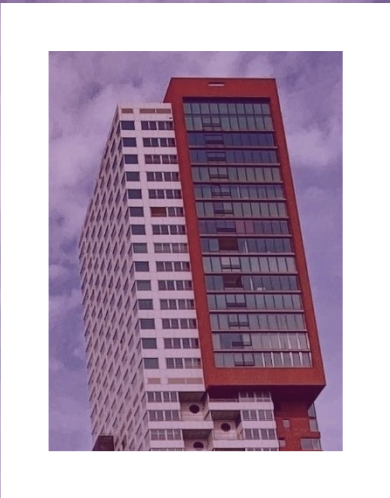




## Welkom aan de toerist! Doen bewoners mee..?

Een onderzoek naar de houding van  
Rotterdamse bewoners ten aanzien  
van toerisme en hoe dit van invloed  
is op de bereidheid tot participatie



drs. Evert Jan Kleine  
Master Thesis MCD

# Colofon

## Welkom aan de toerist! Doen bewoners mee..?

Een onderzoek naar de houding van Rotterdamse bewoners ten aanzien van toerisme en hoe dit van invloed is op de bereidheid tot participatie.

Master Thesis  
Master City Developer 2019-2022 (MCD16)  
Erasmus Universiteit Rotterdam, Technische Universiteit Delft

drs. E.J. Kleine  
Studentnummer: 553348

15 februari 2023

### **Scriptiebegeleider:**

Dr. G. (Giuliano) Mingardo, senior onderzoeker  
Erasmus Centre for Urban, Port and Transport Economics  
Erasmus Universiteit Rotterdam

### **Tweede lezer:**

Dr. K. (Ko) Koens, Lector New Urban Tourism  
Kenniscentrum Creative Business  
Hogeschool Inholland

# SAMENVATTING

Steden groeien en trekken een grote schare bewoners en gebruikers aan.

De stad is veranderd van een plek voor werk en productie, in een plek waar een mix van consumentgerichte voorzieningen de aantrekkingskracht bepaalt. Door verstedelijking en intensivering van functies van de stad wordt het steeds drukker en ontstaan op tal van plekken vraagstukken ten aanzien van de leefbaarheid en balans. De groei van steden heeft implicaties op zowel sociaal-maatschappelijke als economische onderwerpen. In deze scriptie staan de gevolgen centraal van het stedelijk toerisme voor de bewoner en wat dit betekent voor de steun aan toerisme en de bereidheid tot participatie.

Door de groei van het stedelijk toerisme staan steden voor het vraagstuk hoe de stad aantrekkelijk kan blijven, ondanks het massale toerisme. De effecten van stedelijk toerisme en de maatschappelijke consequenties zijn de laatste jaren aanleiding om anders naar toerisme te kijken. Lange tijd is toerisme benaderd en gemotiveerd vanuit een economische insteek van opbrengst en inkomsten, maar toerisme kan ook negatief zijn voor de stad en haar inwoners. Voor veel steden is het een aanleiding om hun visie op toerisme aan te scherpen, met als doel het tegengaan van overcrowding en overtoerisme. Veel aandacht gaat uit naar de negatieve impact van toerisme. Geconstateerd wordt dat perceptie hierbij een

belangrijke factor is. Vooral het sentiment van de bewoner, verwoord in het maatschappelijk debat, is aanleiding voor de negatieve invalshoek bij het onderwerp toerisme.

In stedelijk toeristisch beleid komt daarom steeds meer aandacht voor de impact van toerisme op bewoners. In de stad Rotterdam is in 2020 de toeristische visie 'Te gast in Rotterdam' vastgesteld. Daarin wordt expliciet uitgesproken dat toerisme in dienst staat van de stad. Rotterdam wil een gastvrije stad blijven, maar ook als gehele stad profiteren van het groeiend toerisme en daarbij dicht bij zichzelf blijven. Uitgangspunt is het koppelen van toeristische kansen aan de wensen en behoeften van Rotterdammers. Toerisme in de stad is een integraal onderdeel van het stadsleven en is als onderwerp of sector moeilijk te isoleren.

Voorzieningen die toeristen gebruiken zijn over het algemeen ook dienstbaar aan de bewoners van de stad.

In deze scriptie wordt onderzocht hoe de houding van bewoners is ten aanzien van toerisme en welke invloed dit heeft op de bereidheid van bewoners om een actieve rol te spelen bij participatie ten aanzien van de toeristische ontwikkeling. De centrale vraag in deze scriptie is:

***Hoe beïnvloedt de houding van de bewoner ten aanzien van toerisme de bereidheid om actief te participeren bij de toeristische ontwikkeling van de stad?***



Het antwoord op deze vraag is gezocht door middel van literatuuronderzoek enerzijds en enquête onderzoek onder Rotterdammers anderzijds.

Voor dit enquête onderzoek is gebruik gemaakt van het internationaal gevalideerde RETS-model van Boley, McGehee, Perdue en Long (Boley, et al., 2014). De Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS) concentreert zich niet alleen op het directe persoonlijk economisch voordeel van toerisme, maar voegt daar het begrip 'empowerment' aan toe. Dit is de mate waarin bewoners kracht halen uit de effecten van toerisme. In het model wordt onderscheid gemaakt tussen drie soorten empowerment, namelijk psychologisch, sociaal en politiek. Afhankelijk van de persoonlijke ervaringen van bewoners (positief, dan wel negatief) versterkt of verzwakt dit de steun aan toerisme. Om inzicht te krijgen in de mate waarin de houding van bewoners ten aanzien van toerisme van invloed is op de bereidheid tot participatie, is naast de elementen van het RETS-model in het onderzoek aandacht besteed aan de bereidheid tot participatie. In de periode van mei tot augustus 2022 heeft dit onderzoek in opdracht van de gemeente Rotterdam plaatsgevonden, via brieven, online-panel van I&O Research en Rotterdamse social mediakanalen. In totaal zijn er 970 geldige enquêtes ingevuld.

Uit het onderzoek blijkt dat 75% van de Rotterdammers toerisme steunt en wil dat het belangrijk blijft in Rotterdam. 78% is het eens met de

stelling dat Rotterdam een toeristische bestemming moet blijven. De balans tussen de voor- en nadelen lijkt een aandachtspunt te zijn in Rotterdam. Met 47% geeft net iets minder dan de helft van de bewoners aan dat de voordelen van toerisme zwaarder wegen dan de nadelen. Dit komt ook terug in de score van gepercipieerde positieve en negatieve impact van toerisme. Met een samengevoegde score van 3,3 (op een schaal van 5) voor de negatieve impact ligt dit voor bewoners net iets hoger dan de positieve impact (3,2),

Er is een sterke correlatie tussen de gepercipieerde positieve impact van toerisme en de steun voor toerisme. Dit betekent dat wanneer bewoners de positieve impact van toerisme hoger waarderen, er ook meer steun is voor toerisme. Andersom is er een sterke correlatie tussen de gepercipieerde negatieve impact ten opzichte van de steun voor toerisme, al is dit minder sterk dan bij de positieve impact. Ofwel, positieve ervaringen wegen zwaarder mee bij de steun aan toerisme dan dat negatieve ervaringen leiden tot weerstand.

Op basis van de verzamelde onderzoeksdata is de geformuleerde onderzoeksvraag beantwoord. In dit onderzoek naar de houding van Rotterdamse bewoners ten aanzien van toerisme, blijkt dat de houding van de bewoner geen groot effect heeft op de bereidheid tot participatie. Er is niet aan te tonen dat een hogere mate van ervaren positieve, dan wel negatieve effecten een trigger is voor bewonersparticipatie bij

toerisme. Het onderliggende gevoel dat nogal eens leeft bij participatie, namelijk dat het met name bewoners aantrekt die hinder ondervinden of bang zijn hinder te ondervinden, wordt met dit onderzoek niet ondersteund. Wel blijkt dat eerdere ervaringen van participatie belangrijk zijn voor de mate van participatiebereidheid. Van de bewoners die aangeven in de afgelopen 5 jaar te hebben deelgenomen aan een vorm van participatie, is ruim 60% bereid om voor het onderwerp toerisme ook te participeren.

Of bewoners toerisme steunen of niet, bepaalt dus niet of men een actieve rol wil innemen bij toeristische ontwikkeling. Het blijkt dat het persoonlijk economisch belang van bewoners wel van invloed is op de bereidheid tot participatie.

Geconcludeerd kan worden dat respondenten die aangeven bereid te zijn tot participatie, zich door toerisme meer verbonden weten met de gemeenschap. Ook is deze groep mede door toerisme trotser om een inwoner van de stad te zijn. Betrokkenheid en verbondenheid kan daarmee leiden tot extra trots en draagvlak voor toerisme. Sociaal verbonden en serieus genomen bewoners kunnen fungeren als ambassadeurs voor het stedelijk toerisme.

# INHOUDSOPGAVE

|                                                             |    |                                                                        |    |
|-------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------|----|
| Samenvatting.....                                           | 2  | 2.2.2 Toeristische gentrificatie.....                                  | 27 |
| 1. Introductie.....                                         | 7  | 2.3 New Urban Tourism .....                                            | 29 |
| 1.1 Groei van de stad en toeristische druk.....             | 8  | 2.4 Participatie .....                                                 | 31 |
| 1.2 Ruimtelijke context van stedelijk toerisme .....        | 9  | 2.4.1 Participatie in gebiedsontwikkelingen .....                      | 31 |
| 1.3 De bewoner meer centraal.....                           | 11 | 2.4.2 Participatie bij toerisme .....                                  | 34 |
| 1.4 Onderzoeksdoel en vraagstelling .....                   | 13 | 3. Theoretisch kader & Onderzoeksopzet.....                            | 39 |
| 1.5 Praktische relevantie .....                             | 14 | 3.1 Inleiding.....                                                     | 40 |
| 1.6 Theoretische relevantie.....                            | 14 | 3.2 Theoretisch kader .....                                            | 40 |
| 1.7 Methodologie .....                                      | 15 | 3.3 Onderzoeksgebied .....                                             | 44 |
| 1.7 Leeswijzer .....                                        | 16 | 3.4 Steekproefbepaling .....                                           | 47 |
| 2. Literatuuronderzoek.....                                 | 17 | 3.5 Procedure onderzoek en resultaat.....                              | 48 |
| 2.1 Stedelijk toerisme.....                                 | 18 | 4. Analyse .....                                                       | 51 |
| 2.1.1 De opkomst van toerisme .....                         | 18 | 4.1 Inleiding.....                                                     | 52 |
| 2.1.2 De opkomst van Stedelijk Toerisme .....               | 19 | 4.2 Algemene scores RETS-model; vergelijking andere regio's .....      | 52 |
| 2.1.3 Stedelijk toerisme onderdeel van het stadsleven ..... | 21 | 4.3 Algemene scores RETS-model: vergelijking Rotterdamse gebieden..... | 55 |
| ____ Visitorflows.....                                      | 22 | 4.4 Psychologisch Empowerment .....                                    | 56 |
| 2.2 Effecten van stedelijk toerisme .....                   | 23 | 4.5 Sociaal Empowerment .....                                          | 59 |
| 2.2.1 Overtoerisme.....                                     | 24 | 4.6 Politiek Empowerment.....                                          | 62 |
|                                                             |    | 4.6 Persoonlijk Economisch voordeel .....                              | 65 |
|                                                             |    | 4.6 Positieve impact toerisme.....                                     | 67 |
|                                                             |    | 4.7 Negatieve impact toerisme .....                                    | 72 |

|                                                                                                                                                                                                      |           |                                                       |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------|-----|
| 4.8 Steun toerisme .....                                                                                                                                                                             | 75        | B1.3: Grafieken Politiek Empowerment.....             | 107 |
| 4.9 Correlaties van de 7 constructen .....                                                                                                                                                           | 78        | B1.4: Grafieken Persoonlijk Economisch Voordeel ..... | 109 |
| Loss Aversion .....                                                                                                                                                                                  | 80        | B1.5: Grafieken Positieve Impact Toerisme .....       | 111 |
| 4.10 Participatiebereidheid .....                                                                                                                                                                    | 81        | B1.6: Grafieken Negatieve Impact Toerisme .....       | 116 |
|                                                                                                                                                                                                      |           | B1.7: Grafieken Steun Toerisme .....                  | 118 |
| 5. Conclusie .....                                                                                                                                                                                   | 91        | Bijlage 2: Vragenlijst enquête .....                  | 114 |
| 5.1 Conclusie .....                                                                                                                                                                                  | 92        |                                                       |     |
| Hoe heeft het stedelijk toerisme zich ontwikkeld? .....                                                                                                                                              | 92        | Literatuur .....                                      | 122 |
| In hoeverre hebben steden te maken met toeristische druk<br>en welke effecten zijn daardoor in de stad waar te nemen? .....                                                                          | 93        |                                                       |     |
| Hoe is de houding van bewoners ten aanzien van toerisme<br>te meten? .....                                                                                                                           | 94        |                                                       |     |
| Hoe is de houding van bewoners in Rotterdam ten opzichte van<br>toeristen? .....                                                                                                                     | 95        |                                                       |     |
| <b>Centrale vraag: Hoe beïnvloedt de houding van de bewoner ten<br/>    aanzien van toerisme de bereidheid om actief te participeren bij de<br/>    toeristische ontwikkeling van de stad? .....</b> | <b>96</b> |                                                       |     |
| 5.2 Bevindingen .....                                                                                                                                                                                | 98        |                                                       |     |
| 5.3 Aanbevelingen .....                                                                                                                                                                              | 99        |                                                       |     |
| Bijlagen .....                                                                                                                                                                                       | 101       |                                                       |     |
| Bijlage 1: Grafieken Analyse .....                                                                                                                                                                   | 101       |                                                       |     |
| B1.1: Grafieken Psychologisch Empowerment.....                                                                                                                                                       | 102       |                                                       |     |
| B1.2: Grafieken Sociaal Empowerment.....                                                                                                                                                             | 105       |                                                       |     |



# 1. INTRODUCTIE



Afbeelding van Clemens Lettink, via Pixabay



## 1.1 GROEI VAN DE STAD EN TOERISTISCHE DRUK

Steden groeien en trekken een grote schare bewoners en gebruikers aan. De stad is veranderd van een plek voor werk en productie, in een plek waar een mix van consumentgerichte voorzieningen de aantrekkingskracht bepaalt. Vanaf de jaren '80 beginnen steden, na een periode van suburbanisatie, terrein te winnen als aantrekkelijke plek voor bewoners en bedrijven (De Groot, et al., 2010). De verstedelijking is niet specifiek van toepassing in een land of regio, maar doet zich wereldwijd voor. De Verenigde Naties constateert dat meer dan de helft van de wereldbevolking vandaag de dag in stedelijke gebieden woont. Voorspeld wordt dat dit aantal stijgt van een derde in 1950 tot twee derde in 2050 (United Nations, 2019). Door de verstedelijking en intensivering van functies in de stad wordt het steeds drukker en ontstaan op tal van plekken vraagstukken ten aanzien van de leefbaarheid en balans.

De groei van steden heeft implicaties op zowel sociaal-maatschappelijke als economische onderwerpen. In deze scriptie staan de gevolgen centraal van het stedelijk toerisme voor de bewoner en wat dit betekent voor de steun aan toerisme en de bereidheid tot participatie. Het negatieve effect van toerisme is een thema waarmee veel steden in de afgelopen decennia te maken hebben gekregen. Hoewel massatoerisme na een periode van economische groei halverwege de twintigste eeuw goed op gang kwam, is het stedelijk toerisme in grote omvang pas een fenomeen van de laatste

decennia. Je zou kunnen zeggen dat de trek naar de stad vanaf de jaren '80, ook het stedelijk toerisme heeft meegezogen. Dit blijkt ook uit de aandacht die het onderwerp vanaf die periode heeft gekregen in wetenschappelijke artikelen en studies naar 'urban tourism' (Ashworth & Page, 2011).

De groei van het stedelijk toerisme werd in 2020 abrupt een halt toegeroepen door Covid-19. De pandemie en de noodzakelijke reisbeperkende maatregelen in de wereld, hadden tot gevolg dat het toerisme afnam. De hotelbranche kreeg te maken met een fors minder bezoekersaantal. Dit effect kwam overeen met de situatie na de Global Financial Crisis. Het toerisme werd door de financiële crisis zwaar getroffen, omdat het als 'perishable good' geen voorraden had en wat verloren werd kon niet zomaar ingehaald worden. (Smerel, 2010) Voor de toeristische sector is daarom tijd nodig voor herstel. In de toeristische sector is na een crisis vaak zichtbaar dat consumenten kiezen voor locaties dichterbij huis, waardoor binnenlands toerisme toeneemt. Het buitenlandse toerisme komt later pas weer op gang. Ondanks Covid-19 zijn de verwachtingen dat het toerisme, na een periode van herstel, weer zal groeien. Onder andere ABN AMRO verwacht dat volledig herstel van internationaal toerisme pas in 2024 zal plaatsvinden. (AMRO, 2022)

De druk in steden en het effect van toerisme (vóór Covid-19) veroorzaakt een paradox. Enerzijds is toerisme als economische activiteit nuttig en

draagt het bij aan de welvaart en kansen voor bewoners. Anderzijds is massatoerisme een steeds vaker gehanteerde term, in het algemeen niet positief bedoeld. Als men zegt dat een straat, plein of attractie wel erg toeristisch is, is de onderliggende toon dat het er te druk is, en niet dat het economisch goed rendeert.

Steden staan met de toename van toeristische druk voor het vraagstuk hoe de stad in de breedte aantrekkelijk kan blijven, ondanks het massale toerisme. Voor veel steden is het een aanleiding om hun visie op toerisme aan te scherpen om overcrowding en overtoerisme tegen te gaan. Zoals voor veel in het leven geldt: voorkomen is beter dan genezen.

*“Overcrowding is easier to prevent than to recover from” (McKinsey, 2017)*

Een belangrijke opgave voor steden is om te zorgen dat het toerisme in balans is met andere functies. Het vinden van een juiste balans tussen bewoners, bedrijven en bezoekers is een lastige opgave. Het massale toerisme in de grote steden leidt op bepaalde plekken tot toeristische gentrificatie, met als gevolg dat bewoners zich er niet meer thuis voelen in hun buurt. Zij treffen de juiste voorzieningen niet meer aan en verhuizen vervolgens. (Van Zoest & Verheul, 2020) (Cócola Gant, 2015) Het toverwoord in de beleidscontext lijkt de term spreiding: drukte en negatieve effecten niet concentreren om toeristische enclaves in de stad te voorkomen, en daarbij de bewoner meer centraal stellen bij verdere

toeristische ontwikkeling. Maar hoe zouden steden dit idee dan vorm kunnen gaan geven?

## 1.2 RUIMTELIJKE CONTEXT VAN STEDELIJK TOERISME

In veel steden is het problematisch dat de toeristische druk niet evenredig is verdeeld. Door de importantie van centrumgebieden met een hoge dichtheid aan voorzieningen, is zichtbaar dat die plekken niet alleen aantrekkelijk zijn voor bewoners uit de stad en de regio, maar ook voor het gros van de toeristen. Dit leidt tot plekken waar ‘overcrowding’ kan plaatsvinden. Centrumgebieden van toeristensteden krijgen daardoor mogelijk meer en meer te maken met toeristische druk en toeristische gentrificatie. Opmerkelijk is dat ook binnen een centrummilieu differentiatie bestaat tussen enorm drukke straten en straten waar geen toerist te vinden is.

Verheul (2013) wijst op de katalysatorfunctie van stedelijke ontwikkelingen. In gebiedsontwikkelingen wordt belang gehecht aan iconische bouwwerken om de stad in beweging te krijgen. Het Guggenheim Museum Bilbao of het Sydney Opera House zijn daar veelgebruikte voorbeelden van. In Nederland zijn het Eye Museum in Amsterdam, maar ook de Erasmusbrug, de Markthal en het nieuwe Depot van Boymans voorbeelden van iconen. De komst van een katalysator kan leiden tot nieuwe bedrijvigheid en een nieuwe stroom van toeristen.

