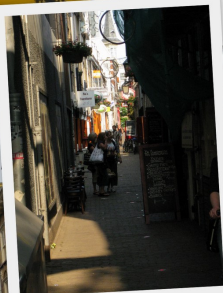




"Verborgen schoonheid."



"Op zijn Nederlands bouwtechnisch verprutst. Deze straat heeft geen ziel. En alleen maar stenen. Overal stenen."



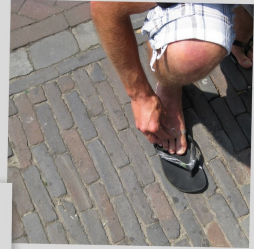
"Slecht onderhouden en grijs"



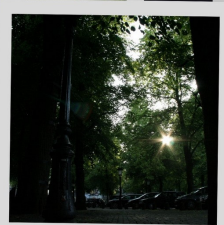
"Zo superlelijk is dit. Als je nou nog door die ramen heen kon kijken, maar het is zo ontzettend dicht en gesloten."



"De Dom is het belangrijkste van Utrecht. We heten niet voor niks de Domstad."



Een respondent tijdens de walkalong. Kaugom op de voet.



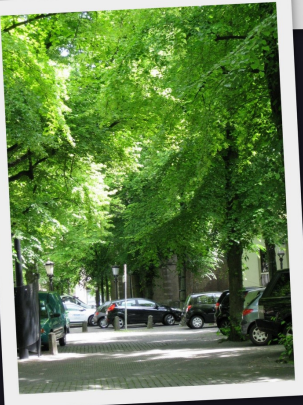
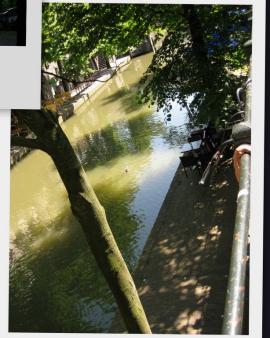
"Rustig en statig."



"Het leukste gebouw van Utrecht."



Het is druk. Het verkeer is onveilig. Het gaat hier gewoon hard."



# WALK ALONG!

OP ZOEK NAAR HET BEELD VAN DE BINNENSTAD VAN UTRECHT EN DE BELEVING VAN LOOPROUTES

# Walk along!

Op zoek naar het beeld van de binnenstad van Utrecht  
en de beleving van looproutes

Auteur: JJ van Benthem

Studie: Urban Geography (MSc)

Begeleiding: Dr. B. (Bas) Spierings - Faculteit Geowetenschappen - Universiteit Utrecht

Prof. dr. R. (Ronald) van Kempen - Faculteit Geowetenschappen - Universiteit Utrecht

## Voorwoord

Voor u ligt een uitnodiging om mee te lopen met een wandeling door de binnenstad van Utrecht. Daarvoor is geen fysieke inspanning nodig, op het omslaan van de bladzijden van deze scriptie na. U staat op het punt om te gaan lezen over en kijken naar het beeld dat mensen hebben van de binnenstad van Utrecht. Het gaat hier niet om winkeldichtheid of het aantal bloembakken in de winkelstraten. Het gaat om de werkelijke beleving van de gebruikers van de binnenstad van Utrecht. Hoe ervaren zij hun looproutes door de binnenstad van Utrecht? In deze scriptie leest u hun oordeel over de ruimte, ondersteund met tekeningen en foto's die ze zelf maakten.

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een nieuwe en bijzondere methode: de walkalong-methode. Ik liep met voetgangers door de binnenstad en vroeg hen het hemd van het lijf over hun ervaringen met de ruimte. Als onderzoeker stond ik 'met mijn voeten in de modder'. Mijn respondenten drukten mij ter plaatse met de neus op de beleefde feiten. Het verhaal in deze scriptie is niet bedacht achter een bureau, maar aan mij opgedrongen door mijn respondenten. Voordat ik aan dit onderzoek begon wist ik dat een geograaf zich bezighoudt met de ruimte, nu weet ik dat ik de ruimte moet zien, voelen, ruiken en beleven. Alleen dan weet ik waar ik over praat. Een hele leerzame ervaring en een ideaal dat ik ga proberen vast te houden in mijn toekomstige werkveld.

Het onderzoek is voor mij soepel verlopen. De grootste stilstand had ik tijdens een excursie naar New York, en dat was ook zeker geen straf. Ik heb veel te danken aan de flexibiliteit van mijn begeleiders, Bas Spierings en Ronald van Kempen, waardoor ik in de zomervakantie door kon werken. Dat ik mijn master straks binnen de gestelde termijn heb weten te behalen is voor een groot deel hun verdienste.

Het eerste deel van dit onderzoek behelst een mental map onderzoek, uitgevoerd in samenwerking met Johannes Lok. We wisten elkaar feilloos en conflictloos te vinden, het was een unieke samenwerking. Bedankt! Naast de respondenten die tijd voor mij vrijmaakten ben ik de grootste dank verschuldigd aan Marloes, vrienden en familie die mij telkens weer herinnerden aan mijn luxe positie. Wanneer ik in de kroeg zat uit te leggen wat ik aan het onderzoeken was begonnen niet alleen mijn ogen te schitteren, maar ook die van mijn toehoorders. Ik besepte dat ik een bijzonder boeiend en leuk thema te pakken had en dat ik er uit moest halen wat er in zat. Bedankt!

Walk along!

Joan van Benthem

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>INTRODUCTIE</b> .....	<b>5</b>
1.1	ACHTERGROND.....	5
1.2	STRUCTUUR THESIS.....	7
<b>2</b>	<b>THEORIE</b> .....	<b>8</b>
2.1	DE BINNENSTAD.....	8
2.2	DE BINNENSTAD VAN UTRECHT .....	10
2.3	DE BEWONERS VAN UTRECHT .....	11
2.4	KEVIN LYNCH .....	12
2.5	ROUTE KEUZE .....	14
2.6	ROUTE BELEVEN.....	16
2.7	TOPOPHILIA EN TOPOPHOBIA.....	19
2.8	CONCEPTUEEL MODEL.....	20
<b>3</b>	<b>PROBLEEMSTELLING</b> .....	<b>22</b>
3.1	ONDERZOEKSVRAGEN .....	23
<b>4</b>	<b>METHODEN</b> .....	<b>24</b>
4.1	MENTAL MAPPING .....	24
4.2	WALKALONG-METHODE .....	29
4.3	FOTOGRAFIE .....	33
<b>5</b>	<b>ANALYSE</b> .....	<b>35</b>
5.1	MENTAL MAP.....	35
5.2	WALKALONG.....	47
<b>6</b>	<b>CONCLUSIE</b> .....	<b>74</b>
6.1	INTRODUCTIE .....	74
6.2	CONCLUSIE .....	75
6.3	GEVOLGEN VOOR BELEID EN VERDER ONDERZOEK .....	78
6.4	CONCLUSIES EN EVALUATIE WALKALONG-METHODE .....	79
6.5	DISCUSSIE.....	80
<b>7</b>	<b>LITERATUUR</b> .....	<b>81</b>
<b>8</b>	<b>BIJLAGEN</b> .....	<b>84</b>
8.1	PLAN VAN AANPAK MENTAL MAPPING .....	85
8.2	BEPALING DOELGROEPEN.....	102
8.3	ALLE GELOPEN ROUTES IN DE WALKALONG .....	105



# 1 Introductie

*... (we) can better plan, design and manage  
the environment for and with people  
if we know how they image the world.*

Lynch (1976)

## 1.1 Achtergrond

De gemiddelde bezoeker van het winkelcentrum van Utrecht houdt zich vooral bezig met het kopen van producten of het nuttigen van voedsel. Voor een stadsgeograaf is het bezoeken van een winkelcentrum meer dan dat. De binnenstad en het vertoonde geografische gedrag van de mensen stelt een stadsgeograaf voor talloze vragen: Wat vinden mensen aantrekkelijke plekken om te verblijven? Welke plekken boezemen angst in? Verschillen deze gevoelens van voorliefde en angst tussen bepaalde groepen in de binnenstad? Welke rol spelen visuele kenmerken van gebouwen in de beleving van de binnenstad? Als mensen zich de binnenstad voor de geest halen, welke beelden komen er dan naar voren?

### 1.1.1 Bekend

Over het onderwerp 'looproutes in binnensteden' is in wetenschappelijke literatuur veel geschreven.

De binnenstad is in de loop van de jaren regelmatig van ruimtelijk karakter veranderd. De afgelopen decennia hebben steeds meer gemeenten besloten de auto deels of geheel uit de binnenstad te weren. Er komt steeds meer ruimte voor grote voetgangersgebieden (Zacharias, 1993). In de wetenschappelijke discours is er grofweg vanaf de jaren '70 ook aandacht gekomen voor voetgangersverplaatsingen in winkelgebieden. Sindsdien is het gedrag van voetgangers altijd een belangrijk topic geweest voor retail-ontwikkeling (Zhu, 2008).

Onderzoek naar voetgangersgedrag kan worden ingedeeld in drie niveaus: macro, meso en micro. Onderzoek op macro-niveau naar winkelgedrag in de binnenstad concentreert zich voornamelijk op winkelpatronen van consumenten op regionale of stedelijke schaal, zoals een dagje winkelen naar een winkelcentrum in de regio (Zhu, 2008; Haklay et al., 2001). Er werden positivistische, mathematische, macro-analytische modellen gebruikt om verplaatsingen te voorspellen. Op mesoniveau wordt aandacht besteed aan de verdeling van voetgangers over straten en winkels, bijvoorbeeld wanneer het gaat om het beschrijven van de effecten van herontwikkeling van winkelgebieden (Timmermans & Borgers, 1986). Op microniveau wordt vooral gekeken naar de karakteristieken van voetgangersverplaatsingen, zoals het vinden van de juiste route en het ontwijken van obstakels (Kurose et al., 2001). Resultaten van onderzoek op microniveau leiden bijvoorbeeld tot richtlijnen voor het ontwerp van voetgangersgebieden (Zhu, 2008).

Wanneer er gesproken wordt over voetgangersverplaatsingen staan de ruimtelijke beslissingen van individuen centraal. Een voetganger baseert zijn ruimtelijke beslissingen op de mentale kaart die hij heeft van de omgeving (Golledge & Stimson, 1997). Naast de informatie op deze mental map is uit onderzoek gebleken dat er vele andere factoren zijn die invloed uitoefenen op de beslissing van een individu om een bepaalde route te volgen: lengte van de route (Bovy & Stern, 1990), directheid en aangenaamheid van een route (Hill, 1982), gewoontegedrag van de voetganger (Seneviratne & Morrall, 1986) en de ruimtelijke configuratie van een gebied (Peponis, Zimring & Choi, 1990). Na de keuze voor een bepaalde route volgt de ervaring met het betreden gebied. Die ervaring van een individu met een gebied is een aaneenreiging van positieve en negatieve gevoelens.

In de wetenschappelijke literatuur worden positieve of negatieve ervaringen met de ruimte ook wel beschreven aan de hand van de concepten *topophilia* en *topophobia*. *Topophilia* doelt op de liefde van een individu voor een bepaalde plek. *Topophilia* wordt geconstrueerd door bijvoorbeeld herhaalde prettige ervaringen met een plek, de dagelijkse routine die je langs bepaalde plekken brengt of spirituele of familiale banden met een plek. Een individu kan daardoor een emotionele verbinding krijgen met een bepaalde plek. *Topophobia* wordt gedefinieerd als de *fear of place*, de plaats van angst. Deze plekken roepen bij een individu emoties van angst, ongemakkelijkheid en bezorgdheid op. Er kan bijvoorbeeld angst zijn voor lawaai, andere mensen of het feit dat de stad te groot is om ons overal thuis te voelen (Tuan, 1974).

Als laatste mag Kevin Lynch niet onbenoemd blijven. Kevin Lynch (1960) was een van de eerste wetenschappers die mentale 'beelden' van steden bestudeerde. Lynch stelde dat mensen de stad voornamelijk waarnemen als een gebouwde omgeving, bestaande uit kenmerkende *paths, edges, districts, nodes* en *landmarks* (Lynch 1960, Knox & Marston 2007). Samen vormen zijn het beeld van de stad. Het beeld van de stad of van een plek kan zwak en sterk zijn. Lynch gebruikt hiervoor het concept *imageability*. *Imageability* is de kwaliteit van een fysiek object die ervoor zorgt dat het object een sterk beeld achter laat bij elke persoon. Het is de vorm, kleur of samenstelling die een krachtig beeld vormen in de hoofden van mensen. Een 'highly imageable city' verleidt het oog en het oor en maakt het individu attent op zijn omgeving, waardoor hij beter georiënteerd is en zich er makkelijker door kan bewegen (Lynch, 1960).

In algemene zin kan gesteld worden dat onderzoek naar voetgangersedrag begonnen is met macro-analytische modellen van looproutes in winkelgebieden en zich tegenwoordig steeds meer richt op de motivaties van het individuele gedrag van voetgangers (Haklay et al., 2001; Zhu, 2008).

### 1.1.2 Onbekend

Op het gebied van looproutes in binnensteden zijn er ook nog een aantal onontgonnen terreinen. Zo is er minder bekend over de rol van de zintuigen en de emoties op de ruimtelijke beleving, terwijl de mens nauwelijks kan denken en beslissen buiten zijn gevoel om (Davidson & Milligan, 2004). Davidson, Bondi en Smith (2005) verwoorden het op deze manier:

*“Geography, like many of its disciplinary siblings, has often had trouble expressing feelings.”*

Recent is er dan ook sprake van vernieuwde interesse in emotie in de geografie. Dit blijkt uit literatuur over mensen en plaatsen, en is zeker meer dan een passerende academische trend (Davidson, Bondi & Smith, 2005). De importantie wordt op deze manier duidelijk:

*“Without doubt, our emotions matter. They have tangible effects on our surroundings and can shape the very nature and experience of our being-in-the-world. Emotions can clearly alter the way the world is for us, affecting our sense of time as well as space.”*

Zintuigen spelen een cruciale rol in de interactie van de mens met de omgeving. Sterker nog, de interactie met de wereld is geconstrueerd door onze zintuigen: zien, horen, ruiken, proeven en aanraken (Holloway & Hubbard, 2001). Het is duidelijk dat de rol van zintuigen en emoties serieus moet worden genomen (Davidson & Milligan, 2004).

Resumerend: Een voetganger baseert zijn ruimtelijke beslissingen op de mentale kaart die hij/zij heeft van de omgeving (Golledge & Stimson, 1997). Die mental map bevat voorgaande ervaringen met het gebied. De zintuigen en emoties spelen daarbij een onmiskenbare rol (Davidson, Bondi & Smith, 2005). Het is van belang om de beleving van de ruimte te onderzoeken, want dat *is* de ruimte. Het is niet genoeg om winkelpatronen of binnenstadsfeer te meten, er zal aandacht moeten komen voor emoties op individueel niveau, die de relatie tussen individu en ruimtelijke context werkelijk verklaren. Dit onderzoek gaat daar aan bijdragen door een

casestudy te verrichten naar de binnenstad van Utrecht. Dit onderzoek zal doormiddel van een bijzondere methode de beleving van looproutes aan het licht brengen.

### **1.1.3 (Vernieuwende) methoden**

Drie methoden zullen als instrumenten dienen om de onderzoeksvraag (zie § 3.1) te beantwoorden. Allereerst is het belangrijk om te achterhalen welk beeld mensen hebben bij de binnenstad van Utrecht. Daarvoor is het gebruik van mental maps een beproefde methode. Een mental map is echter niet afdoende. Een nieuwe methode is de walkalong-methode. Bij deze methode lopen respondenten hun gebruikelijke routes, waarbij de onderzoeker hen volgt en een diepteinterview afneemt over de beleving van de respondent bij de ruimte. Het doel van deze methode is de motivatie voor ruimtelijk gedrag en de betekenisgeving van de ruimte te achterhalen (Pink, 2008). De laatste methode is die van de fotografie, waarbij respondenten tijdens het lopen van de walkalong gevraagd wordt foto's te maken van de omgeving. Deze foto's geven inzicht in de beleving van de ruimte (Hall, 2009; Rose, 2008). De foto's laten ons meekijken door de ogen van de respondenten.

## **1.2 Structuur thesis**

Deze masterthesis is opgebouwd uit een aantal onderdelen. Allereerst wordt een analyse van de wetenschappelijke literatuur uitgevoerd en zullen de relevante concepten rondom mental maps, looproutes en beleving van de binnenstad worden besproken, resulterend in een conceptueel model. De theorie en het conceptueel model zijn de basis voor de probleemstelling (Hoofdstuk 3). De gekozen aanpak om de onderzoeksvragen te beantwoorden wordt toegelicht in Hoofdstuk 4: Methodes. Hoofdstuk 5 is een verslaglegging en interpretatie van de uitkomsten van het veldwerk, verdeeld in twee delen: de analyse van het mental map onderzoek en de analyse van de walkalong. De waarde en consequenties van deze uitkomsten wordt besproken in het laatste hoofdstuk Conclusies.

## 2 Theorie

*De wereld is een kaart en een kaart is de wereld.  
Samen vormen zij de werkelijkheid  
en de werkelijkheid is een afbeelding  
en de afbeelding is een werkelijkheid.*

Nouwen (1991)

In dit hoofdstuk staat de theorie van binnenstad, looproutes en beleving van de ruimte centraal. Daarbij wordt achtereenvolgens stilgestaan bij de geschiedenis en ontwikkeling van de binnenstad in het algemeen, de geschiedenis en ontwikkeling van de binnenstad van Utrecht, en de bewoners van Utrecht. Hierop volgt een bespreking van het werk van Kevin Lynch. Daarna worden looproutes besproken, eerst de keuze van de route door de stad en vervolgens de beleving van de ruimte. Ten slotte wordt de aantrekkelijkheid van (delen van) de binnenstad besproken vanuit de begrippen topophilia en topophobia.

Uiteindelijk zal dit uitmonden in een conceptueel model waarin alle besproken theoretische concepten worden samengevat. Dit hoofdstuk zal de basis vormen voor de probleemstelling en onderzoeksvragen in hoofdstuk 3.

### 2.1 De binnenstad

De binnenstad is in de loop van de jaren regelmatig van ruimtelijk karakter veranderd. Naarmate het transport steeds verder motoriseerde, kwam de binnenstad onder druk te staan van de vele auto's die op parkeerplaatsen dicht bij het hart van de stad kwamen te staan (Figuur 1). Steeds meer gemeenten besloten de auto deels of geheel uit de binnenstad te weren. Er kwam ruimte voor grote voetgangersgebieden (Zacharias, 1993). De binnenstad moest primair een winkelgebied worden. Grote parkeerplaatsen werden marktplaatsen of uitgaansgelegenheden (zoals Neude in Utrecht), delen van de binnenstad werden alleen toegankelijk voor voetgangers en/of fietsers en het openbaar vervoer werd zo ingericht dat het toeristen en winkelend publiek gemakkelijk en veilig in het hart van de stad bracht. Deze verandering in weggebruikers bracht weer nieuwe uitdagingen met zich mee. Voetgangers stellen andere eisen aan de openbare ruimte en zijn kwetsbaar voor ander verkeer. De trends op het gebied van binnenstedelijke ontwikkeling laten zien dat voetgangers een prominente plek hebben.

**Figuur 1: Binnenstad van Maastricht, begin jaren '60 (links) en 2009 (rechts)**



Bronnen: <http://bit.ly/9BAwJG>, <http://bit.ly/7MAFCA>



### 2.1.1 Trends en beleid

Aanpassingen in het beleid over de binnenstad kent pas recent een opleving. Het behoud van binnensteden in Nederland is altijd nauw verbonden geweest met het winkelvestigingsbeleid. Dit beleid kende in de vorige eeuw nauwelijks grote aanpassingen, maar daar is recent verandering in gekomen (Spierings, 2006). Sinds de jaren '70 voert Nederland het beleid om grootschalige detailhandelsvestigingen aan de rand van de stad af te remmen, om zo de binnenstedelijke centra te beschermen. Echter levert dit veel frictie op met de consument, die ruim wil parkeren en met de auto wil komen (Evers et al., 2005). De opleving begon in 2004 toen de overheid besloot om het beleid rondom de ontwikkeling van winkelgebieden te wijzigen. De focus ligt sindsdien sterker op de rol van provincies in het creëren van winkelgebieden op regionaal niveau. Ook wordt er steeds vaker een winkelcentrum buiten het stadshart gecreëerd vanwege de beperkte ruimte in de binnenstad en betere toegankelijkheid aan de rand van de stad (Van der Krabben, 2009).

Wat betreft trends voor voetgangers in winkelgebieden is er een nieuwe trend van de creatie van zogenaamde 8-jes in het winkelgebied. Het idee achter deze beleidsontwikkeling is het langer vasthouden van het winkelend publiek in de binnenstad omdat mensen meer uitgeven als ze langer in het gebied rondlopen (Spierings, 2006). De meeste stadscentra kennen een belangrijkste winkelstraat met een aantal zijstraten waardoor er lineaire loopbewegingen plaatsvinden. Een binnenstadsinrichting die mensen in de gelegenheid stelt om door te blijven lopen in cirkels zou de totale omzet in het stadscentrum doen toenemen (Zacharias, 1993). Hieruit blijkt dat er economische motieven zijn om voetgangers langer vast te houden in een gebied.

Deze ontwikkelingen vinden ook hun weerslag in de wetenschap. Vanaf de jaren '70 is er binnen de wetenschappelijke discours aandacht gekomen voor voetgangersverplaatsingen in winkelgebieden. Sindsdien is het gedrag van voetgangers altijd een belangrijk topic geweest voor retail-ontwikkeling (Zhu, 2008). Onderzoek naar voetgangersgedrag kan worden ingedeeld in drie niveaus: macro, meso en micro.

### 2.1.2 Van macro- naar microniveau

Onderzoek op macro-niveau naar winkelgedrag in de binnenstad concentreerde zich voornamelijk op winkelpatronen van consumenten op regionale of stedelijke schaal, zoals een dagje winkelen naar een winkelcentrum in de regio (Zhu, 2008; Haklay et al., 2001). Vooral in de jaren '70 stonden positivistische, mathematische, macro-analytische modellen centraal om verplaatsingen te voorspellen.

Op mesoniveau wordt aandacht besteed aan de verdeling van voetgangers over straten en winkels, bijvoorbeeld wanneer het gaat om het beschrijven van de effecten van herontwikkeling van winkelgebieden (Timmermans & Borgers, 1986). Zo is er veel onderzoek gedaan naar de aantrekkelijkheid van het winkelgebied door eenvoudigweg te tellen hoeveel voetgangers een bepaalde plaats in de binnenstad (winkel, winkelstraat, plein) bezochten. Monheim (1998) laat zien dat op deze manier een indruk wordt verkregen welke plaatsen veel worden bezocht. Hij wijst daarbij op de toegankelijkheid, zowel naar als in de binnenstad:

*“Whereas much emphasis is given to the accessibility of the city centre from outside, the ‘inner accessibility’ of the city centre is just as important.”*

Op microniveau wordt vooral gekeken naar de karakteristieken van voetgangersverplaatsingen, zoals het vinden van de juiste route en het ontwijken van obstakels (Kurose et al., 2001). Resultaten van onderzoek op microniveau leiden bijvoorbeeld tot richtlijnen voor het ontwerp van voetgangersgebieden (Zhu, 2008). Voetgangersstromen op microniveau zijn wel vergeleken met natuurkundige processen, zoals de verspreiding van gas door een ruimte of newtoniaanse modellen van kracht en snelheid (Handerson, 1974; Helbing et al., 2001). Ook principes vanuit de cognitieve wetenschappen en de psychologie geven inzicht in het keuzeprocess van de bezoeker op microniveau. Daaruit blijkt bijvoorbeeld dat voetgangersbewegingen voor een belangrijk

deel worden bepaald door wat het winkelend publiek ziet en ervaart van de morfologie van de omgeving (Zhu, 2008).

De opsomming van de bovenstaande drie niveaus is tevens te lezen als een chronologische geschiedenis van verschuivingen in het discipline. In de huidige tijd is er veel meer aandacht voor onderzoek op microniveau en daar zal in dit onderzoek dan ook alle aandacht naar uit gaan. Omdat dit onderzoek een casestudy betreft naar de binnenstad van Utrecht zal in de volgende paragraaf verder worden ingezoomd op de (trends in de) binnenstad van Utrecht.

## 2.2 De binnenstad van Utrecht

De binnenstad van Utrecht trekt miljoenen bezoekers per jaar. Zij komen naar de binnenstad om evenementen te bezoeken, te winkelen en de historische binnenstad te bekijken. ‘De binnenstad’ heeft voor iedereen zijn eigen betekenis en voor iedereen zijn eigen grenzen. In promotionele websites van de gemeente Utrecht wordt de binnenstad van Utrecht vaak beschreven als het gedeelte van de stad tussen Ledig Erf, het Lucasbolwerk, Catharijnesingel en Wittevrouwensingel. De binnenstad van Utrecht wordt door de ondernemersverenigingen uiteraard positief beschreven, waarbij het opvalt dat de diversiteit en de esthetische kwaliteit extra aandacht krijgen (Platform Binnenstad Utrecht, 2006):

*“De Utrechtse binnenstad is een prachtig stuk Nederland, met parken, De Dom, het stadhuis, een diversiteit aan winkels, vele musea en galeries, gezellige horeca, de singels en grachten en prachtige monumentale panden. Utrecht is de tweede monumentenstad van Nederland.”*

In 2004 telde de Utrechtse binnenstad 773 winkelvestigingen, waarvan 109 voor dagelijkse boodschappen en 664 voor niet-dagelijkse boodschappen. In andere wijken in Utrecht ligt deze verhouding duidelijk anders; de helft van alle winkelvestigingen zijn bestemd voor dagelijkse boodschappen. De binnenstad richt zich dus in het bijzonder op niet-dagelijkse boodschappen, hoewel de winkelvestigingen voor dagelijkse boodschappen verhoudingsgewijs wel langzaam toenemen.

Uit de detailhandelmonitor van de gemeente Utrecht (2005) blijkt dat inwoners van Utrecht positief zijn over de dagelijkse winkelvoorzieningen in hun stad. Vooral het parkeertarief en de bereikbaarheid per openbaar vervoer worden, vergeleken Amsterdam, Rotterdam en Den Haag, positiever beoordeeld. De binnenstad wordt vergeleken de andere winkelgebieden in Utrecht positiever beoordeeld op de compleetheid van het winkelaanbod, sfeer en uitstraling en bereikbaarheid met het openbaar vervoer. Bereikbaarheid met de auto, parkeermogelijkheden en parkeertarief worden duidelijk minder gewaardeerd dan andere winkelgebieden in Utrecht. Wanneer de binnenstad wordt uitgesplitst krijgen de deelgebieden de volgende waarderingen van gebruikers (Bron: detailhandelsmonitor gemeente Utrecht, 2005):

**Tabel 1: Beoordeling winkelgebieden voor niet-dagelijkse boodschappen**

winkelgebied	aspect	compleetheid winkelaanbod	sfeer en uitstraling	bereikbaarheid OV	bereikbaarheid auto	parkeermogelijkheid	parkeertarief
Utrecht Centrum Hoog Catherijne		8,3	7,5	8,3	6,1	6,1	4,4
Utrecht Centrum La Vie		8,4	7,7	8,2	6,1	6,3	4,7
Utrecht Centrum Twijnstraat		8,1	8,4	8,0	6,0	4,9	4,5
Utrecht Centrum overig		8,3	8,0	8,0	5,4	5,7	4,1

**Tabel 2: Beoordeling winkelgebieden voor dagelijkse boodschappen**

winkelgebied	aspect	compleetheid winkelaanbod	sfeer en uitstraling	bereikbaarheid OV	bereikbaarheid auto	parkeermogelijkheid	parkeertarief
Utrecht Centrum Hoog Catherijne		7,1	5,9	8,3	5,7	5,8	5,2
Utrecht Centrum Twijnstraat		7,0	7,6	6,3	4,3	3,5	3,7
Utrecht Centrum overig		7,3	7,0	7,7	5,9	5,4	5,3

De beoordeling van de inwoners van Utrecht van hun binnenstad vraagt ook om een nadere beschouwing van de inwoners van Utrecht zelf, wat in de volgende paragraaf zal worden uitgewerkt.

## 2.3 De bewoners van Utrecht

Voordat de kenmerken van de bewoners van Utrecht aan de orde komen, is het belangrijk om uit te leggen waarom er een onderscheid wordt gemaakt in bewoners en bezoekers van de Utrechtse binnenstad. Het beeld dat iemand heeft van een plek is onder andere afhankelijk van de leeftijd, het geslacht en de woonplaats van het individu (Knox & Marston, 2007). In de loop van dit onderzoek bleek dat de variabele woonplaats significant van invloed is op het beeld dat mensen hebben van de Utrechtse binnenstad. In de analyse van het mental map onderzoek wordt het bewijs hiervoor aangeleverd.

Op basis van de factor woonplaats kunnen de gebruikers van de binnenstad van Utrecht worden opgesplitst in twee groepen: gebruikers die buiten Utrecht wonen (groep bezoekers) en gebruikers die in Utrecht wonen (groep bewoners). De binnenstad van Utrecht zal door deze groepen anders worden ervaren. In deze paragraaf wordt toegelicht wat een bewoner van een plek onderscheidt van een bezoeker van dezelfde plek.

De kern van het verschil tussen een bewoner en een bezoeker van een stad is eenvoudig: de woonplaats. De bewoner woont in de betreffende stad, de bezoeker woont buiten de betreffende stad. Deze voor de hand liggende constatering heeft echter consequenties op het gebied van *sense of place* en gebruik.

### 2.3.1 Sense of place

Een eerste gegeven is dat bewoners in vergelijking met bezoekers per definitie meer binding hebben met de stad waarin ze wonen. Geografen leven namelijk met de veronderstelling dat *'all things are related, but near things are more related than far things'*, de informele 'Eerste wet van de geografie' van Waldo R. Tobler. Volgens deze 'wet' is de verbondenheid van bewoners met hun stad dus groter dan bij bezoekers van die stad. In dit kader past het concept *sense of place*. Sense of place is voor *insiders* (bewoners) het gevoel dat wordt opgewekt als gevolg van de ervaringen en herinneringen aan de stad waarin ze wonen. Sense of place is voor *outsiders* (bezoekers) de kracht van het karakter van een stad, dat versterkt wordt door onderscheidende *landmarks* en leefwijze van de inwoners (Knox & Marston, 2007).

In de geografie wordt het gevoel van verbondenheid met een plek ook concreet in het concept 'territorialiteit'. Territorialiteit refereert aan de aanhoudende binding van individuen of volkeren met een specifieke locatie of gebied (Knox & Marston, 2007). Hierbij is het essentieel om te beseffen dat wanneer men zegt dat een groep mensen op een plaats 'hoort', daarmee tegelijk wordt gezegd dat andere groepen daar niet horen, wat soms tot gewelddadige conflicten leidt (Holloway & Hubbard, 2001). Gelukkig is de ernst van de conflicten tussen bezoekers en bewoners van een stad zelden van dien aard. Een voorbeeld van territorialiteit is Figuur 2. De lokale bewoner op de voorgrond waardeert het bos op een andere manier dan de bosbouwfirma. De bosbouwfirma ziet het bos als een product dat geld opleverd, de bewoner als habitat dat niet aangetast moet worden. Vertaalt naar een binnenstad kan het zo zijn dat de waardering van de binnenstad ook verschilt tussen inwoners van een stad en de bezoekers ervan.



Figuur 2: Van wie is het bos?

### 2.3.2 Gebruik

Behalve de binding met de plek is er ook het concrete gebruik ervan. Het is bekend dat mensen voor dagelijkse boodschappen minder ver willen reizen dan voor niet-dagelijkse boodschappen. De bewoner van Utrecht zal voor zijn dagelijkse boodschappen niet naar Rotterdam reizen, terwijl hij dat voor niet-dagelijkse boodschappen wellicht wel bereid is te doen. Daarom kan aangenomen worden dat bezoekers van Utrecht verschillen van bewoners van Utrecht, gelet op het doel van hun bezoek aan de binnenstad.

De binnenstad is voor de bewoner veel meer onderdeel van de *lifeworld*, de vanzelfsprekende context voor het alledaagse leven, de context waaraan hij geen bewuste aandacht meer hoeft te schenken (Knox & Marston, 2007). Vaak gebeurt dat dan ook niet. In plaats van een ontdekkende tocht door de onbekende binnenstad begeeft de bewoner zich routineus door zijn dagelijkse boodschappengebied.

Nog concreter is bekend dat bewoners en bezoekers verschillende manieren hanteren om zich binnen een stedelijk stratenpatroon te oriënteren. Bewoners kiezen vaker de kortste route om op een locatie te komen en veranderen daarbij meerdere keren van richting. Bezoekers kiezen eerder een weg waarbij ze zo min mogelijk van richting hoeven te veranderen. Logischerwijs heeft dat consequenties voor de bezoekersstromen van bepaalde straten en districten. Bezoekers en bewoners verschillen dus in het type straat waarvan ze gebruik kunnen en wensen te maken (Nes, 2005). Ook daarom is het zinnig om onderscheid te maken in bewoners van Utrecht en bezoekers.

## 2.4 Kevin Lynch

Het karakter en beeld dat mensen kunnen hebben van een stad is al even aangestipt. In een scriptie die als onderwerp ‘het beeld van de binnenstad en de beleving van looproutes’ heeft, mag Kevin Lynch absoluut niet onbenoemd blijven.

Kevin Lynch (1960) was een van de eerste wetenschappers die mentale ‘beelden’ van steden bestudeerde. Zijn boek *The image of the city* doet verslag van zijn bevindingen nadat mensen plattegronden schetsten van drie grote steden in de VS. Zijn boek heeft velen na hem geïnspireerd. Lynch stelde dat mensen de stad voornamelijk waarnemen als een gebouwde omgeving, bestaande uit kenmerkende *paths*, *edges*, *districts*, *nodes* en *landmarks* (Lynch 1960, Knox & Marston 2007). Samen vormen zijn het beeld van de stad.

Het beeld van de stad of van een plek kan zwak en sterk zijn. Lynch gebruikt hiervoor het concept *imageability*. Imageability is de kwaliteit van een fysiek object die ervoor zorgt dat het object een sterk beeld achter laat bij elke persoon. Het is de vorm, kleur of samenstelling die een krachtig beeld vormen in de hoofden van mensen. Een ‘highly imageable city’ verleidt het oog en het oor en maakt het individu attent op zijn omgeving, waardoor hij beter georiënteerd is en zich er makkelijker door kan bewegen (Lynch, 1960).

### 2.4.1 Paths

Voor het onderwerp van deze scriptie verdienen de *paths* bijzondere aandacht, daar zij het meest samenhangen met (de beleving van) routes. Paths zijn dominant in veel individuele beelden van de binnenstad. Ze zijn de belangrijkste bron voor de organisatie van het metroplaan gebied (Lynch 1960, p. 84). Paths vormen tezamen een netwerk van lijnen waarlangs verplaatsingen plaatsvinden en zijn de krachtigste middelen om de stedelijke complexiteit te ordenen (Lynch 1960, p. 96).

Kevin Lynch (1960) besteedt in zijn boek een aparte paragraaf (p. 95-99) aan het ontwerp van paths. Hij stelt dat de belangrijkste paths zich moeten onderscheiden van hun omgeving door een unieke kwaliteit, zoals:

- een concentratie van bepaalde voorzieningen of activiteiten;
- een karakteristieke ruimtelijke kwaliteit;

**Nodes** zijn specifieke (strategische) locaties, zoals een kruispunt of bushalte.

**Paths** zijn de routes die mensen volgen wanneer zij zich bewegen, zoals straten of voetpaden. Paths verbinden nodes met elkaar, of leiden naar nodes.

**Edges** zijn (ervaren) grenzen, zoals een stadsmuur of kustlijn. Het verschil tussen paths en edges is arbitrair. Voor een automobilist is een snelweg een path, terwijl die voor de voetganger een edge is.

**Districts** zijn delen van de stad die als één geheel worden gezien omdat ze bijvoorbeeld dezelfde karakteristieken vertonen voor de respondent, zoals een gebied met oude woningen of een markt.

**Landmarks** zijn sterke referentiepunten in de stad, zoals een toren, kerk, kunstwerk of brug.



- een specifiek materiaal voor de bestrating of de aangrenzende panden;
- bijzondere verlichting;
- een unieke samenstelling van geuren of geluiden, of;
- bijzondere groenvoorziening.

De paths die èèn of meerdere van deze kwaliteiten bevatten vormen het skelet van het beeld van de stad. Andere belangrijke aanwijzingen die helpen om de imageability van een path te versterken zijn:

1. Zorg voor **continuïteit** door een of meerdere van bovenstaande kwaliteiten consistent toe te passen op het path. Op die manier wordt het path als een geheel waargenomen. De aanwezigheid mensen die zich verplaatsen uit gewoontegedrag kan dit beeld versterken.
2. Benadruk de **richting** van het path. Een path wordt feitelijk waargenomen als een ding dat ergens naartoe leidt. Het path moet dit idee versterken. Bijvoorbeeld door het gevoel van vooruitgang te versterken (helling, opvoeren van bewegwijzering, steeds hogere concentratie winkels of publiek, kleur of textuur van beplanting)
3. Zorg voor **check points**. Behalve het gevoel van richting van een path is het voor de gebruiker ook belangrijk dat hij weet waar hij zich bevindt. Aflopende huisnummers kunnen daarbij bijvoorbeeld van dienst zijn, maar ook bepaalde check point, zodat mensen altijd ‘voor’, ‘bij’ of ‘na’ een bepaald punt zijn. Als een looproute een serie van dat soort momenten kent, het bereiken en passeren van subdoelen, krijgt het een doel in zichzelf en wordt het een waardevolle ervaring.
4. Het path, of zijn einddoel, moeten zichzelf **visueel etaleren**. Een grote brug doet dat, of het silouet van het landmark aan het einde van het path.

Bovenstaande variabelen dienen als indicatoren van de imageability van de straten in Utrecht in het verloop van het onderzoek.

#### 2.4.2 Landmarks, nodes, districts, edges

De andere stedelijke elementen bespreekt Lynch (1960) in een gezamenlijke paragraaf.

Over edges zegt hij dat de imageability versterkt wordt wanneer er, net als bij paths, sprake is van een bepaalde continuïteit van de edge en als het zich visueel etaleert. Een goed voorbeeld is de rij wolkenkrabbers die grenst aan Central Park in New York. Voor een edge is het tevens belangrijk om een gevoel van ‘binnen/buiten’ te creëren.

Wat betreft landmarks is het belangrijkste dat ze afsteken bij hun ruimtelijke context of achtergrond. Dat kan op vele manieren, zoals het silhouet van een toren tussen lage daken, nette bestrating in een modderige straat, of een kerk tussen winkels. Mogelijk zijn hier wettelijke maatregelen voor nodig. Andere belangrijke eigenschappen die de imageability van een landmark kunnen versterken: een eenduidige vorm, een hoge mate van detail, van verre zichtbaar en vaak zichtbaar.

Nodes kunnen hun imageability versterken door duidelijk herkenbaar te zijn zodat ze niet te verwarren zijn met andere plekken. Tevens is het belangrijk dat ze een scherpe grens hebben. Wanneer er op een node vaak een wisseling van transportmiddel plaatsvindt zal dit versterkend werken (station, bushalte, fietsenstalling).

Districts verhogen hun imageability wanneer ze hun fysieke homogeniteit verhogen (zelfde verlichting, beplanting, bestrating, kleuren) en wanneer ze duidelijk begrensd zijn. Daarnaast kan een sterke interne ordening ook meewerken.

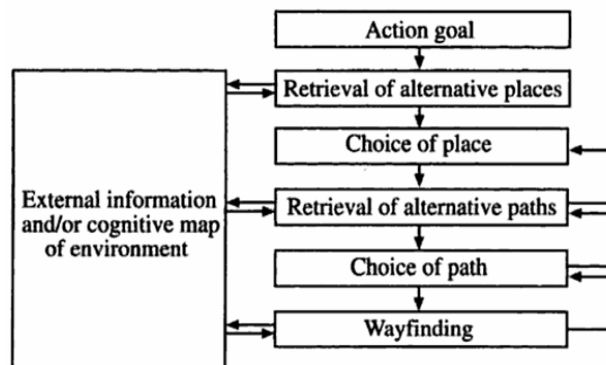
Kevin Lynch heeft ontrafeld hoe de verbeeldingskracht van stedelijke elementen werkt. Het beeld dat mensen hebben van een stad is een belangrijke bron voor het maken van keuzes in de looproutes. De volgende paragraaf gaat hier dieper op in.

## 2.5 Route keuze

In deze paragraaf wordt besproken hoe individuen keuzes maken met betrekking tot looproutes. In de volgende paragraaf zal de beleving van het lopen van een route worden toegelicht.

