor boten in de binnenstad uitgebreid zou moeten worden. Stakeholders zijn van mening dat het havenleven bruisender zou moeten worden zodat Gouda meer tot leven komt voor bezoekers. Het openmaken van de Zuidelijke toegang kan hieraan bijdragen. Ook het openmaken van gedempte plaatsen in de stad zodat men kan rondvaren draagt bij aan de aantrekkelijkheid, ook voor niet-watersporters. De bootjes op het water zorgen voor meer levendigheid in de stad. Tot slot geven meer en schoner water in de Goudse binnenstad een waardevolle extra dimensie aan de beleving van de stad, volgens veel knooppuntburgers.

2.3 Andere manieren om Gouda nog aantrekkelijker te maken

Volgens de knooppuntburgers en stakeholders valt er in Gouda nog van alles te doen om de stad (nog) aantrekkelijker te maken. Onder de knooppuntburgers is veel aandacht voor verkeersproblematiek: de toegankelijkheid van de stad voor auto's, en de beperkte parkeergelegenheid worden regelmatig genoemd als punten waar winst te boeken is. Een andere veelgenoemd verbeterpunt onder zowel knooppuntburgers en stakeholders is de variatie en volume in het aanbod van horeca. Bezoekers zullen langer blijven wanneer er meer en verscheiden hotels komen, en ook restaurants in het hogere segment, terrassen aan het water en een gezellige havenkroeg. Het winkelend publiek kan volgens knooppuntburgers verleid worden langer te blijven door het aanbod aan specialistische winkeltjes die passen bij de eigen sfeer van Gouda te vergroten. Zo kan Gouda zich onderscheiden van andere winkellocaties. Volgens veel geïnterviewden is belangrijk dat de stad levendiger wordt. Het merendeel van de stakeholders vindt dat het voor bezoekers te rustig is in Gouda, met name op de zondagen is er weinig te beleven. Er zouden meer

activiteiten kunnen worden georganiseerd waarin het verhaal van de waterhistorie van Gouda verteld wordt. Ook wordt vaak genoemd dat het bezoekgebied van de binnenstad van Gouda vergroot moet worden zodat er voor bezoekers meer te zien is van de waterhistorie van de stad (uitbreiding richting Cultureel en Havenkwartier). Daarnaast kan de verhuur van boten en het aanbieden van rondvaarten zorgen voor meer levendigheid in de stad. Ook een koppeling met de omliggende regio in de vorm van arrangementen kan worden benut zodat bezoekers verleid worden langer te blijven. Om de activiteiten te ondersteunen moet met name worden ingezet op promotie activiteiten ter bevordering van de naamsbekendheid en het imago van Gouda.

2.4 Overeenkomsten en verschillen tussen stakeholders en knooppuntburgers

Er is voor gekozen om het onderzoek langs twee sporen uit te voeren: stakeholders werden gevraagd om vanuit hun functie in de toeristensector te reflecteren op de plannen van Gouda, knooppuntburgers werden gevraagd om op persoonlijke titel en op basis van persoonlijke ervaringen te spreken. Deze twee-sporenaanpak is gekozen om de diversiteit van bezoekmotieven optimaal in kaart te brengen. De inzichten van knooppuntburgers en stakeholders laten veel overeenkomsten zien. Deze overeenkomsten vergroten de betrouwbaarheid van de bevindingen: vanuit verschillende kanten en door verschillende brillen zien we hetzelfde beeld.

Op enkele punten verschillen de inzichten van stakeholders en knooppuntburgers. Stakeholders vinden de plannen van de gemeente Gouda om te investeren in het water heel ambitieus, maar hebben twijfels of alles tot uitvoering komt, de ambitie moet werkelijkheid worden. Zij vinden het belangrijk dat het huidige product van de stad op orde is en dat daarnaast voldaan wordt aan aantal randvoorwaarden ten behoeve van investeringen in het water. Gerichte en frequente communicatie en overleg tussen de verschillende belanghebbenden is in dit kader essentieel. Op deze manier worden bewoners en ondernemers betrokken bij het proces en ontstaan er nieuwe mogelijkheden voor het gezamenlijk aangaan van investeringen ter verbetering van het toeristische product van Gouda.