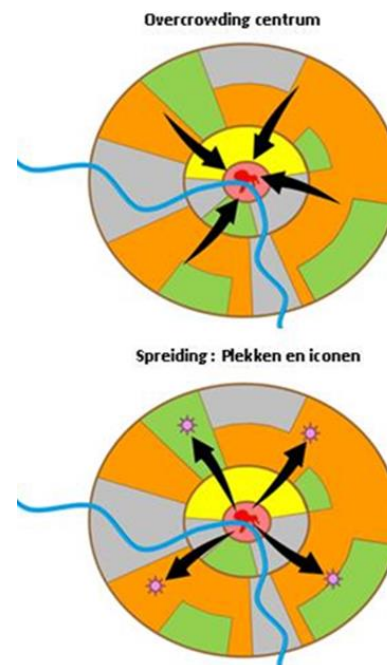
(Verheul, 2013) De door Verheul gedefinieerde symbolische- of ansichtkaartwaarde is daarbij ook vanuit toeristisch perspectief interessant. Uit wetenschappelijke geo-locatiestudies waarbij fotografische beelden op internet zijn geanalyseerd, is de importantie van deze plekken voor de toerist aangetoond. De iconen, die vaak ook gepromoot worden, zorgen voor een stuwend effect naar die plekken. (A. Domènèch, 2020) Dit sluit aan bij de constatering van Urry, die stelt dat stedelijk toerisme zonder grafische afbeeldingen nauwelijks denkbaar is.

*“The dominant activity of tourists is ‘gazing’ at ‘signs,’ that is, looking at particular features of a place, such as a famous mountain, mediaeval cathedral or exotic dance.”* (Hospers, 2009) p.228

Kevin Lynch geeft aan dat ‘landmarks’ de stad leesbaar maken. Stedelijke iconen zijn daarbij belangrijk. (Verheul, 2012) Het beeld dat de gebruiker van de stad heeft, wordt daarnaast ook bepaald door routes, randen, gebieden en knooppunten. (Hospers, 2009) Waar iconen en beeldbepalende attracties de toerist aantrekken, beweegt de toerist zich langs verschillende routes en gebieden door de stad. Sterke plekken en iconen verspreid over de stad hebben daarmee de potentie om toerisme te spreiden.

**Figuur 1.1: schematische weergave van vormen van stedelijk toerisme**

(bron E.J. Kleine 2022)





Een meer traditionele toerist zal de stad grotendeels bezoeken met een focus op het centrum en de hotspots. De nieuwe stedelijke toerist zal meer aandacht hebben voor bijzondere plaatsen, iconen en routes en daarbij uit zijn op ontmoeting. Essentieel anders is dat deze toerist onderdeel wil zijn van de stad en een authentieke beleving zoekt. Dat betekent dat de visitorflow van de nieuwe toerist veel meer gelijk zal lopen met de bewoners van de stad. (Koens, 2021) Daarmee wordt het steeds lastiger om stromen te scheiden. De vraag is hoe steden ervoor kunnen zorgen dat er bij de inwoners draagvlak blijft of zal ontstaan voor (de groei van) toerisme.

### 1.3 DE BEWONER MEER CENTRAAL

Toerisme in de stad is een integraal onderdeel van het stadsleven en is als onderwerp of sector moeilijk te isoleren. Voorzieningen die toeristen gebruiken zijn over het algemeen ook dienstbaar aan de bewoners van de stad. Dé toerist bestaat niet, want hoewel er in de literatuur wordt gesproken over verschillende typen toeristen met kenmerkende karakteristieken, is de toerist niet een-dimensionaal en zal afhankelijk van plaats en tijd, ander gedrag vertonen. Ook bewoners zijn in sommige gevallen toerist in eigen stad. (Koens, 2021) Gerritsma constateert in dat kader dat het nuttiger is om te praten over stadsgebruikers, en niet over bezoekers en bewoners. (Gerritsma, 2019)

Koens stelt dat het belangrijk is dat initiatieven meer van onderaf komen en dat activiteiten en plekken vooral voor bewoners ‘gemaakt’ zouden moeten worden. (Koens, 2021) Het is een uitdaging om toerisme niet als een geïsoleerd element te zien, maar het in de bredere context van stedelijke ontwikkeling te verbinden. Stedelijke iconen, placemaking en gebiedsbranding in de gebiedsontwikkelingspraktijk, hebben ook een directe weerslag op de aantrekkingskracht voor toeristen. Gentrificatie van de stad is ook een aspect dat van invloed is op de toeristische aantrekkingskracht. Richard Florida heeft laten zien dat voor het aantrekken van talent, steden aandacht moeten besteden aan de quality of life, consumptiemogelijkheden en cultuur. Deze zelfde elementen zijn ook voor de toerist aanleiding om gebieden te bezoeken. Zeker de nieuwe stedelijke toerist is op zoek naar een authentieke ervaring. (Cócola Gant, 2015)

De effecten van stedelijk toerisme en de maatschappelijke consequenties zijn de laatste jaren voor diverse partijen aanleiding om anders naar toerisme te kijken. Lange tijd is toerisme benaderd en gemotiveerd vanuit een economische insteek van opbrengst en inkomsten, maar toerisme kan ook negatief zijn voor de stad en haar inwoners. (Koens, 2021) In grote steden als Barcelona en Amsterdam is te zien dat bewoners in opstand zijn gekomen tegen de druk die het toerisme in de stad en leefomgeving geeft. Wanneer steden toerisme op een goede wijze willen faciliteren

voor de lange termijn, is het essentieel om te voorkomen dat bewoners toeristen gaan ervaren als vervelend, ongemakkelijk en ergerlijk. Door de verwevenheid van stedelijk toerisme met het dagelijks leven van bewoners, raakt het heel diverse elementen: fysiek, sociaal, economisch, psychologisch en politiek. Hoe voorkomen we dat toerisme voor bewoners een vies woord wordt?

In stedelijk toeristisch beleid komt daarom steeds meer aandacht voor de impact van toerisme op bewoners. In de stad Rotterdam is in 2020 de toeristische visie 'Te gast in Rotterdam' vastgesteld. Daarin wordt expliciet uitgesproken dat toerisme in dienst staat van de stad. Rotterdam wil een gastvrije stad blijven, maar ook als gehele stad profiteren van het groeiend toerisme en daarbij dicht bij zichzelf blijven. Uitgangspunt is het koppelen van toeristische kansen aan de wensen en behoeften van Rotterdammers. Sleutelwoorden in de aanpak zijn spreiding over de stad en aandacht voor haar gebieden. Waar in het verleden veel nadruk lag op het economische aspect van toerisme, ligt de focus nu op de bewoners van de stad. (Rotterdam, 2020)

Het Nederlands bureau voor toerisme en Congressen (NBTC) citeert in de 'Toolkit betrekken bewoners bij toekomst toerisme' (<sup>1</sup> p.8 verdieping bewonersdialoog) prof. dr. J. Klijs van BUas: *'Het luisteren naar en*

*betrekken van bewoners is een cruciale voorwaarde voor het realiseren van een bewuste bestemming: Een bestemming die er in slaagt de balans te bewaken tussen de economische, sociale en milieu impacts van toerisme en de belangen van bewoners, bedrijven en bezoekers'.*

In het perspectief 'Bestemming NL 2030' van het NBTC worden de bewoners meer centraal gesteld. Enerzijds door de negatieve effecten te erkennen en anderzijds door inzet op co-creatie van toeristisch beleid. Naast de overheid zouden bedrijven, bewoners en andere betrokkenen mede-eigenaar van toerismebeleid moeten worden. Vanuit een gedeeld belang is een zoektocht naar het vergroten van lusten en het voorkomen of verlichten van lasten een belangrijk doel. (NBTC, 2019)

Hoewel de betrokkenheid van bewoners bij de ontwikkeling van het toeristisch product nog in de kinderschoenen staat, is er in de gebiedsontwikkeling al jaren een beweging richting participatie en co-creatie. De mate en impact van het participatieve proces in de ruimtelijke context is door de jaren heen ontwikkeld. Onder andere Jane Jacobs en velen na haar, hebben inzichtelijk gemaakt dat de lokale kennis vanuit de community van bijzondere waarde is bij de ontwikkeling van buurten, wijken en steden. Waar participatie in eerste instantie veelal werd ingegeven of opgedragen vanuit het publieke domein, is te zien dat ook

---

<sup>1</sup> <https://nbtcmagazine.maglr.com/toolkitbewonersbetrekken/verdieping> p8.

private participatie een gangbaarder onderdeel wordt in gebiedsontwikkelingsprocessen. (Verheul, et al., 2021) Niet alleen omdat het moet, maar ook omdat participatie kan bijdragen aan draagvlak, verbetering van het imago van het project en verbinding van ambassadeurs en co-creatoren.

#### 1.4 ONDERZOEKSDOEL EN VRAAGSTELLING

De impact van stedelijk toerisme op de kwaliteit van leven in de stad is een onderwerp dat in veel steden op de agenda staat. Vanwege de effecten van toeristische gentrificatie en het willen bereiken van een goede balans van de belangen van bewoners en bezoekers, is het essentieel bewoners vooraf te betrekken bij de ontwikkeling van het toeristisch product.

In deze scriptie staat de rol van bewoners bij de verdere ontwikkeling van toerisme centraal. De paradox van nieuw stedelijk toerisme is dat bezoekers een authentieke ervaring willen, maar dat door deze beweging veranderingen in de stad in gang worden gezet waardoor bewoners vervreemd kunnen raken van de plek waar ze zich thuis voelden (Pinkster, 2017). Door de wrijving tussen bewoner en bezoeker wordt het effect van overtoerisme alleen maar versterkt. In toeristische gebieden ontstaat hierdoor steeds meer een toeristische monocultuur. Doel van deze scriptie is om te onderzoeken hoe de houding is van bewoners ten

opzichte van toerisme en welke invloed dit heeft op de bereidheid van bewoners om een actieve rol te spelen bij participatie ten aanzien van de toeristische ontwikkeling.

De centrale vraag in deze scriptie is:

**Hoe beïnvloedt de houding van de bewoner ten aanzien van toerisme de bereidheid om actief te participeren bij de toeristische ontwikkeling van de stad?**

De centrale vraag wordt beantwoord aan de hand van onderstaande deelvragen en hypothesen:

1. Hoe heeft het stedelijk toerisme zich ontwikkeld?
2. In hoeverre hebben steden te maken met toeristische druk en welke effecten zijn daardoor in de stad waar te nemen?
3. Hoe is de houding van bewoners ten aanzien van toerisme te meten?
4. Hoe is de houding van bewoners in Rotterdam ten opzichte van toeristen?

Door een enquête onderzoek in Rotterdam wordt gegevens verzameld, waarmee de vierde deelvraag kan worden beantwoord. Voor de centrale vraag van het onderzoek helpen naast de geformuleerde deelvragen een viertal hypothesen om beantwoording te concretiseren. Toetsing van

onderstaande hypothesen helpt om meer inzicht te krijgen in de houding van bewoners ten aanzien van toerisme.

*H1. Bewoners bij wie de gepercipieerde negatieve impact hoger is, zijn meer bereid tot participatie.*

*H2. Bewoners waarvoor het economisch persoonlijk voordeel groot is, zijn meer bereid tot participatie.*

*H3. De bereidheid tot participatie is lager bij bewoners die toerisme steunen*

*H4. Bewoners bij wie de sociale verbondenheid door toerisme hoog is, zijn meer bereid tot participatie.*

## 1.5 PRAKTISCHE RELEVANTIE

Dit onderzoek is voor diverse steden van belang, omdat het inzicht geeft in oplossingsrichtingen voor het vraagstuk over de rol van de bewoner bij het toeristisch product. Veel steden lopen tegen de grenzen van stapeling van programma aan. Toerisme zorgt enerzijds voor economisch profijt, maar anderzijds voor overvolle centrumgebieden met stijgende prijzen, overlast en druk op de leefbaarheid. Steden zoeken naar een manier om toeristen te kunnen ontvangen, maar niet ten koste van de bewoner. In Rotterdam is in 2020 de toeristische visie 'Te gast in Rotterdam'

vastgesteld. Daarin wordt expliciet uitgesproken dat toerisme in dienst staat van de stad. Rotterdam wil een gastvrije stad blijven, maar ook als gehele stad profiteren van het groeiend toerisme en daarbij dicht bij zichzelf blijven. Uitgangspunt is het koppelen van toeristische kansen aan de wensen en behoeften van Rotterdammers. (Rotterdam, 2020)

Rotterdam is niet uniek, er zijn tal van steden en organisaties als het NBTC die ervoor pleiten om de balans tussen toerisme en de leefbaarheid te optimaliseren. De rol van de bewoners, het democratisch proces in stedelijke ontwikkelingen en de betrouwbaarheid en nabijheid van de overheid zijn steeds belangrijkere thema's geworden, die ook hun weerslag krijgen in de omgevingswet.

Met dit onderzoek wordt inzicht gegeven in de bereidheid van de bewoners voor het participatieve proces ten aanzien van toerisme. Hierbij wordt specifiek ingegaan op de manier waarop de attitude van de bewoner hier van invloed is. Is er draagvlak, bereidheid en capaciteit bij bewoners om aan de voorkant van ontwikkelingen constructief mee te denken over de toeristische ontwikkeling in de stad?

## 1.6 THEORETISCHE RELEVANTIE

Wetenschappelijk is dit onderzoek van belang omdat het voortbouwt op inzichten en constatering van New Urban Tourism en toeristische gentrificatie. De gevolgen van toerisme op bewoners zijn belangrijke



aanleidingen voor discussies ten aanzien van overtoerisme. In diverse literatuur (o.a.: (Koens, 2021); (Van Zoest & Verheul, 2020) is te constateren dat het betrekken van de bewoner bij de toeristische ontwikkeling belangrijk is. Bij regeneratie van stedelijk toerisme wordt geconstateerd dat het toerisme gezien moet worden als service in het stedelijk systeem. Toerisme kan sociale waarde voor de stad, buurten en haar bewoners bieden. De vraag wat toerisme kan bijdragen aan een specifieke buurt, noodzaakt om vanuit de verschillende perspectieven te luisteren en inzichten op problemen scherp te krijgen voordat gezocht wordt naar een oplossing. (Koens, 2021) Met deze scriptie wordt bijgedragen aan de vraag hoe dit luisteren en samenbrengen van stedelijke belangen kan plaatsvinden; en in hoeverre hier ook daadwerkelijk draagvlak voor is bij bewoners. Er wordt specifiek gekeken naar hoe de attitude van bewoners ten aanzien van steun voor toerisme bepalend is voor de bereidheid tot participatie.

## 1.7 METHODOLOGIE

Het empirische deel van het onderzoek richt zich op de gemeente Rotterdam. De nieuwe aanpak voor toeristische ontwikkeling is daarvoor een belangrijke aanleiding. Bestuurlijk is er commitment ten aanzien van de ambitie om toerisme te spreiden en de bewoner meer centraal te stellen. Tot de Covid-19 pandemie was Rotterdam een als toeristenstad in opkomst. Het toeristisch belang nam toe, maar lag nog lang niet op het

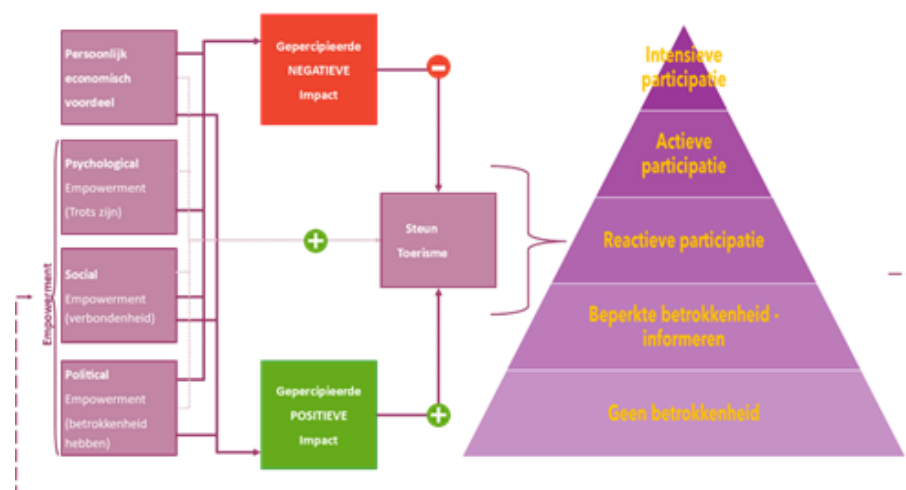
niveau van de grote internationale toeristensteden als Amsterdam, Barcelona of Venetië. Daardoor is er nog een kans om 'te voorkomen in plaats van te genezen'.

Op basis van literatuuronderzoek wordt inzichtelijk gemaakt hoe stedelijk toerisme zich heeft ontwikkeld. De gevolgen op de kwaliteit en aantrekkelijkheid van de stad staan daarbij centraal. Het praktijkonderzoek richt zich op de perceptie van bewoners ten aanzien van toerisme en hoe die houding van invloed is op de bereidheid tot participatie.

In de gemeente Rotterdam is middels een survey onderzoek gedaan naar de houding en het sentiment van de Rotterdammer, waarbij deelgebieden met elkaar vergeleken worden. De gehanteerde methode om het sentiment van bewoners te meten is het RETS-model (Residents Empowerment Through Tourism Scale) (Boley, et al., 2014). Met het RETS-model kan inzicht verkregen worden in de elementen die de attitude van bewoners over toerisme bepaalt. De steun voor toerisme wordt inzichtelijk aan de hand van het centrale begrip empowerment (zowel psychologisch (trots); sociaal (verbondenheid), als politiek (betrokkenheid) en persoonlijk economisch voordeel. (NBTC, 2020) Hoe de aspecten trots, verbondenheid, betrokkenheid en persoonlijk economisch voordeel van invloed zijn op gepercipieerde positieve en negatieve impact en wat dit betekent voor de steun aan toerisme, wordt in deze scriptie

inzichtelijk gemaakt en in verband gebracht met de participatiebereidheid van bewoners.

**Figuur 1.2: Schematische weergave methodologie**



De uitkomsten met betrekking tot de perceptie van bewoners over het toerisme in Rotterdam, op basis van het RETS-model, wordt als basis gebruikt om meer begrip te krijgen in de bereidheid tot participatie. In aanvulling op het RETS-model wordt onderzocht in hoeverre respondenten bereid zijn om in een participatieproces voor de ontwikkeling van toerisme deel te nemen. Hierbij is naast de primaire bereidheid tot participatie, aandacht voor de vraag welk type participatie

volgens de 'Ladder van Arnstein' men voor zichzelf ziet (Arnstein, 1969).

Door de uitkomsten van de houding van de bewoner te relateren aan de bereidheid en mate van participatie, ontstaat inzicht in de behoefte en kansrijkheid voor participatie ten behoeve van het toeristisch product.

## 1.7 LEESWIJZER

De in deze introductie geformuleerde centrale vraag en deelvragen zijn leidend voor de opzet van het onderzoek. In hoofdstuk 2 wordt met literatuuronderzoek meer inzicht verkregen in de ontwikkeling van het stedelijk toerisme, de effecten van toerisme en de rol van participatie. Met de opgedane kennis wordt duidelijk hoe toerisme vanuit de literatuur gezien effect heeft op de maatschappij en haar bewoners. In hoofdstuk 3 wordt uiteengezet hoe het RETS-model van Boley en anderen (2014), in combinatie met de gecomprimeerde participatieladder van Arnstein, het theoretisch kader vormen voor het praktijkonderzoek. In hoofdstuk 4 is de opzet van het onderzoek inzichtelijk gemaakt. Hoofdstuk 4 staat in het teken van de analyse van de onderzoeksresultaten. Dit hoofdstuk is opgebouwd vanuit de zeven constructen van het model van Boley en anderen (2014) en de bereidheid tot participatie. Aan de hand van het literatuur- en praktijkonderzoek is in hoofdstuk 5 een antwoord geformuleerd op de centrale vraag en deelvragen. In aanvulling daarop zijn de extra bevindingen en aanbevelingen opgenomen.

## 2. LITERATUURONDERZOEK

## 2.1 STEDELIJK TOERISME

### 2.1.1 De opkomst van toerisme

De Dikke van Dale omschrijft toerisme als; ‘reizen voor je plezier’. Hoewel reizen met kinderen op de achterbank niet altijd een plezier is, dekt deze definitie de lading van het begrip toerisme nog altijd. Deze definitie van reizen is goed beschouwd pas redelijk recent gangbaar, want in beginsel was reizen niet een activiteit die de mens voor zijn plezier ondernam. De eerste mensen reisden als jager-verzamelaars mee met de seizoenen om in het levensonderhoud te voorzien. Ook later in de geschiedenis is reizen niet een activiteit die men voor de ontspanning deed, maar met een duidelijk doel zoals handel, expansie, godsdienst, etc. Hoewel ik me niet aan de indruk kan onttrekken dat ook in vroeger tijden mensen verwonderd zullen zijn geweest over nieuwe plekken, bleek van een toeristisch motief nog geen sprake. In de toeristische literatuur is de periode van de jaren 1820 tot en met 1830 geïdentificeerd als transitieperiode in de ontwikkeling naar meer geformaliseerd toerisme. Dit was een resultaat van The Grand Tour, een route door West-Europa die door de welgestelde elite werd ondernomen met het oog op cultuur, onderwijs en plezier. De route langs de belangrijke steden en plekken in Europa werd gezien als een essentieel onderdeel van de ‘opleiding’ van welgestelde jonge mannen. (Towner, 1985) De focus van de Grand Tour lag op landen als Frankrijk, Italië, Duitsland, Zwitserland en de Lage Landen.