Bij het bepalen van de te volgen route zal een individu altijd gebruik maken van zijn of haar beeld van de omgeving. In de geografie wordt dit de mental map of cognitive map genoemd (de linker box in figuur 3). De werking van mental maps wordt verder toegelicht in hoofdstuk 4.1. Voor nu is het genoeg te weten dat de mental map kennis bevat van de omgeving, op een manier die behulpzaam is voor een individu en zijn of haar relatie met die omgeving (Holloway & Hubbard, 2001). In onze tijd is er een brede consensus dat mental maps niet alleen het ruimtelijke gedrag verklaren, maar ook mentale constructies zijn die gedrag daadwerkelijk beïnvloeden (Kitchin, 1997). Gärling (1989) verwoordt het als volgt:

**Figuur 3: Model ruimtelijk keuzegedrag, Golledge & Stimson 1997**



*“A basic tenet in this research is that cognitive maps provide information about travel destinations on the basis of which spatial decisions and choices are made”*

Het nemen van beslissingen met betrekking tot ruimtelijk gedrag is een complexe materie waar boekenkasten vol mee zijn geschreven. Relevante theorieën in dit discipline presenteren verschillende factoren die van invloed zijn op een beslissing aangaande de te volgen route. Een pragmatische blik leert dat de factoren zijn in te delen in fysieke, sociaal-culturele en cognitieve factoren. Fysieke factoren zijn factoren die een materiële verschijningsvorm hebben en vaak statisch zijn. Sociaal culturele factoren zijn factoren die te maken hebben met de samenstelling, het gedrag en de verwachtingen van mensen in de omgeving van het individu. Cognitieve factoren richten zich op de kenmerken van het individu. In het vervolg van deze paragraaf worden deze verschillende factoren uitgewerkt. De paragraaf sluit af met een bespreking van ruimtelijk gewoontegedrag bij voetgangers en het doorbreken daarvan.

### 2.5.1 Fysieke factoren

Uiteraard is de ruimtelijke configuratie een onmisbare component in het maken van ruimtelijk beslissingen. Een gebied met een duidelijke ruimtelijke structuur vereenvoudigt keuzes met betrekking tot de te volgen route (Peponis et al, 1990). Een andere belangrijke factoren is de lengte van de route. Meerdere onderzoeken (Timmermans & Borgers, 1986; Seneviratne & Morrall, 1985; Bovy & Stern, 1990) wijzen uit dat veel voetgangers kiezen voor de route met de *kortste afstand*. Hill (1982) concludeert na zijn analyse van de keuzestrategieën van voetgangers met betrekking tot routes dat *directheid* (directness) de grootste reden is voor het kiezen van een bepaalde route. De directheid van een route behelst niet alleen de lengte maar ook de complexiteit van de route, dat wil zeggen: het aantal keer dat tijdens het lopen van een route van richting moet worden veranderd. Een ander attribuut van een route dat de keuze kan beïnvloeden is de *aangenaamheid* (pleasantness) van een route (Bovy & Stern, 1990).

Een aantal andere fysieke elementen wordt in de literatuur aangestipt:

- mate van voetgangerscongestie;
- hoeveelheid gemotoriseerd verkeer (Marchand, 1974);
- aantal kruisingen;
- mate van luchtvervuiling en geluidsoverlast;
- gevoel van veiligheid;
- bescherming tegen slechte weersomstandigheden (Hoogendoorn & Bovy, 2004).

De fysieke eigenschappen van een gebied zijn niet de enige bepalende fysieke factoren, ook de fysieke mogelijkheden van het individu zijn bepalend. Het menselijk lichaam kent zijn beperkingen en mogelijkheden en die verschillen per persoon. De leeftijd of een handicap kunnen de te volgen route zeker beïnvloeden.

### 2.5.2 Sociaal-culturele factoren

Behalve de fysieke factoren zijn er ook sociaal-culturele factoren betrokken bij het maken van keuzes ten aanzien van de te volgen route. Om aan te sluiten bij het laatstgenoemde aspect, het menselijk lichaam, kan ook gesteld worden dat bijvoorbeeld kleding, tatoeages of piercings een grote invloed hebben op het bepalen van de route. Een mens kan zich ongewenst voelen in bepaalde gebieden, op basis van zijn of haar uiterlijke kenmerken.

Ook wanneer een individu niet zozeer opvalt vanwege zijn of haar uiterlijke kenmerken zijn er een aantal geschreven en ongeschreven regels omtrent ruimtelijk gedrag. Bij het bepalen van een route voelt een mens zich niet volledig vrij in zijn doen en laten. De dominante sociaal-culturele omgeving bestempeld gedrag als wenselijk of onwenselijk. Deze vorm van transgressie (letterlijk: het overschrijden van geografische en sociale grenzen) vindt plaats wanneer mensen gedrag vertonen dat niet conform is aan de dominante sociale waarden (Holloway & Hubbard, 2001).

### 2.5.3 Cognitieve factoren

Welke factoren doorslaggevend zijn in het nemen van een beslissing over een route is ook sterk afhankelijk van cognitieve elementen, zoals het doel van de trip (Bovy and Stern, 1990). Shriver (1997) maakt in haar onderzoek naar de invloed van de omgeving op het gedrag van voetgangers onderscheid in de verschillende doelen die een voetganger kan hebben bij het maken van een wandeling: lichamelijke training, lopen met de hond, socializen, winkelen, werk/school pendelverkeer, persoonlijke zaken, het bereiken van de auto/fiets/bus en andere outdoor-activiteiten. Wanneer het winkelgedrag nader wordt bekeken kan geconcludeerd worden dat mensen er verschillende motieven op nahouden die hun gedrag verklaren. In het onderzoek van Millonig en Gartner (2007) wordt de suggestie gedaan dat er twee *mobility types* zijn onder het winkelend publiek:

- *the “broadly interested flaneur” (low velocity, frequent turns, many stops at different kinds of facilities, various interests);*
- *or the “goal-oriented, efficient go-getter” (high velocity, shortest routes between stops, specific interests).*

Uiteraard is een individu zelden één van beide typen, maar bevindt zich ergens op een spectrum tussen beide typen.

Ook de mate van bekend-zijn met een gebied heeft invloed op het bepalen van een route (Hoogendoorn & Bovy, 2004).

## 2.5.4 Gewoontegedrag

In aansluiting op de constatering dat de binnenstad voor de bewoner van een stad een onderdeel is van zijn *lifeworld* (zie 2.3.2), gaat deze paragraaf dieper in op het gewoontegedrag. Gärling & Garvill (1993) hanteren de volgende definitie van gewoontegedrag:

*“Habit or habitual choice has been defined as choosing to perform a behavior without deliberation”*

Conceptueel gezien betekent dit in het model voor ruimtelijk keuzegedrag van Golledge & Stimson (Figuur 3) dat de ‘Retrieval of alternative places/paths’ niet langer plaatsvindt.

Dit gewoontegedrag is goed te verklaren. De kosten (tijd, geld, energie) van het zoeken en uitvoeren van nieuwe alternatieven kunnen hoog zijn en de verwachte opbrengsten te laag of onzeker. Het herhalen van gedrag uit het verleden is vaak makkelijker, omdat het minder energie kost, en tevens minder risicovol omdat onbekende gebieden kunnen leiden tot niet bevredigde behoeften of vervelende confrontaties. Zeker wanneer het individu is begrensd door tijd, budget of sociale verplichtingen (Gärling & Axhausen, 2003).

Twee zaken lijken gewoontegedrag te kunnen versterken. Gewoontegedrag wordt sterker wanneer het aantal malen dat het gedrag in het verleden is toegepast groter wordt. Ook de stabiliteit van de omgeving is van belang. Wanneer de omgeving snel verandert zullen keuzes over toekomstig gedrag minder kunnen steunen op gedrag uit het verleden, omdat de situatie gewijzigd is (Ouellette & Wood, 1998).

In de literatuur wordt veelvuldig rekening gehouden met gewoontegedrag. De eerder genoemde auteurs Seneviratne en Morrall zagen in hun onderzoek naar de herkomst en bestemming van voetgangers dat 21,7% van de voetgangers een route koos uit gewoonte. Echter, in de literatuur is opvallend weinig bekend over het doorbreken van gewoontegedrag bij voetgangers. Het doorbreken van gewoontegedrag bij autogebruikers is bijvoorbeeld veel vaker beschreven. In dit onderzoek zal ook aandacht besteed worden aan het doorbreken van gewoontegedrag bij respondenten.

## 2.6 Route beleven

*Geography, like many of its disciplinary siblings,  
has often had trouble expressing feelings.*

(Davidson, Bondi & Smith, 2005)

Het ruimtelijk keuzegedrag dat in de vorige paragraaf is veschreven heeft alles te maken met het individu, de omgeving en de ervaring van de ruimte. In deze paragraaf ligt de focus enerzijds op de beleving van de ruimte, zoals de rol van emoties, zintuigen, en betekenistoekenning. Anderzijds staat ook het individu centraal. Welke rol spelen persoonskenmerken zoals leeftijd, inkomen en geslacht in de beleving van de omgeving? Hoe kunnen verschillende typen shoppers geclassificeerd worden? Deze paragraaf zal eerst de ontwikkeling van beleving van de omgeving toelichten. Vervolgens wordt emotional geography en embodied experience besproken. De paragraaf eindigt met een aantal sociaal-demografische kenmerken die de beleving van de route kunnen beïnvloeden.

### 2.6.1 Ontwikkeling van beleving van de omgeving

Veel onderzoek op het gebied van waardering van de binnenstad werd gedreven door de mogelijkheid om de gebouwde omgeving te manipuleren voor sociale, culturele en economische doelen. Er werden studies gedaan naar de rol van menselijke perceptie van plaatsen en de manier waarop perceptie van de omgeving invloed heeft op de looproutes van voetgangers. Consumenten waarderen de binnenstad als winkelgebied onder andere vanwege het grote aanbod en de mix van winkels. Daarnaast is ook de ‘winkelsfeer’ van belang, een omgeving waar winkelen de belangrijkste activiteit maakt de binnenstad voor veel mensen aantrekkelijk. Teller



& Reutterer (2008) maken onderscheid tussen een aantal factoren die bepalen hoe de consument het winkelgebied waardeert:

- ruimtelijke factoren (toegankelijkheid, parkeermogelijkheden);
- het aanbod van winkels (mate van mix);
- omgevingsfactoren (sfeer);
- de loopafstanden in meters en minuten.

In de loop van de afgelopen decennia zijn de accenten in het wetenschappelijk onderzoek naar binnenstad, winkelgedrag en looproutes verschoven. Vanaf de jaren '60 ontwikkelt zich over de volle breedte van de geografie de *behavioural approach* als antwoord op de tot dan toe heersende positivistische epistemologie. Er kwam meer aandacht voor de redenen van ruimtelijk gedrag in plaats van het beschrijven van de ruimtelijke uitingen van gedrag (Golledge, 1981). Onderzoekers realiseerden zich dat mensen mental maps gebruiken om de omgeving te begrijpen (Golledge & Stimson, 1987).

Nog weer later worden de concepten *space* en *time*, die tot dan toe als absoluut of relatief werden gezien, op losse schroeven gezet. Space en time worden gezien vanuit een relationeel perspectief, waarbij beide concepten voortkomen uit de relaties tussen entiteiten en ze geen gegeven grootheden meer zijn. Beide begrippen zijn puur afhankelijk van de context en zijn een uitkomst in plaats van een gegeven. Voor de geografie betekent dit dat de ruimte niet langer kan worden gezien als een solide continuïteit, maar veel meer als een heterogeen, dynamisch en onoverzichtelijk concept. De ruimte bestaat slechts door de manier waarop zij beleefd wordt door het individu (Harvey, 2006). Vanuit dit perspectief is het minder zinvol de ruimte te meten met landmeters of vast te leggen op plattegronden. Diezelfde energie kan beter worden gestoken in het onderzoeken van de beleving van de ruimte, want dat *is* de ruimte. Diezelfde lijn wordt in dit onderzoek aangehouden.

Tegelijk met de veranderende inzichten omtrent ruimte en tijd, groeide ook het inzicht dat de aantrekkelijkheid van het stadscentrum niet alleen wordt bepaald door de fysieke omgeving, maar door een totaalbeeld van de ruimte, dat wordt gevormd door de interactie van de bezoeker met de omgeving. De stadsgeograaf Monheim (1998) beschrijft dat als volgt:

*“The attractiveness of the city centre depends not only on its physical structures but very much on the subjective perception of them; therefore judgements on accessibility, goods and services offered and the urban ambiance should be recorded”*

In dit onderzoek gaat het helemaal om de subjectieve perceptie van de fysieke elementen.

## 2.6.2 Emotional geography en embodied experience

In de modernere geografie komt men tot nieuwe ontdekkingen op het gebied van de interactie tussen omgeving en individu, ruimte en beleving. De relevantie van gevoel en emotie blijken onmiskenbaar. Recent is er dan ook sprake van vernieuwde interesse in emotie in de geografie. Dit blijkt uit literatuur over mensen en plaatsen en is zeker meer dan een passerende academische trend (Davidson, Bondi & Smith, 2005). In navolging van de oproep van Anderson en Smith (2001, 9) om ‘het gevoel en de emotie die de wereld vormen’ verder uit te werken, zijn geografen wereldwijd bezig geweest met het beschrijven van de meest uiteenlopende emoties, zoals: schaamte, afgunst, uitsluiting, vertrouwdheid, huiselijkheid, onrecht, eenzaamheid, liefde, trots, ontspanning en romantiek (Pile, 2010). Deze *emotional turn*, ook wel *emotional geography* genoemd, wordt door Davidson & Milligan (2004) als volgt getypeerd:

*“Our emotional relations and interactions weave through and help form the fabric of our unique personal geographies.”*

*“Without doubt, our emotions matter. They have tangible effects on our surroundings and can shape the very nature and experience of our being-in-the-world. Emotions can clearly alter the way the world is for us, affecting our sense of time as well as space.”*

Daarom is het niet genoeg om winkelpatronen of binnenstadsfeer te meten, maar zal er aandacht moeten komen voor emoties op individueel niveau, die de relatie tussen individu en ruimtelijke context verklaren.

Deze interactie van mens en omgeving komt tot uiting in *embodied experience*, de lichamelijke, zintuiglijke ervaring van de omgeving. De zintuigen spelen een cruciale rol, sterker nog, de interactie met de wereld is geconstrueerd door onze zintuigen: zien, horen, ruiken, proeven en aanraken (Holloway & Hubbard, 2001). Zintuigen verzamelen informatie uit de omgeving en sturen dit door naar onze hersenen, waarbij elk zintuig bijdraagt aan een completer beeld van de omgeving. De hersenen filteren en selecteren uit de overload aan informatie waardoor er perceptie optreedt. Dit leidt tot een verschil in hoe de omgeving werkelijk is en hoe deze cognitief wordt ervaren. Dit proces van selectie en perceptie is belangrijk voor de beleving van, bijvoorbeeld, de binnenstad en haar looproutes.

De rol van embodied experience bij het bepalen van looproutes heeft bijvoorbeeld geleid tot de conclusie dat voetgangersaantallen verdubbelen als de gevoelstemperatuur tussen de 2 en 20 graden Celsius ligt. Wat betreft het gehoor weten we inmiddels dat wanneer de decibellen van het omliggende verkeer oplopen, voetgangers minder details onthouden van hun omgeving, men harder gaat lopen en minder om zich heen kijkt (Zacharias, 2001).

### 2.6.3 Sociaal-demografische kenmerken

Het winkelgedrag van mensen wordt niet alleen bepaald door de ruimtelijke omgeving en de beleving hiervan, maar ook door de sociaal-demografische achtergrond van het individu. Uit onderzoek blijkt dat *leeftijd*, *geslacht* en *inkomen* het winkelgedrag beïnvloeden. Andere onderzoekers hebben getracht shoppers te categoriseren naar winkelgedrag en leefstijl.

- Mensen van verschillende leeftijden ervaren de ruimte in de binnenstad op een verschillende wijze. Obstakels, fietspaden en trottoirs worden bijvoorbeeld sneller en vaker herkend door oudere mensen. Deze groep hecht ook meer waarde aan een veilig en duidelijk aangegeven wandelgebied in de binnenstad terwijl jongere bezoekers aan de binnenstad vooral een snelle route belangrijk vinden. De rol van geslacht en leeftijd wordt ten slotte ook gerelativeerd door Bernhoft & Carstensen (2008):

*“Differences in preferences and behaviour within the group of older respondents can be related to differences in health and physical abilities rather than to differences in age and gender.”*

- Dat mannen en vrouwen winkelen verschillend waarderen is geen nieuws. Toch zijn er ook overeenkomsten; 86% van de mannen en 87% van de vrouwen vindt prijs een belangrijke overweging in de keuze waar te gaan shoppen, de kwaliteit van het winkelgebied bepaalt voor respectievelijk 71% en 73% de locatie. Verschillen tussen beide sekses zitten juist in de beleving van het winkelgebied. Slechts 37% van de mannen is het bijvoorbeeld eens met de stelling: “Winkelen is een relaxte en plezierige ervaring”, bij vrouwen ligt dit percentage op 67%. Ten slotte is gemak (dichtbij huis, makkelijk bereikbaar en een overzichtelijk winkelgebied) voor een man belangrijker dan voor een vrouw (Klein, 1998).
- Het winkelgedrag en de beleving van de ruimte kan ook verschillen tussen inkomensgroepen. Onderzoek van Allard, Babin & Chebat wijst op de differentiatie van het winkelgebied voor *hedonic shoppers* en *utilitarian shoppers*. Mensen met een laag inkomen voelen zich meer aangetrokken tot het hedonic shoppen, terwijl hoge inkomensgroepen juist meer neigen naar utilitarian shoppen (Allard, Babin & Chebat, 2009).

Het winkelend publiek is op verschillende manieren te categoriseren. In verscheidene onderzoeken is een poging gedaan om onderscheid te maken in typen shoppers. Sit, Merrilees & Birch (2003) onderscheiden bijvoorbeeld de: *serious* shopper, *entertainment* shopper, *demanding* shopper, *convenience* shopper, *apathetic* shopper and *service* shopper. Een andere indeling is gemaakt op basis van grootschalig Amerikaans onderzoek waar 52 variabelen zijn gebruikt om een clusteranalyse te maken dat leidde tot zeven typen shoppers: *store shopaholics*, *bichannel shopaholics*, *time-starved worriers*, *non-materialistic greens*, *unwired antishoppers*, *practical and leisure-oriented* en *technoconservatives* (Mokhtarian, Ory & Cao, 2009). In dit onderzoek wordt getest of het onderscheid *flaneur* / *go-getter* gemaakt kan worden, zoals besproken in § 2.5.3.

## 2.7 Topophilia en topophobia

Bij de keuze (§ 0) en de beleving (2.6) van de looproute speelt de waardering van plekken een belangrijke rol. Plaatsen kunnen aantrekkelijk zijn of juist afstotend werken, plekken in de binnenstad kunnen positieve of negatieve associaties oproepen. In deze paragraaf worden beide aspecten benoemd.

### 2.7.1 Topophilia

De humanistische geograaf Yi-Fu Tuan lanceerde in 1974 de term *topophilia*, doelend op de liefde van een individu voor een bepaalde plek. Die topophilia wordt geconstrueerd door bijvoorbeeld herhaalde prettige ervaringen met een plek, de dagelijkse routine die je langs bepaalde plekken brengt of spirituele of familiale banden met een plek. Een individu kan daardoor een emotionele verbinding krijgen met een bepaalde plek. Om gevoel en verbinding met een plaats te krijgen is fysieke nabijheid een vereiste. Sommigen beweren dat in onze huidige Westerse maatschappij het gebruik van het geïsoleerde comfort van de auto tot minder binding met de plek leidt, terwijl het wandelen en slenteren langs plekken dit juist zou bevorderen (Tuan, 1974).

Een concrete uitwerking hiervan is de erkenning dat elk individu bepaalde plaatsen in een land, stad, buurt kent waar hij of zij een bijzondere waarde aan toekent. Dat kan een kathedraal in Frankrijk zijn, maar ook een stamkroeg of een kringloopwinkel in de binnenstad van Utrecht.

### 2.7.2 Topophobia

De tegenpool van topophilia is het begrip topophobia (Tuan, 1979). Topophobia wordt gedefinieerd als de *fear of place*, de plaats van angst. Deze plekken roepen bij een individu emoties van angst, ongemakkelijkheid en bezorgdheid op. In het boek *People and place* van Holloway en Hubbard (2001) wordt de topophobia van Tuan besproken, waarin deze angst wordt opgedeeld in aantal componenten.

Allereerst is er de angst voor lawaai. Het chaotische lawaai in een stad kan zowel bron voor opwinding als bron voor angst zijn. Het oor vangt geluiden op van roepende en schreeuwende mensen, mobiele telefoons, muziek, het geluid van verkeer, verkopers, drilboren, alarmen en sirenes.

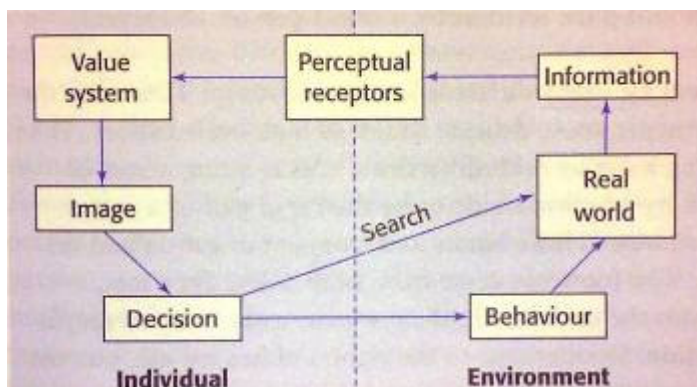
Een tweede gedeelte van de topophobia is de angst voor andere mensen. Steden kennen grote inwoneraantallen waardoor een individu nooit iedereen kan herkennen. De angst voor andere, onbekende mensen en wat zij ons kunnen aandoen is een bekende ervaring voor veel mensen. Groepen jonge mensen, mensen van etnische minderheden en bedelaars triggeren vaak angst. In dit kader moet ook het concept *territoriality* worden genoemd. Territoriality is het besef dat sommige gebieden toebehoren aan bepaalde mensen. Dat impliceert noodzakelijkerwijs dat sommige gebieden niet toebehoren aan andere mensen. Mensen voelen zich onveilig wanneer zij geloven dat zij zich in het territorium van een ander begeven.

Als laatste noemt Tuan de invloed van de stedelijke complexiteit op angstgevoelens. De stad is te groot om ons overal thuis te voelen. Sommige delen van de stad zijn heel vervreemdend voor veel mensen (verlaten industrieterreinen en metrostations). In andere delen van de stad is het heel gemakkelijk om te verdwalen.

## 2.8 Conceptueel model

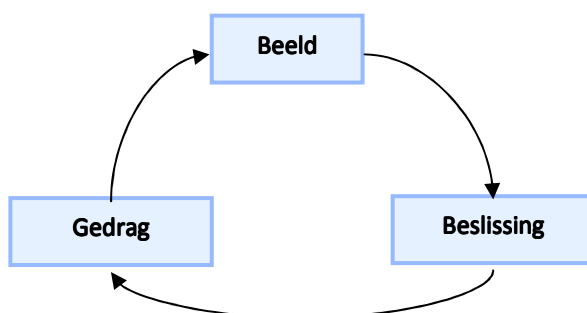
De wijze waarop het bepalen en beleven van een looproute samenhangt met de mental map van een individu van een gebied is al aangestipt, en zal in hoofdstuk 4.1 verder worden toegelicht. Hier volgt nu een conceptueel model van de samenhang tussen de relevante concepten binnen het onderwerp 'looproutes in binnensteden', als hulpmiddel bij het structureren van de verschillende theorieën. De basis voor het model is een model van Downs (1970), aangehaald door Holloway & Hubbard (2001).

Figuur 4: Model van Downs (Holloway & Hubbard, 2001)



Downs gaf het model de titel *A model of environment and behaviour* mee. Het model laat zien dat informatie uit de werkelijkheid (*real world*) middels de zintuigen en het normen en waarden systeem leidt tot een partieel, vereenvoudigd en vervormd beeld (*image*) van de werkelijkheid. Dit beeld is de basis voor de beslissingen (*decisions*) aangaande het gedrag (*behaviour*) in de ruimte.

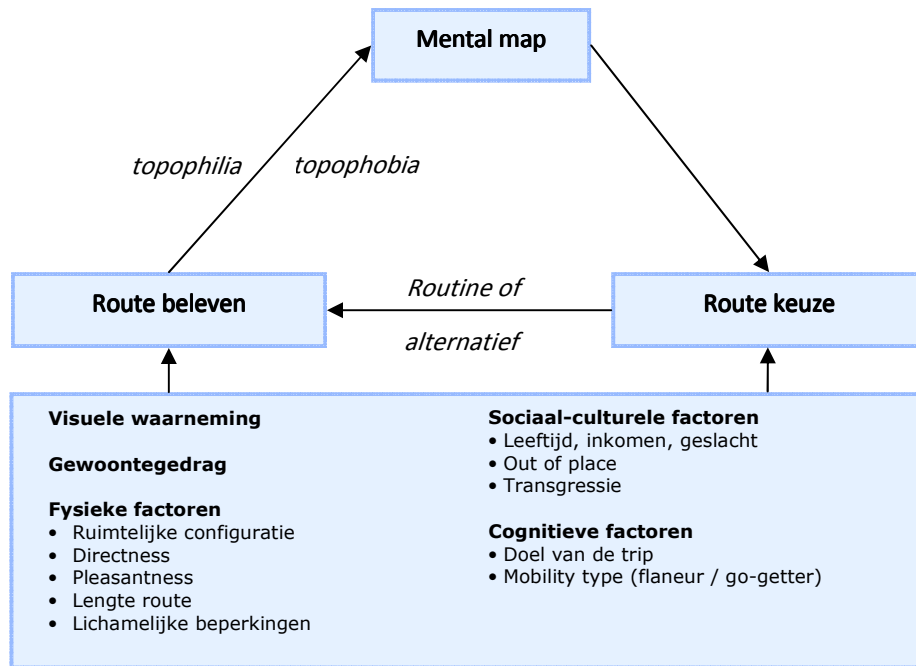
Het conceptueel model richt zich op drie elementen van het model van Downs: beeld, beslissing en gedrag. De andere elementen van het model van Downs behoren niet tot de hoofdelementen van dit onderzoek omdat het voornamelijk cognitieve en psychologische processen zijn, zoals informatieverwerking en de invloed van normen en waarden. Een versimpelde weergave van het model van Downs ziet er dan als volgt uit:



De toepassing van deze basis op het onderwerp van looproutes in binnensteden vereist enige aanpassing en uitbreiding. Allereerst worden de termen beeld, beslissing en gedrag veranderd in respectievelijk mental map, route bepalen en route beleven. Daarna is er een box toegevoegd die de factoren weergeeft die van invloed zijn op het kiezen en beleven van een route. Omdat de factoren voor het kiezen van een route en beleven van een route overlap vertonen is er voor gekozen ze samen te voegen in één box. De woorden 'routine' en 'alternatief' zijn toegevoegd aan het model om het concept gewoontegedrag te verweven in het model. Als laatste zijn de begrippen topophilia en topophobia toegevoegd aan het model om aan te geven of een gebied een positieve of negatieve indruk gaat achterlaten op de mental map van het individu. Het resultaat is een conceptueel model dat vertrekpunt is voor het vervolg van dit onderzoek:



Figuur 5: Conceptueel model



Het cyclische kenmerk van het model geeft aan dat er voortdurend sprake is van het leren van voorgaande ervaringen, die het beeld van de omgeving beïnvloeden, en op haar manier een volgende beslissing kunnen vormen. In de praktijk: een ervaring met geweld in een bepaalde steeg zal leiden tot een negatieve markering op de mental map die bij het bepalen van een toekomstige route de steeg zal aanmerken als ongewenst routealternatief.

### 3 Probleemstelling

Uit de literatuur zoals die is samengevat in het voorgaande hoofdstuk is gebleken dat binnen het grote thema 'interactie mens en omgeving' al veel bekend is. Er is echter ook gebleken dat er verschuivingen zijn in dit vakgebied en dat sommige vraagstukken uitgewerkt moeten worden.

Binnen het wetenschappelijke thema 'interactie mens en omgeving' is een verschuiving gaande van een benadering waarbij gedrag positivistisch werd geanalyseerd op macroniveau naar een meer behaviourale benadering op microniveau. De positivistische analyse richtte zich meer op de output van gedrag waarover inmiddels veel bekend is. Over de beleving van de omgeving door een individu is echter nog weinig bekend. Ditzelfde geldt voor de beleving van routes door individuen (Zhu, 2008, Haklay et al., 2001). Twee dingen krijgen hierbij vooral de aandacht: de rol van zintuigen en de rol van emotie in de beleving van de ruimte. De zintuigen spelen een cruciale rol, sterker nog, de interactie met de wereld is geconstrueerd door onze zintuigen: zien, horen, ruiken, proeven en aanraken (Holloway & Hubbard, 2001). En over de rol van emotie zijn Davidson & Milligan (2004) glashelder:

*“Without doubt, our emotions matter. They have tangible effects on our surroundings and can shape the very nature and experience of our being-in-the-world. Emotions can clearly alter the way the world is for us, affecting our sense of time as well as space.”*

Dit onderzoek is een casestudy naar de binnenstad van Utrecht. Utrecht is gekozen omdat de stad een grote, diverse en aantrekkelijke binnenstad kent en omdat de onderzoeker bekend is met het gebied. In de binnenstad van Utrecht komen Utrechters en mensen van buiten Utrecht. Voor Utrechters is de binnenstad veel meer onderdeel van de *lifeworld*, de vanzelfsprekende context voor het alledaagse leven, de context waaraan hij geen bewuste aandacht meer hoeft te schenken (Knox & Marston, 2007). Het doorbreken van het gewoontegedrag van Utrechters zal ook aandacht krijgen in dit onderzoek.

Vanuit wetenschappelijk perspectief is de beleving van looproutes dus een actueel thema. Er blijkt echter ook een grote maatschappelijke interesse. Platform Binnenstad Utrecht, een verzameling van ondernemers- en belangenverenigingen in de binnenstad van Utrecht, zegt in haar Visie op de Historische Binnenstad (2006) over de looproutes:

*“De meeste bezoekers aan de binnenstad (zonder een specifiek doel) volgen de mensenstromen. Het is daarom van belang dat looproutes niet ineens stoppen of verzanden. De Neude, Janskerkhof en Domplein, Vredenburg, Mariaplaats, Jaarbeursplein, Ledig Erf, Lucas Bolwerk en de werven dienen als pleisterplaats. Lege panden of donkere hoeken of stegen nodigen niet uit om door te lopen. De historische binnenstad van Utrecht kent een aantal van deze probleemgebieden: Domplein, Potterstraat, Voorstraat, Lange Jansstraat en Korte Jansstraat.”*

De uitkomsten van onderzoek naar de beleving van looproutes zijn zowel maatschappelijk relevant voor overheid en detailhandel als indirect voor de gebruikers van de binnenstad. De huidige inspanningen op dit vlak zijn niet toereikend. Het is niet genoeg om winkelpatronen of binnenstadsfeer te meten, er zal aandacht moeten komen voor emoties op individueel niveau, die meer inzicht geven in de relatie tussen individu en ruimtelijke context .

### 3.1 Onderzoeksvragen

De hiervoor beschreven problemen en relevantie leiden tot een essentiële vraag:

**Welk beeld hebben mensen van de binnenstad van Utrecht en wat verklaart de beleving van de binnenstad van Utrecht bij bewoners van de stad?**

Deze hoofdvraag wordt uitgesplitst in een aantal deelvragen:

- Hoe wordt de binnenstad vormgegeven op de mental map van gebruikers van de binnenstad van Utrecht?
- Op welke manier verschilt de beeldvorming van en looproutes door de Utrechtse binnenstad tussen Utrechters en bezoekers?
- Hoe is de beleving van de looproutes van Utrechters te verklaren vanuit de visuele waarneming?

De eerste deelvraag vraagt om de beeldvorming bij gebruikers over de binnenstad van Utrecht. De mental map methode zal worden toegepast om deze deelvraag te beantwoorden. De individuele mental map is sturend voor het ruimtelijk gedrag van een individu, en daarom onmisbaar om te komen tot meer inzicht betreffende looproutes. Daarnaast geven de verschillende mental maps ook aan welke elementen mensen herkennen en waarderen in een gebied, maar ook welke gebieden voor hen niet relevant zijn.

De tweede deelvraag zoekt naar de verschillen tussen Utrechters en bezoekers van Utrecht wat betreft hun beeldvorming van de stad en de looproutes die zij het meest gebruiken. Hoewel mental maps sterk persoonsgebonden zijn, bestaat de verwachting dat mental maps wel enigszins zijn te verklaren uit bepaalde persoonskenmerken, zoals afstand tot de binnenstad.

De derde deelvraag is op zoek naar de manier waarop Utrechters hun looproutes beleven, en naar de rol die de visuele waarneming daarbij vervult. Wat is het dat de Utrechters zien en welke emoties maakt dat los? Het antwoord op deze deelvraag zal worden gevonden door de methodes walkalong en fotografie toe te passen. De walkalong-methode heeft als doel de motivatie voor ruimtelijk gedrag en de betekenisstoekenning van de ruimte te achterhalen. Die betekenisstoekenning zal door middel van diepte-interview worden achterhaald, terwijl de onderzoeksmethode van de fotografie zal dienen om beelden vast te leggen van ruimtelijke elementen die de beleving sterk beïnvloeden. In essentie bevat het diepteinterview voortdurend verzoeken om plekken te beschrijven. Kevin Lynch vroeg in 1960 ook aan zijn respondenten om plekken te beschrijven, maar in dit onderzoek worden die verzoeken 'in situ' gedaan. Een essentieel en vernieuwend verschil met Lynch' onderzoek is dat de verkenning van het gebied niet zal geschieden door een 'trained observer by foot' maar door het volgen van de voeten van de gebruiker van de ruimte.

Een uitgebreide uitwerking van de onderzoeksmethoden is te vinden in het volgende hoofdstuk.

## 4 Methoden

*We hebben allemaal in ons hoofd een beeld of een plaatje van onze wereld zoals wij die kennen, een mentale kaart die met onze uiterlijke omstandigheden correspondeert, (...). En we gebruiken onze kaart als richtlijn bij ons gedrag.*

Cleese & Skynner (1983)

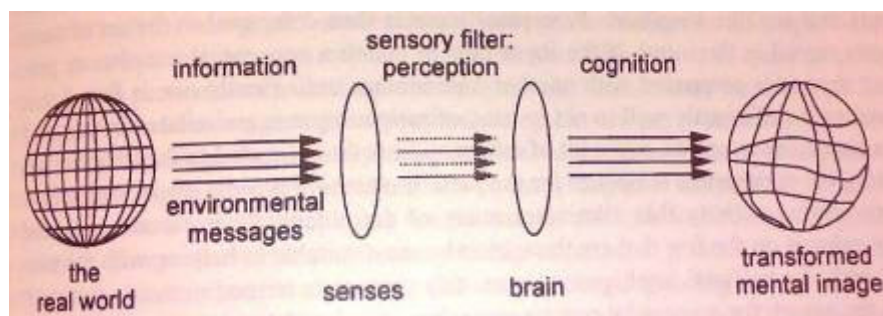
In hoofdstuk 2 zijn verschillende elementen besproken die te maken hebben met het onderwerp van dit onderzoek: beleving van en looproutes in de binnenstad. In het vorige hoofdstuk is een onderzoeksvraag geformuleerd waarop door een praktijkonderzoek antwoord wordt gezocht. Om de onderzoeksvraag en deelvragen te kunnen beantwoorden worden drie methoden toegepast. Allereerst zullen de mental maps van voetgangers in de binnenstad van Utrecht verzameld worden door hen sketch maps (plattegronden) te laten tekenen van de binnenstad (*mental mapping*). Van groot belang zijn echter ook de redenen waarom respondenten de mental maps tekenen zoals ze ze tekenen. Daarom zal met een gedeelte van deze respondenten wandelingen (*walkalongs*) worden gemaakt door de binnenstad om de diepere motivaties beter te kunnen verklaren. Ten slotte wordt gebruik gemaakt van fotografie. De respondenten aan het walkalong-onderzoek zullen foto's maken van de omgeving die het interview ondersteunen. De subparagrafen behandelen steeds de theorie, de uitvoering en de analyse van de verschillende methoden.

### 4.1 Mental mapping

#### 4.1.1 Theorie

Bagdad, Harlingen, de Uithof. Bezochte plaatsen, maar ook niet-bezochte plaatsen, roepen direct een beeld bij ons op. Een documentaire over een volledig onbekend eiland in Indonesië of een vakantie in een niet eerder bezocht dorp in Frankrijk resulteren in mentale beelden van die plekken.

**Figuur 6: Formation of images (Golledge & Stimson, 1997)**



De werking van dit principe is grofweg als volgt uit te leggen. De mens neemt de objectieve omgeving op door middel van de zintuigen (Figuur 6). Hier vindt een eerste filtering van de informatie plaats. Daarna wordt de zintuiglijk waargenomen informatie opgeslagen in het brein, waarbij cognitieve structuren (opvoeding/cultuur/geslacht/normen en waarden) bepalen hoe die informatie wordt opgeslagen. Het eindproduct is een mentale representatie van de objectieve omgeving. Golledge en Stimson (1997, p. 191) concluderen daarom:

*“Thus, people respond not directly to their real environment, but to their mental representation or image of it”.*

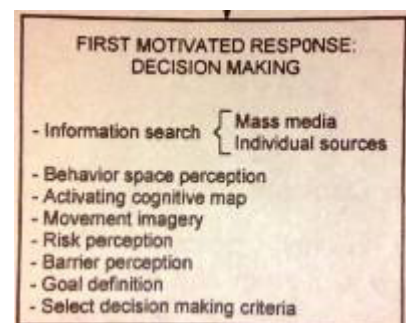
Die mentale representatie, of mental map, bevat kennis van de omgeving op een manier die behulpzaam is voor een individu en zijn relatie met die omgeving (Holloway & Hubbard, 2001). Daarom zijn de mental maps;

- partieel, ze bedekken sommige gebieden, andere niet;
- vereenvoudigd, sommige omgevingskenmerken zijn aanwezig, andere niet;
- vervormd, omdat de mental map de subjectieve omgeving weer geeft, niet de objectieve.

In onze tijd is er een brede consensus dat mental maps niet alleen het ruimtelijke gedrag verklaren, maar ook mentale constructies zijn die gedrag daadwerkelijk beïnvloeden (Kitchin, 1997). Lynch zei in 1976 al dat gedrag beïnvloed wordt door het beeld (de mental map) dat de mens van de omgeving heeft.

Een betrouwbare manier om deze mentale constructies, of mental maps, te meten is door het gebruik van *sketch maps*. Sketch maps zijn door de respondent geschetste plattegronden van gebieden. Uit onderzoek blijkt dat er een hoge positieve correlatie bestaat tussen ruimtelijk oriëntatievermogen, wereldkennis en de nauwkeurigheid van de sketch map (Billinghurst & Weghorst, 1995). Vele onderzoekers hebben de methode van sketch maps toegepast (Comenetz, 2005). Een van de grootste onderzoeken op dit gebied is van T. F. Saarinen (1996), die door analyse van enkele duizenden sketch maps van de wereld analyseerde hoe geografische percepties van de wereld verschillen tussen inwoners van verschillende landen. Nieuwe technieken maken het mogelijk om sketch maps digitaal te verwerken en analyseren (Huynh & Doherty, 2007; Huynh et al., 2008).

Mental maps spelen een cruciale rol bij het bepalen van een route. Golledge en Stimson wijden in hun boek *Spatial Behavior* (1997) een gedetailleerde paragraaf aan de totstandkoming van een beslissing aangaande een route. Schematisch is dit proces hiernaast weergegeven. Aan de hand van een voorbeeld wordt het proces duidelijk. Stelt u zich een individu in een winkelgebied voor. Het individu ziet zich voor een probleem gesteld, namelijk het aanschaffen van een tandenborstel. De eerste stap die het individu neemt, bewust of onbewust, is het oproepen van alle beschikbare informatie om zich een beeld te vormen van de situatie waarbinnen hij moet handelen (behavior space perception). Waar ben ik? Hoe zijn de weersomstandigheden? Op welke plaatsen om mij heen kan ik een tandenborstel krijgen die voldoet aan mijn eisen? Hoeveel tijd heb ik? Het individu stelt razendsnel een aantal goede alternatieven samen en kiest de beste uit. De factoren die hierbij van invloed zijn worden genoemd in § 2.2 Routes bepalen. Een volgende stap is het activeren van de cognitieve kaart (mental map) van de omgeving. De plaats van vertrek en aankomst, de tijdsduur en de af te leggen afstand worden voor de geest gehaald. De volgende stap is de voorstelling van hoe de reis zal verlopen, *movement imagery* of *travel plan* genaamd. In deze fase worden de belemmeringen van de verplaatsing ingebeeld. Het kan hier de afstand betreffen, de kosten, de tijd, de voorkeuren, de noodzaak.



Golledge en Stimson noemen hierbij ook het aspect bounded rationality, omdat zij niet aannemen dat het individu perfecte kennis heeft, of een perfecte mental map of een perfecte redenering volgen. Deze bevindingen zijn van belang omdat zij inzicht verschaffen in vragen als; waarom gaan individuen winkelen in bepaalde gebieden (en andere niet)? Waarom nemen zij bepaalde routes (en andere niet)? Waarom gaan zij überhaupt winkelen (Holloway & Hubbard, 2001, pp. 44)?