De knooppuntburgers wegen de baten die zij verwachten van de geplande investeringen, af tegen de verwachte kosten. En ook tegen de kosten en baten van mogelijke andere investeringen. Met name praktische bezwaren met betrekking tot de verkeersproblematiek worden afgewogen tegen de investeringen in het water. Het uitvoeren van de plannen voor het water in de binnenstad van Gouda staat niet altijd bovenaan hun prioriteitenlijstje. Veel knooppuntburgers verwachten dat meer en mooier water een waardevolle extra dimensie zal geven aan de beleving van de stad. Niettemin verwachten zij dat andere investeringen eerst of ook nodig zijn om bezoek te trekken, of langer te laten blijven.

Dit verschil tussen stakeholders en knooppuntburgers kan verklaard worden door een verschil in perspectief. Omdat stakeholders spreken vanuit hun functie, bekijken zij de plannen van Gouda gemiddeld genomen met een blik op zowel de korte als de langere termijn. Zij hebben doorgaans een meer beleidsmatige blik, en denken meer in concepten en mogelijkheden. De knooppuntburgers spreken op persoonlijke titel en hebben gemiddeld genomen een meer praktische kijk. Zij hebben het hier en nu voor ogen, en zien naast voordelen ook praktische hindernissen. De knooppuntburgers lijken er de voorkeur aan te geven om eerst bestaande praktische problemen op te lossen, en daarna grootse plannen uit te werken. De stakeholders willen de nieuwe investeringen en de aanpak van praktische problemen in samenhang aanpakken. Het is van belang rekening te houden met de bevinding dat beide visies bestaan.

2.5 Betekenis van de bevindingen voor Hollandse Waterstad

Wat betekent dit alles nu voor de plannen van gemeente Gouda om te investeren in het water? Er is veel enthousiasme voor de plannen van de gemeente. Echter, het enthousiasme voor de plannen is niet zonder meer te beschouwen als graadmeter voor een toename in bezoekers. Een mooiere stad trekt niet perse meer bezoekers. Er zijn andere, aanvullende investeringen nodig zijn om bezoekers te trekken en vast te houden, zoals voldoende horeca, bereikbaarheid, en PR. Daarnaast is enthousiasme geen garantie voor draagvlak. De respondenten nemen belangentegenstellingen waar (verkeersproblematiek, achterstallig onderhoud, overlast voor bewoners door activiteiten) die ook vanuit dat oogpunt aandacht verdienen. Tot slot is het nodig dat de gemeente ondernemers en bewoners goed op de hoogte houdt van haar plannen, zodat zij praktische lastigheden tijdig kunnen signaleren en eventuele eigen investeringen kunnen afstemmen op de plannen van de gemeente. Zonder hun investeringen en geduld is het plan niet te realiseren.

2.6 Hoe kunnen meer bezoek, langer bezoek en hogere bestedingen worden gerealiseerd?

Meer bezoek, langer bezoek en hogere bestedingen voor Gouda zijn te realiseren wanneer alle huidige vormen van toeristisch aanbod op orde wordt gebracht, bijvoorbeeld door het uitvoeren van achterstallig onderhoud aan watersportvoorzieningen, het vergroten van het aanbod in horeca en bijzondere winkeltjes, en het oplossen van verkeersproblemen. Investerings in het water kunnen volgens stakeholders leiden tot een nieuw bezoekmotief voor bestaande bezoekers van de stad, en daarnaast ook nieuwe bezoekers aantrekken. De toegevoegde waarde van meer en schoner water voor de sfeer van de stad zal volgens veel knooppuntburgers geen bezoekmotief worden, maar kan bezoekers wel verleiden om langer te blijven.