In die landen waren steden als Turijn, Milaan, Verona, Venetië, Rome, Montpellier, Lyon, Parijs en ook de toen florerende Nederlandse steden de uitgelezen bestemmingen. (Towner, 1985) Reden daarvoor was dat de Grand Tour naast het historisch-geografisch educatieve doel, ook kennis liet maken met de Europese hoven, de gebruiken aldaar en het opdoen van de daar beschikbare kennis. Dit vond men in de regel in de steden en niet daarbuiten. (Lengkeek, 1999)

The Grand Tour laat zien dat voor de happy few het reizen voor ‘plezier’ en zelfontplooiing al een paar honderd jaar geleden begon. Opvallend daarbij is dat met name het bezoek aan steden het doel van de reis was. Later veranderde dit, en waren de steden minder in trek om te bezoeken. Met de opkomst van de industriële revolutie werden de steden als plek voor productie steeds belangrijker. De stad was vooral een plek waar gewerkt en gewoond werd. (De Groot, et al., 2010) Dit was een van de oorzaken waardoor in de 19e eeuw het reizen voor plezier en gezondheid zich vooral ontwikkelde buiten de steden, met specifiek het strand als belangrijke trekpleister. Het leven in de stad ging gepaard met drukte, stank en ziekte en dus ontvluchtte de welgestelden de stad door naar buitenplaatsen te trekken. (Lengkeek, 1999)

Pas veel recenter is toerisme voor het grote publiek in opkomst gekomen. Het begin van de economische groei in de jaren ‘50 heeft geleid tot groei van de middenklasse. De welvaartsgroei, in combinatie met



ontwikkelingen ten aanzien van kortere werktijden, vakantiedagen en vakantiegeld, resulteerden in de opkomst van toerisme voor de massa. Dit werd nog eens versterkt door technologische mobiliteitsontwikkelingen, waardoor de auto bereikbaar werd voor de middenklasse. (Lengkeek, 1999) De middenklasse bleek een belangrijke bron voor de toegenomen vraag naar reis-gerelateerde diensten in de volgende 50 jaar van de 20<sup>e</sup> eeuw. Het internationale bezoekersaantal groeide wereldwijd van 25 miljoen in 1950, naar 166 miljoen in 1970 en 1.3 miljard in 2018. (Joppe, 2019) Het toerisme en leisure dat vanaf de jaren '50 ontstond, was in eerste plaats gericht op rurale gebieden, vanwege de rust en ruimte. (Ashworth & Page, 2011)

Dit is ook zichtbaar in het werk van de grondlegger van de centrale plaatsentheorie: Christaller. Hij stelt dat er in de economie één specifieke branche is die centrale plaatsen en agglomeraties van industrie juist vermijdt, namelijk toerisme. Christaller benadrukt dat toerisme bij uitstek in de periferie plaatsvindt, vanwege de hoogste bergen, de meest verlaten bossen en de meest afgelegen stranden. Juist op die plekken kunnen mensen de mogelijkheden vinden voor recreatie en sport. Christaller classificeert het stedelijk bezoek door buitenlandse gasten als zakelijk of onderwijs gerelateerd, ofwel noodzakelijk en niet voor het plezier. (Christaller, 1964)

De trek naar buitengebieden werd in Europa overigens ook lange tijd gepromoot, onder andere met de ontwikkeling van Nationale parken, green belts, natuurspaden en lange afstand wandelpaden. Dit gold niet voor recreatie in de stad. Toerisme en recreatie werd in de breedte gezien als een vorm van ruimtegebruik die met name in rurale gebieden plaatsvond. (Ashworth & Page, 2011)

### 2.1.2 De opkomst van Stedelijk Toerisme

Met de groei van toerisme voor de massa in de 20<sup>e</sup> eeuw lag de focus in eerste instantie op de rurale of perifere gebieden. Deze geënceneerde kustgebieden en plekken die speciaal voor toeristen werden gebouwd, vingen toeristen op die aan de drukte van de stad wilden ontsnappen. (Ashworth & Page, 2011) Maar door de jaren heen zijn zowel de toerist als de 'stad' veranderd.

Vanaf de jaren '70/'80 zijn steden zichtbaar veranderd. Harvey (1989) typeert deze verandering als 'the urban proces'. In de westerse landen heeft een verandering plaatsgevonden van steden met de focus op productie, naar plaatsen voor consumptie en om te werken en wonen. Vanuit de culturele kernkwaliteiten van de steden, is een commercieel product ontstaan dat onderdeel is van het weefsel en de openbare ruimte (Mordue, 2007). In Nederland hebben we dit proces sinds de jaren '80 ook kunnen zien. In Rotterdam en Amsterdam was in de periode tussen 1960

en 1980 sprake van een krimp van de bevolking van ca. 20%. In meerdere westerse steden was de stad, mede als gevolg van suburbanisatie, minder in trek. Vanaf halverwege de jaren '80 ontstond een opleving, waardoor steden zich verder ontwikkelden als plaatsen met een aantrekkelijk leefmilieu en binnensteden als centrum voor vermaak. Voor steden werd meer en meer de consumentenkant bepalend, boven de rol van de stad als productieplaats. (De Groot, et al., 2010)

De aantrekkelijkheid van de stad voor bewoners en bedrijven wordt voor een belangrijk deel bepaald door de amenities die de stad te bieden heeft. (Glaeser, et al., 2001) Glaeser en anderen (2001) maken daarbij onderscheid tussen:

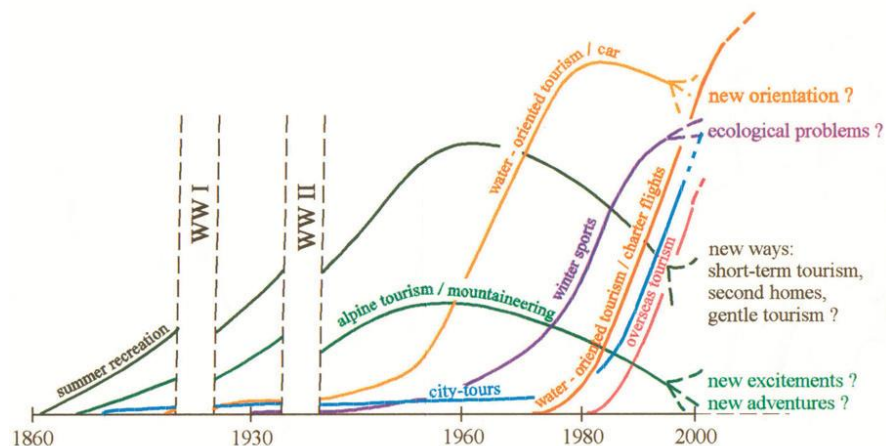
1. De aanwezigheid van een rijk variété aan services en consumptiegoederen: met name consumentgerichte voorzieningen als horeca, retail, theater en een attractieve mix van sociale partners.
2. Esthetiek en fysieke setting: de architectonische schoonheid en de aantrekkingskracht van de stad.
3. Publieke voorzieningen: scholen, veiligheid.
4. Snelheid: beschikbaarheid van services en banen in de omgeving

De amenities van de stad worden door De Groot en anderen (2010) samengevat als alle aspecten die de woonomgeving aangenaam maken.

Hierbij gaat het zowel om natural amenities (een prettig klimaat en de nabijheid van natuur), als urban amenities (een aantrekkelijke binnenstad met cultuur, horeca en winkels). Ook zijn er negatieve aspecten ofwel disamenities (zoals overlast, onveiligheid en verloedering, of de verschraling van het voorzieningenniveau) die de aantrekkingskracht van de stad juist negatief beïnvloeden. (De Groot, et al., 2010)

De verandering van de stad in een consumptiestad is ook bepalend geweest voor de kansen voor stedelijk toerisme. Christaller beargumenteerde in de jaren '60 dat voor toerisme de rust en ruimte en natuurlijke elementen buiten de stad bepalend waren. In zekere zin kan gesteld worden dat bij de opkomst van het toerisme vooral de natural amenities centraal stonden. Het klimaat en de natuurlijke elementen bleken zeer bepalend voor de ruimtelijke consequenties van toerisme. In figuur 2.1 is zichtbaar hoe voor verschillende vormen van toerisme de 'life cycle' zich heeft ontwikkeld. Lange tijd was zomer-recreatie de belangrijkste vorm van toerisme. Nog altijd is voor een groot deel van het toerisme het klimaat en natuurlijke elementen essentieel. Vanaf de jaren '80 is te zien dat het stedelijk toerisme een duidelijke groei doormaakt. De urban amenities en de gegroeide kwaliteit daarvan, lijken belangrijke oorzaken

**Figuur 2.1: European Tourism Products – a Product Life Cycle Approach**



Bron: Zimmerman, 1997 in: (Butler, 2011) P.16

voor deze toename van het stedelijk toerisme. Voorzieningen als horeca, winkels, parken en leisure die in eerste instantie voor de bewoners waren bedoeld, hebben ook een aantrekkingskracht op bezoekers van buiten.

### 2.1.3 Stedelijk toerisme onderdeel van het stadsleven

De ontwikkeling van steden vanaf de jaren '80 resulteerde in extra ruimte voor stedelijke voorzieningen en was daarmee ook een aanleiding voor stedelijk toerisme. Zo is er bijvoorbeeld in Rotterdam door het wegtrekken van de havens richting de Maasvlakte ruimte ontstaan voor stedelijke ontwikkelingen. De stedelijke ontwikkelingen en de amenities

die erbij zijn gekomen bieden een voedingsbodem voor toerisme. Doordat de postmoderne stad voortdurend in beweging is op het gebied van consumptie-ervaringen voor bewoners, werknemers, dagjesmensen en toeristen, is het stedelijk toerisme niet statisch. Continue is er sprake van herdefinitie en herontwikkeling om te concurreren met de consumptieve bestedingen. (Murphy & Boyle, 2006) Zelden kan gesproken worden van de 'toeristische stad', net zoals een stad niet alleen maar een woonstad of industriële stad is. Stedelijk toerisme is in de regel niet iets dat op zichzelf staat, maar is als onderdeel slechts één draad in een weefsel van sociale, fysieke en culturele elementen die door de jaren heen in de stad zijn ontstaan. Het toerisme in steden bestaat uit verschillende subsystemen en is door de gevarieerde activiteiten zelden een aparte ruimtelijke entiteit. (Ashworth & Page, 2011)

Ashworth & Page (2011) omschrijven de toeristische stad als een lappendeken van consumptie-ervaringen die ruimtelijk verspreid zijn in wijken en buurten. Door de verschillende elementen van stedelijk toerisme, wordt geconstateerd dat de bezoekdoelen van toeristen in steden sterk uiteenlopen. Ook binnen een stad zal het bezoekdoel van de ene toerist dus afwijken van dat van de andere. Door de diverse ervaringen in de stad wordt die mogelijkheid aan toeristen ook geboden. Hierbij moet opgemerkt worden dat stedelijk toerisme in essentie is gebaseerd op de attracties en infrastructuur die initieel bedoeld zijn voor

de niet-toeristen, ofwel de bewoners. Voor het aantrekken van de stedelijke toerist blijkt dat met name de “sense of place” van elementen in de stad essentieel is. Mede hierdoor zijn toeristische steden niet homogeen. (Ashworth & Page, 2011)

Visitorflows

Toerisme is een integraal onderdeel van het stadsleven. In basis is de stedelijk toerist net als de bewoner, werknemer en bezoeker uit de regio, één van de stadsgebruikers. Vanuit dit perspectief stelt (o.a.) Koens (2021) dat mensen zich niet eendimensionaal gedragen. Het is daarom ook niet verstandig om het begrip ‘de toerist’ te beperkt op te vatten. De context en activiteiten die mensen kunnen ondernemen, bepalen de gedragsrollen die ze kunnen innemen. Gedurende de dag kunnen mensen verschillende rollen aannemen. Hierin verschilt een toerist niet van een bewoner. Het is nuttig om vanuit een rol-perspectief naar het gedrag van mensen in de stad te kijken, zodat plekken ontworpen en ontwikkeld kunnen worden die passen bij de gewenste ervaringen. Wanneer plekken in de breedte worden ontwikkeld en gericht zijn op diverse bijzondere ervaringen, worden meerdere personen en groepen, afhankelijk van de behoefte van dat moment, bediend. Dit kan op een bepaald moment (tijd, dag, seizoen, etc.) een toerist zijn, maar op een ander moment een bewoner of werknemer van een kantoor uit de omgeving. In figuur 2.2 is

weergegeven welke mogelijke rollen van stadsgebruikers Koens onderscheidt. (Koens, 2021)

Figuur 2.2: Mogelijke rollen van stadsgebruikers

| Rol die stakeholder inneemt | Verwacht mobiliteitspatroon    |
|-----------------------------|--------------------------------|
| Shopper                     | Met opzet, van en naar winkel  |
| Sportief                    | Activiteit gebaseerd           |
| Forens                      | Met opzet, langs vaste routes  |
| Bezoeker                    | Verkennen en rondsnuffelen     |
| Werkenden                   | Meestal beperkt en functioneel |
| Relaxer                     | Rondhangen op vaste plek       |
| Reiziger                    | Contextafhankelijk             |
| Inwoners                    | Lokaal gebaseerd               |

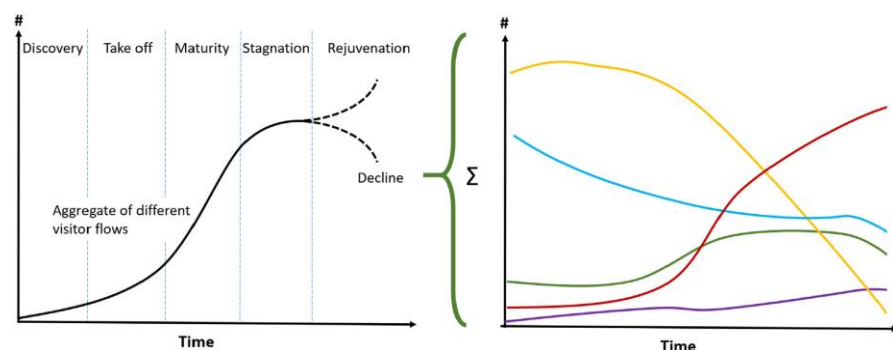
Bron: (Koens, 2021) p25 (Table2)

De opvatting over toerisme in steden lijkt te veranderen. In de afgelopen jaren lag de focus in het discours ten aanzien van de bezoekerseconomie met toerisme en dagbezoekers op het management-perspectief en op de beheersing van effecten. Recent is er meer aandacht gekomen voor verschillende rollen die stadsgebruikers afhankelijk van tijd en zin opnemen. Omdat wensen verschillen, zijn de activiteiten die men onderneemt niet uniform. Doordat zowel bezoekers als bewoners in de stad veel keus hebben aan activiteiten, kunnen visitorflows sterk uiteenlopen in aard en in tijd. Zo kan men gedurende de dag de behoefte hebben om ‘cultuur-minded’ musea en tentoonstellingen bezoeken, maar



's avonds de horeca en het nachtleven willen verkennen. De volgende morgen wil men er wellicht sportief op uit trekken door hard te lopen in het park. In toeristensteden is te zien dat bepaalde attracties of voorzieningen al lange tijd door veel verschillende mensen worden gebruikt en onderdeel zijn van diverse visitorflows. Door verandering in vraag, smaak en aanbod, veranderen de visitorflows.

***Figuur 2.3: Tourism area lifecycle (links) versus interconnected lifecycles of visitorflows.***



Bron: (Koens, et al., 2021) p2 (fig.1)

In figuur 2.3 is weergegeven hoe de klassieke life cycle van toerisme wordt verklaard: volgorde van ontdekking, groei naar volwassenheid en stagnatie, naar opnieuw uitvinden of teneergang. Daar zetten Koens, Smit en Mellissen (2021) de life cycle van visitorflows tegenover. De inzichten van verschillende visitorflows maken het mogelijk om de

dynamiek te beoordelen vanuit de diverse stromen die een bestemming aandrijven. Vanuit actuele behoeften zijn sommige stromen sterk en andere zwak. De uitdaging in steden is om hier scherp op te zijn op de strategische waarde van de diverse specifieke activiteiten en attracties die de visitorflows bepalen. (Koens, et al., 2021)

## 2.2 EFFECTEN VAN STEDELIJK TOERISME

Stedelijk toerisme is in beginsel een gevolg van de aantrekkingskracht van de stad. Een stad die aantrekkelijk is voor bewoners, is dat ook voor bezoekers. In veel studies werd in de beginjaren van stedelijk toerisme ingezoomd op de economische effecten van toerisme. Wat levert het de stad op qua aantal bezoekers, het aantal overnachtingen, de hotelkamerprijzen, en de omzet in horeca, retail en leisure, etc. Lange tijd is vanuit de economische invalshoek het verdienvermogen een belangrijke motivatie geweest voor steden om toeristische ontwikkelingen aan te moedigen. De cijfermatige benadering is door de jaren heen veelal een maatstaf geworden voor succes. De focus op maximalisatie van de opbrengst op korte termijn wordt gelegitimeerd vanuit een neoliberal systeem of vrijemarktkapitalisme. (Walmsley, et al., 2022)

In de praktijk is het echter niet altijd het geval dat een toename van toerisme leidt tot een positief effect voor de stad. (Koens, 2021) Wanneer de nadruk wordt gelegd op de economische waarde van toerisme zijn er

echter een aantal risico's. In de praktijk blijkt namelijk dat de financiële voordelen van toerisme in zijn algemeenheid niet gelijkmatig verdeeld worden over de stad. Bewoners van de stad zien zelden iets van toerisme terug in de vorm van directe winst. Daar komt bij dat banen in het toerisme vaak laagbetaald en van lage kwaliteit zijn. Vaak heeft slechts een klein aantal belanghebbenden er voordeel van, en dit zijn meestal de niet lokaal gevestigde partijen waardoor het economisch voordeel weg lekt. (Walmsley, et al., 2022)

### 2.2.1 Overtoerisme

In de laatste jaren zijn woorden als overtourism, overcrowding of overtoerisme gemeengoed geworden. Zowel in de media als in wetenschappelijke literatuur is steeds meer aandacht gekomen voor dit fenomeen. Hierbij moet allereerst duidelijk worden wat overtoerisme eigenlijk is. Er is veel emotie over het onderwerp, maar een alomvattende definitie is moeilijk te geven. Koens (2021) stelt dat massa toerisme en overcrowding niet hetzelfde zijn. (Koens, 2021) Gerritsma (2019) gebruikt bewust niet de term overtoerisme, maar overcrowding. Reden daarvoor is dat overcrowding het proces en resultaat is van een geïntensiveerd gebruik van de openbare ruimte, dat door meerdere partijen als verstorend beschouwd wordt. Overcrowding kan het gevolg zijn van toerisme, maar van de stapeling van andere stedelijke functies. (Gerritsma, 2019)

Ook is het niet gemakkelijk om onderscheid te maken tussen concentratie van toerisme enerzijds en 'overload' anderzijds, omdat de perceptie van betrokkenen niet gelijk is. (García-Hernández, et al., 2019) Het gegeven dat er massatoerisme aanwezig is, hoeft nog niet te leiden tot ongewenste effecten. Ook is duidelijk dat overcrowding op twee verschillende bestemmingen niet precies hetzelfde zal inhouden. In het ene gebied kan overcrowding leiden tot vervreemding van de bewoner, terwijl op een andere plek sprake kan zijn van een afname van de toeristische beleving, overbelasting van de infrastructuur, schade aan de natuur en/of bedreigingen voor cultuur en erfgoed. (McKinsey, 2017)

Het Europees Parlement hanteert voor overtoerisme de volgende definitie: *"Overtourism describes the situation in which the impact of tourism, at certain times and in certain locations, exceeds physical, ecological, social, economic, psychological, and/or political capacity thresholds."* (Peeters, et al., 2018) p15

Het gevoel van hoge toeristische druk op bepaalde plaatsen en tijdstippen resulteert in een negatieve perceptie van ontmoetingen tussen toeristen, bewoners en bedrijven. Het Europees parlement onderscheidt op basis van onderzoek in Europese regio's 5 belangrijkste indicatoren voor overtoerisme:

- Tourism density (bed-nights per km<sup>2</sup>) and intensity (bed-nights per resident);
- The share of Airbnb bed capacity of the combined Airbnb and booking.com bed capacity
- The share of tourism in regional Gross Domestic Product (GDP)
- Air travel intensity (arrivals by air divided by number of residents)
- Closeness to airport, cruise ports and UNESCO World Heritage Sites

Bron: (Peeters, et al., 2018) p.16

De indicatoren die in het rapport van het Europees parlement worden opgesomd zijn voornamelijk gericht op aantallen en karakteristieken van toeristensteden.