Kritiek is er ook, zo wordt betwijfeld of de tweedimensionale mental map wel de werkelijke representatie is van hoe men de ruimte ervaart. Ook kan de mental map geen geur, geluid en smaak bevatten. Een ander probleem is het feit dat het ene individu beter een plattegrond kan tekenen dan de ander. Ondanks de kritieken wordt

aangenomen dat de mental map een goede representatie is van de wijze waarop het individu de omgeving in zich opneemt.

#### 4.1.2 Uitvoering en meetinstrument

De theoretische kennis met betrekking tot mental maps is gebruikt voor de totstandkoming van een hoogwaardig meetinstrument. In deze paragraaf wordt het meetinstrument gepresenteerd. Het veldwerk per respondent zal bestaan uit drie onderdelen:

- het tekenen van een sketch map;
- het invullen van een enquête over enkele persoonskenmerken;
- het invullen van de meestgebruikte looproute.

Op verschillende momenten in de week (ochtend, middag, avond) zijn in totaal ongeveer 100 mensen benaderd voor een kort onderzoek naar het beeld van de binnenstad van Utrecht. Er is voor gekozen mensen te benaderen die hier even tijd voor hebben (maximaal 10 minuten), zoals wachtenden bij gemeentehuis of postkantoor, en op in- en uitgangswegen van de binnenstad. Belangrijk was dat mensen bij het tekenen niet werden beïnvloed door andere respondenten of de omgeving.

##### Deel 1 – Tekenen van een sketch map

Allereerst werd aan de respondenten gevraagd uit het hoofd een mental map van de binnenstad van Utrecht te tekenen. De instructie luidde:

*“Wij willen u vragen om een kaart van de Utrechtse binnenstad te tekenen.*

- *Teken een schets waarbij alle voor u belangrijke elementen worden aangegeven.*
- *Geef de elementen waar mogelijk een naam.*
- *Denk aan straten, gebouwen, markeringspunten, kruispunten, gebieden.*
- *Het gaat om úw beeld van de binnenstad, uw kaart is dus altijd goed.*
- *Veel succes!”*

Er werd gebruik gemaakt van een vel A4 papier. Deze bestond uit een korte instructie en toelichting bovenaan de pagina. Zie ook figuur 7. De rest van het A4 bood ruimte voor het tekenen van de kaart. Op het volgende papier was ruimte voor het invullen van een aantal persoonskenmerken (zie deel 2). Voor het tekenen werd gebruik gemaakt van een harde ondergrond (klembord) en potlood. Gebruik van gum was toegestaan.

Door de onderzoekers werd terughoudend opgetreden op het moment dat de respondenten bezig waren de mental maps te construeren om de objectiviteit zoveel mogelijk te waarborgen. Onduidelijkheden bij de respondenten werden ondervangen door de aanwijzingen op de instructie of opgelost door kort en krachtig uitleg te geven bij het tekenen van de mental maps.

##### Deel 2 – Invullen van een enquête

Vervolgens werd aan de respondenten gevraagd een korte enquête in te vullen. Hierbij werd zoveel mogelijk de mogelijkheid gegeven aan te vinken. Het ging om de volgende kenmerken: leeftijd, geslacht, doel van bezoek, postcode, woontuur, bezoekfrequentie binnenstad, dagelijkse bezigheden en inkomen.

De gevraagde kenmerken zijn geïnspireerd op vergelijkbare onderzoeken, zoals beschreven in de vorige paragraaf. Zo wordt het doel van het bezoek ook besproken in Moore, Simmons & Fairweather (1998), waar mental maps van toeristen die Kaikoura (Nieuw Zeeland) bezoeken laten zien dat hoe langer iemand in de stad is, hoe meer markeringspunten en hoe minder grenzen hij kan tekenen. Onderzoek van Pearce (1977) wijst juist



uit dat de langere tijdsduur in de stad leidt tot het noteren van meer elementen in het algemeen. De factoren leeftijd en inkomen zijn tevens van invloed op de vormgeving van de mental map. Yeung & Savage concluderen bijvoorbeeld: Age, income and language biases (...) confirm the results from other studies on urban cognition. Er bestaan ook significante verschillen tussen man en vrouw (Pearce, 1977). Ten slotte concluderen Yeung & Savage (1996) dat de factoren spatial proximity en experience cruciaal zijn. Deze komen terug in de vraag naar postcode, woonduur en aantal keren dat iemand in de binnenstad komt. Onderzoek van Pearce (1977) laat zien dat hoe kleiner de afstand tussen de verblijfsplaats van de respondent en de binnenstad, hoe gedetailleerder de mental map wordt.

### Deel 3 – looproutes tekenen

Ten slotte werd aan de respondenten een plattegrond van de binnenstad van Utrecht getoond. Op deze plattegrond mochten de respondenten hun meest gebruikte route invullen/arceren. De verwachting was dat niet iedere respondent hier aan wil of kan meewerken, omdat niet iedereen goed kan omgaan met plattegronden. Eventueel kon de onderzoeker helpen bij dit onderdeel, door de verbale aanwijzingen van de respondent om te zetten in een getekende route. De vraag luidde:

*“We willen u vragen om op deze kaart uw meestgebruikte looproute door de binnenstad van Utrecht te tekenen.”*

**Uw kaart van de binnenstad van Utrecht**  
 Wij willen u vragen om een kaart van de Utrechtse binnenstad te tekenen.  
 \* Teken het gebied waarof alle voor u belangrijke gebieden worden aangegeven.  
 \* Geef de elementen waar mogelijk een naam.  
 \* De tekenstrategieën, de richting, de lijnen, veldnummers, etc.  
 \* Het gaat om uw beeld van de binnenstad, uw kaart is dus niet gepreciseerd.  
 \* Veel plezier!  
 Tekenruimte:

**Enquête bij uw kaart van de binnenstad van Utrecht**  
 Wij willen graag weten hoe het voor de mensen verschillende soorten mensen van de binnenstad van Utrecht. Om dat te onderzoeken hebben we enkele vragen voor u nodig. Zou u volgende vragen willen beantwoorden? Uw informatie wordt uitsluitend anoniem verwerkt.  
 Wat is uw geboortjaar?  
 Wat is uw geslacht?  
 Wat is de postcode van uw huidige adres?  
 Hoe lang woont u al op uw huidige adres?  
 Hoe vaak bezoekt u de binnenstad van Utrecht (gemiddeld)?  
 \* 1 keer per dag of meer  
 \* Een keer per week  
 \* Een keer per maand  
 \* Een keer per jaar  
 \* 1 keer of minder  
 Met welke doel bezoekt u de binnenstad het vaakst?  
 \* sociale bezoeken  
 \* shoppen  
 \* cultureel/educatieve  
 \* werk & dienst  
 \* verhuizing  
 \* anderszins  
 Waaruit bestaan uw dagelijkse bezigheden?  
 \* school/academisch  
 \* beroep/werk  
 \* overblijfswerk  
 \* dienstverlening  
 \* verpleeg  
 Wat is ongeveer het opgetelde inkomen van uw huishouden?  
 \* beneden modaal  
 \* modaal  
 \* boven modaal  
 \* Een vrede per vraag beschikbaar

**Uw meestgebruikte looproute door de binnenstad van Utrecht**  
 Zou u op onderstaande plattegrond van de binnenstad van Utrecht uw meestgebruikte looproute door de binnenstad willen tekenen?

Figuur 7: Meetinstrument Mental map (voor meer detail, zie bijlage 8.1)

### 4.1.3 Analyse

Het doel van de analyse van mental maps is tweeledig. Aan de ene kant is het doel om te analyseren hoe de mental maps van de binnenstad van Utrecht eruit zien (inhoud mental maps). Daarnaast zal worden gezocht naar de persoonskenmerken die significante verschillen veroorzaken in de mate van detail van de mental maps. Onderstaande tabel geeft een opsomming van de variabelen die voortkomen uit de dataverzameling.

	Variabele	Toelichting	Codering	Meetniveau
1	Leeftijd		geboortjaar	Ratio
2	Geslacht		1 = man 2 = vrouw	Binair
3	Inkomen	huishoudensinkomen als indicator voor sociale klasse	1 = beneden modaal 2 = modaal 3 = boven modaal	Ordinaal
4	Nabijheid	Enquete: “Wat is de postcode van uw huidige adres?” Mbv een routeplanner wordt de	Afstand in meters	Ratio

		afstand tot de binnenstad berekend.		
5	Woontuur	op huidig adres	in maanden	Ratio
6	Bezoekfrequentie	gemiddeld aantal bezoeken aan de binnenstad	1 = 1 keer per dag of meer 2 = paar keer per week 3 = paar keer per maand 4 = paar keer per jaar 5 = 1 keer per jaar of minder	Categoriaal
7	Bezoekdoel	belangrijkste doel van het bezoeken van de binnenstad	1 = (dagjes)toerist 2 = boodschappen 3 = shoppen 4 = cultuur/entertainment 5 = eten & drinken 6 = verplaatsing 7 = anders, nl...	Categoriaal
8	Dagelijkse_bezigheden	dagelijkse bezigheden	1 = scholier/student 2 = betaald werk 3 = onbetaald werk 4 = pensioen/vut 5 = werkloos	Categoriaal
9	Nodes		aantal	Ratio
10	Paths		aantal	Ratio
11	Edges		aantal	Ratio
12	Districts		aantal	Ratio
13	Landmarks		aantal	Ratio

### Deel 1: Inhoud mental maps

In dit onderzoek worden de verschillende elementen nodes, paths, districts, edges en landmarks (Lynch, 1960) simpelweg geteld, zoals ook in verreweg de meeste analyses van mental maps is gebeurd (Yeung & Savage, 1996; Pearce, 1977; Moore, Simmons & Fairweather, 1998; Jenkins & Walmsley, 1993).

Het is de bedoeling om de persoonskenmerken en de resultaten van de mental maps aan elkaar te koppelen op een kwantitatieve wijze. Dat betekent dat de mental maps kwantitatief worden geanalyseerd door verschillende elementen te tellen. Tegelijkertijd worden de persoonskenmerken geclassificeerd, zodat van beide producten op kwantitatieve wijze een analyse te maken is. Daarvoor wordt gebruik gemaakt van SPSS, waarbij kruistabellen en andere analyses worden toegepast.

Naast de som van het aantal elementen op de mental map zal ook worden uitgerekend hoe vaak bepaalde elementen (Oudegracht, Neude e.d.) voorkomen op de mental maps. Dat geeft onderstaande tabel van Moore, Simmons & Fairweather weer. In dit onderzoek worden alle nodes, edges, paths, districts en landmarks meegenomen.

### **Frequency of Specific Landmarks in Cognitive (Sketch) Maps**

<b>Landmark</b>	<b>Number of Maps</b>	<b>%</b>
Seal Colony	86	60.6
Accommodation	57	40.1
Information Centre	53	37.3
W/Watch Centre	45	31.7
Cafés	35	24.6
Dolphin Shop	19	13.4
South Bay	18	12.7
Railway Station	17	12.0
Dolphin Swimming	15	10.6
Supermarket	12	8.5

De 25 meest getekende elementen zullen worden weergegeven op een geaggregeerde mental map. Deze geaggregeerde mental map is een representatie van het beeld wat de bezoekers van de binnenstad hebben.

Bij de analyse van de looproutes die de respondenten hebben ingevuld is het belangrijk te realiseren dat het gaat om de meestgebruikte route, niet om de laatstgekozen route. Alle straten van de binnenstad zullen worden opgedeeld in straatdelen, waarvan zal worden geïnventariseerd hoe vaak respondenten het straatdeel opnemen in hun meest gebruikte looproute. Op deze manier ontstaat een overzicht van de meest gebruikte straatdelen van gebruikers van de binnenstad van Utrecht en kan worden gezocht naar verschillen tussen groepen gebruikers.

## Deel 2 : Selectie doelgroepen

Een tweede doel van deze mental mapping-methode is het vaststellen van twee doelgroepen voor verder onderzoek in de vorm van walk-alongs. De doelgroepen zullen worden bepaald aan de hand van de overeenkomsten in hun mental maps. De doelgroepen zullen worden gedefinieerd naar een van de volgende (combinatie van) variabelen: leeftijd, geslacht, inkomen, nabijheid, woontuur, bezoekfrequentie, bezoekdoel en/of dagelijkse bezigheden. Om de doelgroepen te bepalen zullen een aantal statistische toetsen worden uitgevoerd. Hieronder volgt een voorbeeld van een mogelijke statistische analyse.

*Het verband tussen nabijheid en de mate van detail in de sketch map.*

Op basis van de literatuur kan gesteld worden dat de mate van nabijheid van de woonlocatie bij het betreffende gebied (binnenstad Utrecht) invloed heeft op de mate van detail van de mental map.

$H_0$	Er is geen verband tussen nabijheid en de som van sketch map-elementen (nodes, paths, edges, landmarks en districts).
Vorbereiding	Het optellen van nodes, paths, edges, landmarks en districts in een nieuwe variabele: som van elementen
Meetniveaus	De variabele <i>nabijheid</i> is ratio en onafhankelijk, de variabele <i>som van elementen</i> is ratio en afhankelijk.
Toets	Chi-kwadraat
Uitkomst	Bevestiging of verwerping van de nulhypothese.

Dit voorbeeld zou kunnen leiden tot het scheiden van doelgroepen op basis van de variabele *nabijheid*. Ook andere persoonskenmerken zullen worden getest, zoals:

- Er is geen verband tussen leeftijd en de som van mental map-elementen.
- Er is geen verband tussen bezoekfrequentie en de som van mental map-elementen
- Er is geen verband tussen bezoeksdoel en de som van mental map-elementen

## 4.2 Walkalong-methode

### 4.2.1 Theorie

Een betrekkelijk nieuwe methode voor het doen van kwalitatief onderzoek is de methode van de walkalongs. Het doel van deze methode is de motivatie voor ruimtelijk gedrag en de betekenistoekenning van de ruimte te achterhalen (Pink, 2008). Daarvoor wordt gebruikgemaakt van kwalitatieve methoden als diepte-interviews en participerende observatie (Bryman, 2004). Pink (2008) licht dit etnografische proces als volgt toe:

*“It was by walking and eating with others, sharing their gazes, rhythms, sounds, smells and more and by attuning my imagination to their own imaginings for the future material, social and sensory environment of the town that I arrived at an ethnographic place with a remembered past, a direct present and an imagined future.”*

Recent worden steeds meer projecten opgezet die mobiliteit proberen te integreren in het onderzoeksproces. Beleidsmakers, planners en ontwerpers verlangen steeds meer naar methodes die de ervaringen met en waarderingen van plaatsen weten te vangen (Hein & Evans & Jones, 2008). Sheller en Urry (2006) spreken in dit verband over een 'new mobilities paradigm' binnen de geografie. Nieuwe methodologieën die bij dit paradigma horen worden door Hein, Evans & Jones (2008) als volgt getypeerd:

*"(...) mobile methodologies seek to use movement as part of the research approach itself, so that generally the researcher is mobile and thus either follows the subject through space, or makes the subject mobile for the purposes of the research."*

Een van de toepassingen van deze methodologie is de walkalong-methode. Bij deze methode loopt de onderzoeker mee in de dagelijkse omgeving van de respondent (participerende observatie) en legt tegelijkertijd een diepte-interview af. Het unieke van deze methode, die ook wel go-along wordt genoemd, is beschreven door Margarethe Kusenbach (2003, 463):

*"What makes the go-along technique unique is that ethnographers are able to observe their informants' spatial practices in situ while accessing their experiences and interpretations at the same time."*

Het onderzoeksobject, de ruimtelijke omgeving, dringt zich gedurende het interview voortdurend aan de onderzoeker en respondent op, waardoor die niet afhankelijk hoeven te zijn van foto's die de ruimte weergeven (Jones et al., 2008). De methode is met name nuttig wanneer het gaat om *environmental perception*, *spatial practices* en *social realms*. Onderzoekers wijzen ook op de mogelijkheden dat walkalong-onderzoek kan bieden wanneer het wordt toegepast in combinatie met andere kwalitatieve of kwantitatieve methoden (Carpiano, 2009). Hij legt uit dat de methode zeer nuttig is om juist de mental map van de omgeving van de geïnterviewde te ontdekken of te verrijken. Of zoals Carpiano het verwoordt:

*"It refers to a relational perspective on place and space that attempts to consider (...) not only neighborhood environments (...), but the larger local area in which a neighborhood may be part and in which people move about in conducting their activities or practices."*

#### 4.2.2 Uitvoering en meetinstrument

Om verklaringen te zoeken voor de beleving van Utrechters van hun binnenstad zijn twaalf respondenten gevonden met wie walkalongs zijn uitgevoerd. Hieronder wordt stapsgewijs toegelicht hoe de walkalongs werden voorbereid en uitgevoerd. Als laatste wordt het meetinstrument gepresenteerd.

##### Vorbereiding

- De onderzoeker werft potentiële deelnemers.
  - De potentiële respondent moet binnen een straal van 8000 meter om de Bakkerbrug wonen.
  - Wat leeftijd betreft zijn er geen eisen. Er zal worden geprobeerd om een afspiegeling te krijgen van de Utrechters in het mental map-onderzoek.
- De onderzoeker maakt een afspraak voor de walkalong en een afspraak om de mental map, de enquête en de meest gebruikte looproute af te nemen.
- De afspraak om de mental map, de enquête en de meest gebruikte looproute af te nemen vindt een paar dagen voor de walkalong plaats. De respondent levert, net zoals bij het mental map-onderzoek, de volgende producten in (zie ook figuur 7):
  - Een mental map van de binnenstad van Utrecht
  - Zijn persoonskenmerken
  - Zijn meestgebruikte looproute
- De onderzoeker neemt deze onderdelen in en voert de data in.

- De meestgebruikte looproute van de respondent dient als route voor het onderzoek. De onderzoeker bereidt de route voor door zijn onderzoeksvragen te verwerken in interviewvragen tijdens de te lopen route.

### Uitvoering

Vanaf het moment dat onderzoeker en respondent elkaar daadwerkelijk ontmoeten voor de zal de uitvoering als volgt zijn:

- Onderzoeker legt de werkwijze uit aan de respondent
- Onderzoeker en respondent starten met het lopen van de meestgebruikte looproute van de respondent
- De onderzoeker stelt zijn vragen en vraagt door op motivatieniveau. De topiclijst is hierin leidend (zie meetinstrument).
- Wat betreft de locaties waar de vragen gesteld zullen worden:
  - Vragen over **paths** worden gesteld op het betreffende path tussen twee nodes in. Hierdoor kan de respondent zich focussen op het path en wordt niet afgeleid door het zicht op andere paths. De vraag over de check point (*Als iemand u nu zou opbellen en zou vragen waar u nu op de Oudegracht bent, wat zou u dan zeggen?*) zal op meerdere plekken op het path gesteld worden zodat er meerdere check point worden benoemd.
  - Vragen over **nodes** worden uiteraard gesteld op het node zelf. Bij een grote node zal een kruising worden gezocht. Dit omdat beslissingen aangaande de route worden gemaakt op kruisingen en mensen hun aandacht verhogen op zulke plekken. Hierdoor nemen zij de elementen in de omgeving beter in zich op (Lynch, 1960).
  - Vragen over **landmarks** worden aan de voet van het landmark gesteld.
  - Vragen over **districts** worden bij voorkeur gesteld nadat het district doorlopen is, op een kruising aan de rand van het district.
  - Algemene vragen worden helemaal aan het eind van de route op een rustige plek gesteld. Het geniet de voorkeur om dit te doen onder het genot van een witbiertje op het terras, zodat interviewer en respondent dan nog uitgebreid de tijd hebben om te praten over de beleving van de binnenstad van Utrecht. De onderzoeker krijgt op die manier wellicht nog veel meer informatie.
- De onderzoeker laat de respondent foto's laten maken van elementen die zijn beleving sterk beïnvloeden. De respondent wordt aangemoedigd uit eigen initiatief foto's te nemen. De opdracht die de respondent krijgt met betrekking tot het foto's nemen is als volgt: *"Dit fototoestel dient om mij te laten meekijken met wat jij ziet. Neem foto's van plekken die je onaantrekkelijk of aantrekkelijk vindt, neem er zoveel je wilt. Het kan zijn dat ik je vraag van een bepaalde plek een foto te nemen."*
- De onderzoeker maakt aantekeningen tijdens de route. Waar nodig zal hij stilstaan voor de verwerking van aantekeningen of het laten maken van foto's.
- Aan het einde wordt de respondent vriendelijk bedankt.

### Meetinstrument

De vragen die worden gesteld zijn gebaseerd op de theorie van Kevin Lynch over de imageability van stedelijke elementen. Per respondent verschilt het meetinstrument omdat elke respondent andere plaatsen aandoet in zijn looproute.

Leeswijzer meetinstrument:

- (tussen haakjes) is aangegeven op welke andere plekken dezelfde vragen zullen worden gesteld.
- [tussen blokhaakjes] is aangegeven op welke variabele deze vraag betrekking heeft, zie paragraaf 2.4

- De *cursieve zinnen* zijn de letterlijke vragen die gesteld worden aan de respondent.

### Paths

- o Oudegracht (zelfde vragen voor Catharijnesingel en andere paths in de meestgebruikte looproute van de respondent)
  - [continuïteit] *Waar begint de Oudegracht en waar eindigt die?*
  - [unieke kwaliteit] *Wat maakt de Oudegracht uniek in vergelijking met andere straten in Utrecht?*
    - [continuïteit] *Is dit het geval op de hele Oudegracht?*
  - [richting] *Waar leidt de Oudegracht u naartoe?*
  - [check points] *Als iemand u nu zou opbellen en zou vragen waar u nu op de Oudegracht bent, wat zou u dan zeggen?*
  - [motivatie] *Waarom is de Oudegracht onderdeel van uw route? Waarom komt u hier?*
  - [topophilia, beleving] *Hoe vindt u het om hier te zijn? Heeft u een bijzondere binding met deze route? Waarom?*
- o Potterstraat (zelfde vragen voor Voorstraat, Lange Jansstraat en Korte Jansstraat)
  - [continuïteit] *Waar begint de Potterstraat en waar eindigt die?*
  - [unieke kwaliteit] *Wat maakt de Potterstraat uniek in vergelijking met andere straten in Utrecht?*
    - [continuïteit] *Is dit het geval op de hele Potterstraat?*
  - [richting] *Waar leidt de Potterstraat u naartoe?*
  - [check points] *Als iemand u nu zou opbellen en zou vragen waar u nu op de Potterstraat bent, wat zou u dan zeggen?*
  - [probleemgebied volgens ondernemersvereniging] *Kunt u zich voorstellen dat mensen een negatieve associatie hebben met deze straat?*
  - [motivatie] *Waarom is de Potterstraat onderdeel van uw route? Waarom komt u hier?*
  - [topophilia, beleving] *Hoe vindt u het om hier te zijn? Heeft u een bijzondere binding met deze route? Waarom?*

### Nodes

- o Neude (zelfde vragen voor andere nodes in de meestgebruikte looproute van de respondent)
  - [scherpe grens] *Wat hoort nog wel bij het Neude, en wat niet? Of: waar loopt de grens van het Neude?*
  - [herkenbaarheid] *Verward u het Neude wel eens met een andere plek?*
  - [herkenbaarheid] *Waar is het Neude specifiek aan te herkennen?*
  - [motivatie] *Waarom is het Neude onderdeel van uw route? Waarom komt u hier?*
  - [topophilia, beleving] *Hoe vindt u het om hier te zijn? Heeft u een bijzondere binding met het Neude? Waarom?*

### Landmarks

- o Dom (zelfde vragen voor andere landmarks in de meestgebruikte looproute van de respondent)
  - [afsteken bij context] *Op welke manier verschilt de Dom van zijn omringende bebouwing?*
  - [vorm] *Zou u de Dom kunnen aanwijzen tussen andere kerktorens in Nederland? Waarom?*
  - [zichtbaarheid] *Gebruikt u de Dom als referentiepunt om de weg te vinden?*
  - [topophilia, waarde] *Heeft u een bijzondere binding met dit gebouw? Waarom?*

### Districts

- o Janskerkhof (zelfde vragen voor andere districts in de meestgebruikte looproute van de respondent)
  - [scherpe grens] *Waar loopt de grens van het Janskerkhof?*



- [homogeniteit] *Waarom hoort het gebied net buiten uw grens van het Janskerkhof niet meer bij het Janskerkhof? Of: Waarom trekt u daar de grens?*
- [motivatie] *Waarom is het Janskerkhof onderdeel van uw route? Waarom komt u hier?*
- [topophilia, beleving] *Hoe vindt u het om hier te zijn? Heeft u een bijzondere binding met het Janskerkhof? Waarom?*
- Domplein
  - [scherpe grens] *Waar loopt de grens van het Domplein?*
  - [homogeniteit] *Waarom hoort het gebied net buiten uw grens van het Domplein niet meer bij het Domplein? Of: Waarom trekt u daar de grens?*
  - [probleemgebied volgens ondernemersvereniging] *Kunt u zich voorstellen dat mensen een negatieve associatie hebben met dit gebied?*
  - [motivatie] *Waarom is het Domplein onderdeel van uw route? Waarom komt u hier?*
  - [topophilia, beleving] *Hoe vindt u het om hier te zijn? Heeft u een bijzondere binding met het Domplein? Waarom?*
- Hoogcatharijne
  - [scherpe grens] *Waar loopt de grens van Hoogcatharijne?*
  - [homogeniteit] *Waarom hoort het gebied net buiten uw grens van Hoogcatharijne niet meer bij Hoogcatharijne? Of: Waarom trekt u daar de grens?*
  - [verschil bezoekers en bewoners] *Wordt dit gebied meer door bewoners van Utrecht gebruikt, of meer door mensen die buiten Utrecht wonen? Wat zou daar de reden voor zijn?*
  - [motivatie] *Waarom is Hoogcatharijne onderdeel van uw route? Waarom komt u hier?*
  - [topophilia, beleving] *Hoe vindt u het om hier te zijn? Heeft u een bijzondere binding met Hoogcatharijne? Waarom?*

#### **Algemene vragen**

- [start] *Waarom begin je je route hier? Kies je wel eens andere locaties om je route te beginnen?*
- [topophobia] *Welke plekken probeert u bewust te ontwijken in uw looproute?*
- [gewoontegedrag] *Hoe consequent gebruikt u deze route?*
- [gewoontegedrag] *Kunt u voorbeelden geven van momenten dat u een nieuwe straat/district in de binnenstad ontdekte?*
  - *Hoe kwam het dat u deze ontdekking deed?*
- [gewoontegedrag] *Hoe bent u te verleiden een door u niet eerder betreden gebied te ontdekken?*

#### **4.2.3 Analyse**

De aantekeningen van de walkalongs zullen worden uitgewerkt en vervolgens worden gegroepeerd per locatie. Zo ontstaat van alle bezochte plekken een overzicht van de beleving door verschillende respondenten. De onderzoeker gebruikt deze teksten om een beeld te schetsen van de verschillende plekken in de Utrechtse binnenstad. De uitspraken van respondenten worden vertaald naar de theoretische concepten die ten grondslag liggen aan dit onderzoek. Uiteindelijk wordt een synthese gemaakt van alle bezochte plekken door ze tegenover elkaar te zetten. Tevens zal worden gezocht naar emoties die de Utrechters sterk beïnvloeden in hun beleving van de binnenstad van Utrecht.

### **4.3 Fotografie**

#### **4.3.1 Theorie**

Een derde onderzoeksmethode, naast mental mapping en walkalong, is het gebruik van fotografie voor analyse van de ruimtelijke omgeving. Foto's kunnen een waardevolle toevoeging aan het onderzoek zijn, maar kunnen ook op zichzelf als een volwaardige onderzoeksmethode fungeren (Rose, 2008).

De verschillende functies van fotografie kunnen worden geclassificeerd in een aantal categorieën. Rose kiest voor de foto's als *Representation*, *Evocation*, *Material Culture* en *Illustration*. Met *Representation* bedoelt Rose dat beelden worden gebruikt vanwege hun specifieke culturele betekenis. Fotografie als *Evocation* ziet foto's als een unieke en noodzakelijke toevoeging aan tekst en kaarten. *Material Culture* benadrukt het belang van materiële objecten in interactie met menselijke ervaring en sociale relaties en fotografie als *Illustration* geeft simpelweg een plaatje van een situatie ter ondersteuning van de tekst (Rose, 2008). Hall (2009) heeft ook een inventarisatie gemaakt van de rol die fotografie kan hebben in een onderzoek. Zo kan fotografie de rol hebben van een discrete methode waarvan de lezer uiteindelijk niet te zien krijgt. Een grotere rol krijgt de fotografie als de inhoud van foto's wordt ontleed of wanneer de waarde van een foto gelijk wordt gesteld aan de tekst van de onderzoeker.

Fotografie maakt een momentopname van een situatie. Dat kent voor- en nadelen. Belangrijke voordelen van fotografie als onderzoeksmethode zijn het later kunnen analyseren van de ruimtelijke omgeving, de vergelijking van situaties met vroeger, de betekenisgeving van de ruimte door een participant van de doelgroep en de ondersteuning van de geschreven tekst met beeld. Nadelen zijn de selectie bij onderzoeker of participant die voorafgaat aan het kiezen van wat gefotografeerd wordt en het statische beeld dat minder ruimte voor analyse van het proces (Rose, 2008).

Een specifiek gebruik van fotografie is een vorm van etnografisch onderzoek waarbij fotografie, walkalong en interviewing worden gecombineerd. Gedurende een interview, dat weer tijdens een walkalong-onderzoek wordt gehouden, wordt de respondent gevraagd foto's te maken van de omgeving. Deze foto's geven inzicht in de beleving van de ruimte door de participant. Hall (2009) geeft dat kernachtig weer:

*"The photographs produced by research informants, following simple guidance from the researcher, provide clues to the ways in which informants view their environments and to the elements that they see as significant. Such photographs are commonly used in conjunction with interviews with research informants, a process known as photo interviewing or elicitation. The key in these cases is that photographs are always situated and analysed with reference to the context in which research informants produced them."*

#### **4.3.2 Uitvoering en meetinstrument**

Aan het begin van de walkalong vraagt de onderzoeker aan de respondent of hij een fotocamera wil vasthouden gedurende de walkalong. De instructie luidt: dit fototoestel dient om mij te laten meekijken met wat jij ziet. Neem foto's van plekken die je onaantrekkelijk of aantrekkelijk vindt, neem er zoveel je wilt. Het kan zijn dat ik je vraag van een bepaalde plek een foto te nemen.

#### **4.3.3 Analyse**

De rol die fotografie in dit onderzoek krijgt is, om in de woorden van Rose te blijven, *Illustration*. Foto's worden niet ontleed en zullen niet dienen als bewijs voor hypotheses. Ze fungeren als ondersteunende data voor de interviews tijdens de walkalongs. Dit betekent niet dat de foto's van respondenten onbelangrijk zijn. Juist wanneer het gaat om het proberen te verklaren van de beleving van respondenten is het uniek wanneer via de methode van de fotografie kan worden meegekeken met de respondenten zelf. De foto's zullen per respondent en per locatie worden gearchiveerd en als ondersteunende afbeeldingen in de analyse worden gebruikt.

## 5 Analyse

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van de het onderzoek uitgewerkt. De betekenis van deze uitkomsten wordt ook in hoofdstuk 6 Conclusies toegelicht. De eerste acht pagina's bespreken de resultaten van de mental map methode. Daarna zullen de resultaten van de walkalong-methode worden besproken.

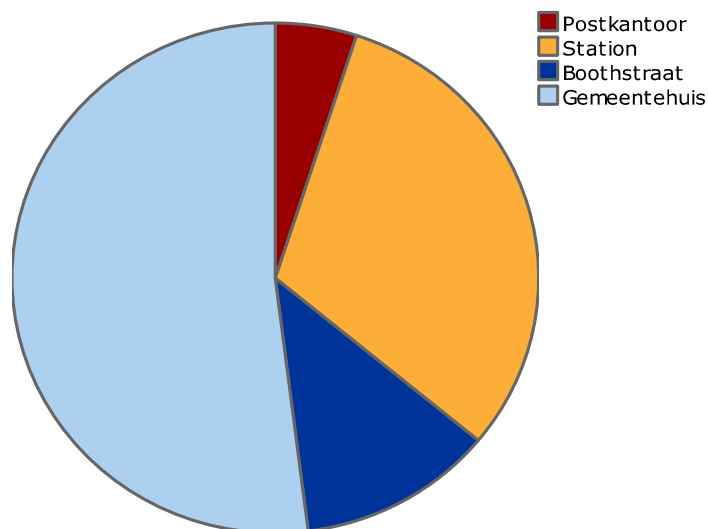
### 5.1 Mental map

Honderd mensen hebben deelgenomen aan het onderzoek naar hun beeld van de binnenstad van Utrecht en hun meest gebruikte looproute. Op verschillende momenten in de week (ochtend, middag, avond) werden mensen benaderd voor een kort onderzoek naar het beeld van de binnenstad van Utrecht. Er werd voor gekozen mensen te benaderen die hier even tijd voor hebben (maximaal 10 minuten), zoals wachtenden bij gemeentehuis of postkantoor, en op in- en uitgangswegen van de binnenstad. Belangrijk was dat mensen bij het tekenen niet werden beïnvloed door andere respondenten of de omgeving. Voor een meer gedetailleerde uitleg over de gehanteerde methode kunt u terecht in het vorige hoofdstuk. In dit onderdeel worden de uitkomsten van het onderzoek opgesomd en in samenhang gebracht.

#### 5.1.1 Algemeen

De 100 respondenten zijn benaderd op vier verschillende plekken in Utrecht: het station, het gemeentehuis, de Boothstraat en het postkantoor aan de neude. Deze locaties zijn gekozen omdat voor het invullen van de meetinstrumenten ongeveer tien minuten nodig was. Op de gekozen locaties moeten mensen vaak langer wachten dan tien minuten en hebben de onderzoekers dus alle tijd en mogelijkheid om respondenten te benaderen. Voor het station is ook gekozen omdat er veel bezoekers van Utrecht komen, in tegenstelling bijvoorbeeld tot het gemeentehuis waar bijna alleen Utrechters komen. De gekozen locaties hebben geleid tot

**Figuur 8: Locatie metingen mental map**



een evenwichtig en representatieve afvaardiging van de bezoekers aan de binnenstad. De verdeling per locatie is aangegeven in Figuur 8.

De respondenten zijn benaderd op drie verschillende weekdays en op verschillende tijdstippen. In tabel 3 is aangegeven hoeveel respondenten op elk dagdeel zijn geworven. Weekdagen en middagen zijn goed vertegenwoordigd, weekenddagen en avonden minder. Dit betekent dat er onder de respondenten waarschijnlijk minder uitgaanspubliek vertegenwoordigd is en dat mensen met een fulltime baan wellicht

ondervertegenwoordigt zijn. Op het station waren ook tijdens de middaguren genoeg mensen met een fulltime baan aanwezig, bleek uit de resultaten.

**Tabel 3: Aantal respondenten per dagdeel**

Datum	Weekdag	Dagdeel	Aantal respondenten
4 maart '10	Donderdag	12:00 – 15:00	10
8 maart '10	Maandag	12:00 – 15:00	17
		15:00 – 18:00	9
		18:00 – 22:00	12
10 maart '10	Woensdag	12:00 – 15:00	26
15 maart '10	Maandag	09:00 – 12:00	7
		12:00 – 15:00	6
17 maart '10	Woensdag	09:00 – 12:00	13

## 5.1.2 Uitkomsten persoonskenmerken

### Geslacht en leeftijd

Aan het onderzoek hebben 100 mensen deelgenomen, 52 mannen en 47 vrouwen (1 persoon heeft persoonskenmerken niet ingevuld). De leeftijden van de respondenten waren behoorlijk uiteenlopend, de jongste was 17 jaar en de oudste 70 jaar. De respondenten zijn naar leeftijd geassocieerd in drie groepen: 0-25 jaar (40%), 26-50 jaar (42%) en 51 jaar en ouder (18%). Wat betreft geslacht en leeftijd lijkt de steekproef representatief voor de Utrechtse binnenstadbezoeker.

### Nabijheid en woonduur

Vervolgens is gevraagd naar de woonplaats op postcodeniveau (1234AB) en de woonduur op dit laatste adres. Hiermee wordt inzicht verkregen in de geografische binding die men logischerwijs zou kunnen hebben met de binnenstad van Utrecht. Daarvoor is een 'middenpunt' bepaald in de binnenstad. Er is gekozen op basis van de verzamelde mental maps en de afstanden tot belangrijke elementen (Dom, Oudegracht, Hoog-Catharijne, enz) voor de Bakkerbrug.

De nabijheid van de respondenten is geassocieerd in drie groepen: tot 2000 meter van de Bakkerbrug (binnenstad), tussen 2000 en 8000 meter van de Bakkerbrug (Utrecht, niet binnenstad) en 8000 meter of verder van de Bakkerbrug (buiten Utrecht). De gedachte hierachter is dat mensen die buiten 8000 meter van de Bakkerbrug wonen geen inwoner van de stad Utrecht kunnen zijn. De grens van 2000 meter is gekozen omdat mensen die binnen dit gebied wonen de binnenstad ook voor hun dagelijkse boodschappen zullen gebruiken. Mensen die tussen 2000 en 8000 meter van de Bakkebrug wonen zijn inwoners van Utrecht in de buitenwijken. Deze drie groepen zijn respectievelijk verdeeld in 31%, 38% en 31%. Voor de walkalongs zijn de groepen 0-2000 en 2000-8000 samengevoegd tot de groep 'bewoners van Utrecht'.

De woonduur van de respondenten is gemeten in maanden, waaruit een gemiddelde woonduur van 89 maanden bleek (ongeveer 7,5 jaar) met een mediaan van 48 maanden (4 jaar). Vervolgens is onderscheid gemaakt in kort (tot 1 jaar – 26%), middellang (1 tot 5 jaar – 34%) en lang (5 jaar of langer – 40%).

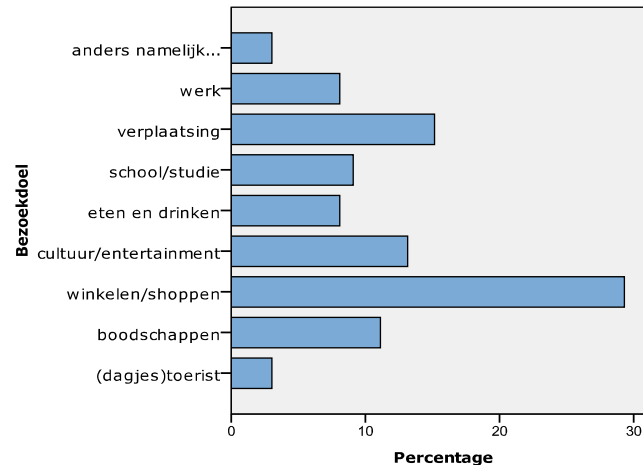
### Bezoekdoel en -frequentie

Hoe vaak bezoeken mensen de binnenstad en wat is de reden voor hun bezoek? Dit is gemeten aan de hand van de variabelen 'bezoekfrequentie' en 'bezoekdoel'. Beide vragen kenden een aantal antwoordcategorieën. De uitslag van de vraag naar bezoekfrequentie is als volgt: 21% van de respondenten bezoekt de binnenstad 1 keer per dag of meer, 38% is een paar keer per week in de binnenstad te vinden en 27% komt er een paar keer

per maand. Ten slotte geeft 10% van de respondenten aan dat ze de binnenstad een paar keer per jaar bezoeken en 4% is er 1 keer per jaar of minder.

Het doel van het bezoek is onderverdeeld in acht categorieën: toerist, boodschappen, winkelen/shoppen, cultuur/entertainment, eten/drinken, school/studie, verplaatsing, werk (en anders, namelijk). Dat levert de volgende verdeling op (zie Figuur 9).

**Figuur 9: Belangrijkste bezoekdoel binnenstad Utrecht**



Het doel van het bezoek is in te delen in twee groepen: de *flaneurs* en de *go-getters*. Deze twee groepen hebben verschillende intenties om de binnenstad te bezoeken; de eerste om als ontspanning, de tweede meer doelgericht. Onder *flaneur* worden de volgende categorieën geschaard: toerist, winkelen/shoppen, cultuur/entertainment, eten/drinken. Bij *go-getters* horen de categorieën: boodschappen, school/studie, verplaatsing en werk. Dat levert een verdeling op van 55% flaneurs en 45% go-getters. Deze verdeling is arbitrair en zal verderop in de analyse ook geen significante invloed blijken te hebben op de mate van detail van de mental map.

### Inkomen en dagelijkse bezigheid

Ten slotte is de respondenten gevraagd om aan te geven in wat voor inkomensklasse hun huishouden is in te delen (beneden modaal, modaal, boven modaal) en wat hun dagelijkse bezigheid is (scholier/student, betaald werk, onbetaald werk, werkloos, pensioen/vut). Daaruit bleek dat 30% een huishoudensinkomen van beneden modaal heeft, 44% op modaal niveau en 26% boven modaal. Dagelijkse bezigheid is gecategoriseerd in 35% student/scholier, 53% betaald werk, 6% pensioen/vut, 5% werkloos en 1% onbetaald werk. Voor een studentenstad als Utrecht zijn deze resultaten een goede afspiegeling van de bezoekers van de binnenstad.

### 5.1.3 Uitkomsten mental map

De vorige paragraaf heeft de resultaten weergegeven van de persoonskenmerken van de respondenten in de steekproef. Elke respondent heeft een mental map getekend van de binnenstad van Utrecht. Deze paragraaf bespreekt deze mental maps.