Een aandachtspunt dat in de literatuur naar voren komt, is dat negatieve issues in de stad niet alleen worden veroorzaakt door toerisme. Toerisme benut voorzieningen die al in de stad aanwezig zijn en gebruikt worden door bewoners en andere gebruikers. In beginsel kunnen steden veel aan, doordat de infrastructuur en voorzieningen al zijn ingericht op een grotere populatie dan in dorpen. De problemen die worden opgevoerd als gevolg van stedelijk overtoerisme, moeten echter in een breder perspectief van maatschappelijke ontwikkeling en stadsontwikkeling worden geplaatst. Toerisme is niet de oorzaak van alle stedelijke problematiek. In de afgelopen jaren is het beeld echter dominant geworden dat met name door toerisme een overdruk is ontstaan. Maar

wanneer is het teveel? Het blijkt moeilijk te berekenen wat een stad maximaal aankan, zeker omdat ook inzicht nodig is in wat bewoners sociaal aan kunnen. Vaak is een complicerende factor dat er in gebieden ook sprake is van seizoensinvloeden en diverse visitorflows. Overtoerisme is in essentie een optelsom van verschillende effecten en ervaringen als gevolg van toeristisch gedrag en als gevolg van de sociale, economische en fysieke ontwikkelingen in de omgeving. (Koens, 2021)

**Figuur 2.4: Issues that are attributed to tourism**

| Issue                                                                          | Type of impact                                                                                            | Spatial Distribution                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Overcrowding in city's public spaces                                           | Overcrowding on streets and pavements, as well as public transport, heavy traffic, loss of local identity | Tourist hotspots and newly developing tourist areas               |
| Pervasiveness of visitor impact due to inappropriate behaviour                 | Noise, disturbance, loss of local identity                                                                | Tourist hotspots and newly developing tourist areas               |
| Physical touristification of city centers and other often-visited areas        | Loss of amenities for residents due to mono-culture of tourist shops and facilities                       | Tourist hotspots and city centers                                 |
| Residents pushed out of residential areas due to Air BNB and similar platforms | Less availability of housing, loss of sense of community and security                                     | Throughout city, mainly near tourist hotspots                     |
| Pressure on local environment                                                  | Increased waste, water use, air pollution                                                                 | Throughout the city, near specific sites (harbor, road junctions) |

Bron: (Koens, et al., 2018) p.5

In figuur 2.4 is een tabel opgenomen met de belangrijkste problemen die worden toegeschreven aan toerisme. In de praktijk blijkt dat het absolute aantal toeristen in zichzelf niet het probleem is, maar meer de snelle en onverwachte groei. Daardoor kan een gevoel van overtoerisme aanwezig zijn in nieuwe toeristische gebieden (waar het cijfermatig nog meevalt), mede doordat er nog weinig passende faciliteiten zijn en de bewoner het simpelweg niet gewend is. (Koens, et al., 2018)

De conclusie dat het gevoel van overtoerisme niet enkel wordt bepaald door toeristische ontwikkelingen, maar ook door andere stedelijke ontwikkelingen, wordt door Koens en anderen (2018) helder uiteengezet in figuur 2.5. De druk en impact op gebieden wordt naast het aantal toeristen en hun gedrag, ook veroorzaakt door voorzieningen voor bewoners en vastgoedspeculatie.

**Figuur 2.5: Developments contributing to issues related to tourism**

| Issue                                     | Tourism Related Developments                                                                                                                          | City and Societal Developments                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Overcrowding in city's public spaces      | Rise of tourist numbers; cheaper flights, increase of cruise tourism                                                                                  | Increase of residents and commuters; flexible work arrangements; increase of residential leisure; increase of online shopping                                    |
| Pervasiveness of visitor impact           | Rise of tourist numbers; tourists moving deeper into city in search for authentic experiences; increase of cruise tourism; tourism spreading policies | Increase of residential leisure; greater connectedness of residents due to social media; popularity of Instagram and social networks                             |
| Physical touristification                 | Rise of tourist numbers; increased dominance of large tourism businesses                                                                              | Real estate speculation; city modernization; increased costs of city amenities; limitations on restrictions of urban planning                                    |
| Residents pushed out of residential areas | Rise of tourist numbers; rise of online platforms like AirBnB; tourist desire for authentic experiences;                                              | Real-estate speculation; increase of internet holiday booking; residential gentrification; rising costs of living; limitations on restrictions of urban planning |
| Pressure on local environment             | Rise of tourist numbers; greater use of resources per tourist                                                                                         | Increase of residents and commuters; increase of extreme weather events.                                                                                         |

Bron: (Koens, et al., 2018) p.5

### 2.2.2 Toeristische gentrificatie

Overtoerisme is een term die veel wordt gebruikt in de context van drukte als gevolg van toerisme. Hierbij ligt snel de focus op de (negatieve) zichtbaarheid van toerisme en het directe ongemak dat kan ontstaan voor bewoners. Naast dit snel zichtbare effect is er de laatste jaren steeds meer aandacht gekomen voor het proces waarbij een buurt onder invloed van toerisme langzaam verandert. Dit fenomeen wordt sociaalgeografisch toeristische gentrificatie genoemd. Voor gentrificatie worden wetenschappelijk diverse definities gehanteerd. Samengevat komt het neer op een beweging waarbij een bepaalde groep (terug) naar de stad trekt, met als gevolg verbetering van woningkwaliteit, bijdrage aan inkomsten en revitalisering van belangrijke voorzieningen. Hierdoor wordt een al aanwezige groep weggedruwd. (Marcuse, 1985) In onderzoek naar gentrificatie ligt de focus vaak op ruimtelijke differentiatie, klassentransformatie van stedelijke buurten en vervanging van voormalige bewoners door nieuwe bewoners (gentry). Bij toeristische gentrificatie gaat het niet alleen om bewoners, maar ook om bedrijven. In dat geval trekt het toerisme (en toeristische voorzieningen) de stad in waardoor bestaande bewoners en bedrijven worden weggedrukt. (Gotham, 2005)

Succes van stedelijk toerisme leidt tot de groei van korte-termijn verhuur, in hotels of woningen. Een direct ruimtelijk effect van toerisme is

daarmee dat ruimte nodig is voor bijvoorbeeld hotels, en dat deze ruimte niet gebruikt kan worden voor woningen. Ook worden voorzieningen die oorspronkelijk bedoeld waren voor bewoners, steeds meer gebruikt door toeristen. Stadsbewoners ervaren een negatieve impact op hun woon- en leefomgeving, omdat in toeristische delen van de stad het aanbod van de lokale bakker, slager en kaasboer wordt bepaald door de wens van de toerist. De nutella-winkels en souvenirshops zijn hier bekende voorbeelden van. Stadscentra veranderen in toeristenbubbels doordat marktpartijen en vastgoedeigenaren nieuwe voorzieningen toevoegen en het bestaande aanbod veranderen ten gunste van de toeristische doelgroep. Hierdoor verdwijnen voorzieningen voor de oorspronkelijke bewoners, met mono functionaliteit en een vermindering van het buurtgevoel tot gevolg. (Van Zoest & Verheul, 2020)

Daarnaast hebben steden niet alleen kortstondig met aanwezige toeristen te maken want de plekken die in trek zijn bij de toerist, zijn ook interessant voor transnationale gentrificatie. Dit is het proces waarbij wereldburgers een kortstondige periode (maar langer dan een toerist) verblijven op een plek. De toeristische activiteit maakt deze plekken bekend bij deze doelgroep, met als gevolg gentrificatie waardoor bewoners met een lager inkomen worden weggedrukt. (Cocola-Gant, et al., 2020)



In het kader van gentrificatie is door Marcuse het wegduwen van de al gevestigde groep (displacement) onderverdeeld in drie categorieën. Hij constateert daarbij ook dat wanneer een bewoner directe displacement weet te voorkomen, hij te maken zal krijgen met displacement van de winkels, faciliteiten en gemeenschap die hij gewend was. (Marcuse, 1985)

- **Direct displacement** (onvrijwillige verplaatsing van huishoudens)
- **Exclusionary displacement** (onmogelijkheid om een geschikte woning te vinden)
- **Displacement pressures** (gebrek aan betaalbare opties en sociaal netwerk: de omgeving en voorzieningen veranderen waardoor het minder leefbaar wordt).

Toerisme heeft een effect op woongebieden en haar bewoners. Cocola-Gant en anderen (2020) beargumenteren dat dit effect gezien moet worden op schaal van de buurt en niet van de gehele stad. Juist op schaal van de buurt, zijn veranderingen voor bewoners in toeristische gebieden het best zichtbaar voor de alledaagse gang van zaken. Doordat bezoekersruimte vragen voor entertainment en voorzieningen, verandert het aanbod van winkels. In figuur 2.6 is weergegeven welke alledaagse disruptie volgens Cocola-Gant en anderen door toerisme wordt veroorzaakt. Disruptie is aanleiding voor toeristische gentrificatie, omdat bestaande bewoners zich niet meer thuis voelen of het niet meer kunnen

betalen om op de plek te blijven wonen. Typische traditionele warenmarkten, bars en winkels zijn dan steeds minder bestemd voor bewoners, en steeds meer gericht op de toerist. (Cocola-Gant, et al., 2020)

Opmerkelijk is dat de groep bewoners die nu in veel steden last heeft van toeristische gentrificatie, eerder door de trek naar de stad werd gezien als ‘aanstichter’ van gentrificatie. (Pinkster, 2017)

**Figuur 2.6: Daily Disruptions Caused by Tourism**

|                         |                                                                                                                           |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Economic</b>         | Loss of consumption facilities used by residents.<br>Commodification of consumption facilities that now cater to visitors |
| <b>Physical-Spatial</b> | Overcrowding and mobility disruptions<br>Privatisation of public space<br>Noise<br>Loss of meeting places                 |
| <b>Sociocultural</b>    | Exclusion from places dominated by visitors<br>Loss of Community and social bonds                                         |

Bron: (Cocola-Gant, et al., 2020) p.5

Biagi en anderen (2019) hebben de impact van toerisme op de Urban Quality of Living voor bewoners onderzocht in het Spaanse Sitges en Italiaanse Alghero. Zij constateren dat de perceptie van leef kwaliteit van bewoners mede wordt bepaald door het type impact dat door toerisme de overhand krijgt. Wanneer toerisme bijvoorbeeld oorzaak is van zaken als congestie, geluidsoverlast en vervuiling en deze niet goed gemanaged worden, blijkt dat de Urban Quality of living negatief wordt beïnvloed. Bij een achteruitgang voor de bewoner wordt volgens Biagi en anderen de

houding richting de toerist onvriendelijker, met als gevolg negatieve ontwikkelkansen van het toerisme. (Biagi, et al., 2019)

De impact op de leefbaarheid blijkt een belangrijke aanleiding voor displacement. Het RIVM maakt bij een studie naar de leefbaarheid en leefomgeving onderscheid tussen *needs* en *disires*. Needs betreffen de basale behoeftes die voor de meeste mensen hetzelfde zijn, om normaal/gezond te kunnen leven. Onderdeel daarvan is bijvoorbeeld voorzieningen voor dagelijkse boodschappen. Disires gaan over de amenities in het leven. Strikt genomen zijn ze niet noodzakelijk, maar ze maken het wel plezieriger om op een bepaalde plek te wonen of te verblijven. (Leidelsemeijer & Kamp, 2004) Deze aspecten in de leefomgeving zijn subjectiever van aard en hangen sterk af van het moment en de plaats. Verheul laat zien dat het daarbij ook gaat om 'sense of belonging', omdat het niet enkel gaat om functioneel en economisch gebruik van een plek, maar ook om het voelen van verbinding met de leefomgeving op basis van gebiedsidentiteit. (Verheul, 2015)

Door groei van toerisme wordt het gevoel van plaatsgebonden identiteit aangetast. Pinkster en Boterman (2019) gebruiken voor Amsterdam de pretparkmetafoor, om het gedrag van toeristen in de openbare ruimte te beschrijven. Door het wegvallen van alledaagse voorzieningen verliest de bewoner bekende gezichten en ontstaat een gevoel van vervreemding. (Pinkster & Boterman, 2019) Uit onderzoek van Pinkster en Boterman (2017)

blijkt dat bewoners ervaren dat het gevoel van plaatsgebonden identiteit wordt verstoord door toerisme van het centrum van Amsterdam De toeristen zijn in groten getale aanwezig, en de bewoner ervaart dat de stad langzaam transformeert ten gunste van toerisme. (Pinkster, 2017)

## 2.3 NEW URBAN TOURISM

In de ontwikkelingsfase van stedelijk toerisme lag vooral de focus op de hotspots en de gebaande paden, met concentratie en druk als gevolg. Het stedelijk toerisme ontwikkelt zich als gevolg van deze ervaringen door. Als reactie op de traditionele toeristische ontwikkeling is aandacht gekomen voor 'New Urban Tourism'. Daarbij ligt de focus meer op authenticiteit en het opgaan van de toerist in de samenleving ('off-the-beaten-track' en 'the extraordinary mundane') en op urban coproductie. New Urban Tourism kan daarmee gezien worden als een fase van 'rejuvenation' in de 'tourism life cycle' (zie figuur 3.3), ofwel verjonging of het opnieuw uitvinden. Een perspectief dat bij New Urban Tourism nadrukkelijk meer aandacht heeft gekregen is duurzaam toerisme. Men beseft dat toerisme negatieve gevolgen kan hebben voor de bewoners van steden en dat het wenselijk is om dit risico te reduceren. Bij New Urban Tourism staat niet alleen de toerist centraal, maar ook de bewoner (of stadsgebruiker in zijn algemeenheid). Verondersteld wordt dat de toerist juist meer op wil gaan in de stad en wil ervaren hoe een bewoner de stad ervaart. Hier sluiten de

visitorflows van bezoekers aan op die van bewoners. Wanneer bezoekers de stad gebruiken zoals bewoners, betekent dit dat ze ook meer van de gebaande paden af zullen gaan. Hierdoor blijft er interactie tussen bewoners en bezoekers, maar meer verspreid over de stad. (Koens, 2021)

Toeristische ontwikkeling vanuit het perspectief van New Urban Tourism is per definitie plaatsgebonden. Vanuit het perspectief van de lokale stadsgebruiker, wordt inzichtelijk welke plekken de bewoner graag wil laten zien. Plaatsgebonden ontwikkelingen en oplossingsrichtingen worden bij New Urban Tourism bij voorkeur door belanghebbenden bedacht. Aandachtspunt is daarbij om vanuit de dagelijkse ontmoetingen en daadwerkelijke interactie via coproductie het toeristisch product vorm te geven (ook door toeristen). (Koens, 2021)

De positie van de stakeholders, zoals bewoners in de stad, wordt bij New Urban Tourism nadrukkelijk erkent. Door toe te staan dat zij met oplossingen komen om problemen aan te pakken en door open te staan voor ideeën voor toeristische stimulering, kunnen betere plaatsgebonden toeristische ontwikkelingen ontstaan. Deze ontwikkelingen zullen daardoor ook beter aansluiten bij het lokale sentiment. (Gerritsma, 2019)

### **Regenerative Urban Tourism**

Een element dat bij New Urban Tourism nadrukkelijk aandacht krijgt, is het gebruik van stedelijk toerisme als kracht voor regeneratie. Het is een

procesgerichte systeembenadering van ontwerpen, gericht op het herstellen, revitaliseren en veerkrachtiger maken van bestaande systemen. Vanuit een holistische perspectief ligt de focus op onderlinge afhankelijkheid en is er veel aandacht voor de diverse belanghebbenden in de stad. Het is daarbij wenselijk dat verder gegaan wordt dan het domein van toerisme, omdat problemen in een buurt betrekking kunnen hebben op allerlei aspecten. Toerisme wordt gezien als onderdeel van het stedelijk systeem en niet als een afgegrensde sector. Uitgangspunt is dat stedelijk toerisme dynamisch is en gebruikt kan worden om bestemmingen weer te verbeteren. De impact van toerisme moet een netto-positief effect hebben voor de stad. Om dat te bereiken is een open houding nodig voor de perspectieven, ervaringen en meningen van stakeholders. Reflectie, inclusiviteit en dynamische samenwerking zijn hierbij belangrijke sleutels. (Koens, 2021)

Dredge (2020) stelt dat de omschakeling nodig is van management van toerisme, naar 'regenerative tourism design'. *"The goal of regenerative tourism design is to facilitate and empower transformation, and purpose-led visitor economies that are inclusive, resilient and sustainable."* (Dredge, 2020) website

Door toerisme op te knippen in losse componenten, is het teveel versimpeld. Met 'Regenerative Tourism Design' wordt vanuit een holistische systeembenadering de toekomstige toeristische ontwikkeling

in gang gezet. Meerdere facetten en onderlinge verbondenheid staan centraal. Vanuit een veelzijdige aanpak wordt geprobeerd om de belangen van alle belanghebbenden in evenwicht te krijgen.

## 2.4 PARTICIPATIE

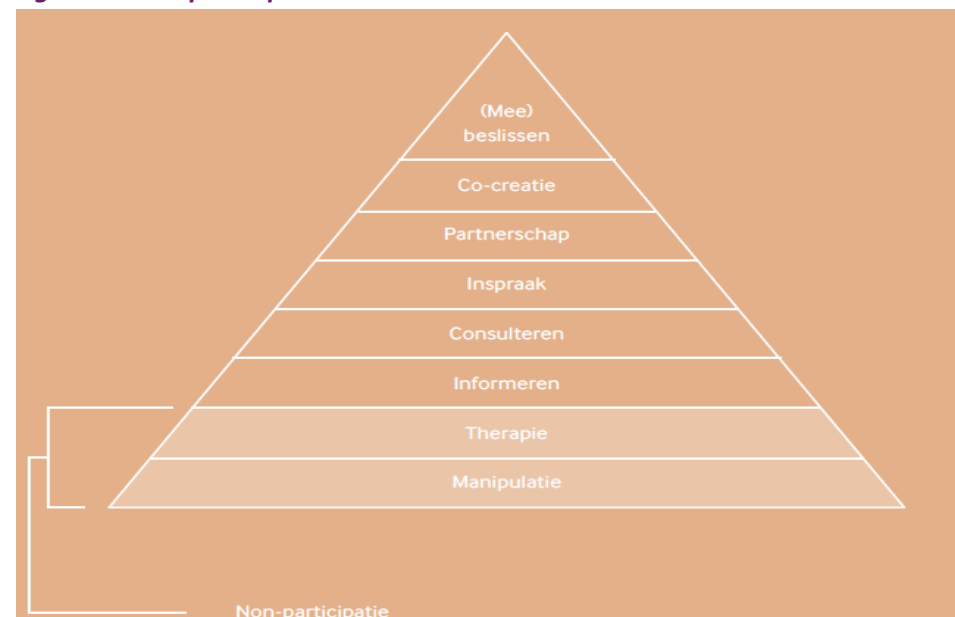
### 2.4.1 Participatie in gebiedsontwikkelingen

Participatie bij stedelijke ontwikkelingen is een onderwerp dat al vele jaren in de wetenschappelijke literatuur wordt beschreven. Een belangrijke bron van inspiratie bij dit onderwerp is het werk van Jane Jacobs en Sherry Arnstein. Hun werk uit de jaren '60 ten aanzien van de betrokkenheid van burgers bij stedelijke ontwikkelingen, heeft nog altijd zijn waarde. Jane Jacobs was een voorloper op het gebied van het geven van een stem aan de bewoners in stedelijke planning en herontwikkeling. Volgens Jacobs zou de vitaliteit van de buurt beter benut moeten worden. En juist de bewoner bezit die lokale kennis en verbondenheid. Ze pleitte ervoor dat steden niet op de tekentafel ontwikkeld worden, maar dat dit samen met de bewoners moet worden gedaan. Door gebruik te maken van de kwaliteiten van bewoners en ondernemers, ontstaat volgens Jacobs een voedingsbodem voor sociale vitaliteit en economische voorspoed. Buurten verschillen en daarmee is het altijd maatwerk.

(Verheul, et al., 2021)

Naast Jane Jacobs is het werk van Arnstein bepalend voor het denken over participatie. Zij ontwikkelde 'A Ladder of Citizen Participation', waar zij de verschillende niveaus van burgerparticipatie een plek gaf. Ze onderkent dat verschillende participatie activiteiten een andere mate van invloed op plannen en beleid hebben. Arnstein zag dat partijen die de participatie organiseerden, vaak helemaal niet open stonden voor participatie. De onderste treden van de participatieladder van Arnstein zijn daarom ook te definiëren als non-participatie. (Verheul, et al., 2021)

**Figuur 2.7: De participatieladder van Arnstein**

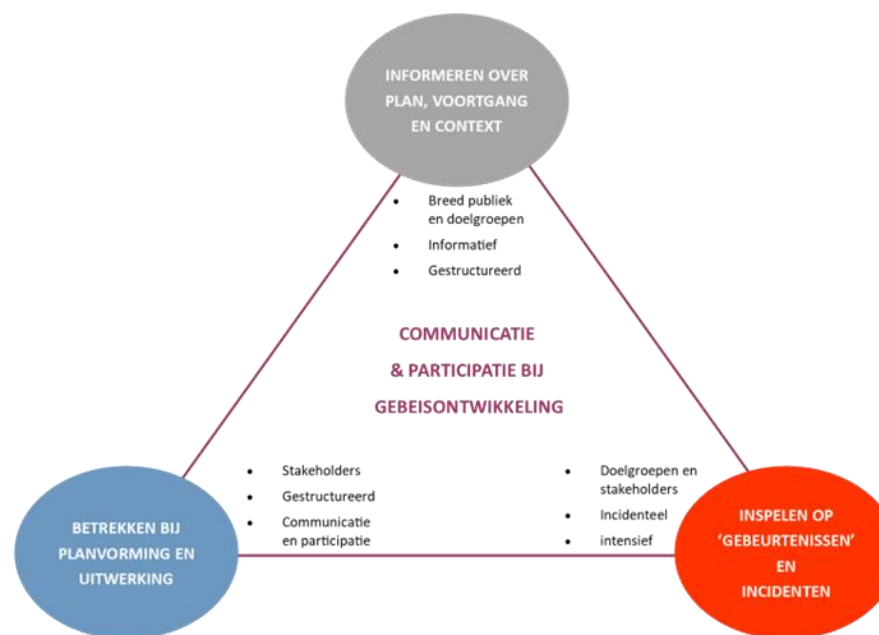


Bron: (Verheul, et al., 2021) p.20

Stedelijke en toeristische ontwikkelingen hebben te maken met een breed krachtenveld van belanghebbenden. Het betrekken van deze belanghebbenden bij gebiedsontwikkelingen is essentieel voor de slagingskans. Zonder een participatietraject heeft een gebiedsontwikkeling geen kans van slagen, aldus De Zeeuw (2019). Voor de lokale overheid is participatie essentieel, omdat de overheid het beleid wil vormgeven samen met de burger. De nieuwe omgevingswet heeft het in dat kader over uitnodigingsplanologie. (Zeeuw, 2019)

In figuur 2.8 is schematisch weergegeven welke drie aspecten van gebiedscommunicatie en participatie er volgens De Zeeuw bestaan. Het betreft volgorde; informatie en communicatie in de breedte, participatie van belanghebbenden en het inspelen op gebeurtenissen en incidenten. In de gebiedsontwikkelingspraktijk wordt bij participatieonderscheid gemaakt tussen participatie van omwonenden en potentiële nieuwe eindgebruikers. Dilemma's van participatie in gebiedsontwikkelingen die de Zeeuw (2019) benoemd, zijn onder andere de spanning tussen ratio en emotie, 'de grote mond' versus de 'zwijgende meerderheid' en het bereiken van consensus versus hardnekkige tegenstellingen. Geconstateerd wordt dat een goed en serieus georganiseerd participatieproces niet als vanzelf tot consensus leidt. (Zeeuw, 2019)

**Figuur 2.8: Externe communicatie & participatie**



Bron: (Zeeuw, 2019) p.137

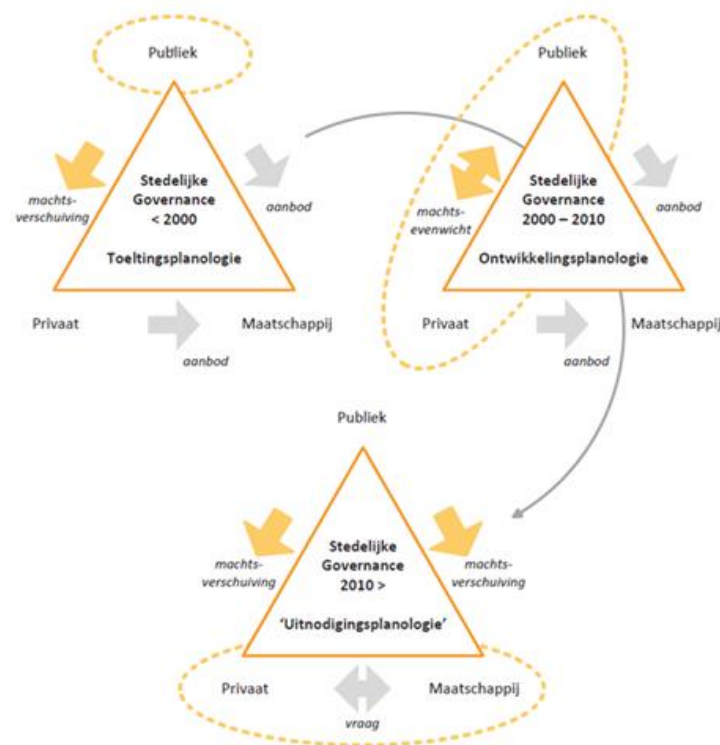
De dilemma's en moeilijkheden die De Zeeuw (2019) aanstipt, maken participatie bij stedelijke gebiedsontwikkelingen ingewikkeld. Verheul en anderen (2021) benadrukken echter dat in een democratische samenleving omgevingsparticipatie een grote uitdaging is voor zowel ontwikkelaar, gemeente, eigenaar als initiatiefnemer. Participatie is met de invoering van de omgevingswet niet alleen iets voor de overheid, maar voor iedere initiatiefnemer. Bij participatie, of het nu privaat of publiek georganiseerd wordt, blijft de moeilijkheid om te bepalen wie betrokken



wordt en in hoeverre er ook echt open kan worden gestaan voor nieuwe ideeën. (Verheul, et al., 2021)

In stedelijke gebieden, vaak met ingrijpende transformatieambities, lopen de belangen, voorkeuren en ruimteclaims uiteen. Vanuit een ontwikkeling beredeneerd is een bepaalde richting wellicht gewenst, maar de zittende bedrijven en bewoners hebben andere wensen. De veelheid van de vaak tegenstrijdige belangen maakt omgevingsparticipatie complex. Vaak is een participatietraject bij gebiedsontwikkelingen daarmee ook een proces van het managen van verwachtingen. (Verheul, et al., 2021) De wijze waarop naar het betrekken van de maatschappij wordt gekeken, verandert door de jaren heen. Dit geldt voor participatie, maar ook voor de governance in gebiedsontwikkelingen. In figuur 2.9 is weergegeven hoe de governance in de Nederlandse ruimtelijke ordening zich heeft ontwikkeld als gevolg van maatschappelijke behoeften en politiek-economische omstandigheden. In Nederland is de governance verschoven van toelatingsplanologie door de overheid (voor 2000), naar ontwikkelingsplanologie van overheid-markt (2000-2010), naar uitnodigingsplanologie van markt-maatschappij (vanaf 2010). (Heurkens, 2012) De ontwikkeling in governance, is ook reden om anders te kijken naar de rol van de maatschappij ten aanzien van participatie. De machtsverschuiving van publiek naar maatschappij legt ook meer belang bij de participatie van de gemeenschap.

**Figuur 2.9: Governance veranderingen in de Nederlandse ruimtelijke ontwikkeling**



Bron: (Heurkens, 2012) p.39

De ruimtelijke ontwikkeling in Nederland krijgt daarmee door de jaren heen een meer open karakter. Dit geldt voor het eindbeeld, maar ook voor de toegang van andere spelers in het proces. De rol voor kleinere partijen en burgers in het ontwikkelproces is groter en actiever geworden. De stad wordt steeds minder van bovenaf bedacht. Er is meer ruimte voor

experimenten en er wordt beter meebewogen met de dynamiek en complexiteit van de stad. Een belangrijk uitgangspunt hierbij is dat de gemeenschap actief wordt betrokken en geraadpleegd bij het maken en uitvoeren van plannen. Energie van onderaf is steeds meer de ambitie bij stedelijke ontwikkeling geworden. Hoe de gemeenschap betrokken wordt, hangt af van plaats en context. Het kan gaan op uitnodiging van de overheid, vanuit privaat initiatief, of doordat stakeholders een positie afdwingen. (Nijs, et al., 2020)

In de stedelijke ontwikkelingspraktijk wordt in de context van participatie wel eens gesproken over participatie moeheid. Dit komt onder andere doordat inspraak in het verleden ervaren kan zijn als een verplicht nummer. (Niederer, 2019) Met het toegenomen belang van participatie door de uitgangspunten van de Omgevingswet, is te verwachten dat bewoners steeds vaker op enige manier betrokken worden bij participatie. De vraag is of dit leidt tot participatiemoeheid bij inwoners, ondernemers, ontwikkelende partijen of overheid. Frustratie kan er bij bewoners zijn vanwege de grote hoeveelheid tijd die participatieprocessen kosten, afgezet tegen de geringe opbrengst. Door onduidelijkheid en frustratie haken veel mensen af, of niet aan, met als gevolg dat een kleine groep 'usual suspects' dominant is in het participatieproces. (Helleman, et al., 2022) Dit participatiedilemma omschrijft De Zeeuw (2019) als 'de grote mond' versus de 'zwijgende meerderheid'.

Uit onderzoek van het platform Stad en Wijk komt naar voren dat betrokkenen van participatieprocessen niet altijd ervaren dat er op een constructieve manier ideeën en wensen worden uitgewisseld.

Deelnemers kunnen het enthousiasme verliezen, door een beladen sfeer en ongenoegen ten aanzien van het proces. Uit het onderzoek blijkt dat dit door een groot deel van de ondervraagden wel eens is ervaren.

(Helleman, et al., 2022) Bij participatie is het daarom belangrijk om goed af te wegen welke vorm van participatie passend is.

#### *2.4.2 Participatie bij toerisme*

Toeristische ontwikkelingen zijn vaak ook ruimtelijke ontwikkelingen of gebiedsontwikkelingen. Dit geldt bijvoorbeeld voor de ontwikkeling van hotels en andere toeristische attracties. In dat geval is het participatietraject van ruimtelijke ontwikkelingen niet anders dan die voor toeristische ontwikkelingen. Toerisme is echter breder dan het domein van ruimtelijke ontwikkeling.

Specifiek voor toerisme linkt Tosun (1999) de zorgen die er in het toeristisch ontwikkelingsproces zijn ten aanzien van community-participation aan wetenschappelijke theorieën die er zijn voor community-participation in het (gebieds)ontwikkelingsproces.

Bewonersparticipatie is een containerbegrip en daardoor is het evident dat, afhankelijk van de casus en het moment, de ene vorm van

participatie beter past dan andere. In bepaalde omstandigheden is actieve participatie gewenst, terwijl in andere gevallen een directe, indirecte of passieve vorm beter werkt. Tosun (1999) stelt dat community-participation in het toeristisch ontwikkelproces daarom niet een rigide raamwerk kan zijn, maar adaptief en flexibel moet zijn. (Tosun, 1999)

In figuur 2.10 vat Tosun diverse wetenschappelijke literatuur samen in drie versimpelde typologieën van community-participation. Het eerste type, *‘Spontaneous’*, kan gezien worden als de hoogste vorm van participatie. Hier hebben bewoners de macht om beslissingen en controle te nemen in het ontwikkelproces. Bij het tweede type van community-participation *‘Induced’*, hebben bewoners een stem bij toeristische ontwikkelingen en wordt door de verantwoordelijken geluisterd naar de input, maar hebben ze niet de macht of controle in het beslisproces. Deze vorm van ‘horen’ gebeurt vaak later in het proces, wanneer al veel is afgewogen, de meeste problemen zijn geadresseerd en belangrijke beslissingen al zijn genomen. Het derde type is *‘Coercive’* community-participation. Hier hebben bewoners een verwaarloosbare betrokkenheid bij ontwikkelingsprojecten en geen invloed of macht in het beslisproces. Participatie gaat in dat geval niet verder dan informeren. (Tosun, 1999)

**Figuur 2.10: A simplified Typologie of Community Participation**

| Type of Community Participation | Defining Characteristics                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Spontaneous (spontaan)          | Bottom-up; active participation; direct participation; participation in whole process of development including decision making, implementation, shoring benefit and evaluating; authentic participation; coproduction; self planning; wide participation; social participation. |
| INDUCED (teweegebracht)         | Topdown; passive; formal; mostly indirect; represents degree of tokenism, manipulation and pseudo-participation; participation in implementation and sharing benefits; choice between proposed other motives and feedback                                                       |
| COERCIVE (dwingend)             | Top-down, passive; mostly indirect, formal; participation in implementation, but not necessarily sharing benefits; choice between proposed limited alternatives or no choice; represent paternalism, nonparticipation, high degree of tokenism and manipulation.                |

Bron: (Tosun, 1999) p.118

Mordue (2007) stelt dat op het vlak van stedelijk toerisme en leisure, niet de representatieve democratie, maar de participatieve democratie centraal zou moeten staan. Aan bewoners moet niet 'verkocht' worden wat al bedacht is, maar bewoners zouden zelf een proactieve rol moeten nemen bij beleidsontwikkeling en vormgeving van de plek waar ze leven. Deze mate van empowerment sluit aan op de uitgangspunten die eerder zijn benoemd door Jane Jacobs. (Mordue, 2007)

Tosun (1999) heeft getracht voor de toeristische context een theoretisch kader te maken dat van toepassing is op community-participation bij toeristische ontwikkelingen. Dit model bestaat uit drie categorieën (Tosun, 1999):

**1. *Pseudo Community-participation in Tourism Development:***

Dit kan gezien worden als non-participatie. Het is topdown en indirect. Deze vorm van participatie staat in het teken van het onderwijzen of informeren van de gemeenschap door het gezag. Er is geen mogelijkheid voor de gemeenschap om een stem te hebben in het besluitvormingsproces

**2. *Passive community-participation in Tourism development:***

Hierbij kan de gemeenschap zich enkel uitspreken over ontwikkelingen en beslissingen die aan hen worden voorgelegd. De gemeenschap wordt betrokken bij toeristische ontwikkelkwesties, maar er is geen face-to-face contact met de

besluitvormers. Er is voor de gemeenschap vooral mogelijkheid om gevoelens, meningen en bezorgdheden op een indirecte manier onder de aandacht te brengen bij de beslistmacht.

**3. *Spontaneous community-participation in tourism development:***

Deze vorm van vergaande participatie kan diverse vormen aannemen:

- *Direct host community-participation:* Dit geeft de gemeenschap mogelijkheden om direct bezorgdheden te delen. Dit betekent niet dat er ook beslissingen kunnen worden genomen.
- *Active community-participation:* De gemeenschap neemt een rol in het hele proces, vanuit de wens en motivatie om doelen te behalen die vanuit henzelf komen.
- *Authentic host community-participation:* De nadruk ligt op distributie en verdeling. De gemeenschap heeft een aandeel in het profijt. Het bewustzijn in de gemeenschap ten aanzien van de eigen mogelijkheden om keuzes te kunnen beïnvloeden, wordt vergroot. De gemeenschap kan partnerschappen aangaan, waarmee ze in staat gesteld wordt te onderhandelen en een afweging te maken samen met de traditionele macht. Er is een directe stem in het besluitvormingsproces.

De categorieën van community-participation die Tosun (1999) beschreef, zijn ver voor de opkomst van het New Urban Tourism en Urban Tourism gedefinieerd als een kracht voor regeneratie. Vanuit die nieuwe invalshoeken start regeneratie vanuit het perspectief van reflectie, exclusiviteit en samenwerking. Naar elkaar luisteren en reflecteren op de diverse perspectieven is daarbij nodig om problemen te signaleren en te begrijpen. Gesteld wordt dat het constant belangrijk is om te heroverwegen of en in welke mate toerisme nog bijdraagt aan een buurt en of het past bij de lokale behoeften en het actuele sentiment. Het perspectief van de lokale stadsgebruikers wordt als essentieel gezien bij de ontwikkeling van het toeristisch product. De mening van bewoners over welke plekken die zij willen etaleren voor de toerist en welke plekken zij bij voorkeur voor lokaal gebruik willen laten, is een essentieel onderdeel bij New Urban tourism. (Koens, 2021) Wanneer dit het uitgangspunt is, is verdergaande participatie nodig. De pseudo en passive community-participation die Tuson onderscheidt, zijn daarvoor niet de meest geschikte vormen.

Tuson (1999) constateert dat verregaande 'authentic host participation', waarbij de gemeenschap zelf de handschoen oppakt, nog zeldzaam is. In diverse bestemmingen, vaak in ontwikkelende landen, is de laatste jaren aandacht ontstaan voor Community-based tourism. Het betreft een holistische benadering voor toeristische community development, waarbij

de nadruk ligt op sociale rechtvaardigheid, empowerment, gelijke verdeling, herverdelende maatregelen en eigenaarschap. Deze vorm van toeristisch ontwikkeling kan gezien worden als een vorm van zelfparticipatie, waarbij de gemeenschap het initiatief start en verder stuurt op de ontwikkeling. De negatieve impact die bewoners eerder als gevolg van toerisme hebben ervaren, blijkt hiervoor een belangrijk aanleiding. (Giampiccoli & Saayman, 2018)

Voor de werking van community-based tourism, is de betrokkenheid van de lokale gemeenschap fundamenteel. Participatie is daarbij een middel om de bewoner te betrekken bij de toeristische ontwikkeling en hen controle te geven. Het is daarmee een vorm van governance die bedoeld is om de lokale gemeenschap te betrekken. Het biedt kansen aan bewoners die normaal gesproken niet direct betrokken zijn bij toerisme, om te profiteren van toeristische activiteiten. (Giampiccoli & Saayman, 2018)





### 3. THEORETISCH KADER & ONDERZOEKSOPZET



### 3.1 INLEIDING

In zowel de literatuur als in de praktijk is te zien dat het stedelijk toerisme in de afgelopen decennia steeds omvangrijker is geworden. De aanwezigheid van toerisme kan een positieve impact hebben op de stad, bijvoorbeeld op de economie, de waardeontwikkeling van vastgoed of het draagvlak voor voorzieningen. Daartegenover staat dat overmatige toeristische druk ook een negatieve weerslag heeft op de stad. Het besef dat toerisme ook een keerzijde heeft, is voor veel steden aanleiding om meer aandacht te bieden hebben voor de inbreng van bewoners bij de ontwikkeling van toerisme. In Rotterdam is dit ook het geval. Het onderliggende motto van de toeristische visie is: wat goed is voor de Rotterdammer, is goed voor de toerist.

Wanneer steden de bewoners centraal willen stellen bij de ontwikkeling van toerisme, is het belangrijk te weten wat de houding van bewoners is ten aanzien van het toerisme. In deze scriptie stel ik de vraag centraal hoe de houding van de Rotterdamse bewoner is ten aanzien van toerisme en wat deze positieve of negatieve houding betekent voor de steun aan toerisme en de bereidheid tot participatie. Een inblik in aspecten die bijdragen aan een positieve houding van bewoners helpt om te zien wat in de stad bijdraagt aan de steun voor toerisme. Inzicht in oorzaken van een negatief sentiment bij bewoners, is waardevol om te kunnen

begrijpen waar inzet op nodig is. In dit onderzoek ga ik op zoek naar een antwoord op de volgende hoofdvraag:

**Hoe beïnvloedt de houding van de bewoner ten aanzien van toerisme de bereidheid om actief te participeren bij de toeristische ontwikkeling van de stad?**

Inzicht in de houding van bewoners is essentieel om de centrale vraag in dit onderzoek te beantwoorden. De deelvraag “Hoe is de houding van bewoners ten aanzien van toerisme te meten?” wordt in dit hoofdstuk beantwoord. Ook wordt in beeld gebracht hoe onderzocht kan worden hoe die houding van invloed is op de bereidheid tot participatie.