Door de elementen die voorkomen op de mental maps te kwantificeren naar landmarks, nodes, paths en districts is het mogelijk om de mental maps op kwantitatieve wijze te analyseren. In de theorie van Lynch (1960) worden ook edges gebruikt maar die zijn voor de case van Utrecht niet van toepassing. Lynch stelde zelf ook al dat de proportie van de verschillende elementen kan variëren per locatie (Lynch 1960, p 43). De wijze waarop de methode in dit onderzoek is toegepast werd, naast Lynch, eerder in de praktijk gebracht door Pearce (1977), Jenkins & Walmsley (1993), Yeung & Savage (1996) en Moore, Simmons & Fairweather (1998).

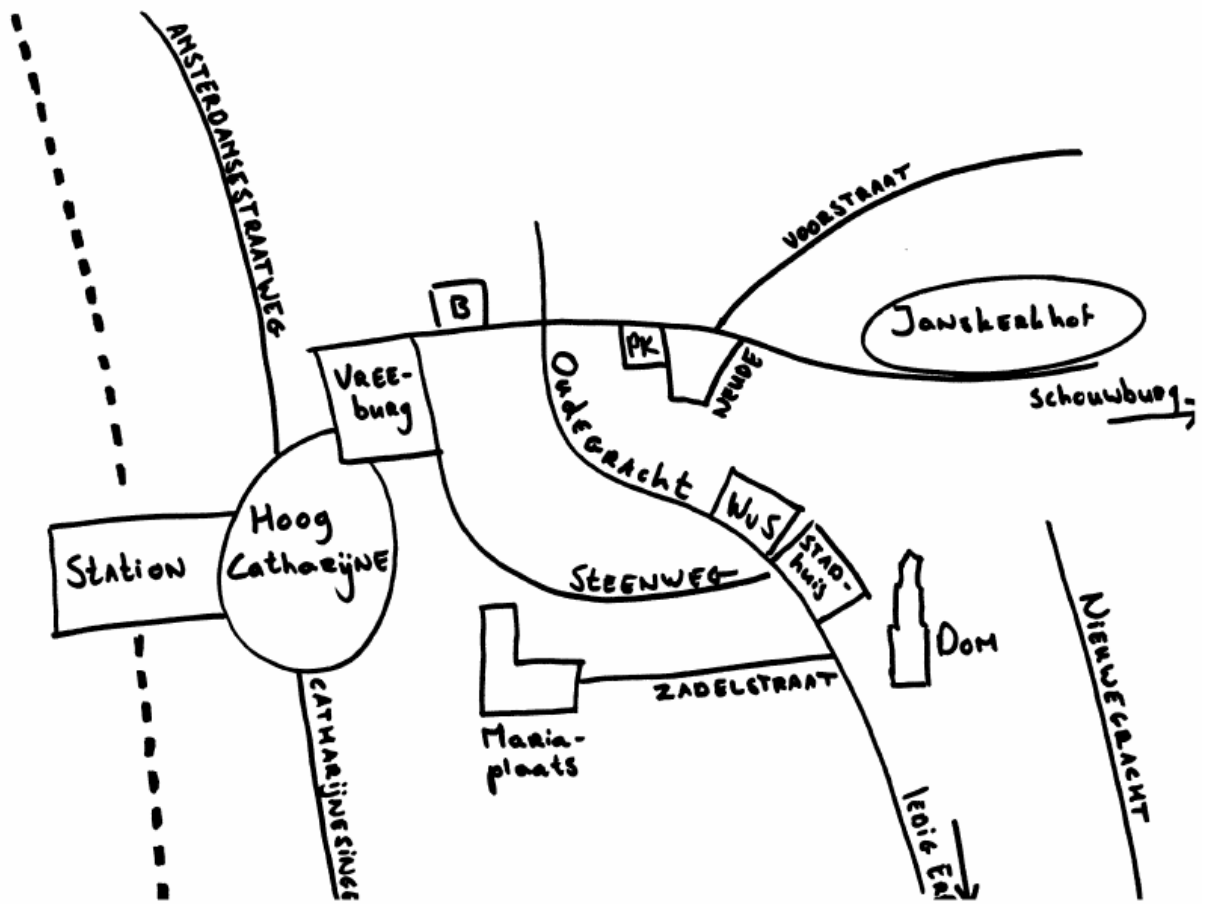
Op de mental maps van de 100 respondenten komen in totaal 170 verschillende herkenbare elementen voor, waaronder een aantal bijzondere elementen zoals: ‘mijn vriendin’, ‘bouwput’, ‘brandweer’, ‘allemaal winkels’, ‘mijn nichtje’ en ‘mijn andere nichtje’. Met inachtneming van de veronderstelling dat de meest beeldbepalende elementen uit de binnenstad ook het vaakst zullen voortkomen op de mental map, geeft Tabel 4 de vijftientig meest beeldbepalende elementen van de binnenstad van Utrecht weer.

**Tabel 4: Top-25 elementen op de mental maps**

<b>Elementen</b>	<b>Aantal respondenten</b>
Oudegracht	80
Dom	58
Station	49
Hoogcatharijne	35
Vredenburg	33
Neude	32
Janskerkhof	32
Busbaan11	31
Voorstraat	24
Catharijnesingelwest	21
Stadhuis	19
Spoor zuid	18
Spoor noord	17
Ledigerf	15
Postkantoor	14
Steenweg	14
Nieuwegracht	14
Bijenkorf	13
Winkels Oudegracht	13
Neude	12
Mariaplaats	12
Amsterdamsestraatweg	11
Winkel van Sinkel	8
Schouwburg	7
Zadelstraat	7

In de top-25 zijn infrastructurele elementen (station, spoor, busbaan), straten, gebouwen, pleinen en winkels terug te vinden. Wat opvalt is dat de Oudegracht en de Dom door meer dan de helft van de respondenten wordt weergegeven op de mental map. Deze twee elementen zijn daarmee het meest beeldbepalend voor bezoekers aan de Utrechtse binnenstad.





Figuur 10: Geaggregeerde mental map van de binnenstad van Utrecht

Door de bovenstaande elementen in te tekenen op een kaart ontstaat een geaggregeerde mental map van de 100 respondenten. Figuur 10 geeft deze kaart weer. Het vierkantje met daarin de letter 'B' staat voor de Bijenkorf, de 'PK' voor het postkantoor 'WvS' voor de Winkel van Sinkel. Hoewel de kaart slechts een visuele vertaling van bovenstaande tabel is, brengt hij wel aan het licht dat de Oudegracht en de busbaan van station naar de Schouwburg twee belangrijke assen zijn die door de mental map lopen. Veel andere elementen worden aan deze assen getekend. De locatie van de Nieuwegracht, Mariaplaats en de Dom vonden respondenten vaak ook moeilijk om weer te geven. Een ander probleem in de mental map bleek de vorm van de Oudegracht. De Oudegracht loopt in werkelijkheid van het zuiden naar het noorden, met ter hoogte van de binnenstad een slinger in haar baan. Respondenten tekenden de Oudegracht echter vaak in een bocht. Een mogelijke verklaring is de 'de bocht terug' overdekt wordt door het plein voor het Stadhuis.

#### 5.1.4 Uitkomsten looproutes

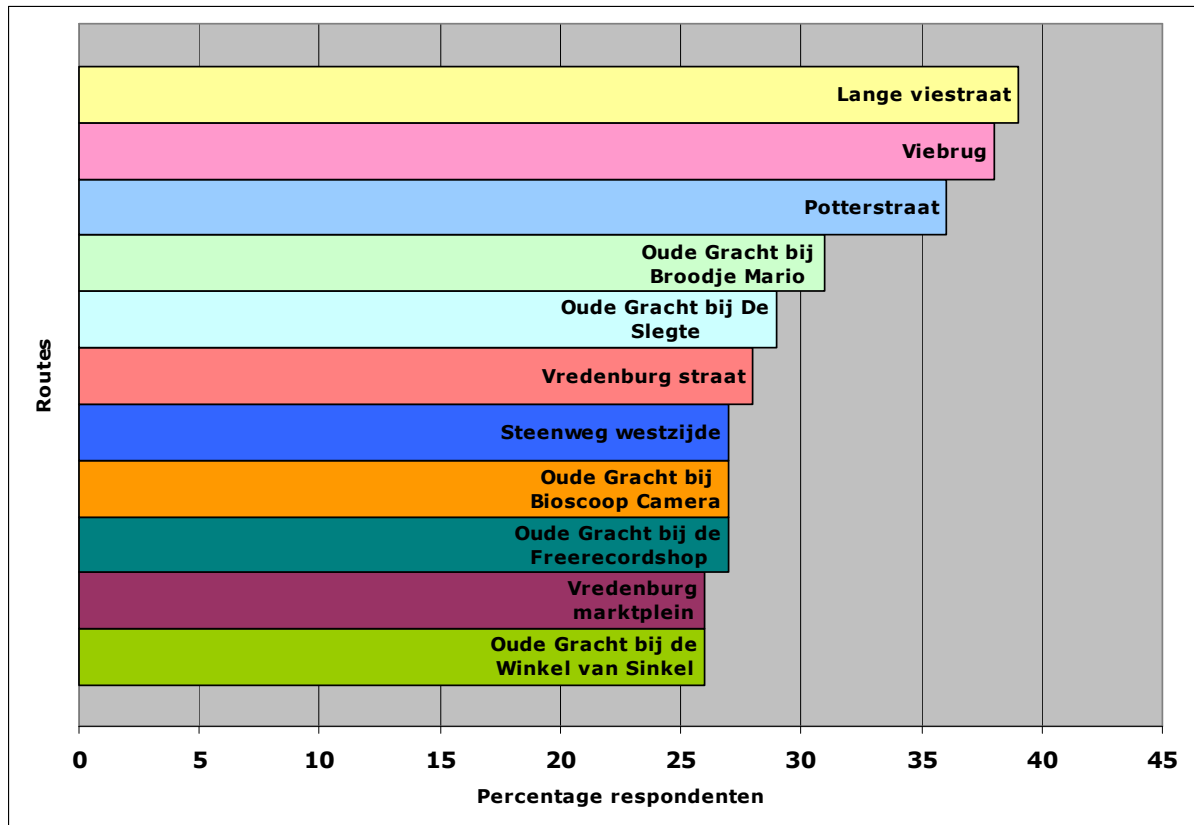
De laatste opdracht voor de respondenten was om de meestgebruikte looproute door de binnenstad van Utrecht in te tekenen op een kaartje. Hoewel de onderzoekers vantevoren verwachtten dat dit problemen zou opleveren, hadden de respondenten geen moeite om hun meest gebruikte looproute in te tekenen op een plattegrond.

De ingetekende looproutes zijn gekwantificeerd door elk straatdeel op de kaart een nummer te geven. Een straatdeel is een ononderbroken gedeelte van een straat. Bij elke t-splitsing en kruising begint weer een nieuw straatdeel. Op deze manier waren er 250 straatdelen te onderscheiden die door respondenten waren getekend.

Figuur 11 geeft aan welk percentage van de respondenten een bepaald straatdeel heeft ingetekend als meestgebruikte looproute.

De top-3 bestaat uit aaneengesloten straten. Daarnaast is het noordelijke gedeelte van de Oude Gracht goed vertegenwoordigd, evenals Vredenburg. Plekken die in de mental maps veel getekend werden, maar ontbreken in de meest gebruikte looproutes zijn Neude, Dom, het station, Hoog Catharijne en Janskerkhof.

**Figuur 11: Meestgebruikte looproutes binnenstad Utrecht**



### 5.1.5 Verbinden van persoonskenmerken aan mental map

In de voorgaande paragrafen zijn de uitkomsten van de persoonskenmerken, mental maps en looproutes besproken. In deze paragraaf zal worden gezocht naar de samenhang tussen de persoonskenmerken en de getekende mental maps. Is het bijvoorbeeld zo dat de leeftijd van invloed is op de mate van detail op de kaart? Is het waar dat vrouwen significant vaker de Steenweg tekenen? Om dergelijke vragen te beantwoorden zijn een aantal nulhypotesen getest die in deze paragraaf zullen worden uitgewerkt. Deze paragraaf is opgedeeld in twee delen: 1) De mate van detail van de mental map, 2) de inhoud van de mental map.

#### De mate van detail van de mental map

Een belangrijke variabele in deze paragraaf is de mate van detail van de mental map, gemeten door de indicator 'totaal aantal getekende elementen'. Deze variabele is door SPSS, middels Rank cases, opgedeeld in drie groepen: veel elementen, gemiddeld aantal elementen, weinig elementen. Hierna volgen een aantal alinea's waarin hypotesen getest worden met Pearson's Chi-square met 95% zekerheid.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen locatie van dataverzameling en de mate van detail van de mentalmap.

Wat betreft de locatie waarop de metingen verricht zijn kan het volgende worden gezegd. De hypothese dat locatie geen invloed heeft op het totaal aantal getekende elementen op de mental map kan verworpen worden met 95% zekerheid ( $p = 0.002$ ). Er bestaat dus een verband. Waarschijnlijk is dit deels te verklaren door de tijd

die mensen (kunnen) nemen om een kaart te tekenen. Op de locatie Boothstraat worden bijvoorbeeld meer kaarten dan verwacht met een grote mate van detail getekend, terwijl op het station het tegenovergestelde gebeurt.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen dag van dataverzameling en de mate van detail van de mentalmap.

De nulhypothese dat de dag van de week geen invloed heeft op het totaal aantal getekende elementen op de mental map kan niet verworpen worden ( $p = 0.631$ ). Er bestaat dus geen verband.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen leeftijd en de mate van detail van de mental map.

Wat betreft leeftijd van de respondenten het volgende. Leeftijd is significant ( $p = 0.009$ ) van invloed op de mate van detail van de mental map. Respondenten van 51 jaar of ouder tekenen minder detail in hun mental map, terwijl vooral respondenten tussen de 26 en 50 jaar onverwacht veel detail in hun mental map tekenen.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen geslacht en de mate van detail van de mental map.

De nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen geslacht en het aantal getekende elementen op de mental map kan niet verworpen worden ( $p = 0.064$ ). Er bestaat dus geen verband.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen bezoekfrequentie en de mate van detail van de mental map.

De bezoekfrequentie is van invloed op de mate van detail van de mental map. De nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen bezoekfrequentie en mate van detail kan verworpen worden ( $p = 0.009$ ). Zoals op basis van de literatuur kon worden verwacht, kunnen mensen die vaker de binnenstad bezoeken meer detail in hun mental map aanbrengen dan mensen die weinig in de binnenstad komen (zie ook Tabel 5).

**Tabel 5: Krustabel bezoekfrequentie en Mate van detail**

			Bezoekfrequentie					Total
			1 keer per dag of meer	een paar keer per week	een paar keer per maand	een paar keer per jaar	1 keer per jaar of minder	
Mate van detail	weinig	Count	4	10	5	6	2	27
		Expected Count	5.8	10.2	7.2	2.8	1.1	27.0
	midden	Count	6	14	17	4	2	43
		Expected Count	9.2	16.2	11.4	4.4	1.8	43.0
	veel	Count	11	13	4	0	0	28
		Expected Count	6.0	10.6	7.4	2.9	1.1	28.0
Total		Count	21	37	26	10	4	98
		Expected Count	21.0	37.0	26.0	10.0	4.0	98.0

Nulhypothese: Er is geen verband tussen bezoekdoel en de mate van detail van de mental map.

Van de respondenten is ook bekend met welk doel (toerist, boodschappen, winkelen/shoppen, eten/drinken, school/studie, verplaatsing, werk of anders) zij de binnenstad het vaakst bezoeken. De nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen bezoekdoel en mate van detail kan niet verworpen worden ( $p = 0.861$ ), sterker nog, er bestaat weinig reden om dit verband te testen. Het verschil in motief van de bezoekers aan de binnenstad is echter ook eenvoudiger te formuleren: 'broadly interested flaneur' of 'goal-oriented, efficient go-getter' (Millonig & Gartner, 2007). Daarom werd het bezoekdoel gehercodeerd naar twee categorieën:

- De flaneur bestaat uit: toerist, winkelen/shoppen, eten/drinken, cultuur/entertainment.
- De go-getter bestaat uit: boodschappen, school/studie, verplaatsing, werk.

Echter kan de nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen flaneur-gogetter en de mate van detail ook niet verworpen worden ( $p = 0.125$ ). Er bestaat dus geen verband.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen nabijheid en de mate van detail van de mental map.

De nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen nabijheid en mate van detail kan verworpen worden ( $p = 0.027$ ). Er bestaat een verband. Uit Tabel 6 blijkt dat de respondenten die buiten Utrecht wonen weinig detail in hun mental map aanbrengen. Bewoners van Utrecht daarentegen weten meer detail in hun kaart aan te brengen. Dit ondersteunt de theorie dat de mate van nabijheid van de woonlocatie bij het betreffende gebied (binnenstad Utrecht) invloed heeft op de mate van detail van de mental map.

**Tabel 6: Kruistabel Nabijheid en Mate van detail**

			NabijheidGroepen			Total
			tot 2000 meter (in en om binnenstad Utrecht)	2001-8000 meter (Utrecht)	8001 en verder (buiten Utrecht)	
Mate van detail	weinig	Count	8	5	12	25
		Expected Count	7.7	9.5	7.7	25.0
	midden	Count	11	17	15	43
		Expected Count	13.3	16.4	13.3	43.0
	veel	Count	11	15	3	29
		Expected Count	9.0	11.1	9.0	29.0
Total	Count		30	37	30	97
		Expected Count		30.0	37.0	30.0

Nulhypothese: Er is geen verband tussen woonduur en de mate van detail van de mental map.

De hypothese dat er geen verband bestaat tussen woonduur en mate van detail kan verworpen worden ( $p = 0.039$ ). Er bestaat dus een verband. Het vermoeden bestaat echter dat dit verband eerder verloopt via de variabele leeftijd. Leeftijd is van significante invloed op de mate van detail, en de woonduur is slechts een voorspeller van de leeftijd, niet van de mate van detail van de mental map.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen dagelijkse bezigheid en de mate van detail van de mental map.

Wat betreft dagelijkse bezigheid kan het volgende gezegd worden. De nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen dagelijkse bezigheid en mate van detail kan niet verworpen worden ( $p = 0.365$ ). Er blijkt dus inderdaad geen verband aanwezig. Het maakt niet uit of iemand werkt of student is, voor de mate van detail van de mental map.

Nulhypothese: Er is geen verband tussen inkomen en de mate van detail van de mental map.

**Tabel 7: Kruistabel Inkomen en Mate van detail**

			Inkomen			Total
			beneden modaal	modaal	boven modaal	
Mate van detail	weinig	Count	3	14	10	27
		Expected Count	8.0	11.8	7.2	27.0
	midden	Count	11	22	10	43
		Expected Count	12.7	18.9	11.4	43.0
	veel	Count	15	7	6	28
		Expected Count	8.3	12.3	7.4	28.0
Total	Count		29	43	26	98
		Expected Count		29.0	43.0	26.0

De nulhypothese dat er geen verband bestaat tussen inkomen en mate van detail kan verworpen worden ( $p = 0.009$ ). Uit Tabel 7 blijkt dat mensen met een beneden-modaal inkomen meer detail weten aan te brengen in hun mental map. Mensen met een (boven-)modaal inkomen tekenen minder detail.

### Resumerend

Kortom; de locatie van de meting, de leeftijd, de nabijheid, de bezoekfrequentie en het inkomen zijn allemaal significant van invloed op de mate van detail in de mental map. De dag waarop de meting werd verricht, het

geslacht, het bezoekdoel en de dagelijkse bezigheid lijken geen significant verband te vertonen met de mate van detail van de mental map. De woontuur op het huidige adres is ook significant van invloed, maar er is onzekerheid over de manier waarop dit verband verloopt. Dit betekent dat de uitkomsten van de analyse in lijn liggen met de onderzoeken van Lynch (1960), Pearce (1977), Jenkins & Walmsley (1993), Yeung & Savage (1996) en Moore, Simmons & Fairweather (1998). In deze casestudy is met name de variabele nabijheid zeer sterk van invloed op de mate van detail van de mental map.

### De inhoud van de mental map

In het voorgaande deel zijn de verschillende persoonskenmerken gekoppeld aan de mate van detail van de mental maps. In dit gedeelte worden de persoonskenmerken verbonden aan de inhoud van de mental map. Om de analyse zeggingskracht te laten hebben is er gekozen voor de meest getekende elementen. Het heeft weinig zin om verbanden te testen voor elementen die in slechts 2% van de gevallen worden getekend. Daarom is een top-10 gemaakt van de meestvoorkomende elementen op de mental map: Oudegracht, Dom, Station, Hoog-Catharijne, Vredenburg, Neude, Janskerkhof, Busbaan (Vredenburg tot Janskerkhof), Voorstraat en Catharijnesingel-west.

Met behulp van SPSS is getoetst of er een significant verband bestaat tussen elk van deze elementen en de verschillende persoonskenmerken, respectievelijk: geslacht, leeftijd, nabijheid, bezoekfrequentie, bezoekdoel (flaneur/go), dagelijkse bezigheid en inkomen. Dat betekent dat er zeer veel nulhypotheseën zijn getest, die hier niet allemaal uitgeschreven zullen worden. Tabel 8 geeft de resultaten van al deze testen weer, waarbij een '0' staat voor een waarde  $p > 0.05$  (niet-significant) en een '1' voor een waarde  $p < 0.05$  (wel significant).

**Tabel 8: Uitslag test op significantie tussen belangrijke elementen en persoonskenmerken**

Elementen	Geslacht	Leeftijd	Nabijheid	Bezoekfrequentie	FlanGo	Dagelijkse bezigheid	Inkomen
Oudegracht	1	0	0	0	0	0	0
Dom	0	1	1	1	1	1	0
Station	0	1	0	0	0	1	0
Hoogcatharijne	0	0	0	0	0	0	0
Vredenburg	0	0	0	0	0	0	0
Neude	0	1	1	1	0	0	0
Janskerkhof	0	0	1	0	0	0	0
Busbaan11	0	1	0	0	0	0	0
Voorstraat	0	0	0	0	0	0	0
Catharijnesingelwest	0	1	1	0	0	0	0

Van alle persoonskenmerken zijn er drie die een significante invloed hebben op het wel of niet tekenen van de meestvoorkomende elementen op de mental maps: leeftijd, nabijheid en geslacht. Andere significante verbanden zijn gecontroleerd met controlevariabelen, waarbij bleek dat het ging om schijnverbanden. Soms leek het alsof de bezoekfrequentie significant van invloed was op het tekenen van bijvoorbeeld Janskerkhof, maar in werkelijkheid bleek de bezoeksfrequentie alleen iets te zeggen over nabijheid, die op zijn beurt in werkelijkheid verklaarde of men wel of niet Janskerkhof tekende. In werkelijkheid zijn slechts de variabelen

leeftijd en nabijheid het meest verklarend. De variabele 'geslacht' is alleen significant bij de Oudegracht, dit element wordt namelijk significant vaker door vrouwen getekend.

Leeftijd heeft een significante invloed op vijf elementen: Dom, Station, Neude, Busbaan en Catharijnesingel-west. Nabijheid heeft een significante invloed op vier elementen: Dom, Neude, Catharijnesingel-west en Janskerkhof. Hieronder wordt uitgelegd welke leeftijds- en nabijheidsgroepen de verschillende elementen vaker tekenden

### Leeftijd

De Dom wordt vaker getekend door mensen met een leeftijd tussen 26 en 50 jaar, terwijl de jongste en oudste groep de Dom relatief minder vaak tekenen. Ook de variabele Dagelijkse bezigheid leek significante invloed op het tekenen van de Dom te hebben, maar dit werd verklaard door de variabele leeftijd.

Voor het station geldt iets soortgelijks. Nu is het echter de jongste groep die significant vaker dit element tekent, terwijl de andere groepen juist minder het station op de mental map zetten. Opnieuw leek er ook een significant verband met dagelijkse bezigheid, maar loopt de werkelijke relatie via leeftijd.

De node Neude wordt minder getekend door de oudste respondentengroep, terwijl de andere groepen deze vaker noemen. De busbaan wordt daarentegen vaker genoemd door de jongste groep. De Catharijnesingel-west wordt ten slotte relatief het meest getekend door de groep van 26 tot 50-jarigen.

Het lijkt erop dat dit verklaard kan worden doordat jonge mensen meer gebruik maken van het openbaar vervoer (de busbaan en het station). De Neude is een plein met veel terrassen en studentencafés, wellicht de reden dat oudere mensen dat minder tekenen.

### Nabijheid

De variabele Nabijheid (de afstand van de respondent tot het centrum van de binnenstad, de Bakkerbrug) is bepalend voor het wel of niet vermelden van de elementen Dom, Neude, Catharijnesingel-west en Janskerkhof.

De Dom wordt minder getekend door mensen die buiten Utrecht wonen, terwijl respondenten binnen Utrecht de Dom vaker tekenen. Voor Neude geldt een zelfde patroon. Het element wordt minder genoemd door mensen van buiten Utrecht en meer door Utrechters. Ook de elementen Catharijnesingel-west en Janskerkhof worden minder getekend door respondenten die buiten Utrecht wonen. Er blijkt dus dat wanneer er een significant verband tussen belangrijke elementen en de variabele nabijheid optreedt, dit in alle gevallen betekent dat mensen buiten Utrecht de elementen minder tekenen.

Een mogelijke verklaring is dat bezoekers van Utrecht vaak de binnenstad benaderen vanaf het station, waardoor Neude, Janskerkhof en de Dom betrekkelijk ver weg liggen. Misschien is het zo dat bezoekers van Utrecht vanaf het station Hoog Catharijne en de Steenweg bezoeken, maar niet altijd verder komen dan dat.

### Regressie-analyse

Een regressie-analyse kan inzicht geven welke onafhankelijke variabele de afhankelijke variabele beïnvloedt. Er wordt getest bij de verschillende elementen (als afhankelijke variabele) of en welke van de persoonskenmerken (onafhankelijke variabelen) een significant verband laten zien. Het blijkt dat alleen bij de afhankelijke variabele Neude de onafhankelijke persoonskenmerken samen een voldoende lage p-waarde (0.001) tonen, dus dat er sprake is van een significant verband tussen het tekenen van het element Neude en de verschillende persoonskenmerken. De persoonskenmerken verklaren samen voor ruim 25% (R Square = 0.255) het wel of niet tekenen van Neude op de mental map.



Wanneer vervolgens wordt bekeken hoe sterk het verband tussen het element Neude en de verschillende persoonskenmerken blijkt alleen Nabijheid een significante relatie (0.010) te geven. Dit was eerder ook al vastgesteld. In tabel 10 is verder te zien dat dit verband tussen Neude en Nabijheid een negatieve richting heeft (-0.334). Dit bevestigt de eerdere conclusie dat hoe verder men van (de binnenstad van) Utrecht woont, hoe minder het element Neude wordt getekend.

Deze analyse bevestigt eerdere constatering in de theorie en de empirie dat de nabijheid van een respondent bij de binnenstad een factor is met grote invloed op zowel de mate van detail als de inhoud van de mental map. Wanneer er twee verschillende doelgroepen moeten worden gekozen voor verdiepend onderzoek is het goed te verdedigen dat die moeten worden gescheiden op basis van de variabele nabijheid. De groep respondenten die in Utrecht woont verschilt significant van de groep respondenten die niet in Utrecht woont. De volgende paragraaf verkent de verschillen tussen deze groepen.

	Gestandaardiseerde coëfficiënten	Significantiewaarde
(Constant)		.000
Leeftijd	-.093	.513
Geslacht	.006	.949
Nabijheid	-.334	.010
Woonduur	-.093	.406
Bezoek frequentie	-.123	.358
FlaneurGo	-.110	.305
Dagelijkse_ bezigheid	-.019	.867
Inkomen	-.146	.177

Tabel 9: Uitkomsten regressie-analyse Neude

### 5.1.6 Verschil bewoners en bezoekers van Utrecht

In aanloop naar de analyse van de walkalongs worden in deze paragraaf de verschillen tussen bewoners en bezoekers van Utrecht toegelicht.

#### Inhoud mental map

Zoals gezegd blijkt dat het zijn van een bezoeker of bewoner bepalend is voor het wel of niet vermelden van de elementen Dom, Neude, Catharijnesingel-west en Janskerkhof op de mental map.

Elementen bewoners	Percentage
Oudegracht	82%
Dom	69%
Neude	48%
Station	45%
Janskerkhof	43%
Vredenburg	37%
Busbaan 11	36%
Hoogcatharijne	34%
Voorstraat	31%
Catharijnesingelwest	28%

Element bezoekers	Percentage
Oudegracht	73%
Station	53%
Hoogcatharijne	37%
Dom	33%
Vredenburg	27%
Busbaan11	23%
Spoorzuid	23%
Neude	23%
Spoornoord	20%
Jaarbeurs	17%

De Dom wordt significant minder getekend door mensen die buiten Utrecht wonen, terwijl respondenten binnen Utrecht de Dom vaker tekenen, respectievelijk 33% en 69%. Voor Neude geldt een zelfde patroon. Het element wordt minder genoemd door mensen van buiten Utrecht (23%) en meer door Utrechters (48%). Ook de elementen Catharijnesingel-west en Janskerkhof worden minder getekend door respondenten die buiten Utrecht wonen.

## Meestgebruikte looproutes

Bij het intekenen van de meestgebruikte looproute door de binnenstad van Utrecht zijn er ook opvallende verschillen tussen bewoners en bezoeker van Utrecht. Zo blijkt dat de Oudegracht veelvuldig wordt getekend als meestgebruikte looproute bij bewoners van Utrecht. Hoog Catharijne komt bij slechts 10% van de bewoners voor als onderdeel van de meestgebruikte looproute. Bij de bezoekers is dit andersom het geval. Hoog Catharijne neemt met 37% een prominente plek in als onderdeel van de meestgebruikte looproute, terwijl de Oudegracht door 23% van de bezoekers wordt ingetekend als onderdeel van de meestgebruikte looproute. Kortom, u zult op de Oudegracht in verhouding meer Utrechters vinden, en op Hoog Catharijne meer bezoekers.

Elementen bewoners	Percentage
Lange viestraat	36%
Viebrug	36%
Potterstraat	36%
Oudegracht BroodjeMario	36%
Oudegracht Slegte	34%
Oudegracht Freerecord	31%
Oudegracht Camera	31%
Steenweg west	31%
Oudegracht Winkel van Sinkel	28%
Oudegracht HEMA	28%

Elementen bezoekers	Percentage
Lange viestraat	43%
Viebrug	40%
Stationstraverse	40%
Potterstraat	37%
Hoog Catharijne Hoofdingang	37%
Hoog Catharijne traverse	33%
Vredenburg	30%
Marktpluin	30%
Hoog Catharijne centraal	30%
Smakkelaarsveld	27%

### 5.1.7 Keuze doelgroepen

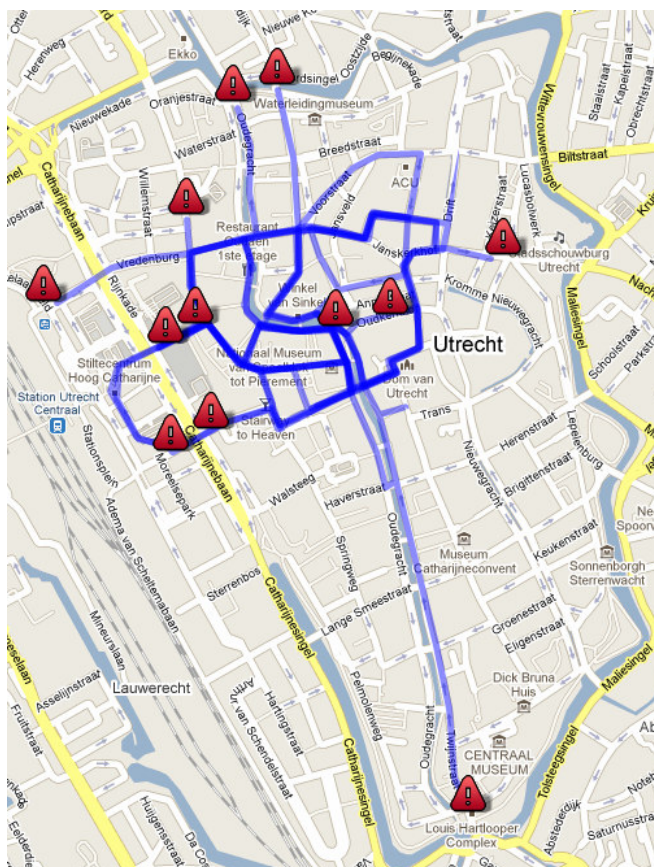
Op basis van de mate van detail van de mental maps en de inhoud van de mental maps kan met zekerheid worden vastgesteld dat de nabijheid van de respondent bij de binnenstad significant van invloed is. Het verdiepende onderzoek zal zich richten op de bewoners van Utrecht en laat de bezoekers van Utrecht links liggen. De grens wordt gesteld op 8000 meter vanaf de Bakkebrug zodat de oudere analyses over deze groep gebruikt kunnen blijven worden voor het vervolg van het onderzoek.

## 5.2 Walkalong

Voor dit onderzoek zijn twaalf walkalongs uitgevoerd met inwoners van Utrecht. Het doel van deze methode is de motivatie voor ruimtelijk gedrag en de betekenisgeving van de ruimte te achterhalen (Pink, 2008). Bij deze methode loopt de onderzoeker mee in de dagelijkse omgeving van de respondent (participerende observatie) en legt tegelijkertijd een diepte-interview af. Hoe ervaren Utrechters hun binnenstad? Waar komen ze graag? Waarom is wandelen over de Oudegracht een prettige ervaring? Beleidsmakers, planners en ontwerpers verlangen steeds meer naar methodes die de ervaringen met en waarderingen van plaatsen weten te vangen (Hein & Evans & Jones, 2008).

Het mental map onderzoek - zoals beschreven in hoofdstuk 5.1 - is grotendeels kwantitatief geanalyseerd en wist het beeld te vangen dat mensen hebben van de binnenstad van Utrecht. Resultaten liggen in de sfeer van getallen en percentages. De walkalongs zijn een kwalitatieve onderzoeksmethode en leren ons meer over de redenen waarom het beeld van Utrecht is zoals het is. Het geeft inzicht in de motieven van keuzes van voetgangers en komt het dichtst bij de beleving van de binnenstad van Utrecht.

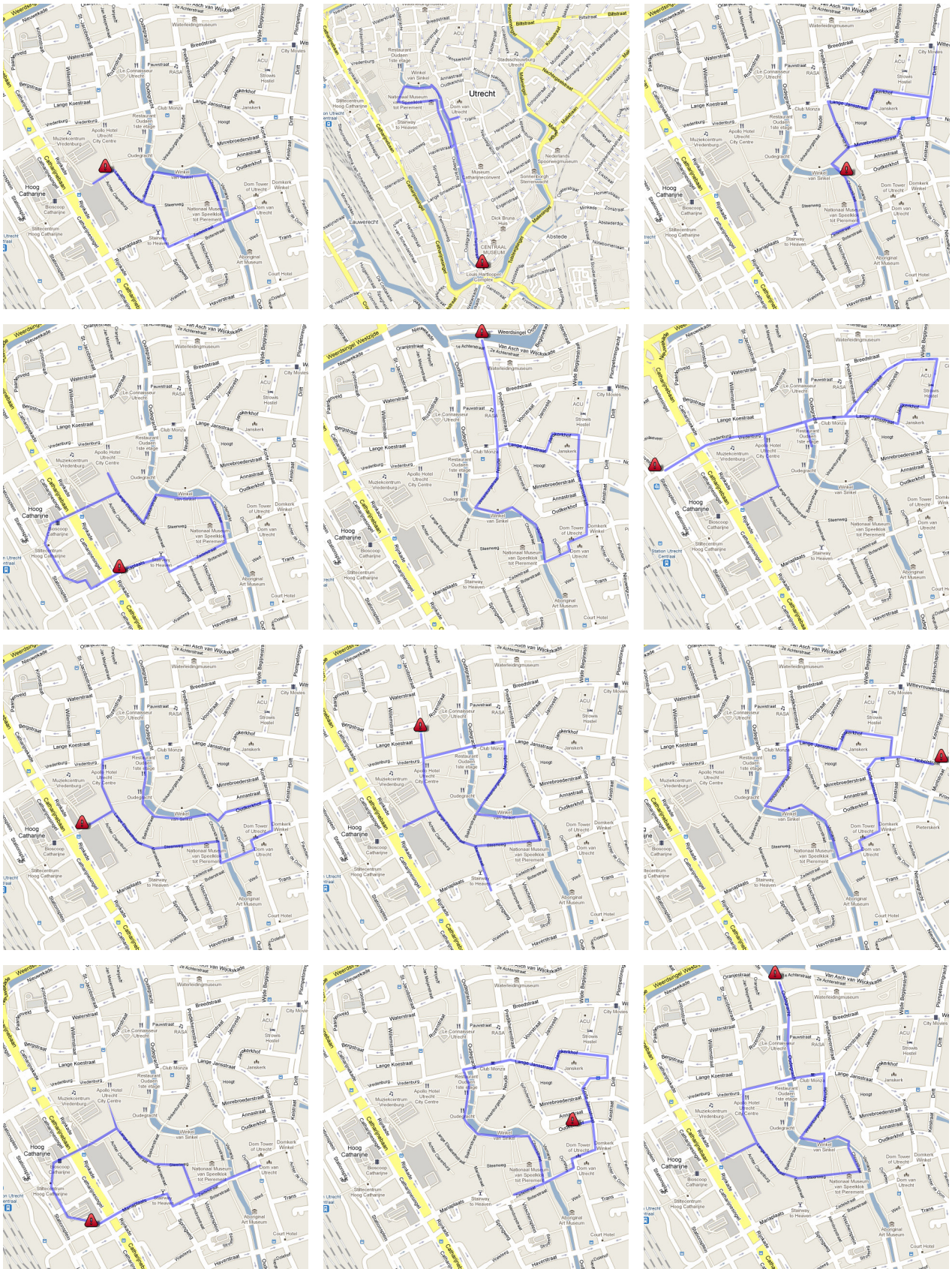
De analyse van de walkalongs is verdeeld in vier paragrafen en telt ongeveer 30 pagina's. Het begint met het concreet beschrijven van de gelopen walkalongs in § 5.2.1. Door middel van kaartjes wordt zichtbaar welke plekken bezocht zijn en welke routes gelopen zijn. In § 5.2.2 worden de meest relevante plekken en straten beschreven die uit het onderzoek naar voren komen, uiteraard door het oog van de respondenten. Deze paragraaf wordt ondersteund met foto's die door respondenten zelf zijn genomen. In § 5.2.3 volgt een synthese die op abstracter niveau een beschouwing geeft over de verschillen, overeenkomsten en verhoudingen tussen alle bezochte plekken en gelopen routes. Het hoofdstuk sluit af met § 5.2.4 waarin de emoties van Utrechters worden benoemd die bijdragen aan een positieve of negatieve waardering van plekken. Tevens worden de plekken besproken die de respondenten ontwijken in hun looproutes en komt het gewoontegedrag in de looproutes van de respondenten ter sprake. Kortom, dit hoofdstuk begint concreet en eindigt abstract.



Figuur 12: Geaggreerde kaart van de 12 walkalongs

- 2 keer Bakkerstraat
- 4 keer Choorstraat
- 6 keer Dom
- 6 keer Domplein
- 2 keer Domstraat
- 1 keer Donkerstraat
- 4 keer Elisabethstraat
- 6 keer Hoogcatharijne
- 5 keer Janskerkhof
- 1 keer Jacobstraat
- 2 keer Korte Jansstraat
- 4 keer Lange Jansstraat
- 1 keer Loeff Berchmakerstraat
- 3 keer Mariaplaats
- 3 keer Mariastraat
- 5 keer Neude
- 1 keer Nobelstraat
- 12 keer Oudegracht
- 2 keer Oudkerkhof
- 4 keer Potterstraat
- 1 keer Predikherenkerkhof
- 6 keer Steenweg
- 1 keer Vredenburgstraat
- 1 keer Weerbrug
- 1 keer Van Asch van Wijckbrug
- 3 keer Viestraat
- 4 keer Vinkenburgstraat
- 1 keer Voorstraat
- 5 keer Vredenburg
- 5 keer Zadelstraat





**Figuur 13: De twaalf gelopen walkalongs**

### 5.2.1 Verslag van de gelopen looproutes in de walkalongs

De twaalf walkalongs zijn uitgevoerd tussen 22 juni en 15 juli 2010. Er deden zes mannen en zes vrouwen mee, waarvan de jongste 21 jaar oud was en de oudste 30 jaar. Acht van de respondenten hebben betaald werk als dagelijkse bezigheid, en vier respondenten zijn scholier of student. Uiteraard zijn zij allen in Utrecht woonachtig. In paragraaf 6.5 worden de gevolgen van kenmerken van de respondentengroep tegen het licht gehouden.

Figuur 12 is een kaart van de binnenstad van Utrecht. De gearceerde straten zijn door één of meerdere respondenten bezocht tijdens de walkalong. Een eerste conclusie is dat een groot deel van de binnenstad is meegenomen in de walkalongs. De frequentie per bezochte straat is rechts van de kaart weergegeven. Wat opvalt, is dat bijna de helft van de respondenten tijdens de walkalong het rondje Steenweg-Choorstraat-Oudegracht-Lange Viestraat-Vredenburg-Steenweg liep, wat terug is te zien in het aantal keer dat deze plekken bezocht zijn.