### 3.2 THEORETISCH KADER

Bewoners zijn niet over een kam te scheren. Mensen verschillen van elkaar, evenals de manier waarop zij de wereld aanschouwen. Als onderzoek wordt gedaan naar de perceptie van bewoners ten aanzien van toerisme, is het belangrijk om dit vanuit een breed perspectief te doen. De houding van bewoners wordt bepaald door eerdere ervaringen die zij hebben gehad met toerisme. In de literatuur werd zichtbaar welke gevolgen overtoerisme en toeristische gentrificatie hebben voor bewoners. Wanneer bewoners vervreemding ervaren van hun leefomgeving doordat vertrouwde voorzieningen als gevolg van toerisme

worden vervangen, of wanneer bewoners de hoge prijzen niet meer kunnen betalen, heeft dat invloed op de perceptie van bewoners ten aanzien van toerisme. Anderzijds kunnen positieve ontmoetingen met toeristen of de komst van meer en andere voorzieningen ook gewaardeerd worden door bewoners.

Om de hoofdvraag te beantwoorden, wordt onderzoek gedaan naar de houding van bewoners. Een element daarbij is hoe de houding van bewoners te meten is. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van het internationaal gevalideerde RETS-model van Boley, McGehee, Perdue en Long (Boley, et al., 2014). RETS staat voor Resident Empowerment through Tourism Scale. Met dit model kan inzicht verkregen worden in diverse aspecten die van invloed zijn bij de houding van bewoners ten aanzien van toerisme. Een reden om in dit onderzoek voor deze methode te kiezen, is dat het model ook in andere Nederlandse regio's al is toegepast. Hierdoor is data te vergelijken en te duiden.

De methode van Boley en anderen combineert twee theorieën:

1. De 'social exchange theorie in resident attitude research': Hierin wordt een rationele afweging verondersteld, waarbij de kosten en baten, en voor- en nadelen bepalen of toerisme wel of niet gesteund wordt;

2. 'Webers theory of formal en substantive rationality' (WFSR): de menselijke rationaliteit wordt beïnvloed door een balans of een spanning tussen iemands formele (economische) en inhoudelijke (niet-economische) motieven.

De Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS) concentreert zich niet alleen op het directe persoonlijk economisch voordeel van toerisme, maar voegt daar het begrip 'empowerment' aan toe. Dit is de mate waarin bewoners kracht halen uit de effecten van toerisme. Afhankelijk van de persoonlijke ervaringen van bewoners (positief, dan wel negatief) versterkt of verzwakt dit de steun voor toerisme. In het model wordt onderscheid gemaakt tussen drie soorten empowerment. (Boley, et al., 2014)

- **Psychologische empowerment:** Hierbij gaat het om een gevoel van trots en eigenwaarde. Dit kan onder andere ontstaan doordat buitenstaanders de uniciteit erkennen en waarderen van de cultuur en de leefomgeving en van bewoners.
- **Sociale empowerment:** Bij dit aspect gaat het om de vraag of toerisme de verbondenheid met de samenleving vergroot. Het kan betekenen dat bewoners zich meer verbonden voelen met hun community en meer samen willen gaan samenwerken.
- **Politieke empowerment:** Voelen bewoners zich betrokken? Hier gaat het ook om de vraag of ze eerlijk gerepresenteerd zijn en of

zij hun zorgen over toeristische ontwikkelingen kwijt kunnen (bij de overheid).

In de meting worden deze drie soorten empowerment in samenhang gezien met het persoonlijk economisch voordeel. Hiermee ontstaat een palet aan factoren die, zowel direct en indirect, via de ervaren positieve en negatieve effecten van toerisme de mate van steun voor toerisme verklaart. Onderzoeken in Zeeland, Zuid-Limburg, de Hanzesteden en Texel laten zien dat er een positieve correlatie is tussen de ervaren positieve effecten van toerisme en de steun voor toerisme (IJben, 2020).

In dit onderzoek wordt voor de stedelijke context in beeld gebracht hoe toerisme van invloed is op de houding van bewoners. Hierbij is het ook interessant om te zien hoe de houding van Rotterdammers is ten opzichte van andere regio's en in welke mate dit verschilt tussen bewoners van de verschillende Rotterdamse deelgebieden. Is de houding van bijvoorbeeld de centrumbewoner anders dan die van een bewoner van Rotterdam Zuid?

Naast inzicht in de houding van Rotterdammers ten aanzien van toerisme, ligt de toegevoegde waarde van dit onderzoek in de verdieping van het model van Boley door een koppeling te maken met de bereidheid tot participatie. In dit onderzoek staat de relatie tussen de mate van steun

aan toerisme en de bereidheid tot participatie centraal. In dat kader worden de volgende hypothesen onderzocht:

*H1. Bewoners bij wie de gepercipieerde negatieve impact hoger is, zijn meer bereid tot participatie.*

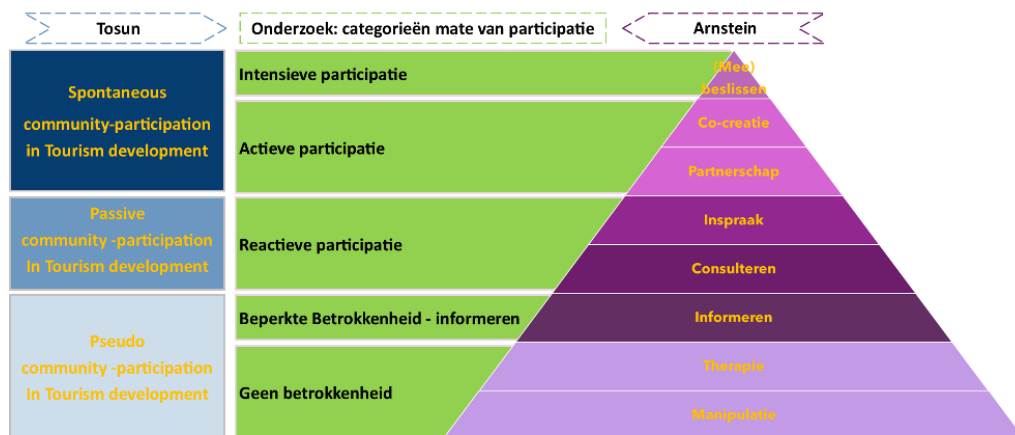
*H2. Bewoners waarvoor het economisch persoonlijk voordeel groot is, zijn meer bereid tot participatie.*

*H3. De bereidheid tot participatie is lager bij bewoners die toerisme steunen*

*H4. Bewoners bij wie de sociale verbondenheid door toerisme hoog is, zijn meer bereid tot participatie.*

Ter aanvulling op het RETS-model, wordt in het onderzoek aan respondenten gevraagd of en in welke mate zij een actieve rol willen spelen bij de toeristische ontwikkeling van de stad. Om de verschillende soorten rollen in het participatieproces te verduidelijken wordt gebruik gemaakt van de participatieladder van Arnstein (Arnstein, 1969) en van de drie categorieën die Tosun (Tosun, 1999) onderscheidt ('pseudo', 'passive' en 'spontaneous' community-participation in tourism development). Voor dit onderzoek zijn de treden van de participatieladder van Arnstein gecomprimeerd (en de vormen van Tuson uitgebreid) tot 5 treden, oplopend van (1) geen betrokkenheid, (2) beperkte betrokkenheid, (3) reactieve participatie, (4) actieve participatie en (5) intensieve participatie. In het onderzoek wordt aan bewoners gevraagd of en in

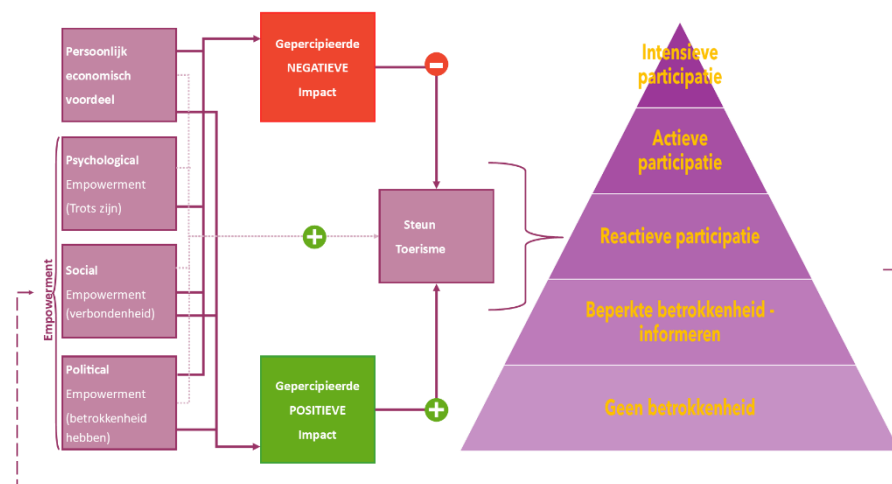
**Figuur 3.1: Gecomprimeerde ladder van participatie (groen), naar de indeling van de participatieladder van Arnstein en toeristische indeling van Tosun**



hoeverre zij betrokken willen worden bij toerisme. Hierbij is een vijfpuntsschaal gebruikt, die vertaald kan worden naar de gecomprimeerde treden van de participatieladder (figuur 3.1). De bereidheid tot participatie kan, in combinatie met de andere scores volgens het RETS-model, worden gebruikt om inzichtelijk te maken welke elementen die bereidheid beïnvloedt. Dit kan gebruikt worden om in te schatten op welke fronten gemeentelijke inzet een positief effect kan hebben op het vergroten van de betrokkenheid van de bewoner bij toeristische ontwikkelingen.

Voor de uitvoering van dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de oorspronkelijke vragenlijst van het RETS-model van Boley en anderen (Boley, et al., 2014). De stellingen zijn vertaald naar het Nederlands en waar nodig begrijpelijker gemaakt voor de respondent. Voor de Nederlandse formulering is zoveel mogelijk aangesloten bij andere RETS-onderzoeken in Nederland (onder ander van de provincie Zeeland), zodat data tussen Nederlandse regio's vergeleken kan worden (Uben, 2019). Aan de respondenten wordt gevraagd bij de stellingen aan te geven in welke mate zij het eens zijn; volgens een vijfpunts Likertschaal: *zeer mee oneens, oneens, neutraal, eens, zeer mee eens*.

**Figuur 3.2: Schematische weergave combinatie RETS-model en participatieladder: participatiebereidheid voor toerisme bij bewoners.**





Naast de gevalideerde stellingen van het RETS-model wordt de respondent vragen voorgelegd over participatie. Hierbij wordt gevraagd naar de bereidheid om actief met de gemeente mee te denken en te participeren bij toeristische ontwikkeling. De mate waarin men aangeeft betrokken te worden, is vertaald naar de gecomprimeerde participatieladder. In figuur 3.2 is het gehanteerde model voor dit onderzoek schematisch weergegeven. De vragenlijst sluit af met een set aan sociaal demografische vragen over de respondent om de representativiteit te waarborgen en weging toe te passen.

### 3.3 ONDERZOEKSGBIED

Het onderzoek wordt uitgevoerd in Rotterdam. Het doel is een representatief beeld krijgen van de houding van bewoners in zowel de ‘toeristische’ gebieden, als in de minder toeristische gebieden.

In tabel 3.1 is voor de Rotterdamse gebieden in beeld gebracht hoeveel bedrijfsvestigingen er in de sectoren ‘cultuur en recreatie’ en ‘handel en horeca’ per 1.000 inwoners zijn gevestigd. Hieraan is het aantal hotels en hotelkamers toegevoegd. Duidelijk is dat per 1.000 inwoners het aanbod in het centrum van de stad het grootst is, zowel in de sectoren ‘cultuur, recreatie en overige diensten’ als in ‘handel en horeca’. Van het aantal hotels in Rotterdam is bijna de helft gevestigd in het centrum en van het

aantal kamers zelfs meer dan de helft. Ook in de stadswijken rond het centrum is te zien dat er meer aanbod per 1.000 inwoners aanwezig is dan gemiddeld in Rotterdam.

Ook wanneer specifieker wordt gekeken naar het leisure aanbod (tabel 3.1) ontstaat een duidelijk beeld van gebieden waar het aanbod, op basis van het aantal inwoners, hoger is. In het centrum is het Leisure aanbod met 1,9 m2 per 1000 inwoners veel hoger dan in de andere gebieden.

(Locatus, 2022).

Het centrum is duidelijk het meest toeristische deelgebied van Rotterdam. In het centrum is sprake van concentratie van het aantal hotels en is er veel cultuur, horeca en retail aanwezig. In dit onderzoek is voor Rotterdam het centrum daarom gedefinieerd als het toeristische kerngebied. In dit onderzoek naar de houding ten aanzien van toerisme van bewoners in relatie tot de bereidheid tot participatie, wordt onderscheid gemaakt tussen het toeristisch kerngebied van de stad en de gebieden waar het toerisme nog minder zichtbaar en prominent aanwezig is. Het primaire onderzoeksgebied bestaat daarom uit het toeristische kerngebied Rotterdam Centrum. Het tweede en derde onderzoeksgebied betreft de stadswijken ten noorden en zuiden van het centrum. In die gebieden is, mede door de ligging nabij het centrum, steeds meer toeristische activiteit gekomen. De overige stadswijken in Rotterdam vormen gezamenlijk het vierde gebied. Vanuit de vier gebieden wordt

**Tabel 3.1: Inschatting relevantie toerisme naar gebieden op basis van aanwezigheid cultuur, recreatie, horeca detailhandel en hotels (o.b.v. Kerncijfers wijken en Buurten 2020 (CBS) en Hotelbeleid gemeente Rotterdam 2021)**

| Gebieden Rotterdam       | Aantal inwoners | Bedrijfsvestigingen R-U Cultuur, recreatie, overige diensten: per 1.000 inw. (SBI 2008) | Bedrijfsvestigingen G+I Handel en horeca: per 1.000 inw. (SBI 2008) | Hotelkamers per 1.000 inwoners | Aantal Hotelkamers | Aantal hotels | Inschatting relevantie toerisme |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------|---------------|---------------------------------|
| Centrum                  | 36.600          | 32                                                                                      | 56                                                                  | 93                             | 3.404              | 44            | Hoog                            |
| Hoek van Holland         | 10.405          | 12                                                                                      | 21                                                                  | 4                              | 43                 | 6             | Hoog                            |
| Noord                    | 52.570          | 27                                                                                      | 21                                                                  | 6                              | 318                | 4             | Gemiddeld                       |
| Delfshaven               | 76.845          | 22                                                                                      | 17                                                                  | 2                              | 165                | 8             | Gemiddeld                       |
| Kralingen-Crooswijk      | 54.375          | 15                                                                                      | 17                                                                  | 10                             | 528                | 3             | Gemiddeld                       |
| Hillegersberg-Schiebroek | 44.630          | 14                                                                                      | 17                                                                  | 0                              | 0                  | 0             | Gemiddeld                       |
| Charlois                 | 69.490          | 12                                                                                      | 16                                                                  | 6                              | 398                | 6             | Gemiddeld                       |
| Feijenoord               | 76.960          | 12                                                                                      | 16                                                                  | 11                             | 857                | 8             | Gemiddeld                       |
| Overschie                | 19.370          | 12                                                                                      | 19                                                                  | 19                             | 361                | 3             | Laag                            |
| Pernis                   | 4.890           | 10                                                                                      | 12                                                                  | 15                             | 71                 | 3             | Laag                            |
| Prins Alexander          | 95.465          | 10                                                                                      | 15                                                                  | 2                              | 152                | 2             | Laag                            |
| IJsselmonde              | 61.095          | 8                                                                                       | 13                                                                  | 0                              | 0                  | 0             | Laag                            |
| Hoogvliet                | 35.250          | 8                                                                                       | 13                                                                  | 0                              | 0                  | 0             | Laag                            |
| Rozenburg                | 12.495          | 8                                                                                       | 12                                                                  | 3                              | 39                 | 2             | Laag                            |
| <b>Rotterdam</b>         | <b>650.440</b>  | <b>15</b>                                                                               | <b>18</b>                                                           | <b>10</b>                      | <b>6.336</b>       | <b>89</b>     |                                 |

geanalyseerd in hoeverre de houding van bewoners in meer toeristische gebieden anders is dan in gebieden waar toerisme nog minder zichtbaar is.

Vanuit toeristisch perspectief is voor de gemeente Rotterdam ook Hoek van Holland door de ligging aan het strand een toeristische locatie. Dit komt tot uiting in het (in vergelijking met andere gebieden) hoge aanbod aan leisure (tabel 3.2). Op zomerse dagen is Hoek van Holland al vele jaren een plek waar mensen naartoe trekken om te ontspannen. Hoewel Hoek van Holland onderdeel is van de gemeente Rotterdam, heeft het als kustdorp een geheel eigen positie. Omdat in dit onderzoek de focus ligt op het stedelijk toerisme, is Hoek van Holland niet meegenomen als stedelijk toeristisch gebied. Dit neemt niet weg dat het voor vervolgonderzoek in Rotterdam interessant kan zijn om ook te onderzoeken of de houding van de ‘echte’ stadsbewoners anders is, dan die van een bewoner van een van de kleine kernen.

**Tabel 3.2: Leisure aanbod per gebied (Locatus 2022)**

| Gebied                  | Inwoners       | Verkooppunten<br>(VKP) | VKP per<br>1.000<br>inw. | Oppervlak<br>(WVO) | Oppervlak<br>per 1.000<br>inw. |
|-------------------------|----------------|------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------------|
| <b>Centrum</b>          | 36.600         | 71                     | <b>1,9</b>               | 31.603             | <b>863</b>                     |
| <b>Hoek Van Holland</b> | 10.405         | 9                      | <b>0,9</b>               | 1.250              | <b>120</b>                     |
| <b>Noord</b>            | 52.570         | 19                     | <b>0,4</b>               | 4.198              | 80                             |
| Rozenburg ZH            | 12.495         | 4                      | 0,3                      | 1.185              | 95                             |
| Delfhaven               | 76.845         | 24                     | 0,3                      | 3.707              | 48                             |
| Hillegersberg-          |                |                        |                          |                    |                                |
| Schiebroek              | 44.630         | 13                     | 0,3                      | 1.594              | 36                             |
| Feijenoord              | 76.960         | 18                     | 0,2                      | 2.706              | 35                             |
| Charlois                | 69.490         | 13                     | 0,2                      | 4.550              | 65                             |
| IJsselmonde             | 61.095         | 11                     | 0,2                      | 1.895              | 31                             |
| Prins Alexander         | 95.465         | 16                     | 0,2                      | 3.858              | 40                             |
| Kralingen-Crooswijk     | 54.375         | 8                      | 0,1                      | 6.867              | <b>126</b>                     |
| Hoogvliet               | 35.250         | 5                      | 0,1                      | 1.277              | 36                             |
| Overschie               | 19.370         | 2                      | 0,1                      | 400                | 21                             |
| Pernis                  | 4.890          |                        | 0,0                      |                    | 0                              |
| <b>Eindtotaal</b>       | <b>650.440</b> | <b>214</b>             | <b>0,33</b>              | <b>65240</b>       | <b>100,30</b>                  |

\* Leisure gebruikte Hoofdbranches: 58.100-Cultuur; 58200-

Recreatie; 58.300- Kansspelen; 58.500 Wellness; 58.600-

Cultuur en Ontspanning

### 3.4 STEEKPROEFBEPALING

Rotterdam onderscheidt 14 deelgebieden en sinds 2022 zijn er 39 wijkraden. Voor een peiling naar het sentiment in de stad geeft een keuze voor 14 onderzoeksgebieden een totaalbeeld voor de stad. Dit zou inzicht kunnen geven in het sentiment in de specifieke gebieden en biedt de mogelijkheid om gebieden waar toerisme al een rol van betekenis heeft, te vergelijken met gebieden waar dit nog in mindere mate aan de orde is. Een dergelijk omvangrijk onderzoek is voor de beantwoording van de centrale vraag niet noodzakelijk. Daar komt bij dat de te verwachten respons in gebieden waar toerisme nog geen grote rol van betekenis speelt, laag is.

Voor dit onderzoek is gekozen om in vier (samengestelde) gebieden de houding van de bewoner en bereidheid tot participatie te meten (zie figuur 3.3) Voor de gemeente Rotterdam kan een uitgebreider onderzoek, ook voor latere vergelijking en het wijkgerichte werken, in de toekomst nuttig zijn. De gekozen onderzoeksopzet maakt het mogelijk om het onderzoek in de toekomst te herhalen en uit te breiden.

Uitgaande van een betrouwbaarheid van 95% met een marge van 5% zijn in totaal 1.517 enquêtes nodig en een steekproef van ruim 8.900 bij een geschatte respons van 17%.