Figuur 13, op de vorige pagina, geeft alle gelopen routes weer. Wanneer een route 'doodloopt', zoals gebeurt op de Drift in de route rechtsboven, betekent dat dat de betreffende straat wel bezocht is, maar dat de respondent daarna weer terugkeerde naar zijn of haar route.

#### Start- en eindpunt

De startpunten van de verschillende walkalongs zijn in figuur 12 aangegeven met een rood uitroepteken. Slechts twee keer begon een looproute op hetzelfde punt, Hoog Catharijne. Dit is te verklaren met behulp van de antwoorden van respondenten op de eerste vraag in de walkalong. Die luidt: waarom begin je je route hier? Kies je wel eens andere locaties om je route te beginnen? Respondenten kiezen als startpunt van hun meest gebruikte looproute voor een plek in de binnenstad van Utrecht die zo dicht mogelijk bij hun huis ligt. Wanneer de meest gebruikte looproute vanuit het werk wordt gemaakt kiest men een plek dicht bij het werk uit. Een voorbeeld van één van de respondenten:

*"Meestal kom ik dan aan met de trein en ga even de stad in, dus dan is dit de snelste route. Soms begin ik ook bij het Stadhuis of bij Mariaplaats als ik met de fiets vanaf huis kom, dat is meer de ingang vanaf huis."*

Dit antwoord laat ook iets anders zien; respondenten zien de binnenstad als een gebied met ingangen. De binnenstad kent voor iedere respondent een aantal ingangen, waar, afhankelijk van de vertreklocatie, het vervoersmiddel en het bezoekdoel, een keuze uit wordt gemaakt.

#### De minder bezochte plekken

Een groot gedeelte van de binnenstad is met één of meerdere walkalongs bestreken maar sommige gebieden zijn ook minder bezocht. Ten zuiden van de Zadelstraat is slechts één respondent geweest. Daarom is er in de analyse (wellicht onevenredig) weinig aandacht voor het gebied rondom het Ledig Erf en het zuidelijke gedeelte van de Oudegracht. De meest westelijke locatie die is aangedaan tijdens een walkalong is het Smakkelaarsveld. Omdat geen enkele walkalong westelijk van het spoor is gekomen, is het Jaarbeursgebied uit de analyse gelaten. Het gebied rondom de Nieuwegracht en Lucasbolwerk is ook niet bezocht tijdens één van de walkalongs. Hierna wordt kort ingegaan op de redenen waarom sommige plekken door respondenten werden gemeden.

#### Problemen in de routevorming

Aan het einde van de walkalongs werd de respondenten de vraag gesteld welke plekken men bewust probeerde te ontwijken in de looproute, en de reden daarvan. Vier van de twaalf respondenten geven aan dat ze Hoog Catharijne (het liefst) ontwijken:



*“Hoog Catharijne vermijd ik als het even kan. Ik hou niet van overdekt winkelen, heb daar weinig mee. Bovendien loopt iedereen je voor de voeten.”*

Vier andere respondenten geven aan geen plekken te ontwijken. De laatste groep van vier respondenten ontwijkt ook geen plekken maar noemt wel een aantal locaties die zij als onprettig ervaren in hun looproute. De Steenweg bijvoorbeeld is in de beleving van een respondent 's nachts verlaten. Een lege, donkere straat veroorzaakt een negatieve beleving. Een andere respondent noemt de kruising tussen de Bakkerstraat en de Steenweg, waar daar vervelende confrontaties optreden met enqueteurs. De respondent vindt het vervelend om ze teleur te stellen, terwijl hij weet dat het zijn volste recht is. Consequentie is dat de respondent rechtdoor kijkt en harder gaat lopen. Dit gedrag is niet wenselijk voor de omringende detailhandel. Teveel verkeer kan ook problemen in de routes opleveren. Een respondent stoort zich aan het vele verkeer op de Oudegracht. Een voetganger wil niet al zijn aandacht geven aan het veilig bewandelen van de straat.

Een probleem wat niet door de respondenten werd aangekaart maar wel duidelijk werd in de routevorming is het einde van de Steenweg. De Steenweg eindigt in het oosten in een T-splitsing waar de Choorstraat kan worden betreden. Wanneer respondenten rechtdoor zouden kunnen lopen zouden zij de Oudegracht en het achterliggende gebied veel eenvoudiger en logischer kunnen betreden.

### Gewoontegedrag

De walkalong eindigde met een aantal vragen met betrekking tot de mate van gewoontegedrag bij het bepalen van de looproutes door de binnenstad. De vraag 'Hoe consequent gebruikt u deze route?', werd vaak beantwoord met een antwoord in lijn met dit antwoord:

*“Ik wijk wel eens af, maar dan in variaties op deze route. Wat we nu lopen is de kern van mijn route.”*

Dit is ook niet verwonderlijk, aangezien de walkalong is gebaseerd op de meest gebruikte looproute van de respondent. Vrijwel alle respondenten hebben een 'vast rondje' dat, waar nodig, wordt aangevuld met een kleine variatie.

Om tot meer inzicht te komen in het gewoontegedrag werd ook gevraagd wanneer de respondent voor het laatst een nieuw gebied in de binnenstad ontdekte en wat daarvoor de aanleiding was. Elke respondent kon daar wel een voorbeeld van geven, waarbij Ledig Erf en de Twijnstraat meerdere keren werden genoemd. De redenen voor deze ontdekkingen zijn in te delen in drie groepen. Allereerst geven een aantal respondenten aan dat de ontdekking van een nieuwe straat of een nieuw gebied te maken had met het bezoeken van een activiteit ter plaatse. Concreet ging het dan om een winkel, een afspraak, een bruiloftsfeest of een vergaderlocatie. Een tweede groep deed een nieuwe ontdekking in de binnenstad doordat vrienden hen meenamen naar die plek om het te laten zien. Een derde groep weet de ontdekking aan toeval. Een respondent over zijn ontdekking van het Buurkerkhof:

*“Ik fietste er langs en was nieuwsgierig, ik weet niet meer precies wat ik zag, ik wou gewoon even kijken.”*

De respondent die bovenstaande uitspraak deed wist helaas niet meer wat het was dat zijn aandacht trok en hem van zijn route deed afwijken. Dit onderzoek is daar juist wel naar geïnteresseerd. De laatste vraag van de walkalong luidde dan ook: hoe bent u te verleiden een door u niet eerder betreden gebied te ontdekken? Wat moet er te zien zijn? De helft van de respondenten zou een nieuw gebied of een nieuwe straat betreden wanneer ze er over getipt zouden worden door vrienden. De andere helft zou van zijn vaste route afwijken wanneer er elementen of gebouwen met een hoge esthetisch kwaliteit te zien zouden zijn. De woorden die respondenten daarvoor gebruiken zijn: *“goed onderhouden gebouwen”*; *“een oude historische uitstraling”*; *“mooie winkels, gevels of hofjes”*, of; *“kleine klinkertjes, smalle straten, mooie lantaarnpalen”*.



**Figuur 14: Dit zicht op Buurkerkhof vanuit de Donkerstraat verleide de respondent om een kijkje te nemen (door: anonieme respondent)**



Dit betekent dat dit de zwakke plekken zijn in het gewoontegedrag van binnenstadbezoekers. Omdat het afwijken van de bestaande route vaak een uitbreiding betekent, zouden wetenschappers en beleidsmakers hier verder onderzoek naar moeten doen.

### **5.2.2 De beleving van paths, nodes, landmark en districts in de binnenstad van Utrecht**

Deze paragraaf bestaat uit twintig pagina's waarin de walkalongs worden geanalyseerd voor zeven geselecteerde plekken in de binnenstad van Utrecht: Dom en Domplein, de Zadelstraat, de Oudegracht, de Potterstraat, de Neude, de Langejansstraat en het Janskerkhof. Dat wil niet zeggen dat andere plekken niet interessant zijn. Er is een schat aan informatie over praktisch de hele binnenstad verzameld, maar omwille van de leesbaarheid is een selectie noodzakelijk.

De selectie van deze plekken is in feite gestuurd door de respondenten. Vanuit het mental map onderzoek werd bekend dat de Neude, de Dom en het Janskerkhof typische plekken zijn die door Utrechters worden weergegeven op de mental maps. Het walkalong onderzoek heeft weten te achterhalen wat daar de achterliggende motivaties en emoties bij zijn. De Langejansstraat, het Domplein en de Potterstraat zijn ook deels meegenomen omdat ze volgens de ondernemersverenigingen een probleem vormen in de looproutes van mensen. Het walkalong onderzoek heeft daarom specifieke aandacht aan deze gebieden geschonken. De Zadelstraat en Oudegracht zijn mede geselecteerd omdat respondenten sterke emoties hadden bij deze straten en omdat ze de unieke waarde van deze straten goed wisten te beschrijven. De selectie kent een goede balans tussen landmarks, nodes, paths en districts en tussen topophilia en topophobia.

Per plek worden drie zaken beschreven. In de introductie wordt zo objectief mogelijk een korte beschrijving gegeven van de geschiedenis, de ruimtelijke configuratie en de huidige functies van de plek. Daarna volgt een beschrijving van de plek vanuit het oog van de respondenten. Als laatste worden de woorden en foto's van de respondenten geplaatst in de theoretische concepten die ten grondslag liggen aan dit onderzoek.

## Dom en Domplein

De Dom (112 meter hoog) is Utrechts meest in het oog springende kerktoeren en is gelegen op het Domplein. De locatie waar nu de Dom staat is al eeuwen een centrumlocatie. In 47 na Christus vestigden de Romeinen zich hier door een fort te bouwen aan een doorwaadbare plek in de Rijn, genaamd Trajectum. Vanaf toen is er veel strijd geweest om de macht over deze plek. In 1254 werd de eerste steen gelegd van wat zou uitgroeien tot de Domkerk. Een belangrijke gebeurtenis vond plaats in 1674 toen een orkaan het schip van de kerk verwoestte. Dit voorval zou de kerk voor altijd van de toren scheiden.

De Dom en het plein liggen iets ten zuiden van het winkelgebied, aan de Oudegracht. Vanaf het westen is het plein toegankelijk via de Oudegracht en de Servetstraat, vanaf het oosten via de Domstraat en de Voetiusstraat en vanaf het zuiden via de Korte Nieuwstraat.

Tegenwoordig heeft het plein deels een horecabestemming. De noord- en westzijde zijn gevuld met restaurants en terrassen. Op het plein bevindt zich naast de Dom ook de VVV en het Academiegebouw van de Universiteit. Het plein is ongeveer 6000 vierkante meter groot en vooral het zuidelijke gedeelte is rustig te noemen. Er is een bushalte, en ook voetgangers en fietsers hebben er voldoende ruimte. Auto's mogen het plein niet betreden.

### Door de ogen van de respondent

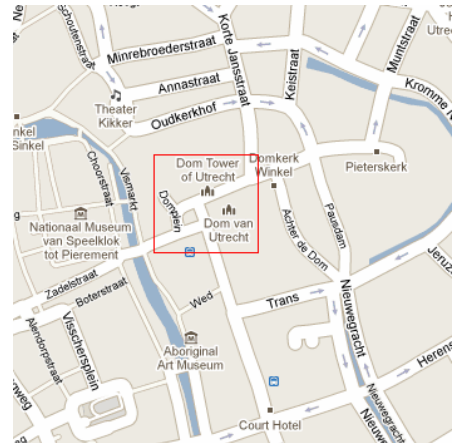
Wij, de voetgangers in de binnenstad van Utrecht, bezoeken de Dom en het Domplein zelden om hun voorzieningen. Het plein dient voor ons meer als fietspad om bijvoorbeeld van het Janskerkhof naar huis te fietsen. Toch zijn er een aantal dagen in het jaar waarop wij dit plein wel bezoeken. De belangrijkste zijn Koninginnedag en de dagen dat er mensen afstuderen in het Academiegebouw.

De Domtoren die op het Domplein staat is voor ons duidelijk te onderscheiden van zijn omgeving door de grootte. Ook de vorm is in onze beleving duidelijk te onderscheiden van andere kerktoeren in Nederland. Zo kunnen we er bijvoorbeeld onderdoor lopen, iets wat bij veel andere kerktoeren niet kan. Daarnaast staat de toren los van de kerk, heeft de toren een pilaarachtige structuur en een kenmerkende bovenkant:

*“De bovenkant is nogal plat, het klokgedeelte is breed en over het algemeen blijft hij breed tot in de top.”*

Degenen van ons die nog niet zo lang in Utrecht woonden gebruikten de Dom als referentiepunt om de weg te vinden. Later was dat niet meer nodig, maar wanneer we anderen de weg moeten uitleggen gebruiken we de Dom nog wel. Het is handig om locaties te betitelen als *links of rechts* van de Dom. Het Janskerkhof ligt voor sommigen *achter* de Dom. Eén van ons gebruikt de Dom nog steeds om richting te bepalen:

*“Ja, als ik zou verdwalen zou ik hem wel zoeken. Je kunt hem bijvoorbeeld vanuit de Bilt heel goed zien maar ook vanaf de gevangenis zoek ik hem wel eens op.”*



### Leeswijzer

De hierboven beschreven introductie is een zo objectief mogelijke weergave van de geschiedenis en tegenwoordige functie van de Dom en het Domplein. Maar objectiviteit is niet alles. De stadsgeograaf Monheim (1998) beschrijft dat als volgt: *“The attractiveness of the city centre depends not only on its physical structures but very much on the subjective perception of them; therefore judgements on accessibility, goods and services offered and the urban ambiance should be recorded”*.

Daarom krijgen de respondenten die meededen aan de walkalongs in deze paragraaf het woord, letterlijk. Deze paragraaf is dan ook geschreven in eerste persoon meervoud. Dit geldt ook voor de ‘Door de ogen van de respondent’-paragrafen in het vervolg van dit hoofdstuk. De quotes zijn van respondenten.

Hoewel we deze locatie weinig bezoeken is de binding met de Dom er niet minder om. Toen de onderzoeker ons vroeg wat de betekenis van de Dom in onze beleving was, waren er anekdotes te over. Voor de één staat de Dom symbool voor religie, door de klokken en de historie. De ander heeft het bouwwerk al vaak vastgelegd met zijn fotocamera. De Dom vervult ons met trots:

*“De Dom is het belangrijkste van Utrecht. We heten niet voor niks de Domstad.”*

Ook het Domplein kreeg de nodige aandacht tijdens onze wandelingen door de binnenstad. Over de omvang van het plein waarop de Dom staat waren we het al snel eens. Het plein bestaat uit de open ruimte tussen de omringende gevels tot aan de ingangen van straten die op het plein uitkomen. Over de horecagelegenheden aan de noord- en westkant van het plein bestond meer onenigheid. Over het algemeen vonden we dat deze gebouwen en terrassen nog wel bij het plein horen maar de helft van onze groep ziet de terrassen aan de westkant van het plein niet meer als onderdeel van het Domplein.

Omdat het gebied volgens de ondernemersverenigingen een probleemgebied is werd dit ook ter sprake gebracht door de onderzoeker. Op de vraag of we ons konden voorstellen dat mensen een negatieve associatie hebben met dit gebied, antwoordde één van ons:

*“Is er niet laatst weer iemand vanaf gesprongen? Ja toch?”*

En het zijn niet alleen mensen die van de toren naar beneden kunnen komen, er komen ook andere voorwerpen en vloeistoffen naar beneden. Andere problemen vinden 's nachts plaats. Gebrek aan verlichting, zwervers en dronken mensen maken het plein niet een van de gezelligste in Utrecht. Het onderhoud is niet best met al die kuilen in de weg en het lijkt een doodse plek. Je hebt alleen de muren om je heen en een grijs trottoir.

De meningen over het Domplein liepen uiteen. Sommigen van ons houden van deze plek, sommigen voelen zich er ongemakkelijk bij en weer anderen verafschuwen het. De rust en het academiegebouw dragen bij aan een positieve beleving. Daarnaast begon voor een aantal van ons de introductie in het studentenleven tijdens de UIT-week en dat staat ons nog vers in het geheugen:

*“Het is een sacrale plek, je begint en eindigt je studententijd hier als het goed is.”*

Maar een aantal van ons noemde ook de negatieve kanten van het plein: het gebrek aan winkels, kroegen en levendigheid op het plein en de zwervers en dronken mensen in de nacht:

*“Het is hier donker en er staat een kerk. Die combinatie vraagt om onverwachtse mensen omdat een kerk hoeken en nissen heeft waar mensen zich in verschuilen. Daarnaast zou het plein zonder bomen moeten zijn; ik snap niet waarom die hier staan. Het maakt het plein minder imposant. Kijk naar kerkpleinen in het buitenland; ze zijn leeg en open, je kunt de kerk en de toren goed bekijken. De bomen ontnemen het zicht en verkleinen de uitstraling.”*

Eén van ons stelde dat de naamgeving van het plein grote verwachtingen schept maar dat het die niet waarmaakt. Als de Dom de hoogste kerktoren is, dan zal het Domplein wel het mooiste plein zijn, zou je denken. Voor sommige mensen voldoet de werkelijkheid niet aan de verwachtingen.



**Figuur 15: De Dom vanaf de Steenweg (door: anonieme respondent)**



**Figuur 16: De 'pilaarachtige structuur' van de Dom (door: anonieme respondent)**

### Terugkoppeling naar de theorie

Nu de voetgangers aan het woord zijn geweest is het zaak hun uitspraken te vangen in de theoretische concepten zoals die zijn besproken in hoofdstuk 2. Eén van de steunpilaren van dit onderzoek is het werk van Kevin Lynch zoals besproken in § 2.4. De kern van zijn betoog is de *imageability* van een stad en een plek. Het is de kwaliteit van een fysiek object die ervoor zorgt dat het object een sterk beeld achterlaat bij elke persoon. Een 'highly imageable city' verleidt het oog en het oor en maakt het individu attent op zijn omgeving, waardoor hij beter georiënteerd is en zich er makkelijker door kan bewegen.

In de concepten van Lynch is de Dom een landmark en het Domplein een district. De imageability van een landmark wordt versterkt wanneer het afsteekt bij zijn ruimtelijke context, een eenduidige vorm heeft, een hoge mate van detail bezit, wanneer het van verre zichtbaar is en wanneer het vaak zichtbaar is. De respondenten gaven te kennen dat zij de Dom in hun eerste jaren in de stad vaak als referentiepunt gebruikten. Dit kan alleen als de Dom vaak en van verre zichtbaar is. Dat de Dom afsteekt bij zijn ruimtelijke context is voor de respondenten onomstreden. Ze geven aan dat de toren losstaat van de kerk en de grootste toren in de stad is. De opmerking dat de toren een pilaarachtige structuur heeft kan wijzen op een eenduidige vorm. Wat vorm betreft weten de respondenten redelijk goed het kenmerkende ervan te beschrijven (breed tot in de top, bovenste gedeelte open). De mate van detail wordt door respondenten niet aangekaart. Vanuit de theorie van Lynch kan gesteld worden dat de Dom een zeer hoge imageability heeft voor de respondenten.

De imageability van het Domplein moet voldoen aan andere eisen. Voor een district is het belangrijk dat het een bepaalde fysieke homogeniteit heeft (zelfde verlichting, bestrating e.d.) en duidelijk begrensd is. Een sterke interne ordening kan ook meehelpen. Wat betreft begrenzing is de westkant van het plein een zwakke plek. Respondenten zijn het er duidelijk niet over eens of dit onderdeel is van het plein. De fysieke homogeniteit van het district is de open ruimte. Respondenten zien het Domplein als een plein, dat logischerwijs ophoudt wanneer het plein overgaat in een straat.

Topophilia is een concept van Yi-Fu Tuan (1974) en doelt op de *love of place*, zie § 2.7.1. De respondenten geven aan dat ze een positieve binding met de Dom en het Domplein hebben vanwege de link met religie, door de klokken en de historie. De Dom vervult de respondenten met trots. Een positieve binding met het plein komt door de rust die er heerst en de aanwezigheid van het academiegebouw.

Topophobia refereert aan de *fear of place*. In het geval van de Dom en het Domplein zijn het vooral *de anderen* die de binding met deze plek negatief beïnvloeden. Respondenten noemen zwervers en dronken mensen in de nacht.

Wat betreft de keuze om een looproute langs deze locaties te maken kunnen een aantal opmerkingen worden geplaatst. Wat betreft de fysieke factoren geven respondenten aan dat het onderhoud van het Domplein te wensen overlaat en dat er kuilen in de bestrating te vinden zijn. Voor bijvoorbeeld invaliden kan dit een probleem vormen. Op sociaal-cultureel vlak is al besproken dat zwervers en dronken mensen in de nacht een negatieve invloed hebben op de binding met het plein en daarmee ook op de routevorming langs deze locatie. Wat betreft ongewenst gedrag vertelde één van de respondenten een anekdote over een traditie onder de leden van het Utrechts Studenten Corps:

*“Wist je dat USC’ers niet onder de Dom mogen lopen omdat er een keer een USC’er is overleden? Iemand sprong van de Dom en belandde op het hoofd van een USC’er. Dat gangetje onder de Dom is de enige plek in Utrecht waar je nooit een lid van het Utrechts Studenten Corps zal aantreffen.”*

Wat betreft cognitieve factoren die van invloed zijn op de keuze van een route langs deze locatie, kan gesteld worden dat er voor de respondenten weinig voorzieningen zijn waarvoor zij de locatie bezoeken. Een *goal-oriented, efficient go-getter* zal deze plek minder snel bezoeken en een *broadly interested flaneur* vaker.

## Zadelstraat

De Domtoren die hiervoor besproken is, is goed zichtbaar vanuit de Zadelstraat. De Zadelstraat is ongeveer 130 meter lang en ligt ten westen van de Domtoren. De Zadelstraat verbindt Mariaplaats met de Oudegracht en de Servetstraat, maar is meer dan een verbindingsweg. Men vermoedt dat de Zadelstraat al ontstond in 1165, toen er gerept werd over de toegangsweg naar het Castellum Ultrajectum (zie ook § Dom en Domplein). Deze straat is waarschijnlijk de eerste stenen weg in Nederland.

Naast een rijke historie kent de straat een rijk palet aan winkels. De grote filialen zijn hier niet te vinden, speciaalzaken des te meer. Cadeauwinkels, kookwinkels en cafés bepalen het straatbeeld. De straat is niet voor auto's toegankelijk en wordt veel door fietsers gebruikt. Door middel van paaltjes worden de voetgangers- en fietsersstromen gescheiden.



### Door de ogen van de respondent

In onze beleving begint de Zadelstraat bij de Mariaplaats en eindigt hij bij de Oudegracht of de Dom. Eén van ons merkte op dat de Zadelstraat begint waar de klinkers grijs worden.

Gevraagd naar de unieke kwaliteiten van de Zadelstraat noemden we de duidelijke scheiding tussen voetgangers en fietsers doormiddel van paaltjes. Het uitzicht op de Dom is ook kenmerkend voor de Zadelstraat, wat het een unieke setting geeft. Met al die verschillende soorten gevels is de bebouw typisch Utrechts; leuk en oud. Eigenlijk is dit het geval over de hele Zadelstraat. Daarom zouden de straat ook niet opdelen in onderscheidende delen.

De reden waarom we in deze straat komen is niet alleen om ons te verplaatsen. Deze straat is juist een straat om naartoe te gaan. We kopen hier cadeautjes, bezoeken de groene winkel en de nieuwe winkel van Floortje Dessing. Eén van ons komt hier voor de sfeer van de straat. Het volgende citaat geeft onze motivatie om deze straat te bezoeken goed weer:

*“Deze straat heeft een aantal specifieke winkels waar je dingen kunt vinden die nergens anders te krijgen zijn.”*



**Figuur 17:** Zicht op de Dom vanuit de Zadelstraat (door: anonieme respondent)



**Figuur 17b:** De Zadelstraat (door: anonieme respondent)



**Figuur 17:** De paaltjes die de fietsers scheiden van de voetgangers (door: anonieme respondent)

Het zal dan ook niet verbazen dat we deze straat erg waarderen. Als tegenpolen van deze straat noemen we de Mariastraat, de Steenweg en de Choorstraat. Alles wat ontbreekt in die straten heeft de Zadelstraat wel:

*“Heerlijk hier. Niet druk, volgens mij geen moment van de dag. Er komt hier leuk publiek, niet van die plebs van de Steenweg.”*

*“Ik vind het hier echt prachtig. De Steenweg is een noodzakelijk kwaad, daar moet je nou eenmaal doorheen met die stinkende elektronicaconcerns en winkels, maar de Zadelstraat, dat is verborgen schoonheid. Fijn om nog even doorheen te lopen, een goede afsluiting van een dagje shoppen. Hier kom je even de sfeer proeven. Hier hou ik gewoon van.”*

### Terugkoppeling naar de theorie

Hoe moeten de uitspraken van de voetgangers geïnterpreteerd worden? De Zadelstraat is in termen van Lynch een *path*. Een *highly imageable path* is vaak sterk op de volgende punten (zie ook § 2.4.1):

- **Unieke kwaliteit** (bijvoorbeeld verlichting of concentratie van bepaalde voorzieningen).
- **Continuïteit**. Wanneer de unieke kwaliteit over het hele path teruggevonden kan worden werkt dit de continuïteit, en daarmee de imageability, in de hand.
- **Richting**. Een ‘highly imageable path’ is een path dat duidelijk ergens naartoe leidt.
- **Checkpoints**. Checkpoints op een path zijn punten in een straat waar mensen altijd ‘voor’, ‘bij’ of ‘na’ zijn, zoals een kruising, winkel of MacDonalds. Als een looproute een serie van dat soort momenten kent, het bereiken en passeren van subdoelen, krijgt het een doel in zichzelf en wordt het een waardevolle ervaring.

De Zadelstraat scoort goed op deze elementen. De unieke kwaliteiten zijn, in de beleving van de respondenten, de duidelijke scheiding tussen voetgangers en fietsers, het zicht op de Dom en de ouderdom en diversiteit van de gevels. Deze drie kwaliteiten zijn vanaf het begin tot het einde van de Zadelstraat aanwezig en respondenten voelen niet de drang om de straat op te delen in onderscheidende delen. Wat betreft de richting van de straat presteert de Zadelstraat ook goed. Respondenten zeggen in koor dat de straat begint bij de Mariaplaats en eindigt bij de Oudegracht of de Dom. De Zadelstraat heeft echter niet veel checkpoints. De respondenten noemen de Keck & Lisa, maar die zit op de hoek bij de Mariaplaats. Tussen het begin en het einde van de Zadelstraat weten de respondenten hun locatie niet zo goed te beschrijven. De interviewvraag: ‘Als iemand u nu zou opbellen en zou vragen waar u nu op de Zadelstraat bent, wat zou u dan zeggen?’, werd door een respondent beantwoord met:

*“Ik zou zeggen dat ik bij de Dom ben, en dan zou ik daar naartoe lopen.”*

Is de Zadelstraat een plaats om van te houden, of een plaats om te vrezen? Is het een topophilia of topophobia? De respondenten zijn het er duidelijk over eens dat hier sprake is van topophilia. In de nabije omgeving van de Zadelstraat bevinden zich de Choorstraat, de Steenweg en de Mariastraat, straten die als ‘zielloos’, ‘te druk’ of ‘niet bijzonder’ worden gekwalificeerd. In de beleving van de respondenten steekt de Zadelstraat er wat betreft rust en unieke kwaliteiten met kop en schouders bovenuit. De woorden die dat onderstrepen zijn: ‘Heerlijk’, ‘prachtig’, ‘leuk publiek’, ‘verborgen schoonheid’ en ‘hier hou ik gewoon van’.

Uit de walkalongs bleek dat de Zadelstraat als één van de weinige straten door niemand werd genoemd als straat die puur voor verplaatsing werd gebruikt. Er was zelfs een respondent die halverwege de Zadelstraat vaak pas beseftte dat hij er opzich niets te zoeken had maar er toch wilde zijn. De Zadelstraat wordt heel bewust opgenomen in de looproutes vanwege de kwaliteiten die alleen op de Zadelstraat terug te vinden zijn. Tijdens de walkalongs bleek ook vaak op de Choorstraat of de Mariaplaats dat respondenten daar kwamen om de Zadelstraat te bezoeken.



## Oudegracht

De Oudegracht is voor velen de bekendste gracht in Utrecht. Het verbindingsstuk tussen de Kromme Rijn en de Vecht is zo'n twee kilometer lang en bestaat deels vanaf de 12<sup>e</sup> eeuw. De gracht doorsnijdt de binnenstad van zuid naar noord. Een bijzonder element aan de gracht is de aanwezigheid van werven. Hoewel de oevers van de gracht aanvankelijk schuin afliepen, maakte de aanleg van de Weerdsluis in 1275 het mogelijk om het waterpeil beter te controleren waardoor het waterpeil constant laag kon worden gehouden. Vanaf toen konden vanuit de kelders van de aangrenzende panden tunnels onder de straat worden gegraven naar de gracht. Door nieuwe kades aan te leggen ontstonden de typische werven en werfkelders.

Wanneer je in de binnenstad bent is de Oudegracht nooit ver weg. Hij loopt van zuid naar noord, met een bocht vanaf de Domkerk en het Stadhuis tot de Viebrug. De Oudegracht is meestal goed toegankelijk voor fietsers en voetgangers maar auto's en andere motorvoertuigen zijn lang niet overal toegestaan.



De Oudegracht kent een keur aan functies. De werven zijn erg in trek bij restaurants, die van de werven terrassen maken. Veel detailhandel is gevestigd aan de straten die parallel liggen aan de Oudegracht. Meer naar het noorden toe zijn er ook kantoren te vinden, een bioscoop en een fitnesscentrum. Richting het zuiden is een concentratie van tweedehandszaken gevestigd aan de Oudegracht, alsmede poppodium Tivoli.

### Door de ogen van de voetganger

Wij, de voetgangers, komen altijd op de Oudegracht als we in de binnenstad zijn. Soms maar een klein stukje, maar we zien hem altijd. Grofweg zijn er drie redenen waarom wij op de Oudegracht komen. De eerste is om er te eten of te drinken, om er kleding te kopen of andere winkels te bezoeken. Van al die dingen heeft de Oudegracht er veel te bieden, dus je kunt er nauwelijks omheen. Een tweede reden ligt wat meer in de relaxte sfeer. We komen er om te slenteren in onze vrije tijd. We bezoeken de winkels of gaan even bij het Stadhuis zitten. De derde reden is dat de Oudegracht een belangrijke fiets- en looproute door de binnenstad is. Je kunt je eenvoudig van noord naar zuid verplaatsen. Eén van ons zei:

*“Als ik het Ledig Erf niet kan vinden zorg ik dat ik op de Oudegracht kom, en dan fiets ik hem af totdat ik het Ledig Erf weer zie.”*

Voor ons is het dan ook redelijk duidelijk waar de Oudegracht begint en eindigt. Het begin is bij de Weerdbrug, de Weerdsluis of het Nijntjepleintje en het einde is bij de Twijnstraat of het Ledig Erf. Dat betekent echter niet dat we vinden dat de Oudegracht een straat uit één stuk is. De meesten van ons delen hem op in drie delen. Het eerste deel loopt vanaf het begin (bij de Weerdbrug) tot aan de Viebrug. Dit gedeelte beschrijven we als ‘anoniem’, ‘minder gezellig’, ‘rustiger’, ‘buiten het centrum’, ‘weinig te vinden’, ‘geen winkels’ en ‘wel woningen’. Ditzelfde geldt voor het derde gedeelte, vanaf het Wed tot aan het einde bij het Ledig Erf. Het tweede deel, dat daar tussenin ligt, is duidelijk anders.

Het middengedeelte van de Oudegracht heeft een aantal unieke kwaliteiten. De werven mogen daarbij als eerste genoemd worden. Nergens in Nederland vind je ze terug. Uiteraard is het bijzondere van deze straat dat er water stroomt en bootjes varen. De combinatie van



**Figuur 18: Deel 1 en 3 van de Oudegracht: rustiger, minder gezellig, woningen (door: anonieme respondent)**



werven en water maakt dat er heerlijke terrassen aan liggen. Wanneer wij denken aan de Oudegracht zien we werven, water en groen. Ook uniek aan de Oudegracht is dat er altijd iets te doen is. Een voetganger in de binnenstad van Utrecht die op zoek is naar iets leuks, weet dat de Oudegracht hem dat gaat geven. Deze opsomming van kwaliteiten is deels over de hele Oudegracht te vinden maar vooral tussen de Viebrug en het Wed. Eén van ons vatte het origineel samen:

*“Er is een verschil tussen stadsgracht en centrumgracht. Centrumgracht is waar het gebeurt, waar het niet gaat om de looks maar om de gebeurtenissen. Het is hier bij de centrumgracht afgeladen vol, terwijl het bij de stadsgracht esthetisch mooier is. Maar de centrumgracht geeft je die echte stadsbeleving, net als de Twijnstraat je dat geeft.”*

Op de vraag waar de Oudegracht ons naartoe leidt waren de antwoorden wisselend: Ledig Erf, huis, de binnenstad, winkels, leuke dingen of mijn vriendin. Samenbindend is dat de Oudegracht eigenlijk overal naartoe leidt. Het is een straat die bijna niet te ontlopen is. Bijna altijd heb je hem nodig om van a naar b te komen. Herkenningspunten op de Oudegracht zijn de Winkel van Sinkel, het stadhuis, de Selexyz, het Wed, de Twijnstraat, Broodje Ben, de HEMA, de Dom, de sociëteit van SSR, de Planeet, de Camera en King Arthur. Als wij als voetgangers op de Oudegracht zijn en we worden gebeld door een bekende met de vraag waar we zijn, dan refereren we aan die punten om onze locatie te verduidelijken.



**Figuur 19: “Centrumgracht, afgeladen vol” (door: anonieme respondent)**

Het beeld van de Oudegracht beperkt zich echter niet tot herkenningspunten en het begin en einde van de Oudegracht. De Oudegracht is een beleving, een gevoel. Als meest bekende punt in Utrecht is de Oudegracht voor ons onlosmakelijk verbonden met de binnenstad. Wij beleven de straat als een levendige en actieve plek, waar je de drukte ook goed kunt ontwijken door te vluchten naar een terras. Die dynamiek tussen drukte en rust is voor ons als voetgangers interessant. We noemen de Oudegracht vaak het symbool van Utrecht en als een van de mooiste plekken van de stad. De meest emotionele voetganger onder ons moest bekennen:



**Figuur 20: Oudegracht bij Winkel van Sinkel. “Dit doet me wat” (door: anonieme respondent)**

*“Ik ben bij heel veel straten neutraal, dan heb ik er niets mee, of weinig. Beetje onzin ook, die binding. Maar de Oudegracht, met dat bochtje bij de Winkel van Sinkel en de terrasjes, dat doet me wel wat. Als het lekker weer is hangt hier een leuke sfeer. Als je eenmaal ergens zit kan het heel rustig zijn. Kijk, andere straten kunnen heel druk zijn, maar op de Oudegracht kun je goed relaxen.”*

De onderzoeker zocht natuurlijk ook naar kritische opmerkingen maar die waren vaak niet te vinden. Zo fietst een aantal van ons juist 's nachts over de Oudegracht omdat het er dan zo veilig is. Een kritische noot wordt wel geplaatst bij de enquêteurs voor het Stadhuis. Vooral mensen die moeite hebben om nee te zeggen ondervinden hinder op deze plek. De plek wordt niet ontweken, maar sommigen lopen hard door en houden de blik stijf naar voren gericht. Een ander punt van kritiek is de drukte. Op bepaalde dagdelen ervaren de voetgangers te grote drukte, die leidt tot ergernis. Op sommige plekken, bijvoorbeeld ter hoogte van de Dom (Servetstraat), moeten fietsers en voetgangers zich gezamenlijk door een nauwe doorgang persen, wat door beide partijen als onveilig wordt ervaren.

### Terugkoppeling naar de theorie

De Oudegracht is in dit onderzoek benaderd als path. Bij de terugkoppeling naar de theorie van de Zadelstraat is reeds beschreven waar een 'highly imageable path' aan moet voldoen. Hieronder worden dezelfde zaken besproken voor de Oudegracht.

De unieke kwaliteiten van de Oudegracht zijn in de ogen van respondenten de werven, het water, de grote hoeveelheid groen en dat er altijd iets te doen is op de Oudegracht. Wanneer deze unieke kwaliteiten over het hele path teruggevonden worden werkt dit de continuïteit, en daarmee de imageability, in de hand. De Oudegracht wordt echter zelden door de respondenten als één geheel waargenomen. Ten noorden van de Viebrug en ten zuiden van het Wed gelden niet al deze unieke kwaliteiten. Toch heeft de Oudegracht voor respondenten een duidelijk begin- en eindpunt; de Weerdsloop en Ledig Erf.

De richting van het path duidt op de aanname dat een path feitelijk wordt waargenomen als een ding dat ergens naartoe leidt. Een 'highly imageable path' is een path dat duidelijk ergens naartoe leidt. In het geval van de Oudegracht zijn de respondenten het niet eens over de locaties waar de Oudegracht hen naartoe leidt. Eigenlijk is het beter: de Oudegracht leidt hen overal naartoe. In de beleving van de respondenten is de Oudegracht onmisbaar om je te verplaatsen tussen twee plekken in de binnenstad; je kunt er niet omheen.

Checkpoints op een path zijn punten in een straat waar mensen altijd 'voor', 'bij' of 'na' zijn, zoals een MacDonalds. Het middelste gedeelte van de Oudegracht, tussen Viebrug en het Wed, is rijk voorzien van checkpoints. Respondenten hebben geen moeite zichzelf te plaatsen op deze straat. Op de andere gedeeltes van de Oudegracht is dit veel moeilijker. Ten zuiden van het Wed lijken checkpoints haast te ontbreken, op Tivoli na.

De Oudegracht is een duidelijk voorbeeld van topophilia in de beleving van de respondenten. Het gros van de ervaringen die gelinkt worden aan de Oudegracht zijn positief. De woorden die de Oudegracht beschrijven zijn: 'levendig', 'rustig', 'terrasjes', 'gezellige drukte' en 'symbool van Utrecht'. Negatieve ervaringen concentreren zich op de drukte en op de enquêteurs bij de Stadhuisbrug. Enquêteurs jagen sommige mensen op, terwijl mensen hier juist zouden kunnen en willen vertragen vanwege de ruimte.

Wat betreft de looproutes over de Oudegracht blijkt dat respondenten een bezoek aan de binnenstad niet kunnen en willen uitvoeren zonder de Oudegracht te hebben belopen. Omdat deze straat je overal naartoe brengt is hij onmisbaar, men kan hem nauwelijks uit de weg gaan.

## Potterstraat

De Potterstraat was in de jaren '20 en '30 van de vorige eeuw onderdeel van een plan van de gemeente om een brede west-oost verbinding aan te brengen door de binnenstad. De verbreding moest plaatsvinden vanaf het station door de Lange Viestraat, Potterstraat, Langejansstraat, Nobelstraat en Nachtegaalstraat. Doel van het plan was onder andere dat er door de verbreding een tram zou kunnen rijden. In 1924 werd de Potterstraat verbreed en het postkantoor gebouwd dat nu zo beeldbepalend is. De tram bleef tot 1949 in dienst maar werd daarna vervangen door bussen.

De Potterstraat is zo lang als de Dom hoog is (112 meter) en verbindt de Oudegracht met de noordkant van de Neude. In westelijke richting gaat de Potterstraat over in de Lange Viestraat, in oostelijke richting verandert de straatnaam in Langejansstraat. De Potterstraat is onderdeel van de busroute van het station naar de oostelijke delen van de stad en de provincie. De straat is dan ook voornamelijk een busbaan, met daaraan parallel fietspaden en trottoirs. Auto's zijn niet welkom.

Op de Potterstraat bevindt zich een opmerkelijke concentratie van uitzendbureaus. De lange rij uitzendbureaus wordt slechts onderbroken door een discotheek en een fastfoodrestaurant. De zuidzijde van de straat wordt geheel in beslag genomen door de zijkant van het postkantoor dat op de Neude staat. Een belangrijke functie van de straat is het openbaar vervoer, de perrons van de bushaltes zijn zo lang als de straat zelf. Vooral rond spitsuur is deze straat erg druk.

### Door de ogen van de voetganger

Voor ons als voetgangers is de Potterstraat puur functioneel omdat we ergens naar op weg zijn en deze straat nu eenmaal de snelste route is. Het enige dat wij op de Potterstraat doen is pinnen bij de vier pinautomaten van de ING. Dus als iemand ons belt en vraagt waar we zijn, dan zeggen we dat we bij de PIN zijn, of bij de Neude. Wat betreft de richting van de Potterstraat zeggen wij dat hij ons brengt naar de Neude, de Voorstraat, de Oudegracht en de Uithof.

De unieke kwaliteiten van de Potterstraat zijn in onze ogen het postkantoor, de glazen afscheiding die de busperrons scheidt van de fietspaden, de drukte en de bussen. Vooral dat laatste was voor ons allen de gemene deler:

*"Deze straat is een bus."*



**Figuur 23a:** Voetgangers, fietsers, bussen, iedereen moet hier alert zijn (door: anonieme respondent)



**Figuur 23b:** De vier pinautomaten aan de Potterstraat (door: anonieme respondent)



**Figuur 23c:** Zijkant postkantoor (door: anonieme respondent)

De onderzoeker vroeg ons ook of we ons konden voorstellen dat de Potterstraat een probleemgebied is volgens een ondernemersvereniging. De meesten van ons kunnen zich dat goed voorstellen. Sommigen van ons noemen de weinig esthetische kwaliteiten van de straat, maar belangrijker is de drukte. De donkere, hoge gebouwen en de glazen afscheidingen voor fietsers geven een opgesloten gevoel. We kunnen ons voorstellen dat dat nodig is voor de veiligheid, maar het is niet prettig. De combinatie met de talloze voetgangers, fietsers en bussen die elkaar ook nog kruisen, maakt de straat onveilig en vraagt veel van de oplettendheid:

*“Het is druk. Het verkeer is onveilig. Het gaat hier gewoon hard.”*

Kortom, wij hebben totaal geen binding met deze straat. Het doet ons niets, typisch een route op weg naar iets anders. Maar ondertussen vraagt de straat wel van ons dat we superalert zijn.

#### Terugkoppeling naar de theorie

Net zoals de Zadelstraat en de Oudegracht is ook de Potterstraat een path. Daarom bespreken we achtereenvolgens de unieke kwaliteit, de continuïteit, de richting en de checkpoints.

Gevraagd naar de onderscheidende kwaliteiten van de Potterstraat noemden de respondenten het postkantoor, de glazen afscheiding die de busperrons scheidt van de fietspaden, de drukte en de bussen. De kwaliteiten zijn over de hele Potterstraat aanwezig, bevestigd door de uitspraak van een respondent dat deze straat eigenlijk één lange bus is. Over continuïteit dus niets te klagen. De richting van de Potterstraat is ook geen probleem voor respondenten. De Neude, de Voorstraat, de Oudegracht en de Uithof worden genoemd als plekken waar deze straat hen heen leidt. Dat deze straat de respondent ergens brengt is duidelijk. De Potterstraat kent eigenlijk geen checkpoints, iets wat voor de beperkte lengte van de straat ook niet verwonderlijk is.

In de verhalen die de respondenten vertelden over hun binding en ervaringen met de Potterstraat waren weinig woorden van liefde voor de plek te vinden. De meest positieve associatie was die met het postkantoor, dat door één respondent mooi werd gevonden. Voor de rest waren de respondenten duidelijk in hun beleving: De Potterstraat is een weg die men gebruikt om zichzelf te verplaatsen, en daarmee is alles gezegd.

*“De sfeer is hier: zittend wachten op de bus, of doorlopen. Het doet me niks.”*

Terwijl de Potterstraat geen topophilia is heeft hij wel degelijk nut in de looproutes van de respondenten. Bezoekers uit de noordelijke wijken van Utrecht kunnen bijna niet om de straat heen en de respondenten geven in hun motivatie om de straat te bezoeken dan ook aan dat ze hem allemaal gebruiken om doorheen te fietsen of hun fiets te stallen. De duidelijke ruimtelijke structuur van de straat in combinatie met de mogelijkheid om met de bus aan te komen of de fiets te stallen maakt dat veel respondenten hun looproute hier beginnen. In het onderzoek is het niet getest, maar het zou zeker de moeite waard zijn om te kijken of ouderen of minder validen zich in de hectiek van de Potterstraat weten te redden.

## Neude

De Neude is een plein in de Utrechtse binnenstad. Neude komt van het woord node, wat 'moerassige laagte' betekent. De plek heeft destijds die naam gekregen omdat het gesitueerd was in een oude Rijnbedding. Aan het eind van de 15<sup>e</sup> eeuw werd besloten de bodem van de plek te versterken door er puin, zand en keien in te storten. Vanaf toen was de Neude onderdeel van de kern van de binnenstad. Marktkooplui verkochten hier hun waar omdat de Neude aan een handelsverbinding tussen Holland en de Gelre lag, criminelen werden hier geëxecuteerd en politici hielden hier hun toespraken aan de pomp.

Tegenwoordig ligt De Neude praktisch in het centrum van het winkelgebied in Utrecht en is hij van zeven kanten te benaderen.

Het plein is fors (4500 m<sup>2</sup>), maar niet het grootste in de stad. Via de Vinkenburgstraat is de Oudegracht dichtbij, via de Schoutenstraat is het Stadhuis te bereiken en via de Voorstraat is de Biltstraat ook op loopafstand. De belangrijkste verkeersader toucheert het plein aan de noordzijde, waar talloze busverbindingen vanaf het station richting het oosten van de stad en de provincie lopen.

Zoals al beschreven heeft het plein vele functies gekend. Tegenwoordig is de horeca sterk vertegenwoordigd met terrassen die in de zomer bijna de helft van het plein in bezit nemen. Het plein is ook geregeld de locatie voor festivals en evenementen. Het is bijna niet voor te stellen dat het plein tot in de jaren '90 van de vorige eeuw dienst deed als parkeerplaats. Nu zijn het de fietsers en de voetgangers die het plein domineren.

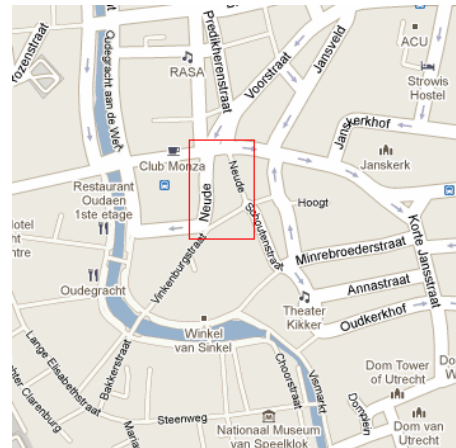
### Door de ogen van de voetganger

Wij, de voetgangers, komen vaak op de Neude. Ten eerste is het een goede plek om af te spreken met andere mensen, het ligt centraal en iedereen kent het. Eén van ons gebruikte de pinautomaat bij de ABN altijd als plek om af te spreken met dates. Sinds ze op één van deze ontmoetingen haar ex-vriend tegenkwam is ze toch maar geswitcht van locatie. Daarnaast komen veel van ons hier om op het terras te zitten en een biertje te drinken. Het is het perfecte begin of einde van een dagje shoppen. Mensen zijn hier relaxed. Iemand van ons zei terecht:

*"Mensen zijn op de Neude altijd aan het hangen. De Potterstraat is een straat waar iedereen in beweging is, de Neude is de plek waar iedereen tot stilstand komt om in de zon te zitten."*

De onderzoeker vroeg waar volgens ons de grens van het plein loopt, wat er nog net wel en niet meer bij het plein hoorde. We waren het niet helemaal eens. Voor ons staat vast dat de Neude zich bevindt tussen de gevels aan de oost-, zuid- en westzijde van het plein. De noordkant van het plein is wat lastiger. De meesten van ons vinden dat het plein tot aan het fietspad of de busbaan loopt. Een enkeling vindt dat het standbeeld van het konijn er ook bij hoort. Maar over het algemeen kunnen we zeggen:

*"De bus rijdt langs de Neude, niet over de Neude. En als je bij de Lorje's staat, sta je bij de Neude, niet op de Neude. Eigenlijk is het alles wat verhoogd is."*



**Figuur 24: De Neude, de rode Beurs en de Dom als herkenningspunt (door: anonieme respondent)**



Wij vinden dan ook dat de Neude heel goed te herkennen is. We verwarren het nooit met een ander plein. De herkenbaarheid wordt in de hand gewerkt door het postkantoor, de rode Beurs, de terrasjes en aan het konijn aan de overkant. Misschien is de Neude ook wel zo herkenbaar omdat het duidelijk een plein is maar geen toren of kerk heeft. Wat dat betreft is het zicht op de Domtoren een beter herkenningspunt.

De vraag van de onderzoeker of we een binding hebben met deze plek leidde tot een stortvloed aan ervaringen en gevoelens die samenhangen met deze plek. Het grootste deel daarvan is zeer positief, misschien wel het positiefst van de hele looproute. Allereerst is een veelgenoemd woord: levendig. De Neude is een levendige plek. Als je er langs loopt zie je dat aan de vele mensen op de terrassen en de fietsers die aan alle kanten langs het plein fietsen. Een ander belangrijk aspect is juist de rust en de gemoedelijkheid. De eerder aangehaalde vergelijking met de Potterstraat is duidelijk aanwezig. De Neude is geen plek van inspanning, maar een plek van ontspanning. Als laatste moet genoemd worden dat de gevoelens bij deze plek ook duidelijk samenhangen met zijn centrale ligging in de stad, misschien wel het best verwoord op deze manier:

*“Ik voel me hier altijd relaxed. Het is het centrum van de stad. Als ik op de Neude ben sta ik altijd op het punt wat leuks te gaan doen; de kroeg in, terrasje pakken, shoppen met m’n meisje.”*

Tot onze verbazing was er echter ook iemand die de Neude een verschrikkelijk plek vond. Op de vraag hoe zij het hier vond en of ze een binding had met deze plek antwoordde ze resoluut:

*“Verschrikkelijk. Er zijn altijd grote vrachtauto’s die dingen opbouwen en afbreken en brengen en halen. De terrassen zijn veel te groot. Qua architectuur hoef ik aan de Neudeflat geen woorden vuil te maken. Maar ook het postkantoor is eng.”*

Wij begrijpen dat niet. Verreweg de meesten van ons hebben de Neude in het hart gesloten, wij houden echt van deze plek.



**Figuur 25: Van de Potterstraat naar de Neude, van inspanning (fietsers) naar ontspanning (terrassen) (door: anonieme respondent)**

#### Terugkoppeling naar de theorie

De Neude is in de termen van Kevin Lynch een node of een district. In dit onderzoek is al in een vroeg stadium gekozen de Neude als node te kwalificeren, zie ook § 5.1.3. De imageability van een node kan versterkt worden wanneer ze goed herkenbaar is zodat ze niet verward wordt met andere plekken. Tevens is het belangrijk dat ze een scherpe grens hebben. Wanneer er op een node vaak een wisseling van transportmiddel plaatsvindt zal dit versterkend werken (station, bushalte, fietsenstalling). De herkenbaarheid van de Neude is voor de

respondenten geen probleem. Ze verwarren de Neude nooit met een andere plek en het postkantoor, de rode Beurs, de terrasjes en het konijn aan de overkant helpen daarbij. Het zicht op de Dom wordt ook genoemd als herkenningspunt, zie ook figuur 25. Respondenten wisten heel goed te beschrijven waar de grenzen van de Neude lopen. Hoewel over de noordzijde nog wat twijfels bestaan, waren de respondenten erg overtuigd van hun begrenzing van het plein. De Neude wordt door de respondenten ook veel gebruikt om van transportmiddel te wisselen. Velen stallen hier hun fiets om hun pad vanaf de Neude te voet te vervolgen, iets dat sterk bijdraagt aan de imageability van de Neude als node.

Topophilia is het juiste woord voor de Neude. Terrassen en fietsers maken de plek levendig. Door zijn centrale ligging is de Neude vaak het startpunt van prettige ervaringen in de binnenstad. Respondenten hebben tal van positieve herinneringen, ervaringen en anekdotes die ze verbinden met deze plek. De woorden 'ontspanning' en 'relaxed' worden vaak genoemd. Van topophobia lijkt bijna geen sprake, behalve bij één respondent die een sterke afkeer heeft van het plein door het 'enge' postkantoor en de vele vrachtauto's.

Zoals de respondenten vertelden is de Neude voor veel mensen het begin van een route door de binnenstad. De hoeveelheid gemotoriseerd verkeer (Marchand, 1974) neemt sterk af vanaf de Neude richting het zuiden, een goede plek om de fiets achter te laten en een looproute te beginnen. De herkenbaarheid van de Neude is zo sterk dat het de perfecte plek is om af te spreken, er kan geen onduidelijkheid over bestaan.



## Langejansstraat

Net als de Potterstraat was de Langejansstraat in de jaren '20 en '30 van de vorige eeuw onderdeel van het plan van de gemeente om een brede west-oost verbinding aan te brengen. Hoewel de verbreding in de andere straten snel vorderde, leverde de Langejansstraat een probleem op. Na lange protesten werden uiteindelijk in de jaren '60 de panden aan de zuidzijde van de Langejansstraat gesloopt waardoor de rooilijn kon worden teruggelegd. In 1969 was de verbreding een feit. Figuur 26 geeft een beeld van de breedte van de Langejansstraat voordat deze aanpassingen werden doorgevoerd.

De Langejansstraat verbindt het Janskerkhof met de Neude. De straat is toegankelijk voor bussen, fietsers en voetgangers. Automobilisten kunnen slechts van west naar oost rijden. Tijdens spitsuren kan het erg druk zijn op deze straat.

Op de Langejansstraat bevindt zich een divers aanbod van detailhandel. Eetgelegenheden worden afgewisseld met een schoenenzaak, een kunsthandel en een gokhal. Aan de zuidzijde neemt een kantorencomplex van zes verdiepingen een flink gedeelte van de façade in beslag.

### Door de ogen van de voetganger

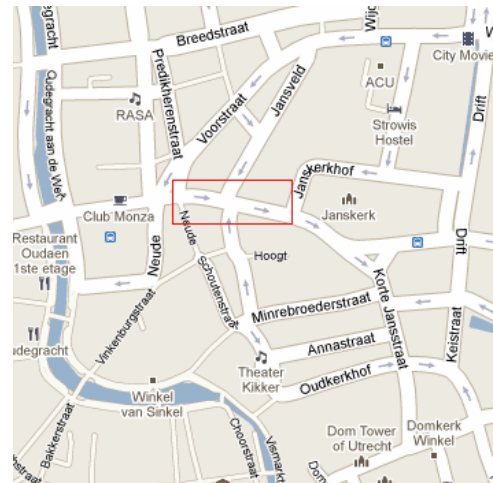
Over de Langejansstraat kunnen wij als voetgangers redelijk eenduidig stellen dat we er niet over te spreken zijn. Dat we er toch komen heeft dan ook een praktische reden, het is namelijk een verbindingsweg tussen a en b. En zowel a als b liggen zelden in deze straat. De straat leidt ons voor ons gevoel naar de Neude, het station of de stad uit. De vraag van de onderzoeker wat deze straat uniek maakt vonden we dan ook moeilijk te beantwoorden. De straat is misschien iets opener dan andere straten, zou te herkennen zijn aan de tentjes die er zitten, aan de busbaan en de bussen. Maar samenvattend zeggen we toch:

*“Vind het eigenlijk niet zo uniek. Een beetje een tussendoor niemandsdalletje. Het enige unieke is het zicht op Janskerkhof.”*

Het Gras van de Buren, een eetcafe, is het meest herkenbare element in deze straat. Als je gebeld zou worden en iemand zou vragen waar je bent, dan zou je iets zeggen als: ‘ik ben tussen Neude en Janskerkhof, vlak voor het Gras’.

Wij kunnen ons dan ook goed voorstellen dat de ondernemersvereniging dit gebied als probleemgebied ziet. Mensen hebben hier toch het idee dat, als het regent en donker is, er niemand op straat is. In de nacht hangt hier tuig rond. Overdag is het er rond spijtstijd superdruk, met een oneindige stroom bussen. In onze eigen beoordeling komt de Langejansstraat er ook niet best vanaf. Ten eerste is de architectuur erg lelijk. Het kantoor op de hoek met de Neude vinden we afzichtelijk, maar ook de jaren '80 woningen zijn lelijk. De straat is op zijn Nederlands bouwtechnisch verprutst. En hoewel sommige panden aan de noordzijde in potentie best mooi zijn kan één uitzondering (schoenenspeciaalzaak Forma) het voor al die andere panden verpesten:

*“Die Forma doet het voor mij al helemaal. Op zich zijn sommige panden best mooi, maar die Forma verpest het voor ze allemaal. Verschrikkelijk. Om over de zuidkant nog maar niet te spreken. Dat verzin je toch niet?”*



**Figuur 26: Gezicht in de Lange Jansstraat te Utrecht uit het oosten vanaf het Janskerkhof (door: Kroeze, Th. (teenaar) 1957)**

De architectuur is niet het enige punt van kritiek. Wij vinden ook dat deze straat geen ziel heeft. Het maakt ons een beetje kribbig dat de straat zo slecht te duiden is. Wat is dit nou voor straat? Het is geen straat met bomen, maar ook geen straat zonder bomen. Het is geen straat met cafés, maar ook geen straat zonder cafés:

*“Deze straat lijkt te denken: wat moet ik met mezelf? Ik heb niets eigens. Dat er op de hele straat één boom staat is daarvan een sprekend voorbeeld. Waarom één boom? Waarom één gokhal, één kroeg, één schoenenwinkel?”*

Nog een aantal losse opmerkingen die onze herinneringen aan deze straat vertolken:

- *“In mijn herinnering is deze straat ook de straat van die taxiruzie van een paar jaar geleden.”*
- *“Dit is geen leuke straat om af te spreken. Dat restaurant daar, het schijnt dat je daar best lekker kunt eten maar ik kán daar gewoon niet heen. Je gaat niet eten aan een busbaan.”*
- *“Het is voor mij meer een ‘ik-moet-zo-naar-links’ straat.”*



**Figuur 28a: Kantorencomplex op de hoek met de Neude (door: anonieme respondent)**



**Figuur 28b: Langejansstraat door het oog van de voetganger (door: anonieme respondent)**

### Terugkoppeling naar de theorie

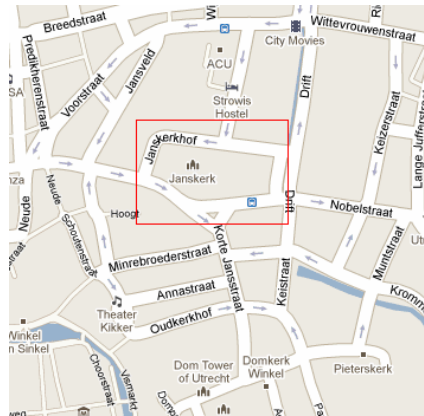
De Langejansstraat is een path, waardoor hier de unieke kwaliteit, continuïteit, richting en checkpoints besproken worden. De unieke kwaliteit van de Lange Jansstraat is het zicht op het Janskerkhof en de aanwezigheid van het Gras van de Buren, een eetcafé. Daarnaast is de busbaan ook een in het oog springende kwaliteit, maar niet uniek. De busbaan loopt door meer straten in Utrecht, waaronder de Potterstraat. Hoewel het zicht op Janskerkhof over de hele straat te vinden is, is de continuïteit van de straat niet in andere aspecten terug te vinden. Net als bij de Potterstraat is er met het gevoel voor richting in deze straat weinig mis. Respondenten denken dat de straat hen naar de Neude of het station leidt, of de stad uit. Het enige checkpoint op de straat is het Gras van de Buren.

De respondenten tonen meer gevoelens van angst dan liefde voor deze straat. De topophobia wordt versterkt door de vele bussen en de drukte. In de beleving van de respondenten zijn er weinig mensen en hangt er 's nachts gespuis rond. Het feit dat de respondenten geen vat kunnen krijgen op de identiteit van de straat werkt ook niet mee aan een positieve beleving.

Wat betreft de plaats die deze straat heeft in de looproutes van de respondenten kan geconcludeerd worden dat respondenten deze straat alleen gebruiken om de stad uit te komen. Gecombineerd met de sterke topophobia gevoelens veroorzaakt deze straat een soort kloof in de binnenstad van Utrecht.

## Janskerkhof

De Janskerk die op het Janskerkhof staat werd in 1040 gesticht door Bisschop Bernold. Tussen toen en nu is de kerk vele malen van gedaante en functie veranderd. Oorspronkelijk was de Janskerk de noordelijke punt van het kerkenkruis in Utrecht, dat uit vijf kerken bestond. Het Janskerkhof was het centrale plein van de immunititeit Sint Jan. Na de Reformatie veranderden de religieuze verhoudingen en een groot deel van de immunititeit werd volgebouwd met huizen. Het centrale plein bleef echter bestaan.



Het Janskerkhof bevindt zich aan de noordkant van de binnenstad en ligt aan de busbaan die de stad van west naar oost doorkruist. Het plein dient als parkeerplaats voor auto's die via de Boothstraat in het noorden en de Langejansstraat in het westen het plein kunnen bereiken. Op het plein bevinden zich een aantal kroegen, evenals de sociëteit van het Utrechts Studenten Corps. Op zaterdag verandert het Janskerkhof in een bonte verzameling kleuren wanneer zowel een bloemenmarkt als een tweedehands markt worden gehouden. Over het algemeen is het betrekkelijk rustig op het plein, de bomen geven in de zomer de nodige verkoeling.

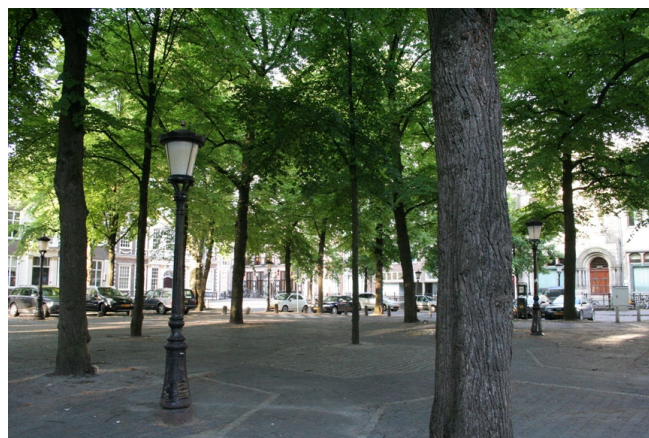
### Door de ogen van de voetganger

Voor ons als voetgangers zijn er verschillende redenen om het Janskerkhof te bezoeken. In de studententijd is het Janskerkhof een belangrijke plek met kroegen zoals Pakhuis en Filemon. De studenten die colleges bezoeken aan de Drift of in de Universiteitsbibliotheek studeren bezoeken deze plek vaak. Maar Janskerkhof geniet veel bekendheid onder alle Utrechters omdat het langs de busbaan richting het oosten ligt, een veelgebruikte route in Utrecht. Over de grenzen van het plein is onder ons overeenstemming. Wij vinden dat het Janskerkhof het plein is tussen de gevels aan de noord- en westzijde en het water aan de oostzijde. Het plein stopt waar de busbaan aan de zuidzijde begint. Hoewel een gedeelte van de overkant ook nog best bij Janskerkhof had kunnen horen is de busbaan toch helaas een te grote hindernis. Janskerkhof is wat ons betreft een hof of plein, en een busbaan of fietspad is dat duidelijk niet. Je slentert niet zomaar over een busbaan.

De sfeer op dit plein is mooi te vatten in twee woorden: statig en rust. Statig, omdat er een aantal statige panden staan om het kerkhof, vooral de witgeverfde. Rust, omdat het hier vaak donker is, op een positieve manier. Het is bijna nergens in de stad nog donker, hier vind je die rust wel. Deze sfeer geldt vooral overdag. Juist dan merk je dat het op het Janskerkhof minder druk is dan in de rest van de stad. Eén van ons wist dat treffend te beschrijven:



**Figuur 30a: Rust** (door: anonieme respondent)



**Figuur 30b: Statig** (door anonieme respondent)

*“Ik vind het hier heerlijk. Heel rustig, er zijn alleen auto’s, voor de rest niks. Niks te beleven ook, positief. Het is lekker koel door de bomen. In de zomer is deze plek groen en vredig. Ik vind de auto’s niet per se storend.”*

Over de nacht is meer te doen. Sommigen noemen het een kroeg sfeer, maar dat is te positief. In de beleving van sommigen van ons is er ’s nachts op Janskerkhof altijd politie en gedoe. Veel dronken mensen die over het plein zwalken, op zoek naar meer dronken mensen. De sfeer van de nacht staat in schril contrast met de serene rust van de dag.

#### Terugkoppeling naar de theorie

Het Janskerkhof is een district en moet volgens Kevin Lynch getest worden op fysieke homogeniteit (zelfde verlichting, beplanting, bestrating, kleuren) en een duidelijke begrenzing. Op begrenzing scoort het Janskerkhof goed. Respondenten zijn het bijna allemaal eens over de grens. De fysieke homogeniteit van het Janskerkhof zit hem erin dat het een plein is, en pleinen zijn open en groot en je kunt er overheen slenteren. Omdat al die zaken niet opgaan voor een fietspad - laat staan de busbaan - wordt daar dan ook de grens getrokken van het Janskerkhof

Is het Janskerkhof een topophilia of topophobia? Dat hangt van het moment van de dag af. ‘Politie’, ‘dronken mensen’, ‘gedoe’ zijn woorden die bij de nacht horen. Bij de dag horen woorden als: ‘gezellig’, ‘minder druk’, ‘vredig’ en ‘balans’.

Wat betreft looproutes wordt deze plek door studenten redelijk vaak bezocht maar neemt de bezoekfrequentie af naarmate het actieve studentenleven op zijn einde loopt. Niet-studenten komen hierlangs fietsen of bij toeval als er een activiteit is. Terwijl de plek over het algemeen zo positief besproken wordt is het vreemd dat de respondenten hem niet vaker weten te vinden.



**Figuur 31: De busbaan die het Janskerkhof afsnijdt van zijn omgeving (door: anonieme respondent)**



### 5.2.3 Synthese

Deze paragraaf laat alle bezochte plekken in de walkalongs samenkomen en vergelijkt ze met elkaar. Een overzicht van alle bezochte locaties is te vinden in § 5.2.1. Allereerst zullen de top 3's van 'highly imageable' paths, nodes, landmarks en districts worden besproken. Paths krijgen, net als in het werk van Lynch en het theoretische hoofdstuk in dit onderzoek, ook in deze analyse de meeste aandacht. Afsluitend worden de plekken besproken die de meeste gevoelens van topophilia en topophobia losmaken.

Deze synthese is niet de uitkomst van een wiskundige formules maar de optelsom van de subjectieve ervaringen van de respondenten. Vanuit hun ogen worden de plekken met elkaar vergeleken en gewaardeerd.

#### Top 3 Paths

Kevin Lynch leert dat een 'highly imageable' path gebaseerd is op een aantal variabelen: het bezitten van een unieke kwaliteit, de continuïteit van die unieke kwaliteit, de mate van richting van een path en de aanwezigheid van checkpoints. Straten die in de ogen van de respondenten geen of weinig unieke kwaliteiten hebben zijn de Choorstraat, Bakkerstraat, Langejansstraat en de Mariastraat. Straten die het juist goed doen met betrekking tot een unieke kwaliteit staan in onderstaande tabel.

Het is niet verwonderlijk dat de Oudegracht deze lijst aanvoert. De Oudegracht is niet alleen uniek in Utrecht, maar ook in Nederland. In de mental maps ontbrak de Oudegracht zelden, en de redenen daar voor zijn gevonden in de walkaling: de werven, het water, het groen en het bruisende karakter maken deze straat in vele opzichten uniek. Wellicht is de aanwezigheid van de Potterstraat in deze top 3 verwonderlijk, het is dan ook belangrijk te beseffen dat het niet gaat om de waardering van de kwaliteiten van een straat, maar om de herkenbaarheid van de unieke kwaliteiten.

Path	Unieke kwaliteiten
1. Oudegracht	De werven, het water, de grote hoeveelheid groen en het bruisende karakter.
2. Steenweg	Hoge dichtheid van winkels en de grote hoeveelheid winkels van grote filialen.
3. Potterstraat	De zijkant van het postkantoor, de glazen afscheiding die de busperrons scheidt van de fietspaden, de drukte en de bussen.

Een unieke kwaliteit die over de gehele straat te vinden is, is extra waardevol, omdat het de continuïteit van een straat verhoogt, wat op zijn beurt de imageability van een straat verhoogt. De straten in onderstaande tabel scoren het best op continuïteit.

De Oudegracht ontbreekt hier bijvoorbeeld omdat die voor respondenten duidelijk op te delen is in meerdere delen. De Zadelstraat en Potterstraat zijn voor respondenten veel moeilijker op te delen, de kwaliteiten van deze straten zijn over de gehele lengte aanwezig.

Path	Continuïteit
1. Zadelstraat	De unieke kwaliteiten (paaltjes die voetgangers en fietsers scheiden, zicht op de Dom en de ouderdom en diversiteit van de gevels) zijn over de hele Zadelstraat te vinden.
2. Potterstraat	De zijkant van het postkantoor, de glazen afscheiding, de drukte en de bussen zijn onafgebroken aanwezig, maar de straat is kort.
3. Steenweg	Hoge dichtheid van winkels en de grote hoeveelheid winkels van grote filialen zijn in de beleving van respondenten niet geconcentreerd op één punt op de Steenweg.

De richting van een path geeft weer in hoeverre het besef leeft bij respondenten dat de straat ergens naartoe leidt. De straten in onderstaande tabel springen er uit. De Vinkenburgstraat is een nieuw gezicht in de top 3's. Omdat de straat erg smal is en een veelgebruikte straat tussen de Neude en Oudegracht is maakt dat hij een duidelijk gevoel voor richting geeft.

Path	Richting
1. Vinkenburgstraat	Geen van de respondenten antwoordde anders dan dat de Vinkenburgstraat hen van de Neude naar de Oudegracht brengt of andersom.
2. Oudegracht	De Oudegracht heeft niet twee plekken waar hij zijn voetgangers brengt, het is beter: de Oudegracht brengt de respondenten overal.
3. Langejansstraat	Een van de weinige straten waarvan de respondent te kennen geeft dat hij hem de stad uit leidt.

Als laatste worden checkpoints besproken. Terwijl de Langejansstraat en de Zadelstraat het slecht doen wat betreft de hoeveelheid checkpoints, doen deze straten het juist goed in de beleving van de respondenten:

Path	Richting
1. Oudegracht	Met name in het middengedeelte van de Oudegracht (zie Oudegracht) weten respondenten heel precies hun locatie aan te geven.
2. Lange Viestraat	De Lange Viestraat is in werkelijkheid een korte straat, maar respondenten hebben genoeg checkpoints tot hun beschikking (Barsoi, MacDonalds, Bijenkorf en de We)

Het meest 'highly imageable' path is niet middels een formule te berekenen maar een pragmatische blik leert al snel dat de Oudegracht en de Potterstraat de enige straten zijn die op twee aspecten hoog eindigen. De werven, het water, het groen en het feit dat de straat de respondenten naar praktisch alle locaties weet te leiden, maken dat de Oudegracht de meest 'highly imageable' straat van Utrecht genoemd mag worden.

#### Top 3 Landmarks, nodes, districts

Niet alle bezochte plekken in de walkalongs zijn straten geweest. Landmarks (de Dom), districts (Domplein, Hoogcatharijne, Janskerkhof, Mariaplaats, Vredenburg) en nodes (Neude, Van Asch van Wijckbrug, Weerdbrug) zijn ook door de respondenten besproken. Omdat er te weinig landmarks en nodes werden aangedaan door respondenten zal in deze paragraaf alleen een synthese worden gemaakt van de bezochte districts. Districts verhogen hun imageability wanneer ze hun fysieke homogeniteit verhogen en wanneer ze duidelijk begrensd zijn.

Wat betreft fysieke homogeniteit scoren deze districts het best in de beleving van respondenten:

District	Homogeniteit
1. Hoog Catharijne	Overdekt. De respondenten geven allen te kennen dat Hoog Catharijne het gebied is dat overdekt is. Wanneer de respondent in de buitenlucht staat bevindt hij zich niet in district Hoog Catharijne.
2. Vredenburg	Open ruimte. In de beleving is het de open ruimte die van de Vredenburg een samenhangend geheel maakt. Daar waar de open ruimte stopt, stopt Vredenburg ook. Het karakter werd wisselend omschreven: grijs, troosteloos, gezellig, stadsgevoel.
3. Janskerkhof	Eveneens de open ruimte. Hiervoor geldt hetzelfde als bij Vredenburg, maar de open ruimte wordt gekarakteriseerd als rustig, statig en groen.

De respondenten vonden dat deze districts duidelijk begrensd zijn:

	District	Begrenzing
1.	Hoog Catharijne	De grenzen van Hoog Catharijne zijn glashelder voor respondenten. Alles wat overdekt is, is Hoog Catharijne. Dat betekent dat de grenzen tot op de centimeter nauwkeurig aan te geven zijn. De respondenten zijn het unaniem eens.
2.	Janskerkhof	De grenzen van Janskerkhof zijn de gevels van de omliggende panden, en aan de zuidzijde het fietspad of de busbaan. Ook hier is weinig onenigheid over onder derespondenten.
3.	Vredenburg	De grenzen van Vredenburg zijn ook de gevels van de omliggende panden maar door de aanwezigheid van een grote bouwput kunnen de respondenten de grenzen minder scherp trekken

Hoog Catharijne scoort in beide opzichten het sterkst en kan dan ook het meest imageable district in Utrecht worden genoemd.

### Top 3 Topophilia

Topophilia staat voor de *love of place*; een emotionele binding met een plek die bijvoorbeeld geconstrueerd wordt door herhaalde prettige ervaringen met een plek, de dagelijkse routine die je langs bepaalde plekken brengt of spirituele of familiale banden met een plek. Voor de respondenten zijn dit hun topophilia:

- **Oudegracht:** blij - ontspanning - gezellig en leuk - altijd wel iets te doen - 's nachts veilig - symbool voor Utrecht – levendig - doet je wat - leuke sfeer - heel rustig - stukje buitenland - niet vervelend druk.
- **Zadelstraat:** echt prachtig - verborgen schoonheid - sfeer proeven – chillen - heerlijk - leuk publiek - echt leuke winkels - hier hou je gewoon van.
- **Neude:** binding - veel te zien – relaxed - centrum – startpunt voor iets leuks doen – gezellig – vrije tijd – levendig – hangen - tot stilstand komen - in de zon te zitten.

### Top 3 Topophobia

Topophobia staat voor *fear of place*; plekken die bij een individu emoties van angst, ongemakkelijkheid en bezorgdheid oproepen. Dat kan door lawaai, anderen, of de vervreemding van de stedelijke complexiteit. De respondenten in Utrecht kenden deze emoties bij de volgende plekken:

- **Hoog Catharijne:** weinig lucht - weinig licht - slecht onderhouden - de plek waar meisjes worden aangerand – smal - druk - niet chill - hier komen niet echt fijne mensen - ziet er niet fijn uit – somber.
- **Langejansstraat:** taxiruzie - niks eigens - een 'ik-moet-zo-naar-links' straat - nooit gezellig – verschrikkelijk - geen leuke straat om af te spreken.
- **Vredenburg:** de sfeer is uit het plein – hier wil je alleen onderweg zijn naar iets anders - kaal - troosteloos - niet zo mooi - superlelijk - dicht – gesloten – lelijk - dode, grijze hoek.

## 5.2.4 Looptroutes op microniveau

Dit onderzoek gaat verder dan de beschrijving van plekken en zoekt naar de emoties die bijdragen aan een positieve of negatieve beleving van een plek, zoals in de top 3 topophilia en topophobia ook al is gebeurd. De werkwijze om deze emoties te differentiëren en te definiëren is door allereerst alle antwoorden op de vraag "Hoe komt het dat u deze plek positief/negatief ervaart?" te inventariseren. De interviewer vroeg door naar de visuele elementen die die ervaring ondersteunden. Dat leverde zo'n 60 uitspraken op. Nadat de uitspraken met betrekking tot topophilia waren gescheiden van de uitspraken die horen bij topophobia, konden ze gegroepeerd worden.

Op de volgende pagina is een tabel weergegeven waar al deze uitspraken in te vinden zijn. De linker kolom bevat uitspraken die horen bij topophilia, de rechter bevat uitspraken die horen bij topophobia. De vetgedrukte woorden zijn kopjes van groepen uitspraken.



**Tabel 10: Antwoorden van respondenten op de vraag: "Hoe komt het dat u deze plek positief/negatief ervaart?"  
Antwoorden gegroepeerd naar emoties.**

<b>Draagt bij aan topophilia:</b>	<b>Draagt bij aan topophobia:</b>
<p><b>Toeschouwer zijn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Bekijks hebben"</li> <li>- "Terrassen en werven"</li> <li>- "Veel mensen te zien"</li> <li>- "Zitten en kijken"</li> <li>- "Mensen kijken"</li> </ul>	<p><b>Niet kunnen aanschouwen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Je moet hard lopen hier"</li> </ul>
<p><b>Mensen van jou soort</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Leuk publiek"</li> </ul>	<p><b>Anderen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Negatief donker"</li> <li>- "Meisjes aangerand"</li> <li>- "Hangende Marrokaantjes"</li> <li>- "Politie"</li> <li>- "Er komen niet veel Utrechters"</li> <li>- "Dronken mensen"</li> <li>- "Voetgangers en fietsers die elkaar in de weg zitten"</li> <li>- "Lousy restaurants"</li> </ul>
<p><b>Vermaakt worden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Markt"</li> <li>- "Veel te zien"</li> <li>- "Leuke winkels"</li> <li>- "Veel winkels"</li> <li>- "Levendig"</li> <li>- "Veel te doen"</li> </ul>	<p><b>Verveeld worden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Somber"</li> <li>- "Mensen die op de bus wachten"</li> <li>- "Smal"</li> <li>- "Kaal plein"</li> <li>- "Lege pleintjes"</li> </ul>
<p><b>Kern</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Centrum van de stad"</li> <li>- "Plek om af te spreken"</li> </ul>	<p><b>Periferie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Zijkant van het centrum"</li> </ul>
<p><b>Identiteit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Symbool van de stad"</li> <li>- "Statige panden"</li> <li>- "Historie"</li> <li>- "Originele gevels van oude panden"</li> <li>- "Religie, kerk"</li> <li>- "Oude lantaarns"</li> <li>- "Bisdom, de kerken en de hele geschiedenis"</li> <li>- "Smalle steegjes"</li> </ul>	<p><b>Anonimiteit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Geen identiteit: rommelig"</li> <li>- "Esthetisch lelijke panden"</li> <li>- "Weinig ramen"</li> <li>- "Gesloten gevel"</li> <li>- "Te grote terrassen"</li> <li>- "Slecht onderhoud"</li> <li>- "Enge gebouwen"</li> </ul>
<p><b>Rust kunnen vinden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Je kan de drukte ontvluchten"</li> <li>- "Chillen"</li> <li>- "Goed ontspannen"</li> </ul>	<p><b>Opgejaagd worden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Busbaan"</li> <li>- "Oversteken lastig"</li> <li>- "Veel verkeer"</li> <li>- "Te druk"</li> </ul>
<p><b>Natuurlijke elementen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Ruimer"</li> <li>- "Bomen/groen"</li> <li>- "Fontijn"</li> </ul>	<p><b>Mensgemaakte elementen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Schaduw"</li> <li>- "Dode, grijze hoeken"</li> <li>- "Weinig licht"</li> <li>- "Weinig lucht"</li> <li>- "Beton"</li> </ul>

## **De emoties**

De uitspraken in tabel 10 geven uiting van de emoties die mensen voelen bij plekken. De vetgedrukte groepsnamen in tabel 10 zijn de emoties die bijdragen aan een positieve of negatieve beleving van plekken. In deze paragraaf worden ze verder uitgewerkt.

### Toeschouwer zijn versus niet kunnen aanschouwen.

Toeschouwer zijn staat voor de mogelijkheid om afstand te nemen en te observeren alsof men naar een toneelstuk kijkt. Een mooi voorbeeld zijn de terrassen aan de werf in Utrecht. Niet kunnen aanschouwen betekent dat er geen mogelijkheid is om te observeren. De plek heeft geen ruimte om afstand te nemen en te aanschouwen wat andere deelnemers aan het doen zijn.

### Mensen van jou soort versus anderen.

Mensen van jou soort doelt op de aanwezigheid van mensen waarbij men zich veilig voelt. Anderen zijn de mensen waarbij men zich minder veilig voelt. Deze concepten zijn in de sociologie en geografie erg bekend en in de praktijk duidelijk voelbaar.

### Vermaakt worden versus verveeld worden.

De tegenstelling tussen het vermaakt worden en het verveeld worden is duidelijk voelbaar. Het gaat hier puur om de werking van de omgeving. Vermaakt worden staat voor levendigheid, het aanbod van activiteiten en een grote hoeveelheid mensen. Verveeld worden staat voor leegte, geen activiteit.

### Kern versus periferie.

De kern staat voor het centrum van de binnenstad, dichtbij de plek 'waar het gebeurt'. Periferie staat voor het gevoel niet verbonden te zijn met andere plekken en het gevoel dat de mogelijkheid bestaat dat je iets mist wat anderen niet missen.

### Identiteit versus anonimiteit.

Identiteit staat voor een herkenbaar imago, vaak verkregen door de lange bestaansgeschiedenis van de (elementen op die) locatie. Anonimiteit staat voor het ontbreken van een identiteit en de moeite om de plek te typeren. Dat kan komen door een gebrek aan eenduidigheid, maar ook door een gesloten architectuur (weinig ramen, platte gevels).

### Rust kunnen vinden versus opgejaagd worden.

Vroeger werd van Times Square in New York gezegd dat je er nauwelijks een foto van kon nemen omdat je voortdurend werd opgejaagd om in de flow te blijven. Rust kunnen vinden staat voor de mogelijkheid om de eventuele drukte moeiteloos te kunnen ontvluchten. Daartegenover staat het opgejaagd worden, niet de mogelijkheid hebben om stil te staan.