**Tabel 3.3 Steekproef onderzoek optie B1: toeristische kerngebieden aangevuld met gebundelde stadswijken en gebieden buiten de ring**

| Gebieden Rotterdam  | Aantal inwoners | Benodigde respons (minimaal) | Steekproefomvang Na=N*100/re%)<br>#toelichting |
|---------------------|-----------------|------------------------------|------------------------------------------------|
| Rotterdam Centrum   | 36.090          | 380                          | 2.236                                          |
| Stadswijken Noord*  | 183.790         | 383                          | 2.255                                          |
| Stadswijken Zuid**  | 207.545         | 383                          | 2.256                                          |
| Overige stadswijken | 222.505         | 383                          | 2.256                                          |
|                     |                 | 1.517                        | 8926                                           |

|                                          |                                                                                                     |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| * Delfshaven, Kralingen-Crooswijk, Noord | $\left[ n \geq \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(z^2 \cdot p \cdot q + (N-1) \cdot F^2)} \right]$ |
| ** Charlois, Feijenoord, IJsselmonde     | # n - steekproefomvang                                                                              |
|                                          | # P - de kans dat iemand een bepaald antwoord wel geeft (geschat op 60)                             |
|                                          | # Q - de kans dat iemand een bepaald antwoord niet geeft (geschat op 40)                            |
|                                          | # Z - standaardafwijking van het betrouwbaarheidspercentage (95%=1,96; 90%=1,65; 90%=1,44)          |
|                                          | # F - vereiste foutmarge                                                                            |
|                                          | # N - populatie                                                                                     |
|                                          | # Na - werkelijke steekproef                                                                        |
|                                          | # re% geschatte respons (17%)                                                                       |

### 3.5 PROCEDURE ONDERZOEK EN RESULTAAT

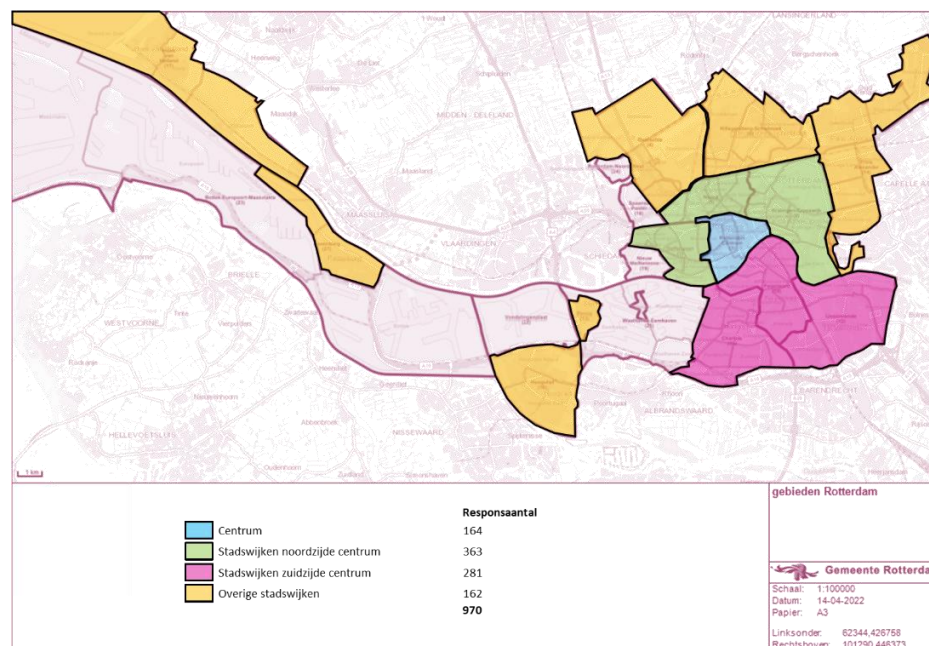
#### Onderzoeksperiode en procedure

Met de gemeente Rotterdam is overeengekomen het respondenten deel van het onderzoek professioneel uit te besteden. De resultaten van het onderzoek worden naast de onderbouwing voor deze scriptie, gebruikt voor de gemeentelijke toeristische monitoring. De verkregen data worden gebruikt om de gemeenteraad inzicht te geven in de houding van bewoners ten aanzien van toerisme. De vragenlijst is in opdracht van de gemeente Rotterdam door I&O Research uitgezet bij respondenten. Medio mei 2022 zijn 10.000 brieven verstuurd naar huishoudens in Rotterdam. Aan de bewoners is verzocht om online een vragenlijst in te vullen.

In aanvulling op de brieven is de vragenlijst in juni 2022 verspreid onder het online-panel van I&O research. Hiernaast is een link van de vragenlijst via de sociale mediakanalen van de gemeente Rotterdam verspreid.

In totaal zijn er 970 geldige enquêtes ingevuld, waarvan 37% als reactie op de brieven, 49% vanuit het I&O panel en 14% via een open link op sociale media. In figuur 3.3 is per gebied weergegeven hoeveel compleet ingevulde enquêtes er zijn afgenomen. De analyses op de respons zijn uitgevoerd door de schrijver van deze scriptie.

**Figuur 3.3: Volledig ingevulde enquêtes per gebied**



In het kader van de bescherming op persoonsgegevens is op het onderzoek de verwerkersovereenkomst van de gemeente Rotterdam van kracht met I&O Research. In overeenstemming met de ISO-20252-normen worden de verzamelde onderzoeksdata (bijvoorbeeld de ingevulde vragenlijsten) minimaal 12 maanden lang bewaard op een plek die uitsluitend toegankelijk is voor geautoriseerd personeel van I&O Research. De verzamelde onderzoeksdata zijn ontkoppeld van persoonsgegevens.

Weging

Voor een goede en representatieve vergelijking zijn de uitkomsten gewogen. Dit is gedaan op basis van een kruising van leeftijd en gebied, waarbij de respons is vergeleken met de daadwerkelijke populatiesamenstelling (CMS; Kerncijfers Wijken Buurten 2021). De weging heeft plaatsgevonden door middel van de post-stratificatie techniek, waarbij de populatie in een aantal strata wordt verdeeld. Binnen een stratum hebben alle waargenomen elementen eenzelfde gewicht gekregen. Dit is gedaan door de fractie populatie elementen van het stratum te delen door de fractie steekproefelementen van het stratum. (Behtelehem, 2008) In dit onderzoek is het aantal respondenten in leeftijdscategorieën per gebied vergeleken met het feitelijke aantal inwoners in dat gebied in die leeftijdscategorie heeft. Hierbij is ook gewogen hoe dit aantal zich verhoudt tot het totaal aantal inwoners van de stad.

Betrouwbaarheid

In tabel 3.5 is voor zowel de gewogen respons als de ongewogen respons de betrouwbaarheid berekend. Hierbij wordt uitgegaan van een betrouwbaarheid van 95%. Voor de totale populatie ligt de foutmarge met 3,1% ruim onder de 5%. Voor heel Rotterdam zijn de uitkomsten daarmee betrouwbaar. Voor de stadswijken aan de noord- en de zuidzijde van de stad ligt de foutmarge dicht bij de gewenste marge van 5%. Voor

het centrum en de overige stadswijken van Rotterdam is de foutmarge iets hoger.

Tabel 3.5: Foutmarge bij 95% betrouwbaarheid voor gewogen en ongewogen respons enquête

|                          | Ongewogen |                                | Gewogen |                                |
|--------------------------|-----------|--------------------------------|---------|--------------------------------|
|                          | Aantal    | Foutmarge bij 95% #toelichting | Aantal  | Foutmarge bij 95% #toelichting |
| Centrum                  | 164       | 7,7%                           | 57      | 13,0%                          |
| Stadswijken Noordzijde*  | 363       | 5,1%                           | 281     | 5,8%                           |
| Stadswijken Zuidzijde ** | 281       | 5,8%                           | 316     | 5,5%                           |
| Overige stadswijken      | 162       | 7,7%                           | 316     | 5,5%                           |
| Totaal Rotterdam         | 970       | 3,1%                           | 970     | 3,1%                           |

\* Delfshaven, Kralingen-  
Crooswijk, Noord

\*\* Charlois, Feijenoord,  
IJsselmonde

# n - aantal respons

# Z - standaardafwijking van het  
betrouwbaarheidspercentage  
(95%=1,96; 90%=1,65; 90%=1,44)

# F - vereiste foutmarge (5%)





## 4. ANALYSE

## 4.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk staat de analyse van de onderzoeksdata centraal. De analyse is opgebouwd vanuit de 7 constructen van het RETS-model. In dit hoofdstuk wordt eerst ingegaan op algemene uitkomsten. Hierna wordt ingezoomd op de vier constructen (psychologisch, sociaal, politiek empowerment en persoonlijk economisch voordeel) die de houding van bewoners ten aanzien van toerisme vormen. Vervolgens wordt ingegaan op de ervaren impact van toerisme en de mate van steun van de respondenten. Tot slot wordt geanalyseerd hoe de bereidheid van bewoners is ten aanzien van participatie bij toerisme.

In het onderzoek is aan respondenten gevraagd om aan te geven in welke mate men het eens is met voorgelegde stellingen; volgens een vijfpunts Likertschaal: zeer mee oneens, oneens, neutraal, eens, zeer mee eens. In de analyse zijn voor de leesbaarheid de score-opties zoveel mogelijk gecombineerd tot een 3-punts schaal: 'eens' en 'zeer eens' zijn samengevoegd in de categorie 'eens' en de score-opties 'oneens' en 'zeer oneens' in de categorie oneens. Wanneer er in de analyse significante<sup>2</sup> constatering is zijn waargenomen op de vijfpunts Likertschaal, wordt dat

---

<sup>2</sup> Wanneer in de analyse wordt gesproken over significantie, wordt dit gedaan naar aanleiding van SPSS analyse: "Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category

specifiek vermeld. In de bijlagen zijn voor de afzonderlijke vragen binnen de constructen de gecombineerde grafieken opgenomen.

## 4.2 ALGEMENE SCORES RETS-MODEL; VERGELIJKING ANDERE REGIO'S

Het RETS-model is in Nederland in de afgelopen jaren vaker toegepast bij onderzoek naar de houding van bewoners. In 2018 heeft een onderzoek plaatsgevonden in de regio Zuid-Limburg en in 2019 in Texel, Zeeland en de Hanzesteden. (Ijben, 2020) De samengevoegde scores per construct in Rotterdam kunnen daardoor vergeleken worden met die gebieden (figuur 4.2). De steun voor toerisme in Rotterdam scoort met 3,4 gemiddeld ten opzichte van andere gemeenten en regio's. Op een schaal van maximaal 5 punten, kan geconcludeerd worden dat er in Rotterdam overwegend steun is voor toerisme.

Opvallend voor Rotterdam is dat de ervaren positieve impact met een score van 3,2 net iets lager is dan de negatieve impact (3.3). Waar bijvoorbeeld in de Hanzesteden en de provincie Zeeland de positieve impact duidelijk een hogere score oplevert dan de negatieve, zien we dat dit in Rotterdam meer met elkaar in balans is.

Rotterdam scoort op een aantal constructen in vergelijking met de andere regio's lager. Opgemerkt moet worden dat een één-op-één vergelijking

with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion. Significance level for upper case letters: ,05"

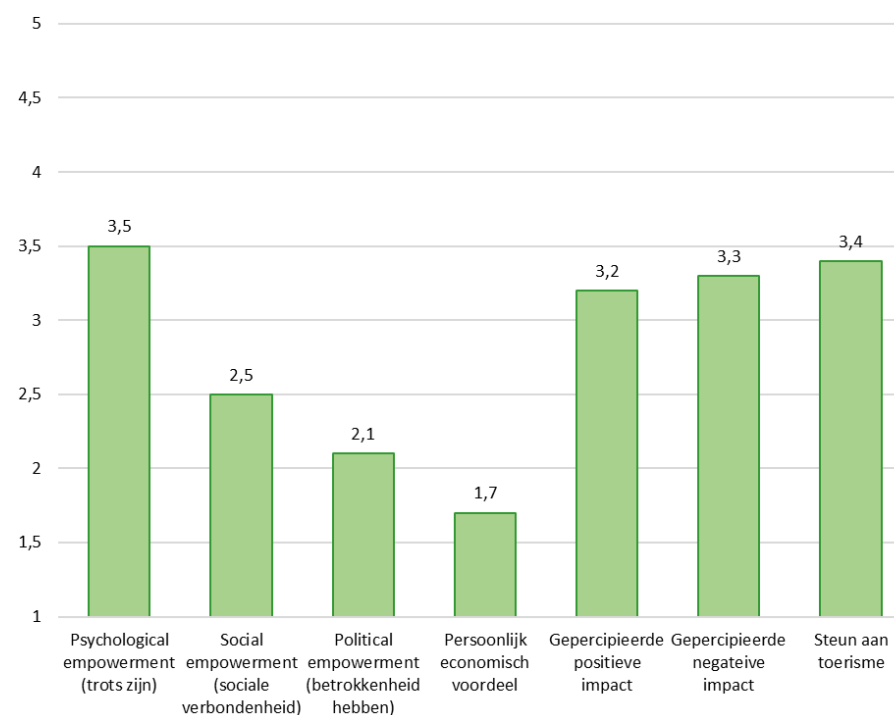
tussen gebieden moeilijk te maken is. Reden hiervoor is onder meer dat Rotterdam een grote stad is, met een ander type bevolking en economie. Met dat in gedachte is het wellicht logisch dat de scores op sociale verbondenheid (sociaal empowerment: 2,5) en het gevoel betrokken te zijn bij de besluitvorming (politek empowerment: 2,1) lager zijn dan in de andere regio's waar onderzoek heeft plaatsgevonden. Voor een vergelijking met een andere grote stad, kunnen we alleen kijken naar Maastricht. Ook voor die stad is te zien ook dat de scores op deze onderdelen lager zijn dan in de andere gebieden (respectievelijk 2.6 en 2,1).

Wanneer dit onderzoek op een later moment in de tijd herhaald zou worden, of wanneer vanuit andere grote steden resultaten beschikbaar zouden komen, zou de Rotterdamse score in een breder stedelijk perspectief geplaatst kunnen worden.

Waar Rotterdam duidelijk in afwijkt ten opzichte van andere regio's is het onderdeel persoonlijk economisch voordeel. Reden hiervoor lijkt een logische: in andere toeristische gebieden (met een lager inwoneraantal) werken waarschijnlijk relatief meer mensen in de toeristische sector. In een stad als Rotterdam is toerisme absoluut gezien (en in vergelijking met andere plaatsen in Nederland) een behoorlijke sector, maar relatief is het in de stad zelf niet dominant. De Rotterdamse Haven en zakelijke

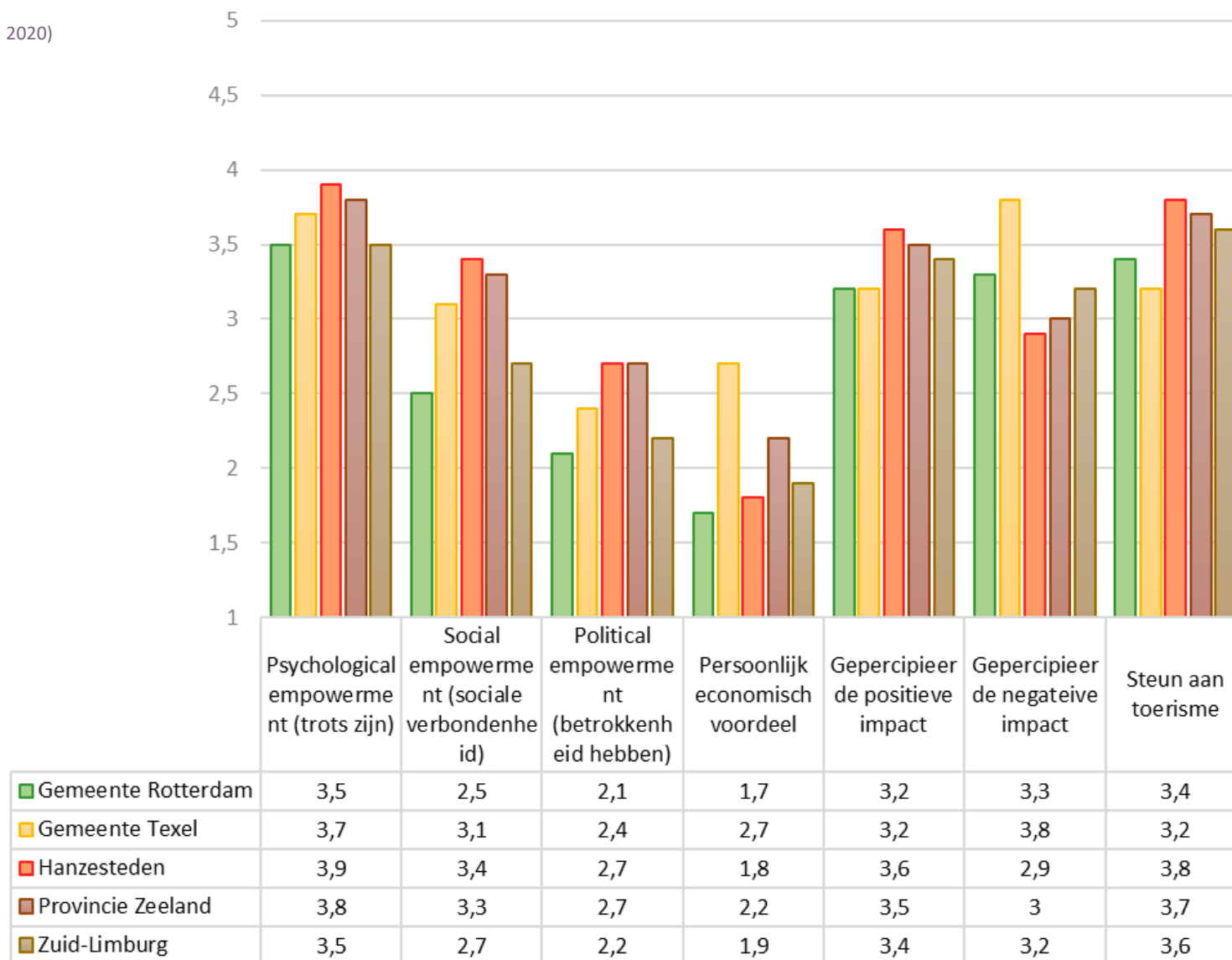
dienstverlening zijn vele malen groter en daardoor belangrijk voor de bestaanszekerheid van de inwoners.

**Figuur 4.1: Samengevoegde scores op de 7 constructen (gemeente Rotterdam)**



**Figuur 4.2: Samengevoegde scores op de 7 constructen (vergelijking**

**regio's)** (Ijben, 2020)





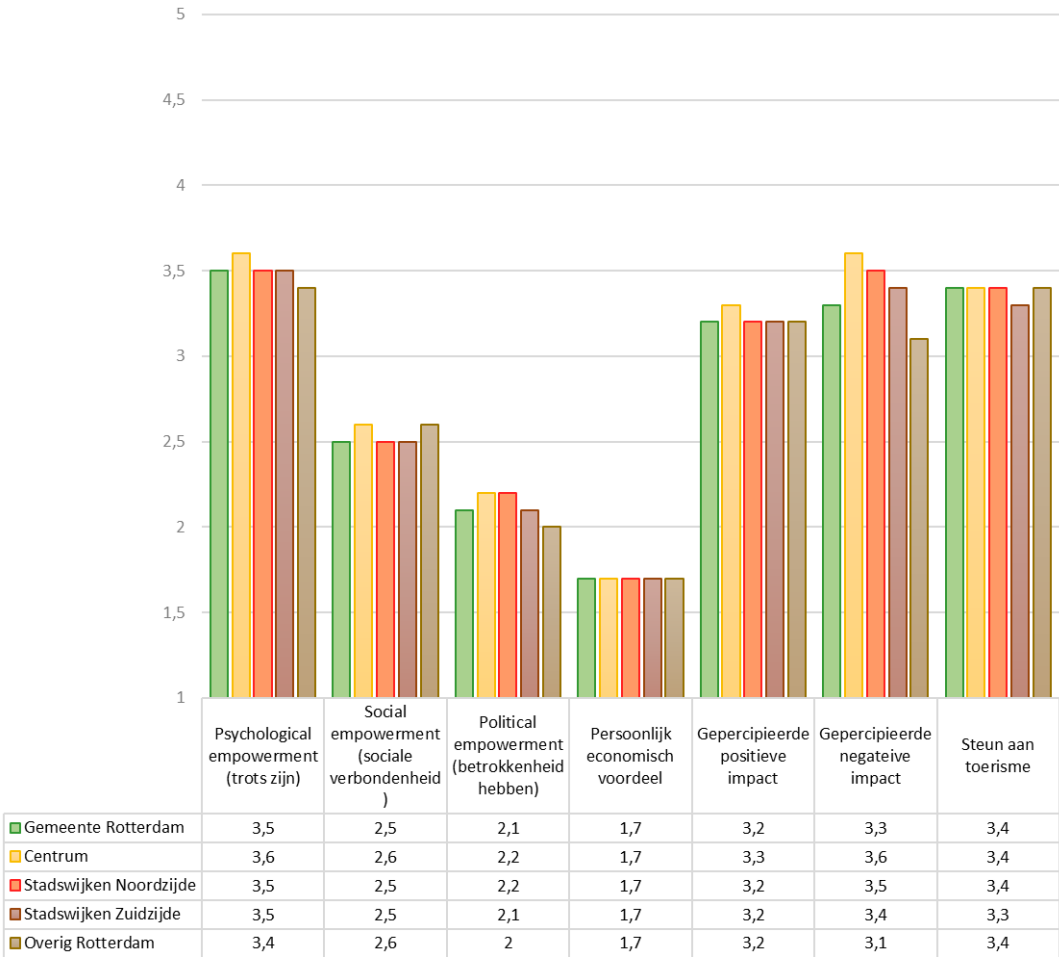
4.3 ALGEMENE SCORES RETS-MODEL: VERGELIJKING ROTTERDAMSE GEBIEDEN

Op het eerste gezicht lijken de scores voor de meeste constructen vergelijkbaar voor de verschillende Rotterdamse deelgebieden in dit onderzoek. Toch zijn er een aantal conclusies te trekken.