### Natuurlijke elementen versus mensgemaakte elementen.

'Natuurlijke elementen zijn alle elementen die in de natuur terug zijn te vinden, zoals lucht, licht, groen en ruimte. Daartegenover staan mensgemaakte elementen, zoals auto's en gebouwen. Mensen houden doorgaans een prettig gevoel over aan contact met natuurlijke elementen.

## 6 Conclusie

Dit afsluitende hoofdstuk presenteert de conclusies van het onderzoek. Allereerst zal in § 6.1 een samenvatting worden gegeven van de eerste drie hoofdstukken van dit document: de theorie, de probleemstelling en de methoden. Daarna volgen in § 6.2 de conclusies die kunnen worden getrokken uit de gevonden resultaten in hoofdstuk 5. De concretere gevolgen die deze conclusies hebben voor beleid of verder onderzoek worden in § 6.3 uiteengezet. Paragraaf 6.4 evalueert de walkalong-methode als onderzoeksmethode en de afsluitende paragraaf behandelt enkele keuzes die zijn gemaakt in dit onderzoek en die vragen om verdere uitwerking.

### 6.1 Introductie

#### Theorie

De binnenstad is in de loop van de jaren regelmatig van ruimtelijk karakter veranderd. Toen aan het eind van de 20<sup>e</sup> eeuw de auto-hype was overgewaaid, kwam er ruimte voor grote voetgangersgebieden (Zacharias, 1993). Vanaf de jaren '70 is er ook binnen de wetenschappelijke discours aandacht gekomen voor voetgangersverplaatsingen in winkelgebieden. In die jaren, toen de geografie onder invloed van het modernisme stond, bestudeerden geografen de rationele en ruimtelijke patronen en de relaties tussen mens en ruimte. Voor het onderzoek naar voetgangersgedrag betekende dit dat geografen macro-analytische modellen van looproutes in winkelgebieden ontwikkelden. Tegenwoordig, vanuit het relationele perspectief op ruimte en tijd, wordt duidelijk dat de ruimte niet alleen invloed heeft op de beleving, maar dat de beleving ook invloed heeft op de ruimte. Daarnaast is er tegenwoordig veel aandacht voor de rol van zintuigen en emoties in de geografie in het algemeen.

Wat betreft voetgangersgedrag is bekend dat een voetganger zijn ruimtelijke beslissingen baseert op de mentale kaart die hij of zij van de omgeving heeft (Golledge & Stimson, 1997). Door de gemaakte keuze uit te voeren, krijgt de voetganger een ervaring met de ruimte, die vervolgens weer bijdraagt aan de mental map van het gebied. Een voetganger kan liefde (topophilia) of angst (topophobia) voor een plek voelen, en uiteraard alles wat daartussen zit (Tuan, 1974). Er ontstaat een cirkel waarbij een ruimtelijke beslissing gebaseerd is op de mentale kaart, die op zijn beurt gebaseerd is op eerdere positieve of negatieve confrontaties met diezelfde ruimte.

Een rode draad in dit onderzoek is het werk van Kevin Lynch (1960). Hij was één van de eerste wetenschappers die mentale 'beelden' van steden bestudeerde. Lynch stelde dat mensen de stad voornamelijk waarnemen als een gebouwde omgeving, bestaande uit kenmerkende *paths*, *edges*, *districts*, *nodes* en *landmarks* (Lynch 1960, Knox & Marston 2007). Samen vormen zij het beeld van de stad. Het beeld van de stad of van een plek kan zwak en sterk zijn. Lynch gebruikt hiervoor het concept *imageability*. Imageability is de kwaliteit van een fysiek object die ervoor zorgt dat het object een sterk beeld achterlaat bij elk persoon. Het is de vorm, kleur of samenstelling die een krachtig beeld vormen in de hoofden van mensen. Een 'highly imageable city' verleidt het oog en het oor en maakt het individu attent op zijn omgeving, waardoor hij beter georiënteerd is en zich er makkelijker door kan bewegen (Lynch, 1960).

#### Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag probeert het werk van Lynch in een nieuw daglicht te plaatsen door de imageability van een stad te onderzoeken vanuit de beleving en emoties van haar gebruikers: Welk beeld hebben mensen van de binnenstad van Utrecht en wat verklaart de beleving van de binnenstad van Utrecht bij bewoners van de stad? Deze hoofdvraag wordt uitgesplitst in een aantal deelvragen:

- Hoe wordt de binnenstad vormgegeven op de mental map van gebruikers van de binnenstad van Utrecht?
- Op welke manier verschilt de beeldvorming van en looproutes door de Utrechtse binnenstad tussen Utrechters en bezoekers?

- Hoe is de beleving van de looproutes van Utrechters te verklaren (vanuit de visuele waarneming)?

In Utrecht blijkt dat de plaatselijke ondernemersvereniging zich ook bewust is van de beleving van looproutes en waarschuwt voor de gevolgen voor looproutes wanneer voetgangers negatieve ervaringen hebben met straten in de binnenstad van Utrecht.

### Methoden

In dit onderzoek is een poging gedaan om het werk van Lynch aan te vullen met hedendaagse inzichten omtrent emotie en beleving van de ruimte. De eerste twee deelvragen van het onderzoek worden beantwoord met behulp van de mental map methode. Deze methode is op vrijwel identieke wijze toegepast als het werk van Lynch uit 1960. Het tweede deel van dit onderzoek is echter fundamenteel anders dan Lynch' onderzoek. Waar Lynch de onderzoeksgebieden in kaart bracht door ze te laten observeren door 'trained observers by foot', worden in dit onderzoek de voeten van de gebruikers van de ruimte gevolgd. De methode die hiervoor gebruikt is, is de *walkalong-methode*. Bij deze methode loopt de onderzoeker mee in de dagelijkse omgeving van de respondent (participerende observatie) en legt tegelijkertijd een diepte-interview af. Het unieke van deze methode, die ook wel go-along wordt genoemd, is beschreven door Margarethe Kusenbach (2003, 463):

*"What makes the go-along technique unique is that ethnographers are able to observe their informants' spatial practices in situ while accessing their experiences and interpretations at the same time."*

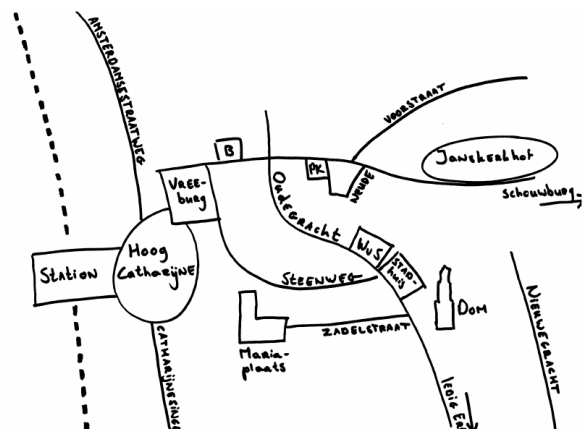
Het doel van deze methode is de motivatie voor ruimtelijk gedrag en de betekenisgeving van de ruimte te achterhalen (Pink, 2008). Beleidsmakers, planners en ontwerpers verlangen steeds meer naar methodes die de ervaringen met en waarderingen van plaatsen weten te vangen (Hein & Evans & Jones, 2008). In dit onderzoek zijn twaalf walkalongs uitgevoerd met Utrechters, in de binnenstad van Utrecht. De respondenten kregen een fotocamera mee om hun ervaringen vast te leggen. De meerwaarde van de methode van de fotografie wordt hieronder door Hall (2009) toegelicht:

*"The photographs produced by research informants, following simple guidance from the researcher, provide clues to the ways in which informants view their environments and to the elements that they see as significant. Such photographs are commonly used in conjunction with interviews [...]."*

## 6.2 Conclusie

### Hoe wordt de binnenstad vormgegeven op de mental map van de gebruikers van de binnenstad van Utrecht?

Een geaggregeerde kaart van de mental maps van 100 respondenten is weergegeven in figuur 32. Deze kaart is een afspiegeling van de mentale kaart die gebruikers van Utrecht hebben van de binnenstad. De zoektocht naar factoren die de mate van detail van de mental map beïnvloeden, leverde op dat de leeftijd, de nabijheid, de bezoekfrequentie en het inkomen van de gebruikers van de binnenstad van Utrecht een significante invloed hebben. Gebruikers in de leeftijdscategorie 26-50, gebruikers die dicht bij de binnenstad wonen, gebruikers die vaak in de binnenstad komen en gebruikers met een beneden modaal inkomen tekenen significant meer detail in hun mental map.



**Figuur 32: Geaggregeerde mental map van de binnenstad van Utrecht. Zie figuur 9 op pagina 39 voor meer detail.**

Wat betreft de inhoud van de mental map zijn het vooral de leeftijd en de nabijheid die de samenstelling van de elementen op de mental map bepalen. Gebruikers in de jongste leeftijdscategorie tekenen significant vaker

de Neude en de busbaan op hun mental map, terwijl gebruikers in de middelste categorie de Dom, de Neude en Catharijnesingel-west significant vaker tekenen. Figuur 32 laat zien dat de Oudegracht en de busbaan van station naar de Schouwburg twee belangrijke assen zijn die door de mental map lopen. Veel andere elementen worden aan deze assen getekend. In die zin is de gemeente Utrecht erin geslaagd om de gewenste west-oost verbinding door de binnenstad te bewerkstelligen. Dat de Oudegracht een belangrijke as is in de mental map wordt volledig ondersteund door de analyse van de mental maps en de walkalongs. De Oudegracht is beeld- en routebepalend voor de Utrechters. Andere locaties vonden respondenten moeilijker om weer te geven: de Nieuwegracht, Mariaplaats en de Dom. Deze locaties worden wel vaak getekend, maar niet in de juiste verhoudingen tot de andere elementen. Voortbordurend op de vorige conclusie is dit logischerwijs te verklaren doordat deze locaties niet aan één van beide assen liggen.

### Op welke manier verschilt de beeldvorming van en looproutes door de Utrechtse binnenstad tussen Utrechters en bezoekers?

Zoals hierboven gesteld, is de nabijheid van een individu bij de binnenstad significant van invloed op de inhoud van de mental map. Er blijkt verschil te bestaan tussen bewoners en bezoekers van Utrecht. Bewoners van Utrecht tekenen significant vaker de Dom, de Neude, het Janskerkhof en de Catharijnesingel-west. Deze elementen in de binnenstad van Utrecht zijn dus typisch elementen voor Utrechters, terwijl bijvoorbeeld Hoogcatharijne, het station en Vredenburg veel meer op de mental maps van de bezoekers terug te vinden zijn. Dit verschil is mogelijk te verklaren doordat bezoekers die arriveren op het station gewoon niet verder komen dan Hoogcatharijne, de Steenweg en Vredenburg. De motivaties en beleving van de binnenstad bij bezoekers behoort echter niet tot het onderwerp van dit onderzoek.

Ook de meest gebruikte looproutes verschillen tussen bewoners en bezoekers van Utrecht. Onderstaande tabellen geven aan welke straatsdelen het meest worden gelopen door bewoners van Utrecht en bezoekers van Utrecht. Een opvallend verschil is de aanwezigheid van de Oudegracht bij de bewoners, terwijl die bij de bezoekers geheel ontbreekt. Dit versterkt eerdere conclusies dat de Oudegracht een belangrijk element voor bewoners is. In de walkalongs komt duidelijk naar voren dat de Oudegracht voor Utrechters het hart van de binnenstad vormt om zijn werven, water, bruisende karakter en groen. Bezoekers van Utrecht komen veel meer op het station en in Hoogcatharijne, terwijl bewoners daar veel minder zijn te vinden. Hoewel in dit onderzoek geen aandacht is gegeven aan de diepere motivaties van bezoekers, lijkt dit deels te verklaren door het startpunt van de route, dat bij bezoekers vaak het station is.

Elementen bewoners	%
Lange viestraat	36%
Viebrug	36%
Potterstraat	36%
Oudegracht BroodjeMario	36%
Oudegracht Slegte	34%
Oudegracht Freerecord	31%
Oudegracht Camera	31%

Elementen bezoekers	%
Lange viestraat	43%
Viebrug	40%
Stationstraverse	40%
Potterstraat	37%
HC Hoofdingang	37%
HC Traverse	33%
Vredenburg	30%

### Hoe is de beleving van de looproutes van Utrechters te verklaren vanuit de visuele waarneming?

De respondenten in de walkalong kregen geregeld de vraag wat de reden was van hun beleving van een plek. Respondenten blijken, zoals vanuit de literatuur bekend, sterk te leunen op hun visuele waarneming. Echter, in tegenstelling tot wat in de literatuur vaak terug te vinden is, lijkt het niet de esthetische kwaliteit van statische elementen, zoals de lantaarnpalen, hekjes en bloembakken, te zijn die de beleving sterk beïnvloeden. Dit onderzoek brengt door zijn micro benadering aan het licht dat de bewegende elementen in het straatbeeld de beleving van de respondent veel sterker beïnvloeden. Gevraagd naar de unieke kwaliteiten van een plek, refereren de respondenten voortdurend aan de samenstelling van en dynamiek in het verkeer en tussen de

mensen. Met name de hoeveelheid en interactie van de bewegende elementen worden daarbij besproken. Een mooi voorbeeld is deze quote van een respondent die om zich heen kijkt op de Neude:

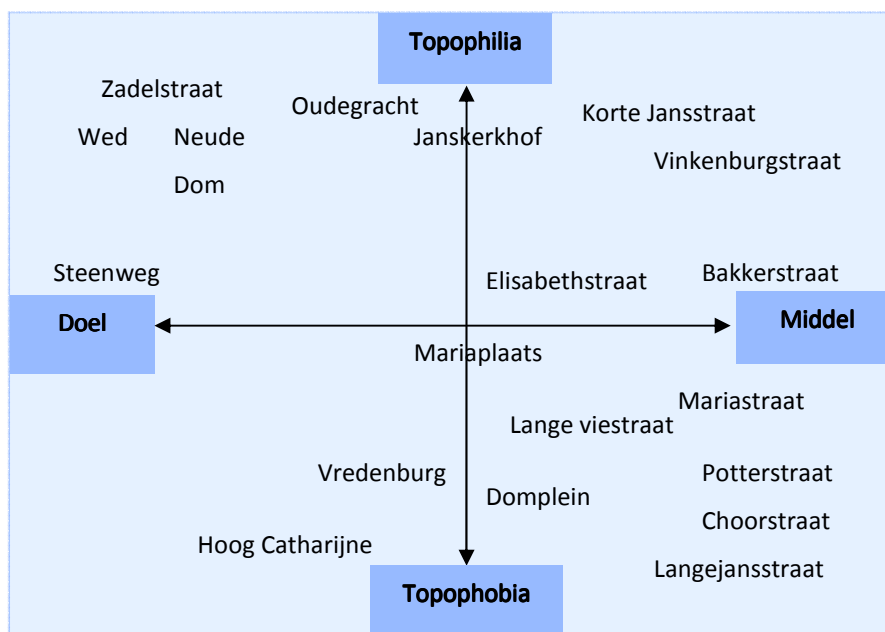
*“Mensen zijn op de Neude altijd aan het hangen. De Potterstraat is een straat waar iedereen in beweging is, de Neude is de plek waar iedereen tot stilstand komt om in de zon te zitten.”*

Hij noemt niet de bestrating, de mooie gevels of de terrassen. Hij kijkt wie er op de Neude komen en wat die mensen aan het doen zijn en laat dat sterk wegen in zijn beleving van de ruimte. Een verklaring hiervoor is dat bewoners van een stad bekend zijn met de statische elementen van hun eigen binnenstad. Ze zien daarin weinig nieuws en hebben daar automatisch minder aandacht voor. Een voorbeeld: een student in de Universiteits Bibliotheek van Utrecht verwonderd zich niet elke morgen over de prachtige architectuur van het pand, hij kijkt veel meer naar de drukte en zoekt vrienden en vrije plekken op. Bezoekers die voor het eerst de Universiteits Bibliotheek bezoeken, kijken niet naar de drukte, vrienden of vrije plekken. Zij fotograferen het plafond, de wanden en de trappen. In de binnenstad doet zich een gelijksoortig proces voor. Een Utrechter verwonderd zich niet elke keer over de schoonheid van de Oudegracht of de Neude, hij is meer gefocust op de drukte, het verkeer, de vrije plekken en laat dat bepalend zijn voor zijn beleving van de binnenstad. De bewegende elementen in het straatbeeld zijn voor bewoners zeer bepalend voor de beleving van een plek.

Hoofdvraag: Welk beeld hebben mensen van de binnenstad van Utrecht en wat verklaart de beleving van de binnenstad van Utrecht bij bewoners van de stad?

Dit onderzoek begon met het uitgangspunt dat het niet genoeg is om de winkelpatronen of de binnenstadsfeer te meten maar dat er aandacht zal moeten komen voor emoties op individueel niveau, die de relatie tussen individu en ruimtelijke context werkelijk verklaren. Die aandacht is er in dit onderzoek geweest.

Het beeld dat Utrechters hebben van de binnenstad van Utrecht wordt, naast de geagregeerde mental map, zichtbaar in onderstaand model. Alle plekken die tijdens de walkalongs zijn bezocht, zijn in dit model gebracht (figuur 33). Het model geeft weer hoe al deze plekken beleefd worden en heeft als doel om de verhoudingen tussen de verschillende plekken zo goed mogelijk weer te geven. Het model is opgebouwd uit twee assen, op basis van twee variabelen. Deze twee variabelen zijn ontstaan na een analyse van de wijze waarop de respondenten plekken bespreken. In de interviews tijdens de walkalongs werd duidelijk dat respondenten de beleving van een plek goed kunnen plaatsen op een spectrum van positief naar negatief. Daarnaast geven respondenten al snel aan wat de functie van de betreffende plek in hun looproute is. Hierbij wordt duidelijk



**Figuur 33: Model over de beleving en van locaties in de binnenstad van Utrecht.**



dat, in de beleving van respondenten, plekken in bepaalde mate een *doel in zichzelf* zijn, of een *middel* om een andere plek te bereiken. Plekken worden bezocht of gebruikt.

In het model wordt duidelijk dat de Oudegracht, de Zadelstraat en de Neude de meest geliefde plekken van Utrechters zijn. Hoogcatharijne, Langejansstraat en Vredenburg staan daar tegenover als plekken die als topophobia kunnen worden gekarakteriseerd. Plekken die als topophobia worden ervaren, worden snel gepasseerd en nauwelijks beleefd. Topophilia daarentegen zijn plekken waar Utrechters de tijd voor nemen en de sfeer komen proeven.

Een aantal straten in Utrecht dienen voor de Utrechters puur als middel om zich te verplaatsen. De Vinkenburgstraat, de Potterstraat en de Choorstraat zijn straten waar Utrechters niets hebben te zoeken, maar die worden aangedaan om een andere plek te bereiken. Daarbij is er wel een verschil in beleving. De Vinkenburgstraat is een topophilia in de beleving van Utrechters, terwijl de Choorstraat als topophobia wordt beleefd. Aan de andere kant van het model vinden we de Steenweg, het Wed en de Zadelstraat. De straten zijn heel duidelijk een doel voor Utrechters. Opvallend is dat veel straten die als doel dienen, omgeven zijn door straten die een middel zijn om dat doel te bereiken. Een looproute wordt op die manier meer een vorm van eiland hopen.

De verklaring van de beleving van de binnenstad moet worden gezocht in een aantal emoties die voor Utrechters sterk bijdragen aan een positieve of negatieve waardering van bepaalde plekken. In deze alinea worden er vijf besproken. Ten eerste is voor Utrechters belangrijk dat ze toeschouwer kunnen zijn om te observeren wat er in de directe omgeving gebeurt. Utrechters willen graag de mogelijkheid hebben om afstand te nemen en te aanschouwen, zoals dat kan op de terrassen van de Neude of de trappen van het stadhuis. Een tweede emotie die bijdraagt aan een positieve beleving van een plek is het gevoel vermaakt te worden. Vermaakt worden staat voor levendigheid, het aanbod van activiteiten en een grote hoeveelheid mensen. Een derde emotie is die van het gevoel van identiteit van een plek. Identiteit staat voor een herkenbaar imago, vaak verkregen door de lange bestaansgeschiedenis van de (elementen op die) locatie. Utrechters willen straten en pleinen graag kunnen typeren. Soms kan dat niet, bijvoorbeeld door een gebrek aan eenduidigheid of door een gesloten architectuur (weinig ramen, platte gevels). Een vierde emotie is die van het gevoel van verbondenheid met de plekken 'waar het gebeurt'. Plekken die verbonden zijn met de kern van het centrum worden sneller positief ervaren. Utrechters willen niet het gevoel hebben dat ze op een plek zijn die ervoor zorgt dat ze andere dingen missen. Als laatste draagt het kunnen vinden van rust bij aan een positieve beleving van een plek. Rust kunnen vinden staat voor de mogelijkheid om de eventuele drukte moeiteloos te kunnen ontvluchten, de terrassen op de drukke Oudegracht dienen hier als mooi voorbeeld.

### 6.3 Gevolgen voor beleid en verder onderzoek

#### Beleid

De overheid en private partijen proberen steden, wijken, buurten en straten te verbeteren. Een (stads)geograaf moet zichzelf daarbij de vraag stellen: waar? Welke gebieden hebben het meeste geld, tijd en energie nodig? Gelet op het model in figuur 33, zijn de straten in het kwadrant rechtsonder het meest urgent. Straten die door gebruikers niet als doel worden gezien, en daarnaast ook nog eens een negatieve beleving oproepen, zijn zowel een gevaar als een kans. Een gevaar omdat de aangrenzende topophilia minder bezocht kunnen gaan worden. Een kans omdat ze een verbindingsas kan worden tussen twee of meer topophilia. In Utrecht is de Langejansstraat een goed voorbeeld. Deze straat verbindt twee topophilia (Neude en Janskerkhof), maar wordt zelf gezien als topophobia. Wanneer de Langejansstraat een aantrekkelijke straat wordt om te betreden voor de voetganger komt het Janskerkhof binnen bereik van de looproutes van voetgangers, iets wat nu voor de gemiddelde bezoeker van de binnenstad niet het geval is.

Op abstracter niveau zal de focus van het beleid meer gericht moeten worden op de emoties en beleving die een plek teweeg moet brengen. Vanuit die gedachte kunnen beleid, plannen en ontwerpen worden gemaakt.

Uit dit onderzoek blijkt dat die beleving sterk afhankelijk is van de bewegende elementen in het straatbeeld. De hoeveelheid en interactie tussen verkeer en mensen, en mensen onderling, moet zwaar meewegen.

Een andere les die getrokken moet worden uit de werkwijze en resultaten van dit onderzoek, is dat beleidsmakers en stedelijke ontwikkelaars 'met hun voeten in de modder moeten staan'. Eenzelfde conclusie trekt Healey (2009) wanneer ze het heeft over 'becoming street-wise':

*"As in all planning work, spatial strategy makers need to get out and about in the streets and meeting places of their urban areas."*

De beleving van een plek kan niet beter worden vertaald dan door de gebruiker van de ruimte. Zeker voor beleidsmakers die geen geschiedenis hebben met de plek waarover zij plannen maken, is deze werkwijze van groot belang. De binnenstad is niet een plattegrond op een bureau, maar een verhaal van een gebruiker.

### **Verder onderzoek**

De beleving van plekken middels mental map onderzoek en walkalongs zou veel meer moeten worden toegepast. In steden, dorpen, natuurgebieden en zowel 's nachts als overdag. Concreet zou verder onderzoek zich in drie richtingen kunnen bewegen.

Allereerst geldt voor Utrecht dat er meer respondenten nodig zijn om een completer beeld te krijgen van de beleving van looproutes in de binnenstad. Zoals in de discussie zal worden besproken, was de veelzijdigheid van de respondentengroep voor de walkalong beperkt. Vooral mensen in de leeftijdscategorie 30+ zouden meer aan het woord moeten komen.

Een tweede aandachtspunt is geluid. Om de rijkdom van de data uit te breiden zouden de geluiden in de te onderzoeken gebieden ook meer aandacht moeten krijgen. In dit onderzoek ging het om het zicht maar de respondenten hebben ook al gerefereerd aan stilte, kabbelend water en de herrie van verkeer. De geluiden van een plek lijken de emotie sterk te kunnen beïnvloeden.

Als laatste zou verder onderzoek naar de beleving van plekken wellicht ook meer kunnen worden gezien vanuit de theoretische invalshoek van het place-ballet. Dit concept legt de nadruk op de interactie tussen mensen en materialen, die leidt tot het unieke karakter van een plek. Vanuit deze invalshoek zijn de bewegingen en activiteiten minstens zo belangrijk als de materialen waaruit de plek bestaat en de economische functie die het heeft. De respondenten leken daarnaar te verwijzen in hun antwoorden en verhalen over plekken.

## **6.4 Conclusies en evaluatie walkalong-methode**

De walkalong-methode is een nieuwe methode en nog maar weinig toegepast in de geografie. Elk nieuwe toepassing van de walkalong-methode levert een schat aan nieuwe ervaringen op met de mogelijkheden en onmogelijkheden van de methode. Zo ook dit onderzoek.

De uitvoering van de walkalong-methode in dit onderzoek verschilde enigszins van eerdere toepassingen van de walkalong-methode door bijvoorbeeld Kusenbach (2003), Pink (2008) en Carpiano (2009). In dit onderzoek stonden de te lopen looproutes namelijk van tevoren min of meer vast. De respondent had wel de volledige vrijheid om af te wijken, en dit gebeurde ook, maar de kern van de route bleef de meest gebruikte looproute zoals van tevoren bepaald. Dit gaf de onderzoeker de mogelijkheid om de beschikbare tijd (één uur per respondent) beter in te plannen en een selectie te maken uit de interviewvragen. Dit had tot gevolg dat de dataverzameling zeer effectief was.

Een aantal zaken verliep naar volle tevredenheid van de onderzoeker. Allereerst bleek dat de respondenten zeer weinig moeite hadden met het onder woorden brengen van hun emotie en beleving bij plekken. De onderzoeker heeft geprobeerd een open en veilige omgeving te creëren en in de meeste gevallen is dat gelukt. Ook het vastleggen van de verhalen van respondenten door het maken van aantekeningen bleek uitvoerbaar.

Door de walkalong direct uit te werken is er weinig informatie verloren gegaan. Als laatste voelden de meeste respondenten zich op hun gemak met de fotocamera en maakten ze gemiddeld tien foto's.

Er zijn ook een aantal adviezen die de methode in de toekomst kunnen verbeteren. Respondenten refereren in hun antwoorden en verhalen vaak aan vergelijkbare, of juist tegenovergestelde plekken om ze in verhouding te plaatsen. Kennis bij de onderzoeker van de betreffende plek en omgeving zijn daarbij van belang omdat de onderzoeker de betekenis van de gemaakte vergelijkingen anders niet kan vatten. In dit onderzoek was dat geen probleem. Het werven van respondenten voor deze methode is moeilijk omdat de onderzoeker veel van de respondent vraagt. In dit onderzoek kon de onderzoeker gebruik maken van zijn eigen netwerk, maar dat heeft ook nadelen, zie de discussie in de volgende paragraaf. Als laatste is het zaak om in het onderzoeksontwerp goed na te denken over de omvang van het te onderzoeken gebied. Omdat de respondent leidend is in de te volgen route, kan het zijn dat sommige delen van het te onderzoeken gebied geen enkele keer worden meegenomen in de walkalongs.

## 6.5 Discussie

De onderzoeker is zeer enthousiast over de gevonden resultaten en de rijkdom aan data uit de combinatie van mental maps, walkalongs en foto's. Uiteraard zijn er ook zaken die verdere aandacht verdienen.

De persoonskenmerken van de respondenten voor de walkalong laten zien dat het hier gaat om een jonge groep mensen die over het algemeen hoog opgeleid zijn. Dit kleurt hun ervaringen met de binnenstad van Utrecht. Daarnaast kennen sommige respondenten elkaar omdat ze uit hetzelfde netwerk van de onderzoeker komen. De dagbesteding en het activiteitenpatroon van sommige respondenten lijken erg op elkaar. Hierdoor zal de beleving en waardering van sommige plekken gekleurd zijn. Misschien is het zo dat de respondenten in dit onderzoek een plek als erg prettig ervaren, terwijl het gros van de Utrechters dat niet zou doen. Om een completer beeld te krijgen van de beleving van de binnenstad zou er daarom ook onderzoek moeten worden gedaan naar bijvoorbeeld oudere en lager opgeleide bezoekers van de binnenstad.

Een ander punt dat uitgewerkt kan worden is de invulling van het model (figuur 33). Het indelen van plekken op basis van twee variabelen met een beperkt aantal cases is arbitrair. Dit is inherent aan het kwalitatieve karakter van de methode maar moet hier toch genoemd worden. Daar staat tegenover dat de waarderingen en belevingen met plekken heel dicht bij de bron verzameld zijn, namelijk uit de mond van de gebruiker die op de betreffende plek aanwezig was. Het verzamelen van meer cases kan de subjectiviteit van de invulling van het model verkleinen.

## 7 Literatuur

- Allard, T., B. Babin & J.-C. Chebat (2009), When Income Matters: Customers Evaluation of Shopping Malls' Hedonis and Utilitarian Orientations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16[1], pp. 40-49.
- Anderson, K. and Smith, S. (2001) Editorial: emotional geographies. *Transactions of the Institute of British Geographers* 26: 7–10.
- Billingshurst, M. & S. Weghorst (1995), The use of sketch maps to measure cognitive maps of virtual environments. *Proceedings of the Virtual Reality Annual International Symposium (VRAIS'95)*, p.40
- Bernhoft, I.M. & G. Carstensen (2008), Preferences and behaviour of pedestrians and cyclists by age and gender. *Transportation research F, traffic psychology and behaviour*, Vol. 11[2], pp. 83-95.
- Borgers, A. W. J. & H. J. P. Timmermans (1986), A Model of Pedestrian Route Choice and Demand for Retail Facilities within Inner-City Shopping Areas. *Geographical Analysis* 18, pp. 115-128.
- Bovy, P.H.L. & E. Stern (1990), *Route Choice: Wayfinding in Transport Networks*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- Bryman, A. (2004), *Social research methods*. Oxford University Press, Oxford.
- Carpiano, R.M. (2009), Come take a walk with me: The “Go-Along” interview as a novel method for studying the implications of place for health and well-being. *Health & Place*, Vol. 15[1], pp. 263-272.
- Cleese, J. & R. Skynner (1983), *Hoe overleef ik mijn familie. Omgaan met liefde en relaties*. Uitgeverij Unieboek bv, Houten.
- Comenetz (2005), Mental mapping A lesson that creates itself. *Journal of Geography* 104, pp. 113-118.
- Davidson & Milligan (2004) Embodying emotion sensing space - introducing emotional geographies. *Social and Cultural Geography* 5 523–32
- Davidson, J., Bondi, L. and Smith, M., editors 2005: *Emotional geographies*. London: Ashgate.
- Downs, R. (1970), Geographic space perception: past approaches and future prospects. *Progress in Geography* 2, pp. 65-108.
- Evers, D. & A. Van Hoorn & F. Van Oort (2005), *Winkelen in Megaland*. Ruimtelijk Planbureau, Den Haag.
- Gärling (1989) - The role of cognitive maps in spatial decisions. *Journal of Environmental* 9 (4), pp. 269-278.
- Golledge, R.G. (1981), Misconceptions, misinterpretations, and misrepresentations of behavioral approaches in human geography. *Environment and Planning A*, 1981, Vol.13, pp. 1325-1344.
- Golledge, R. G. & R. J. Stimson (1987), *Analytical Behavioral Geography*. London: Croom Helm.
- Golledge, R. G. & R. J. Stimson (1997), *Spatial behavior: A geographical perspective*. New York: The Guilford Press.
- Haklay, M, D. O'Sullivan, M. Thurstain-Goodwin & T. Schelhorn (2001), "So go downtown": simulating pedestrian movement in town centres. *Environment and Planning B: Planning and Design*, Vol. 28[3], pp. 343-359.
- Hall, T. (2009), The Camera Never Lies? Photographic Research Methods in Human Geography. *Journal of Geography in Higher Education*, Vol. 33[3], pp. 453–462.
- Handerson, L. F., 1974, On the Fluid Mechanics of Human Crowd Motion. *Transportation Research*, 8[6], pp. 509-515.
- Harvey. D. (2006), Space as a Keyword. In: *David Harvey: A critical Reader*. Oxford: Blackwell, pp. 270-294.
- Healey, Patsy (2009) In search of the “strategic” in spatial strategy making, *Planning Theory & Practice*, 10: 4, 439 – 457.
- Helbing, D., P. Molnar & I.J. Farkas (2001), Self-Organizing Pedestrian Movement. *Environment and Planning B*, 28[3], pp. 361-383.
- Hill, M.R. (1982), *Spatial Structure and Decision-Making of Pedestrian Route Selection Through An Urban Environment*. Ph.D. Thesis, University Microfilms International.

- Holloway, L. & P. Hubbard (2001), *People and place: the extraordinary geographies of everyday life*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Hoogendoorn, S.P. & P.H.L. Bovy (2003), Pedestrian Route-Choice and Activity Scheduling Theory and Models. *Transportation Research B*, Vol. 38, pp. 169-190.
- Huynh & Doherty (2007), Digital sketch map drawing as an instrument to collect data. *Cartographica*, Vol. 42[4], pp. 285-296.
- Huynh, N.T., G.B. Hall & S. Doherty (2008), Interpreting urban space through cognitive map sketching and sequence analysis. *Canadian geographer*, Vol. 52[2], pp. 222-240.
- Jones, P. et al. (2008), Exploring space and place with walking interviews. *Journal of Research Practice*, 4(2), Article D2.
- Kitchin (1994), Cognitive maps; what are they and why study them? *Journal of Environmental Psychology* 14: 1–19
- Kitchin (1997), Aggregation Issues in cognitive mapping. *Professional Geographer*, 49(3): 269-280.
- Klein, M. (1998), He shops, she shops. *American demographics*, Vol. 20[3], pp. 34-36.
- Knox, P.L. & S. Marston (2007), *Human Geography*, fifth edition. Prentice Hall, Upper Saddle River NJ.
- Krabben, E. van der (2009), Retail Development in The Netherlands: Evaluating the Effects of Radical Changes in Planning Policy. *European Planning Studies*, Vol. 17[7], pp. 1029-1048.
- Kurose, S., Borgers, A. W. J. & H.J.P. Timmermans (2001), Classifying pedestrian shopping behaviour according to implied heuristic choice rules. *Environment and planning B*, Vol. 28(3), pp. 405-418
- Kusenbach, M. (2003), Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool. *Ethnography*, Vol. 4(3), pp. 455-485.
- Lynch, K. (1960), *The image of the city*. The M.I.T. Press, London.
- Lynch, K. (1976). Preface. In G. T. Moore & R. G. Golledge, Eds., *Environmental Knowing*, Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson & Ross.
- Marchand (1974), Pedestrian traffic planning and the perception of the urban environment.
- Millonig, A. & G. Gartner (2007), Monitoring pedestrian spatio-temporal behavior. Technical Report 42. Bremen, Germany: Universität Bremen, TZI Technologie-Zentrum Informatik, 29-42.
- Mokhtarian, P. L., D.T. Ory & X. Cao (2009), Shopping-related attitudes: a factor and cluster analysis of Northern California shoppers. *Environment and planning B*, Vol. 36[2], pp. 204-238.
- Monheim, R. (1998), Methodological aspects of surveying the volume, structure, activities and perceptions of city centre visitors. *GeoJournal* Vol. 45, pp. 273–287.
- Nes, Akkelies van (2005) Space syntax – meten aan de ruimte. *Rooilijn*, 38(2), 69-76.
- Nouwen, P. (1991), *De god in de machine*. Uitgeverij Thoth, Bussum.
- Peponis, J. & C. Zimring & Y.-K. Choi (1990), Finding the building in wayfinding *Environment and Behavior*, Vol. 22[5], pp. 555-590.
- Pile, S (2010) Emotions and affect in recent human geography. *Transactions of the Institute of British* 35 (1), pp. 5-20.
- Pink, S. (2008), An urban tour: The sensory sociality of ethnographic place-making. *Ethnography*, Vol. 9[2], pp. 175-196
- Platform Binnenstad Utrecht (2006), *Visie op de Historische Binnenstad* [online]. Beschikbaar op World Wide Web: [http://www.centrumutrecht.nl/documents/visie\\_historische\\_binnenstad\\_2006.pdf](http://www.centrumutrecht.nl/documents/visie_historische_binnenstad_2006.pdf)
- Ricketts Hein, J., P. Jones & J. Evans (2008), Mobile methodologies: theory, technology and practice *Geography Compass* 2[5], pp. 1266-1285.
- Rose, G. (2008), Using photographs as illustrations in human geography, *Journal of Geography in Higher Education*, Vol. 32[1], pp. 151–160.
- Saarinen T.F., Parton M. & R. Billberg (1996), Relative size of continents on world sketch maps. *Cartographica* 33: pp. 37-47.
- Seneviratne, P.N. & Morall, J.F. (1986), Analysis of factors affecting the choice of route of pedestrians. *Transportation Planning and Technology* 10, pp. 147–159.

- Sheller, M & J. Urry (2006), The New Mobilities Paradigm. In: Special Issue of Environment and Planning A, Vol. 38, pp. 207-226.
- Shriver, K. (1997), Influence of Environmental Design on Pedestrian Travel Behavior in Four Austin Neighbourhoods, Transportation Research, Record 1578, pp. 64-75,
- Sit, J., B. Merrilees & D. Birch (2003), Entertainment-seeking shopping centre patrons: the missing segments. International Journal of Retail & Distribution Management. Vol. 31[2], pp. 80-94.
- Spierings, B. (2006), The return of regulation in the shopping landscape? Reflecting on the persistent power of city centre preservation within shifting retail planning ideologies. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, Vol. 97[5], pp. 602-609.
- Taylor, S. (2002), Overcoming aesthetic muteness: researching organisational members aesthetic experience. Human Relations, Vol. 55, pp. 821-840.
- Teller, C. & T. Reutterer (2008), The evolving concept of retail attractiveness: What makes retail agglomerations attractive when customers shop at them? Journal of Retailing and Consumer Services, Vol 15[3], pp. 127-143.
- Tuan Y.-F. (1974), Space and place: a humanistic perspective. Progress in Geography 6, pp. 233-246.
- Tuan Y.-F. (1979), Landscape of Fear. Oxford: Blackwell.
- Zacharias, J. (1993), Reconsidering the impacts of enclosed shopping centres. Landscape and Urban Planning Vol. 26[1-4], pp. 149-160.
- Zhu (2008), Bounded Rationality and spatio-temporal pedestrian shopping behavior. Ph.D. thesis, Eindhoven University of Technology.



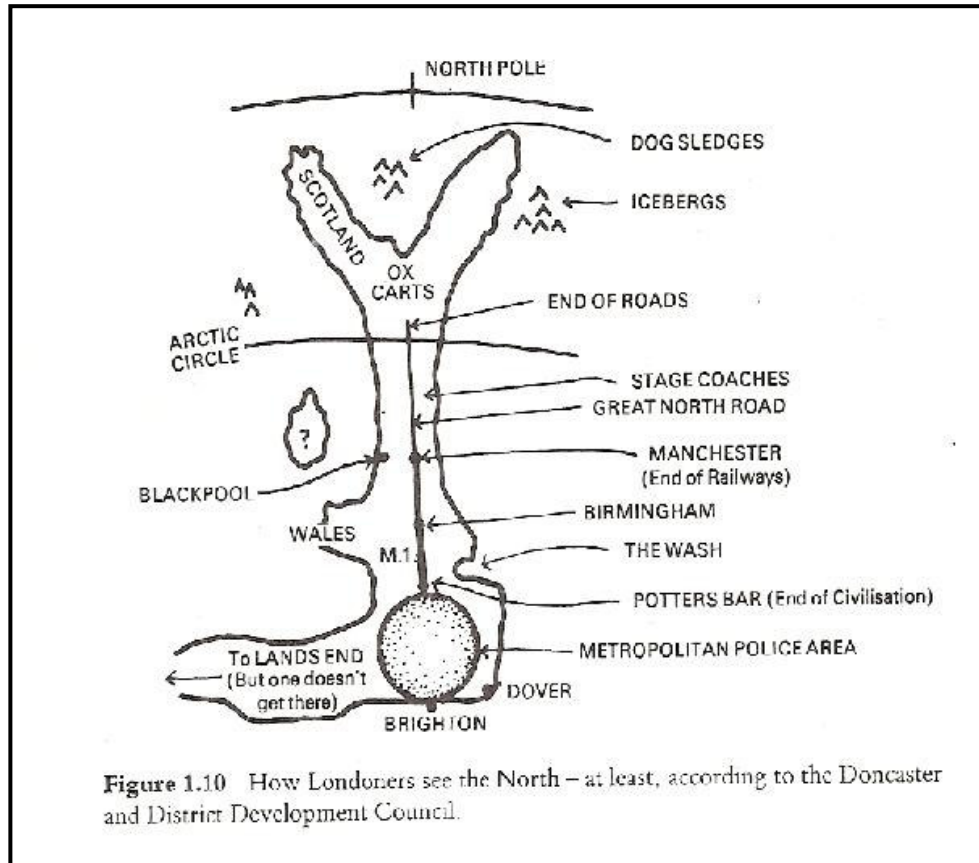
## 8 Bijlagen

## 8.1 Plan van Aanpak Mental Mapping

# Plan van aanpak Mental Mapping

Joan van Benthem & Johannes Lok

2 maart 2010



## Inhoud

INTRODUCTIE .....	87
VERANTWOORDING .....	87
VERGELIJBARE ONDERZOEKEN .....	88
MEETINSTRUMENTEN .....	90
VARIABELEN .....	92
ANALYSE .....	93
<i>Het beeld van de binnenstad van Utrecht</i> .....	93
<i>Selectie doelgroepen</i> .....	95
LITERATUUR .....	97
BIJLAGE .....	98

## Introductie

Doel van dit plan van aanpak is het verschaffen van inzicht in de manier van mental map-dataverzameling.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt: Hoe verklaart de visuele waarneming [van twee doelgroepen] de mental map en de beleving van looproutes in de binnenstad van Utrecht? De verzameling van mental maps gaat allereerst bijdragen aan het beantwoorden van de tweede deelvraag: Hoe wordt de binnenstad vormgegeven op de mental map van? Het tweede doel van de toepassing van deze methode is het onderscheiden van twee doelgroepen voor verder onderzoek (voor deelvraag 3). In dit onderzoek zullen 100 mental maps worden verzameld onder een brede afspiegeling van de inwoners van Utrecht. Daarbij zullen persoonskenmerken worden genoteerd die eventuele verschillen in mental maps kunnen verklaren en leiden tot het bepalen van twee doelgroepen voor verder onderzoek. De verantwoording van deze werkwijze vindt u in de volgende paragraaf. Daarna volgen de concrete uitvoering van de dataverzameling, de analyse van het verzamelde materiaal en de planning.

## Verantwoording

Het moment waarop de mental map methode in dit onderzoek wordt ingezet was onderwerp van discussie. Er zijn namelijk twee opties: een 'brede' en een 'smalle' mental mapping methode. Bij de smalle mental mapping methode bestaat de populatie uit twee doelgroepen die rechtstreeks uit de literatuur zijn afgeleid. Bij de brede methode bestaat de populatie uit alle bezoekers aan de binnenstad, waarbij verzamelde mental maps onder andere ten dienste staan van het selecteren van twee doelgroepen uit die populatie. Er is gekozen voor de tweede optie.

De brede methode heeft voor- en nadelen. Één van de nadelen is dat de verzameling sketch maps mogelijk niet zal leiden tot het kunnen definiëren van twee heldere doelgroepen voor verder onderzoek. Een ander nadeel is dat de methode mogelijk zal leiden tot minder effectieve en concrete resultaten, aangezien de methode is afgestemd op een brede populatie. Een laatste nadeel is dat in de populatie weinig tot geen marginale groepen zullen voorkomen, terwijl deze juist een afwijkend perspectief op de binnenstad kunnen hebben (daklozen, werkenden, gehandicapten). Een voordeel van een brede mental mapping methode is dat de doelgroepen in deze case study in Utrecht zo objectief mogelijk worden bepaald op basis van de verzamelde data in de empirie. Verdiepend onderzoek met de twee doelgroepen zal vervolgens plaatsvinden tijdens de walkalongs. Ook in andere onderzoeken wordt de populatie breed gehouden, waarbij de verzamelde persoonskenmerken uiteindelijk worden gebruikt voor het scheiden van de respondenten in groepen, bijvoorbeeld op basis van leeftijd, verblijfsplaats of geslacht (Pearce, 1977; Jenkins en Walmsley, 1993; Yeung en Savage, 1996; Moore, Simmons en Fairweather, 1998).

De nadelen van deze werkwijze zijn zoveel mogelijk ondervangen. Zo heeft het bestuderen van vergelijkbare onderzoeken geresulteerd in een aantal significante persoonskenmerken die groepen respondenten kunnen scheiden (zie Analyse). De verwachting is dat ook in dit onderzoek een aantal van de betreffende persoonskenmerken significante variabelen zullen zijn, waarop twee doelgroepen kunnen worden bepaald. Dat de resultaten in de brede methode wellicht minder concreet zijn, weegt niet op tegen het voordeel van het bepalen van doelgroepen in de empirie, mede omdat dit onderzoek een casestudy in de stad Utrecht is. Enerzijds is het nadeel van het ontbreken van marginale groepen, met deze brede methode, nauwelijks te ondervangen. Anderzijds vraagt de onderzoeksvraag van dit onderzoek naar de beleving van de bezoeker aan de binnenstad van Utrecht en zou een oververtegenwoordiging van marginale groepen niet representatief zijn.

Dit onderzoek is op zoek naar de rol van de visuele waarneming in de beleving van de binnenstad van Utrecht. Om meer te weten te komen over de beeldvorming van de binnenstad van Utrecht is het nodig deze mentale beelden van personen om te zetten in data. Er zijn een aantal mogelijkheden om mentale beelden om te zetten in data. Golledge & Stimson (1997, pp 231 - 233) stelden een lijst samen met methoden om cognitieve ruimtelijke informatie te onttrekken aan een individu. De lijst is zeer uitgebreid en bevat onder andere verbale verslaglegging, sketch maps, woorden lijsten, modellen, gedichten, dagboeken, testen met speelgoed en andere objecten. In hun boek werken Golledge & Stimson de sketch map-methode verder uit.

Sketch maps zijn door de respondent geschetste plattegronden van gebieden en worden gezien als een betrouwbare manier om mentale constructies, of mental maps, te meten (Billinghurst & Weghorst, 1995). Hoewel hij nog zelden als op zichzelf staande methode wordt toegepast wordt de sketch map methode vaak toegepast in combinatie met andere methoden. De sketch map geeft informatie over:

- het aantal maal dat elementen voorkomen de een sketch map;
- de mix van paths, nodes en districts;
- een indicatie van de belangrijkste functies in een gebied, zoals beleefd door de respondent, en;
- ordinale informatie, zoals het aantal bochten in een route.

De sketch map geeft een betrouwbare indicatie van de kwantiteit aan informatie die een respondent zich voor de geest haalt bij het weergeven van ruimtelijke informatie. Het tellen van de frequentie waarmee bepaalde elementen voorkomen op de sketch maps stelt de onderzoeker in staat om samengestelde kaarten te produceren. Die kaarten geven de elementen in een gebied weer die bekend zijn bij een meerderheid van het publiek (Golledge & Stimson, 1997).

De sketch map methode is de meest geschikte methode om meer te weten te komen over de beeldvorming van de binnenstad van Utrecht. Hierna volgt een korte verkenning van studies die deze methode op vergelijkbare manier hebben toegepast. De lessen die worden getrokken uit deze vergelijkbare onderzoeken dienen als input voor de meetinstrumenten en analyse van dit onderzoek.

## Vergelijkbare onderzoeken

In 1977 publiceerde Pearce zijn artikel *Mental Souvenirs: a study of tourists and their city maps*. In zijn onderzoek verzamelde hij tweeënzeventig sketch maps van toeristen van de stad Oxford, Groot Brittannië. Verder verzamelde hij van iedere respondent de leeftijd, lengte van bezoek aan de stad en of hun slaapaccommodatie in de binnenstad of erbuiten was. Van elke sketch map werd vastgesteld hoeveel paden, landmarks en districts deze bevatte, en de mate van nauwkeurigheid. Een variantieanalyse van deze variabelen bracht aan het licht dat er een significant verband bestaat tussen de lengte van verblijf in een gebied en het aantal elementen waaruit de sketch map bestaat.

In 1993 publiceerden Jenkins en Walmsley een studie naar de mental maps van toeristen in Coffs Harbour, Australië. Aan hondervijfveertig respondenten werd de volgende instructie gegeven:

*We would like you to make a map of the Coifs Harbour area. Make it just as if you were making a rapid description of the area to a stranger, covering all the main features. We don't expect an accurate drawing -just a rough sketch.*

Net zoals Pearce (1977) bestond de analyse uit het tellen van de elementen op de sketch map, aangevuld met een samengestelde sketch map van alle respondenten, op basis van de werkwijze van Lynch (1960). Ook in dit onderzoek blijkt de accommodatie van de respondent van doorslaggevend belang.

Bovengenoemde onderzoeken vonden plaats in het kader van onderzoek naar toerisme. Een mooi voorbeeld uit stadsgeografische hoek is het artikel van Yeung en Savage (1996): *Urban imagery and the main street of the*

**Nodes** zijn specifieke (strategische) locaties, zoals een kruispunt of bushalte.

**Paths** zijn de routes die mensen volgen wanneer zij zich bewegen, zoals straten of voetpaden. Paths verbinden nodes met elkaar, of leiden naar nodes.

**Edges** zijn (ervaren) grenzen, zoals een stadsmuur of kustlijn. Het verschil tussen paths en edges is arbitrair. Voor een automobilist is een snelweg een path, terwijl die voor de voetganger een edge is.

**Districts** zijn delen van de stad die als één geheel worden gezien omdat ze bijvoorbeeld dezelfde karakteristieken vertonen voor de respondent, zoals een gebied met oude woningen of een markt.

**Landmarks** zijn sterke referentiepunten in de stad, zoals een toren, kerk, kunstwerk of brug.

*nation - the legibility of Orchard road, in the eyes of Singaporeans.* Uit sketch maps van 404 respondenten blijkt dat leeftijd, inkomen en taal de meest significante onafhankelijke variabelen zijn die de samenstelling van de sketch map beïnvloeden. In dit onderzoek wordt duidelijk gewerkt vanuit het gedachtegoed van Lynch (1960) en Jenkins en Walmsley (1993).

Als laatste komen Moore, Simmons en Fairweather (1998) aan bod, met hun artikel: *Visitor decision making, spatial behaviours, cognitive maps and destination perceptions - a case study of Kaikoura.* De 148 sketch maps in dit onderzoek werden zowel kwantitatief als kwalitatief geanalyseerd. In de kwalitatieve analyse werden de maps beoordeeld op schaal, grote ruimtelijke afwijkingen of laksheid. In de kwantitatieve analyse werd, net zoals bij Pearce (1977) en Jenkins en Walmsley (1993) het aantal landmarks, nodes, routes, edges en districts geteld. Door middel van *cross-tabulation* werden een aantal significante verbanden aangetoond.

**Summary Totals and Means for Cognitive (Sketch) Map Features**

<b>Feature</b>	<b>Total</b>	<b>Mean</b>	<b>Std Dev.</b>
Landmarks	407	2.89	2.09
Routes	335	2.38	1.9
Edges	199	1.41	0.71
Districts	179	1.27	0.86
Nodes	73	0.52	0.74

**Table 1 Moore, Simmons en Fairweather (1998)**



## Meetinstrumenten

In deze paragraaf wordt de praktische uitvoering van het mental map veldwerk toegelicht. Het veldwerk per respondent zal bestaan uit drie onderdelen:

1. het tekenen van een sketch map;
2. het invullen van een enquête over enkele persoonskenmerken;
3. het invullen van de meestgebruikte looproute.

Het is de bedoeling om op verschillende momenten in de week (ochtend, middag, avond) in totaal ongeveer 100 mensen te benaderen voor een kort onderzoek naar het beeld van de binnenstad van Utrecht. Er is voor gekozen mensen te benaderen die hier even tijd voor hebben (maximaal 10 minuten), zoals wachtenden bij gemeentehuis of postkantoor, en op in- en uitgangswegen van de binnenstad. Belangrijk is dat mensen bij het tekenen niet worden beïnvloed door andere respondenten of de omgeving.

### *Deel 1 – Teken van een sketch map*

Allereerst wordt aan de respondenten gevraagd uit het hoofd een mental map van de binnenstad van Utrecht te tekenen. De instructie luidt:

#### **Wij willen u vragen om een kaart van de Utrechtse binnenstad te tekenen.**

- Teken een schets waarbij alle voor u belangrijke elementen worden aangegeven.
- Geef de elementen waar mogelijk een naam.
- Denk aan straten, gebouwen, markeringspunten, kruispunten, gebieden.
- **Het gaat om úw beeld van de binnenstad, uw kaart is dus altijd goed.**
- Veel succes!

Er wordt gebruik gemaakt van een vel papier in de vorm van een A4. Deze zal bestaan uit een korte instructie en toelichting bovenaan. De rest van de A4 biedt ruimte voor het tekenen van de kaart. Op de achterzijde (of een apart vel) is ruimte voor invullen van een aantal persoonskenmerken (zie deel 2). Voor het tekenen wordt gebruik gemaakt van een harde ondergrond (klembord) en potlood. Gebruik van gum is toegestaan. Zie bijlage.

Door de onderzoekers zal terughoudend worden opgetreden op het moment dat de respondenten bezig zijn de mental maps te construeren om de objectiviteit zoveel mogelijk te waarborgen. Onduidelijkheden bij de respondenten worden ondervangen door de aanwijzingen op de instructie of opgelost door kort en krachtig uitleg te geven bij het tekenen van de mental maps.

### *Deel 2 – Invullen van een enquête*

Vervolgens wordt aan de respondenten gevraagd een korte enquête in te vullen. Hierbij wordt zoveel mogelijk de mogelijkheid gegeven aan te vinken. Het gaat om de volgende kenmerken: leeftijd, geslacht, doel van bezoek, postcode, woontuur, bezoekfrequentie binnenstad, dagelijkse bezigheden en inkomen (zie bijlage).

De gevraagde kenmerken zijn geïnspireerd op vergelijkbare onderzoeken, zoals beschreven in de vorige paragraaf. Zo wordt het doel van het bezoek ook besproken in Moore, Simmons & Fairweather (1998), waar mental maps van toeristen die Kaikoura (Nieuw Zeeland) bezoeken laten zien dat hoe langer iemand in de stad is, hoe meer markeringspunten en hoe minder grenzen hij kan tekenen. Onderzoek van Pearce (1977) wijst juist uit dat de langere tijdsduur in de stad leidt tot het noteren van meer elementen in het algemeen. De factoren leeftijd en inkomen zijn tevens van invloed op de vormgeving van de mental map. Yeung & Savage concluderen bijvoorbeeld: *Age, income and language biases (...) confirm the results from other studies on urban cognition.* Er bestaan ook significante verschillen tussen man en vrouw (Pearce, 1977). Ten slotte concluderen Yeung & Savage (1996) dat de factoren *spatial proximity* en *experience* cruciaal zijn. Deze komen terug in de vraag naar postcode, woontuur en aantal keren dat iemand in de binnenstad komt. Onderzoek van Pearce (1977) laat zien

dat hoe kleiner de afstand tussen de verblijfplaats van de respondent en de binnenstad, hoe gedetailleerder de mental map wordt.

### *Deel 3 – looproutes tekenen*

Ten slotte wordt aan de respondenten een plattegrond van de binnenstad van Utrecht getoond. Op deze plattegrond mogen de respondenten hun meestgebruikte route invullen/arcen (zie bijlage). De verwachting is dat niet iedere respondent hier aan wil of kan meewerken, omdat niet iedereen goed kan omgaan met plattegronden. Eventueel kan de onderzoeker helpen bij dit onderdeel, door de verbale aanwijzingen van de respondent om te zetten in een getekende route. De vraag kan luiden:

*We willen u vragen om op deze kaart uw meestgebruikte looproute door de binnenstad van Utrecht te tekenen.*

## Variabelen

De meetinstrumenten leiden tot een aantal variabelen. Een aantal van deze variabelen zullen moeten worden gecategoriseerd of geconverteerd naar andere waarden. Hieronder vindt u een tabel met de variabelen die voortkomen uit de meetinstrumenten, inclusief een toelichting, de codering en het meetniveau. Per respondent worden de volgende variabelen bekend:

	Variabele	Toelichting	Codering	Meetniveau
1	Leeftijd		geboortejaar	Ratio
2	Geslacht		1 = man 2 = vrouw	Binair
3	Inkomen	huishoudensinkomen als indicator voor sociale klasse	1 = beneden modaal 2 = modaal 3 = boven modaal	Ordinaal
4	Nabijheid	Enquete: "Wat is de postcode van uw huidige adres?" Mbv een routeplanner wordt de afstand tot de binnenstad berekend.	Afstand in meters	Ratio
5	Woontuur	op huidig adres	in maanden	Ratio
6	Bezoekfrequentie	gemiddeld aantal bezoeken aan de binnenstad	1 = 1 keer per dag of meer 2 = paar keer per week 3 = paar keer per maand 4 = paar keer per jaar 5 = 1 keer per jaar of minder	Categoriaal
7	Bezoekdoel	belangrijkste doel van het bezoeken van de binnenstad	1 = (dagjes)toerist 2 = boodschappen 3 = shoppen 4 = cultuur/entertainment 5 = eten & drinken 6 = verplaatsing 7 = anders, nl...	Categoriaal
8	Dagelijkse_bezigheden	dagelijkse bezigheden	1 = scholier/student 2 = betaald werk 3 = onbetaald werk 4 = pensioen/vut 5 = werkloos	Categoriaal
9	Nodes		aantal	Ratio
10	Paths		aantal	Ratio
11	Edges		aantal	Ratio
12	Districts		aantal	Ratio
13	Landmarks		aantal	Ratio

In het volgende hoofdstuk wordt uitgewerkt welke rol deze variabelen gaan spelen in de analyse.

## Analyse

Deze paragraaf bespreekt de analyse van de data die is voortgekomen uit het veldwerk waarbij 100 mental maps zijn verzameld, persoonskenmerken zijn genoteerd en looproutes zijn weergegeven. De analyse heeft twee doelen:

1. Het beeld weergeven van de binnenstad van Utrecht.
2. Het kunnen scheiden van twee doelgroepen voor verder onderzoek.

In deze paragraaf wordt de analyse besproken die zal leiden tot het behalen van beide doelen.

### Het beeld van de binnenstad van Utrecht

#### *Analyse persoonskenmerken*

Uit de vorige hoofdstukken is gebleken dat vergelijkbare onderzoeken de volgende variabelen relevant vinden voor de verschillen tussen sketch maps: leeftijd, geslacht, inkomen, doel van bezoek binnenstad, nabijheid, woonduur, bezoekfrequentie binnenstad, dagelijkse bezigheden. Deze persoonskenmerken worden geclassificeerd (waar nodig) en geanalyseerd door te bepalen hoe vaak de verschillende elementen voorkomen en wat hun onderlinge samenhang is.

#### *Analyse mental maps*

De mental maps laten zich niet makkelijk analyseren. Er zijn verschillende methodes om mental maps met elkaar te vergelijken, zodat patronen zichtbaar kunnen worden. Welke objecten, lijnen en punten komen regelmatig terug en welke worden vaak weggelaten? En waarom? Verondersteld wordt dat sketch maps meer gedetailleerd en waarheidsgetrouw getekend worden op de plekken waar mensen veel aanwezig zijn.

In dit onderzoek worden de verschillende elementen *nodes*, *paths*, *districts*, *edges* en *landmarks* (Lynch, 1960) simpelweg geteld, zoals ook in verreweg de meeste analyses van mental maps is gebeurd (Yeung & Savage, 1996; Pearce, 1977; Moore, Simmons & Fairweather, 1998; Jenkins & Walmsley, 1993).

#### *Synthese analyse persoonskenmerken en mental maps*

Het is de bedoeling om de persoonskenmerken en de resultaten van de mental maps aan elkaar te koppelen op een kwantitatieve wijze. Dat betekent dat de mental maps kwantitatief worden geanalyseerd door verschillende elementen te tellen. Tegelijkertijd worden de persoonskenmerken geclassificeerd, zodat van beide producten op kwantitatieve wijze een analyse te maken is. Daarvoor wordt gebruik gemaakt van SPSS, waarbij kruistabellen en andere analyses worden toegepast. Deze resultaten helpen bij het beantwoorden van deelvraag 2.

Naast de som van het aantal elementen op de mental map zal ook worden uitgerekend hoeveel elementen er gemiddeld op de mental map worden weergegeven. De verschillende elementen worden genoteerd en vervolgens wordt vastgesteld hoe vaak de afzonderlijke elementen voorkomen op het totaal aantal mental maps (Moore, Simmons & Fairweather). Dat geeft onderstaande tabel (alleen bovenste deel overgenomen, op basis van 141 mental maps). Dit geldt voor de nodes, edges, paths, districts en landmarks.

### Frequency of Specific Landmarks in Cognitive (Sketch) Maps

Landmark	Number of Maps	%
Seal Colony	86	60.6
Accommodation	57	40.1
Information Centre	53	37.3
W/Watch Centre	45	31.7
Cafés	35	24.6
Dolphin Shop	19	13.4
South Bay	18	12.7
Railway Station	17	12.0
Dolphin Swimming	15	10.6
Supermarket	12	8.5

#### Analyse looproutes

Bij de analyse van de looproutes die de respondenten hebben ingevuld is het belangrijk te realiseren dat het gaat om de meestgebruikte route, niet om de laatstgekozen route. Tegelijkertijd wordt getoetst in hoeverre er een duidelijk verband is tussen de looproute die men kiest door de stad en de mate van detail op de mental map in de buurt van deze route. Daarvoor wordt de kaart met ingevulde looproute naast de resultaten van deel 1 (mental map) en deel 2 (persoonskenmerken) gelegd.

#### Presentatie kaarten

Uiteindelijk is het de bedoeling om een kaart te presenteren waarin het beeld wat de bezoekers van de binnenstad hebben vorm te geven. Daarvoor wordt geprobeerd een kaart te construeren waarbij vaak genoemde elementen groter worden weergegeven dan minder vaak genoemde elementen. Hieronder staan twee kaarten om dit inzichtelijk te maken. In het geval van deze figuren gaat het om aantallen schoolgaande kinderen per land. Hoe groter het aantal niet-schoolgaande kinderen, hoe groter de representatie op de kaart.

Normale wereldkaart (links) en Aangepaste wereldkaart (rechts)



Bron: [www.millenniumdoelen.nl](http://www.millenniumdoelen.nl)

Wanneer dit wordt gekoppeld aan de persoonskenmerken, is het mogelijk om zulke 'aangepaste kaarten' te maken voor de verschillende variabelen en op deze manier inzicht te verkrijgen hoe verschillende gebruikersgroepen de binnenstad verschillend voorstellen. Het is de bedoeling om met behulp van grijstinten aan te geven welke weging elk element op de kaart krijgt, waarbij bijvoorbeeld in rood de looproutes worden verwerkt.

## Selectie doelgroepen

Een tweede doel van deze mental mapping-methode is het vaststellen van twee doelgroepen voor verder onderzoek in de vorm van walkalongs. De doelgroepen zullen worden bepaald aan de hand van de overeenkomsten in hun sketch maps. De doelgroepen zullen worden gedefinieerd naar een van de volgende (combinatie van) variabelen: leeftijd, geslacht, inkomen, nabijheid, woontuur, bezoekfrequentie, bezoekdoel en/of dagelijkse bezigheden. Moore, Simmons en Fairweather (1998) beschrijven dat in hun onderzoek als volgt:

*“A thorough analysis of the frequency of landmarks, routes, edges, districts and nodes by age, residence, sex, accommodation type, transport type and time spent in Kaikoura prior to the interview revealed the following significant relationships.”*

Om de doelgroepen te bepalen zullen een aantal statistische toetsen worden uitgevoerd. Hieronder volgen twee voorbeelden van mogelijke statistische analyses.

*Het verband tussen nabijheid en de mate van detail in de sketch map.*

Op basis van de literatuur kan gesteld worden dat de mate van nabijheid van de woonlocatie bij het betreffende gebied (binnenstad Utrecht) invloed heeft op de mate van detail van de sketch map.

$H_0$  Er is geen verband tussen nabijheid en de som van sketch map-elementen (nodes, paths, edges, landmarks en districts).

Vorbereiding Het optellen van nodes, paths, edges, landmarks en districts in een nieuwe variabele: som van elementen

Meetniveaus De variabele *nabijheid* is ratio en onafhankelijk, de variabele *som van elementen* is ratio en afhankelijk.

Toets Lineaire regressie

Uitkomst 1) Bevestiging of verwerping van de nulhypothese.  
2) De regressiecoëfficiënt van nabijheid als voorspellende waarde voor de som van de elementen.

*Het verband tussen dagelijkse bezigheden en districten.*

De dagelijkse bezigheden van een individu bepalen deels de plekken die hij of zij bezoekt. Omdat bepaalde typen winkels vaak clusteren is de verwachting dat de geschetste districten significant zullen verschillen per dagelijkse bezigheid (scholier/student, betaald werk, onbetaald werk, pensioen/vut of werkloos). Zo zal een scholier niet snel dezelfde gebieden in de binnenstad even vaak bezoeken als een student, en een werkende zal niet snel dezelfde gebieden in de binnenstad even vaak bezoeken als een gepensioneerde.

$H_{01}$  Er is geen verband tussen dagelijkse bezigheden en het wel of niet schetsen van district 1.

$H_{02}$  Er is geen verband tussen dagelijkse bezigheden en het wel of niet schetsen van district 2.

$H_{03}$  Er is geen verband tussen dagelijkse bezigheden en het wel of niet schetsen van district 3.

Vorbereiding Het aanmaken van nieuwe variabelen waarbij elk geschetst district een nieuwe variabele wordt. Bij elke case moet worden aangegeven of het district aanwezig is (code 1), of niet (code 0). De drie meest geschetste districten worden gebruikt voor deze analyse.



Meetniveaus De variabele *dagelijkse bezigheden* is categoriaal en onafhankelijk, de variabelen *district 1*, *district 2*, en *district 3* zijn binair en afhankelijk.

Toets Chi-kwadraat

Uitkomst 1) Bevestiging of verwerping van de nulhypothese 1, 2, 3.

2) Per district wordt duidelijk of een bepaalde groep die significant vaker schetst dan de andere groepen.

Deze voorbeelden zouden kunnen leiden tot het scheiden van doelgroepen op basis van respectievelijk de variabele *nabijheid* of de variabale *dagelijkse bezigheden*. Een greep uit de te test nulhypothesen:

- Er is geen verband tussen leeftijd en de som van sketch map-elementen.
- Er is geen verband tussen bezoekfrequentie en de som van sketch map-elementen
- Er is geen verband tussen bezoeksdoel en de som van sketch map-elementen

Afhankelijk van de kwaliteit en kwantiteit van de data zal worden bepaald welke nulhypothesen precies worden getest.

## Literatuur

Billinghurst, M. & S. Weghorst (1995), The use of sketch maps to measure cognitive maps of virtual environments. Proceedings of the Virtual Reality Annual International Symposium (VRAIS'95), p.40

Golledge, R. G. & R. J. Stimson (1997), Spatial behavior: A geographical perspective. New York: The Guilford Press.

Jenkins & Walmsley (1993), Mental maps of tourist - a study of Coffs Harbour.

Lynch, K. (1960), The image of the city. The M.I.T. Press, London.

Moore, Simmons & Fairweather (1998), Visitor decision making, spatial behaviours, cognitive maps and destination perceptions - a case study of Kaikoura

Pearce (1977), Mental souvenirs - a study of tourists and their city maps

Yeung & Savage (1996), Urban imagery and the main street of the nation - the legibility of Orchard Road.

## Bijlage

Drie pagina's:

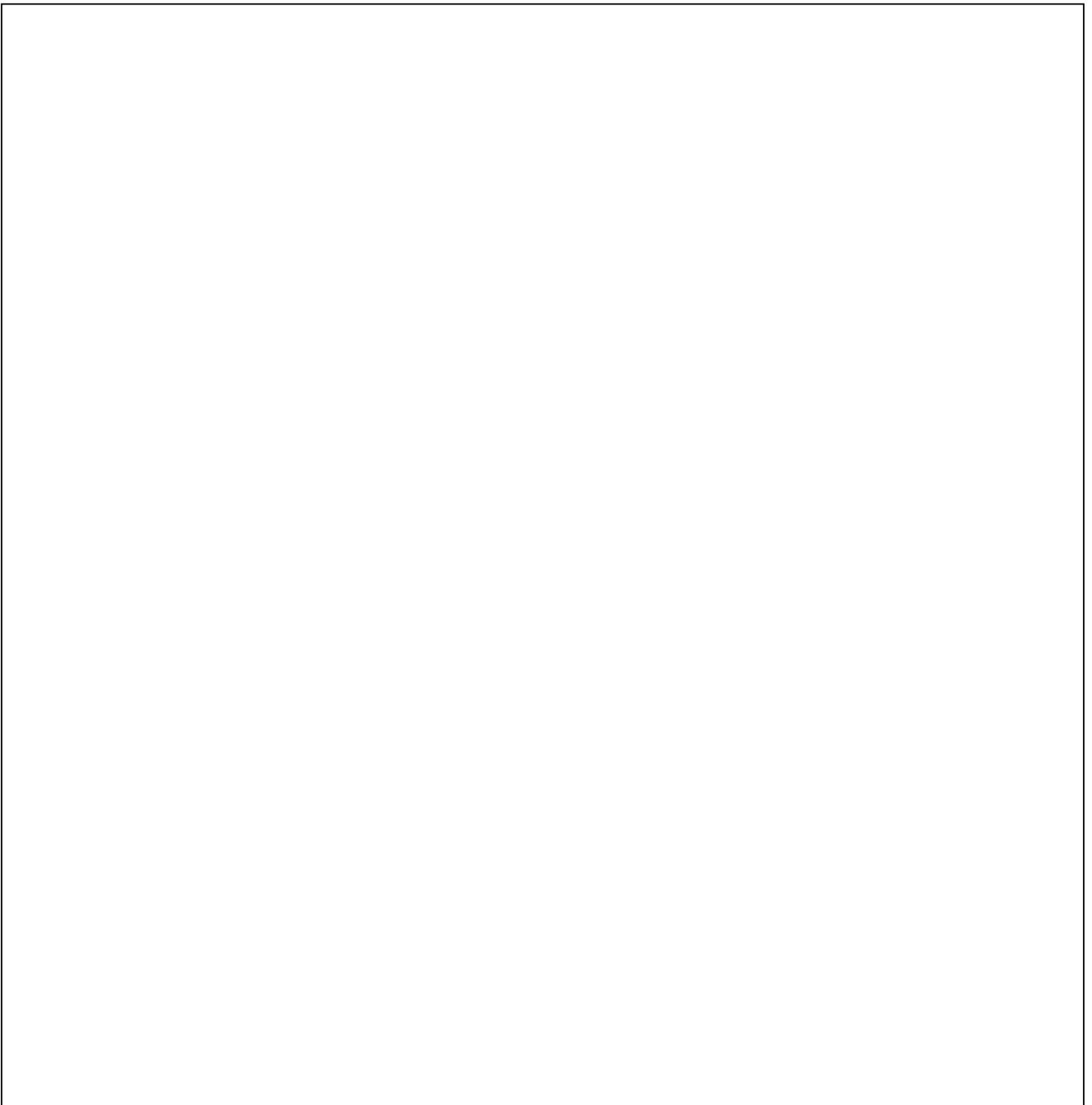
1. Ruimte voor sketch map
2. Enquete voor verzameling persoonskenmerken
3. Ruimte voor intekenen looproute

## Uw kaart van de binnenstad van Utrecht

Wij willen u vragen om een kaart van de Utrechtse binnenstad te tekenen.

- Teken een schets waarbij alle voor u belangrijke elementen worden aangegeven.
- Geef de elementen waar mogelijk een naam.
- Denk aan straten, gebouwen, markeringspunten, kruispunten, gebieden.
- **Het gaat om úw beeld van de binnenstad, uw kaart is dus altijd goed.**
- Veel succes!

Tekenruimte:



## Enquête bij uw kaart van de binnenstad van Utrecht

Wij willen graag weten hoe het komt dat mensen verschillende beelden hebben van de binnenstad van Utrecht. Om dat te onderzoeken hebben we enkele gegevens van u nodig. Zou u onderstaande vragen willen beantwoorden? Uw informatie wordt volstrekt anoniem verwerkt.

*Wat is uw geboortejaar?*

.....

*Wat is uw geslacht?*

- man
- vrouw

*Wat is de postcode van uw huidige adres?*

.....

*Hoe lang woont u al op uw huidige adres?*

.....

*Hoe vaak bezoekt u de binnenstad van Utrecht gemiddeld? \**

- 1 keer per dag of meer
- Een paar keer per week
- Een paar keer per maand
- Een paar keer per jaar
- 1 keer per jaar of minder

*Met welk doel bezoekt u de binnenstad het vaakst? \**

- (dagjes)toerist
- boodschappen
- shoppen
- cultuur of entertainment
- eten & drinken
- verplaatsing
- anders, nl.....

*Waaruit bestaan uw dagelijkse bezigheden? \**

- scholier/student
- betaald werk
- onbetaald werk
- pensioen/vut
- werkloos

*Wat is ongeveer het opgetelde inkomen van uw huishouden? \**

- beneden modaal
- modaal
- boven modaal

\* Één vinkje per vraag alstublieft



## Uw meestgebruikte looproute door de binnenstad van Utrecht

Zou u op onderstaande plattegrond van de binnenstad van Utrecht uw meestgebruikte looproute door de binnenstad willen intekenen?





## 8.2 Bepaling doelgroepen

Zoals aangegeven in § 4.1.3 heeft de analyse van de mental maps ook als doel om twee doelgroepen te onderscheiden voor verder onderzoek. Hieronder wordt de keuze voor twee doelgroepen gepresenteerd, waarna een statistische onderbouwing volgt.

### 8.2.1 Keuze doelgroepen

Uit de analyse van de mental maps blijkt dat de woonlocatie van de respondenten een significante invloed heeft op zowel de mate van detail van de mental maps als de inhoud ervan. Hoe verder de woonlocatie van de respondent buiten de binnenstad, hoe minder gedetailleerd de mental map van de binnenstad van Utrecht wordt getekend. Wat betreft de inhoud van de mental maps blijkt dat de nabijheid van de woonlocatie tot de binnenstad negatief correleert met de aanwezigheid van de Dom, de neude, de Catharijnesingel en het Janskerkhof op de mental map. Deze elementen zijn dus typisch iets voor de Utrechter.

In de theorie zien wij deze conclusies bevestigd:

- Yeung & Savage (1996) concluderen dat de factoren *spatial proximity* en *experience* cruciaal zijn voor het correct weergeven van de inhoud van de binnenstad (van Singapore).
- Onderzoek van Pearce (1977) laat zien dat hoe kleiner de afstand tussen de verblijfplaats van de respondent en de binnenstad, hoe gedetailleerder de mental map wordt (van de binnenstad van Oxford).

Op basis van dit empirische en theoretische bewijs worden de doelgroepen voor vervolgonderzoek als volgt gedefinieerd:

#### Bewoners van Utrecht

Bewoners van de binnenstad wonen in een straal van 8000 meter rondom de Bakkerbrug. Voor deze groep is de binnenstad een dagelijkse leefomgeving. Hoe is het om op een plek te leven waarbij de sociale omgeving op een heel andere manier gebruik maakt van de fysieke omgeving? Welke plekken vermijdt de bewoner van de binnenstad? Welke plekken zijn aantrekkelijk voor de bewoner? Hoe wordt de binnenstad beleefd door de bewoner?

#### Bezoekers aan de binnenstad

Bezoekers van de binnenstad wonen buiten een straal van 8000 meter rondom de Bakkerbrug. Voor deze groep is de binnenstad meer een attractie, ver van huis. Op welke manier beleven zij de binnenstad van Utrecht? Wat zijn voor hun de beeldbepalende elementen? Wat trekt aan en schrikt af?

Op basis van het empirische en theoretische bewijs is het vermoeden dat deze twee doelgroepen significant zullen verschillen in hun beleving van de binnenstad. Hoewel het primaire doel van het vervolgonderzoek niet is om de verschillen te onderzoeken, zullen de onderzoeken elkaar conceptueel in ieder geval niet in de weg zitten. Het is onze wens om uiteindelijk nog wel tot een synthese te komen van de beleving van beide groepen.

### 8.2.2 Statistische onderbouwing

Een regressie-analyse (zie Tabel 12) met als afhankelijke variabele Nabijheid en als onafhankelijke variabelen de overige persoonskenmerken laat zien dat alleen woonduur, bezoekfrequentie en bezoekdoel een significant verband geven. De totale regressie heeft een R Square van 0.490 en een totale significantiewaarde van 0.000.



**Tabel 11: Regressie-analyse, afhankelijke variabele Nabijheid**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-41272.490	16235.277		-2.542	.013
	Leeftijd	-351.411	286.616	-.139	-1.226	.223
	Geslacht	-1866.110	5730.735	-.026	-.326	.745
	Woonduur in maanden	110.910	30.845	.313	3.596	.001
	Bezoekfrequentie	19014.130	2885.486	.554	6.590	.000
	Bezoekdoel	5560.418	1372.919	.330	4.050	.000
	Dagelijkse_bezigheid	-4109.977	3359.073	-.116	-1.224	.224
	Inkomen	1651.743	4086.115	.034	.404	.687

a. Dependent Variable: Nabijheid in meters

Nu worden de cases met Nabijheid in groep 2 (tussen 2000 en 8000 meter van de Bakkerbrug) weggelaten. De analyse van kruistabellen waarbij nabijheid de ene variabele is en de respectievelijk overige persoonskenmerken de andere, laat zien dat leeftijd (0.000), bezoekfrequentie (0.000) en dagelijkse bezigheid (0.033) een significant verband laten zien.

			Leeftijd			
			0 - 25 jaar	26 - 50 jaar	51 en ouder	Total
Nabijheid	Binnenstad Utrecht	Count	6	19	5	30
		Expected Count	11.0	11.5	7.5	30.0
	Buiten Utrecht	Count	16	4	10	30
		Expected Count	11.0	11.5	7.5	30.0
	Totaal	Count	22	23	15	60
		Expected Count	22.0	23.0	15.0	60.0

Mensen uit de jongste en de oudste leeftijdsgroep komen relatief vaker van buiten Utrecht, de groep van 26 tot 50 jaar komt juist meer uit de binnenstad.

			Bezoekfrequentie					
			1 keer per dag of meer	een paar keer per week	een paar keer per maand	een paar keer per jaar	1 keer per jaar of minder	Totaal
Nabijheid	Binnenstad Utrecht	Count	10	15	5	0	0	30
		Expected Count	6.0	9.5	8.5	4.0	2.0	30.0
	Buiten Utrecht	Count	2	4	12	8	4	30
		Expected Count	6.0	9.5	8.5	4.0	2.0	30.0
	Totaal	Count	12	19	17	8	4	60
		Expected Count	12.0	19.0	17.0	8.0	4.0	60.0

Respondenten uit de binnenstad komen er daar vaker dan mensen van buiten Utrecht, dat geldt met name voor de categorieën “1 keer per dag of meer” en “een paar keer per week”. Vanaf “een paar keer per maand” of minder zijn er relatief meer mensen van buiten Utrecht.

			Dagelijkse_bezigheid				
			scholier / student	betaald werk	pensioen / vut	werkloos	Totaal
Nabijheid	Binnenstad Utrecht	Count	8	19	0	3	30
		Expected Count	11.0	16.0	1.5	1.5	30.0
	Buiten Utrecht	Count	14	13	3	0	30
		Expected Count	11.0	16.0	1.5	1.5	30.0
	Totaal	Count	22	32	3	3	60
		Expected Count	22.0	32.0	3.0	3.0	60.0

Studenten en scholieren zijn relatief vaker vertegenwoordigd in de groep die woont buiten Utrecht terwijl mensen met betaald werk vaker in de binnenstad wonen.

### 8.3 Alle gelopen routes in de walkalong

1. Van Asch van Wijckbrug - Predikherenkerkhof – Potterstraat – Neude – Vinkenburgstraat - Oudegracht (vismarkt) – Dom – Domplein - Korte Jansstraat - Sint Janskerkhof - Loeff Berchmakerstraat
2. Jacobsstraat – Viestraat - Potterstraat - Neude - Vinkenburgstraat - Oudegracht (Brug K-sjot) - Choorstraat – Steenweg - Mariaplaats – Elisabethstraat – HC – Vredenburg
3. HC - Elisabethstraat - Steenweg - Dom - Domplein - Domstraat - Oudkerkhof - Oudegracht (H&M) - Viestraat - Vredenburg
4. Nobelstraat - Janskerkhof - Lange jansstraat - Neude - Drakenburgstraat - Oudegracht (bij WvS) - Dom - Domplein - Domstraat
5. Mariastraat - Mariaplaats - Zadelstraat - Dom - Domplein - Choorstraat - Oudegracht bij Stadhuis - Bakkerstraat
6. Oudkerkhof - Janskerkhof - Lange Jansstraat - Potterstraat - Oudegracht - Zadelstraat - Dom - Domplein
7. Vredenburgstraat - Potterstraat - Neude - Lange Jansstraat - Korte Jansstraat - Janskerkhof - Voorstraat - Oudegracht bij Oudaen - HC
8. Weerdbrug - Oudegracht linkerzijde - Potterstraat - Neude - Vinkenburgstraat - WvS - Steenweg - HC - Vredeburg
9. Mariaplaats - Mariastraat – Zadelstraat - Donkerstraat - Oudegracht (H&M) - Vredenburg - HC - Elisabethstraat
10. Ledig erf - Twijnstraat - Oudegracht Korte Smeestraat - Wed - Oudegracht Bakkerbrug - Bakkerstraat - Steenweg - Lijnmarkt
11. Oudegracht bij het stadhuis - Neude - Langejansstraat - Janskerkhof - Drift - Minrebroederstraat - Choorstraat - Zadelstraat
12. HC - Mariaplaats - Zadelstraat - Dom - Domplein - Donkerstraat - Steenweg - Elisabethstraat - Vredeburg