Met name op de gepercipieerde negatieve impact verschillen de gebieden van elkaar. De gepercipieerde negatieve impact in het centrum is het hoogst (3,6), gevolgd door de stadswijken ten noorden van het centrum (3,5), de stadswijken ten zuiden van het centrum (3,4) en de overige gebieden (3,1). Dit komt overeen met het beeld van toeristische clustering, waardoor het centrum van de stad door het aanbod voor toeristen het meest te bieden heeft. (Zie figuur 4.3)

Een omgekeerd scoreverloop is zichtbaar bij psychologisch empowerment. Hoewel in het centrum de meeste negatieve impact wordt ervaren, is ook zichtbaar dat de respondenten wel het meest trots zijn op hun stad tegenover de toeristen die hun stad bezoeken.

Figuur 4.3: Samengevoegde scores op de 7 constructen (gebieden Rotterdam)



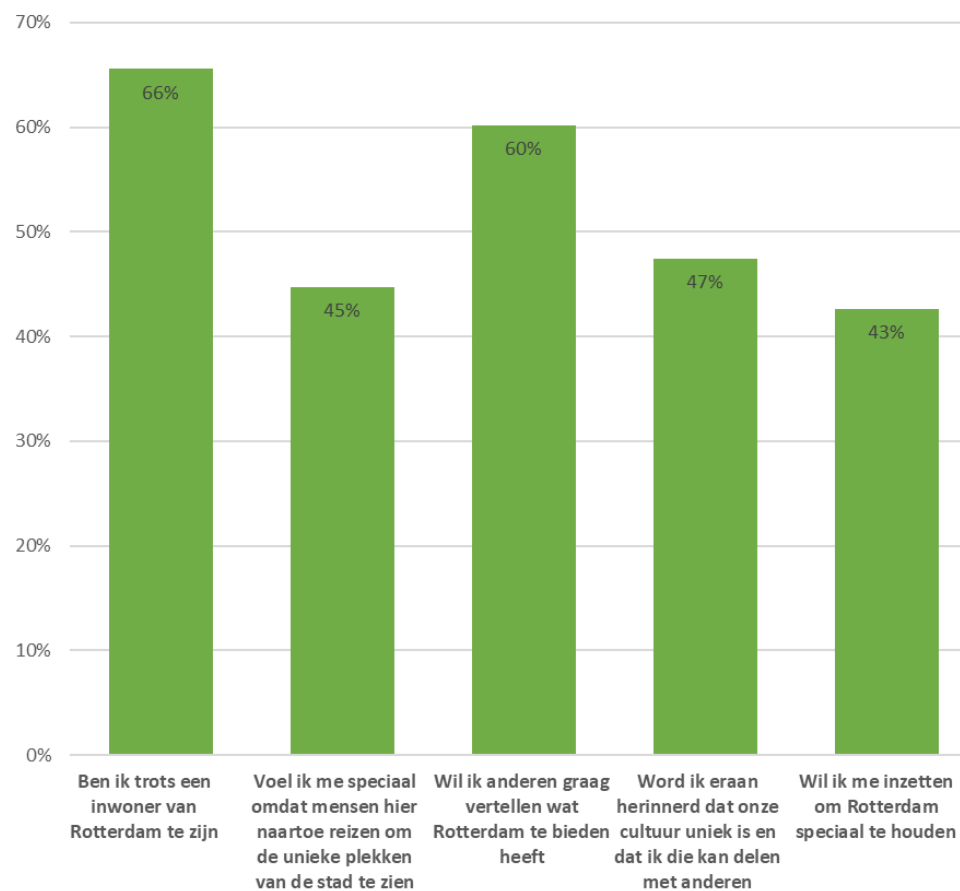


#### 4.4 PSYCHOLOGISCH EMPOWERMENT

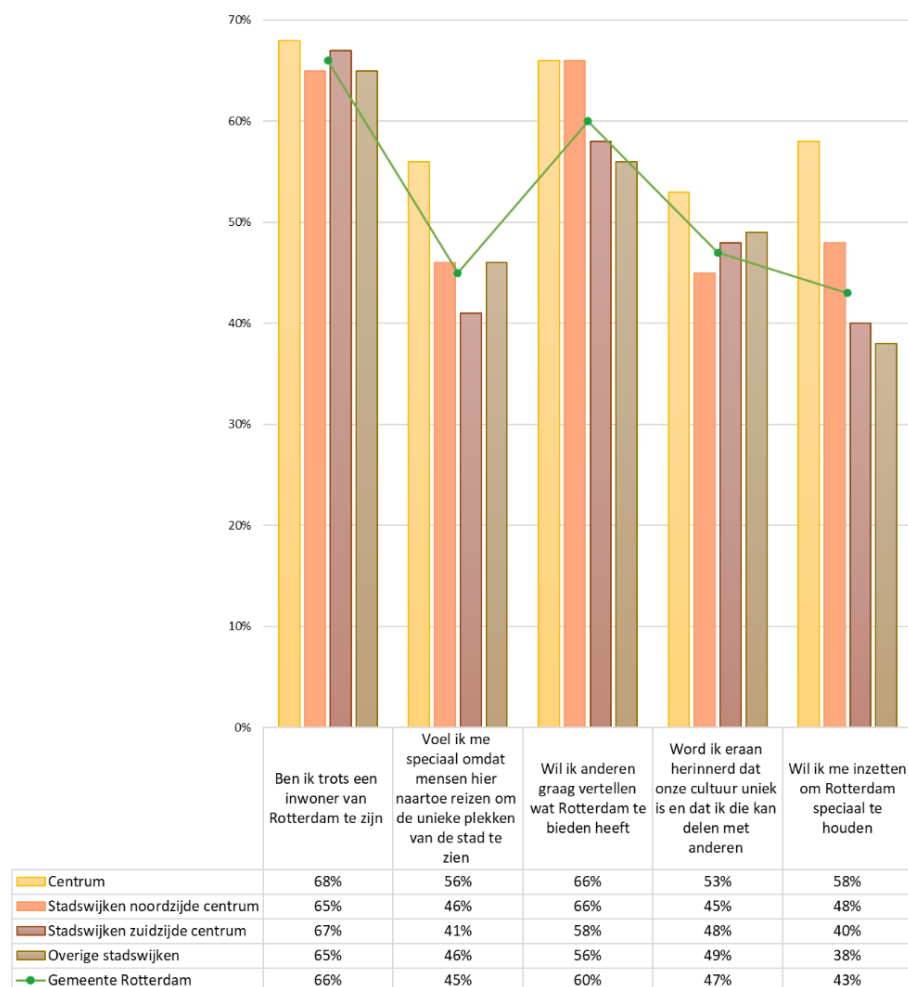
Trots zijn, dat is waar het bij psychologisch empowerment om gaat. Als mensen ergens trots en eigenwaarde aan ontleen geeft dat kracht. Trots en eigenwaarde kan op verschillende worden veroorzaakt. De wetenschap dat buitenstaanders de moeite en tijd nemen om naar jouw stad te komen, de uniciteit ervan erkennen en de leefomgeving en cultuur weten te waarderen, kan bewoners trots maken. Rotterdam scoort op het onderdeel van psychologisch empowerment een samengevoegde score van 3,5.

Ongeveer tweederde van de Rotterdamse respondenten geeft aan (mede) door toerisme zich trots te voelen om een bewoner van Rotterdam te zijn. Het merendeel (60%) wil anderen ook graag vertellen wat Rotterdam te bieden heeft. Dit resulteert overigens niet altijd in een motivatie om zich te wil inzetten om Rotterdam speciaal te houden.

**Figuur 4.4: % eens met de stelling “Door toerisme in mijn gemeente...”**



**Figuur 4.5: % eens met de stelling “Door toerisme in mijn gemeente...”**



In zijn algemeenheid is de Rotterdamse bewoner trots, mede dankzij toerisme. De gebieden in Rotterdam laten daarin weinig differentiatie zien, maar de bewoners van het centrum zijn het het vaakst eens met de stelling (68%).

Een conclusie die getrokken kan worden binnen dit construct, is dat bewoners van het centrum het vaker eens zijn met de stellingen die gaan over de begrippen trots en eigenwaarde. De wetenschap dat mensen naar de stad toe reizen om de unieke plekken van de stad te zien, stemt een groter deel van de respondenten in het centrum positief dan van de respondenten van andere gebieden. Dit blijkt ook uit de conclusies dat men in het centrum vaker wil vertellen wat Rotterdam te bieden heeft en dat men zich duidelijk meer wil inzetten om Rotterdam speciaal te houden. In het centrum geeft 58% aan dat zij zich door toerisme in de gemeente willen inzetten om Rotterdam speciaal te houden, terwijl dit voor de overige slechts 38% betreft.

De achtergrond van respondenten ten aanzien van leeftijd, opleidingsniveau en het aantal jaar dat men al in de stad woont, blijkt van invloed te zijn op de mate van trots. Een aantal significante constatering zijn:

- Respondenten in de leeftijd van 45 – 65 jaar zijn het significant vaker eens met de stelling (75%) dat men door toerisme trots is een inwoner van Rotterdam te zijn, dan respondenten in de jongere leeftijdsklasse van 25 – 45 jaar (60%).
- Respondenten die langer dan 46 jaar in de stad wonen zijn het vaker eens met de stelling (73%) dat men door toerisme trots is een inwoner van Rotterdam te zijn, dan respondenten die korter dan 5 jaar in de stad wonen (58%)
- Respondenten met een praktische opleiding zijn het met 60% vaker eens met de stelling dat men zich speciaal voelt doordat toeristen de unieke plekken van de stad bezoeken, dan respondenten met een hoger opleidingsniveau (42%).
- Respondenten met een hoog opleidingsniveau zijn significant vaker bereid (62%) anderen te vertellen over wat Rotterdam te bieden heeft, dan respondenten met een gemiddeld opleidingsniveau. (52%)



Bron: (Flaneur, 2017)

## 4.5 SOCIAAL EMPOWERMENT

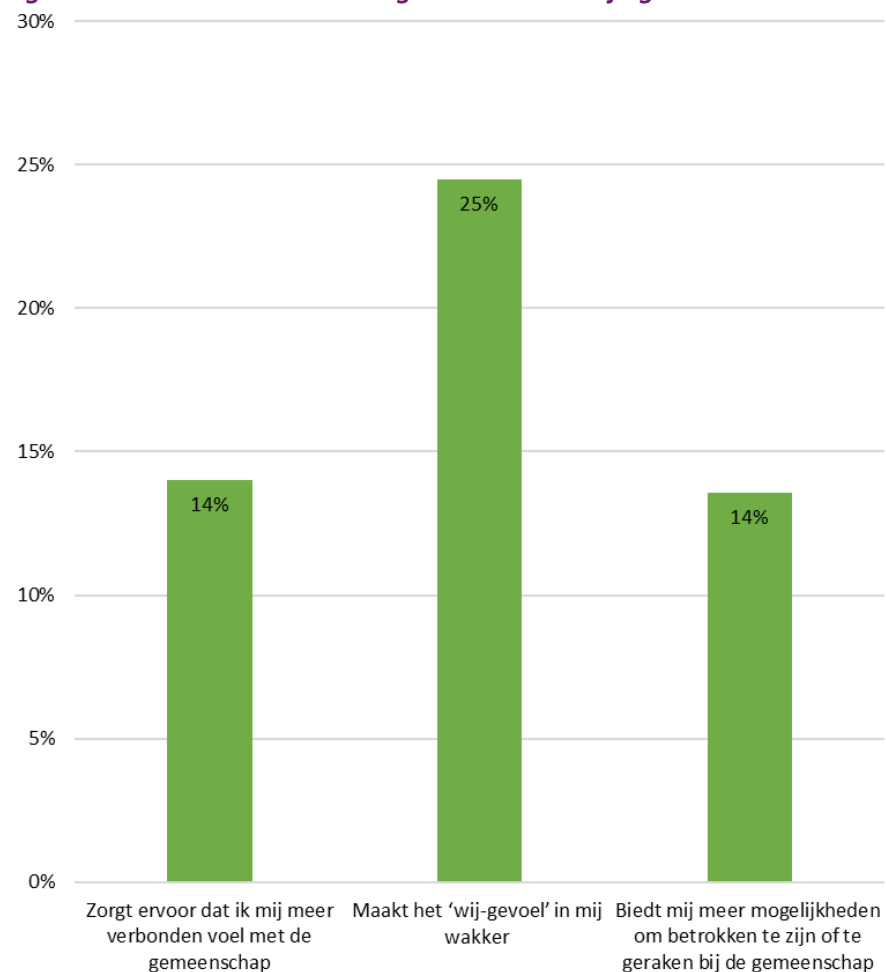
Verbondenheid in de samenleving, dat is waar het bij sociaal empowerment om gaat. Als mensen zich verbonden weten met een groep en zich gewaardeerd voelen geeft dat kracht. Het gevoel van verbondenheid kan op diverse manieren ontstaan. In goede en slechte tijden kunnen groepen mensen zich meer met elkaar verbonden voelen. De stellingen ten aanzien van sociaal empowerment zijn erop gericht om in beeld te brengen of de komst van toeristen bijdraagt aan de sociale verbondenheid tussen bewoners. Rotterdam scoort op het onderdeel van psychologisch empowerment een samengevoegde score van 2,5.

In vergelijking met andere gemeenten en regio's waar het RETS-model is gebruikt, kan geconstateerd worden dat de sociale empowerment als gevolg van toerisme in Rotterdam laag is. Vooral de Hanzesteden (3,4) en de provincie Zeeland (3,3) scoren aanzienlijk hoger op dit onderdeel. In Zeeland geeft 27% van de respondenten aan dat toerisme zorgt voor een gevoel van meer verbondenheid met de gemeenschap, tegen 14% in Rotterdam. Hoewel de data hier geen uitsluitsel over geven, kan beargumenteerd worden dat de factoren verstedelijking en leestijl van de stadsbewoner hiervoor een oorzaak kunnen zijn.

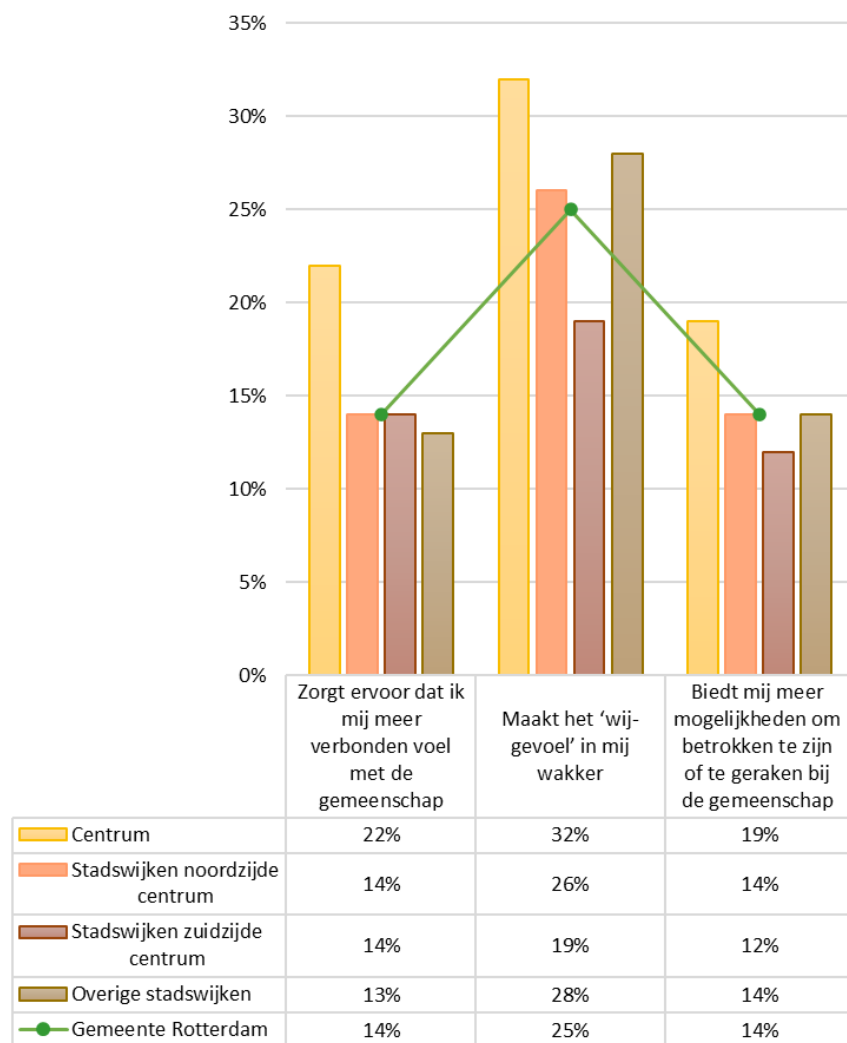
Voor het merendeel van de respondenten lijkt het vooralsnog niet zo te zijn dat er in de gemeenschap meer verbondenheid of betrokkenheid

ontstaat door toerisme. Wel is te zien dat voor 25% van de respondenten geldt dat de komst van toeristen naar de stad een wij-gevoel wakker maakt.

**Figuur 4.6: % eens met de stelling "Toerisme in mijn gemeente..."**



**Figuur 4.7: % eens met de stelling “Toerisme in mijn gemeente...”**



Toerisme lijkt in Rotterdam in zijn algemeenheid geen grote aanjager te zijn voor sociale verbondenheid. De gebieden in Rotterdam laten onderling echter wel een aantal interessante verschillen zien. In het gebied centrum, geven respondenten vaker aan zich meer verbonden te voelen met de gemeenschap. Een reden hiervoor kan zijn dat de daadwerkelijke nabijheid en interactie met toeristen dit gevoel extra aanwakkert.

Respondenten in het centrum zijn het vaker dan andere respondenten eens met de stellingen ten aanzien van de sociale verbondenheid, hoewel dit verschil niet significant is. Wel is een sterke positieve correlatie zichtbaar tussen sociaal empowerment en steun aan toerisme. Dat betekent dat wanneer een bewoner hoog scoort op dit onderdeel van sociale verbondenheid, dit ook resulteert in een hoge score op steun voor toerisme.

De achtergrond van respondenten op het gebied van leeftijd en opleidingsniveau, leidt tot een aantal interessante en significante constatações:

- Respondenten van de stadswijken ten noorden van het centrum zijn het significant vaker oneens (56%) met de stelling dat men

zich door toerisme meer verbonden voelt met de gemeenschap, dan respondenten in van de overige wijken in de stad (43%).

- Respondenten in de leeftijd van 25 – 55 jaar zijn het significant vaker oneens (63%) met de stelling dat men zich door toerisme meer verbonden voelt met de gemeenschap, dan respondenten jonger dan 25 jaar (37%).
- Bij respondenten in de overige wijken van de stad maakt toerisme vaker het ‘wij-gevoel’ los (28%) dan bij respondenten in de stadswijken ten zuiden van het centrum (19%).
- Respondenten in de leeftijd van 25 – 45 jaar zijn het veel vaker oneens 63% met de stelling dat toerisme het ‘wij-gevoel’ in hen wakker maakt, dan respondenten in de leeftijdsklasse 45-65 jaar 50% en voor de 65+ populatie 41%
- Respondenten met een hoog en gemiddeld opleidingsniveau zijn het veel vaker oneens met de stelling dat toerisme het wij-gevoel in hen losmaakt (respectievelijk 46% en 45%), dan respondenten met een laag opleidingsniveau (25%)

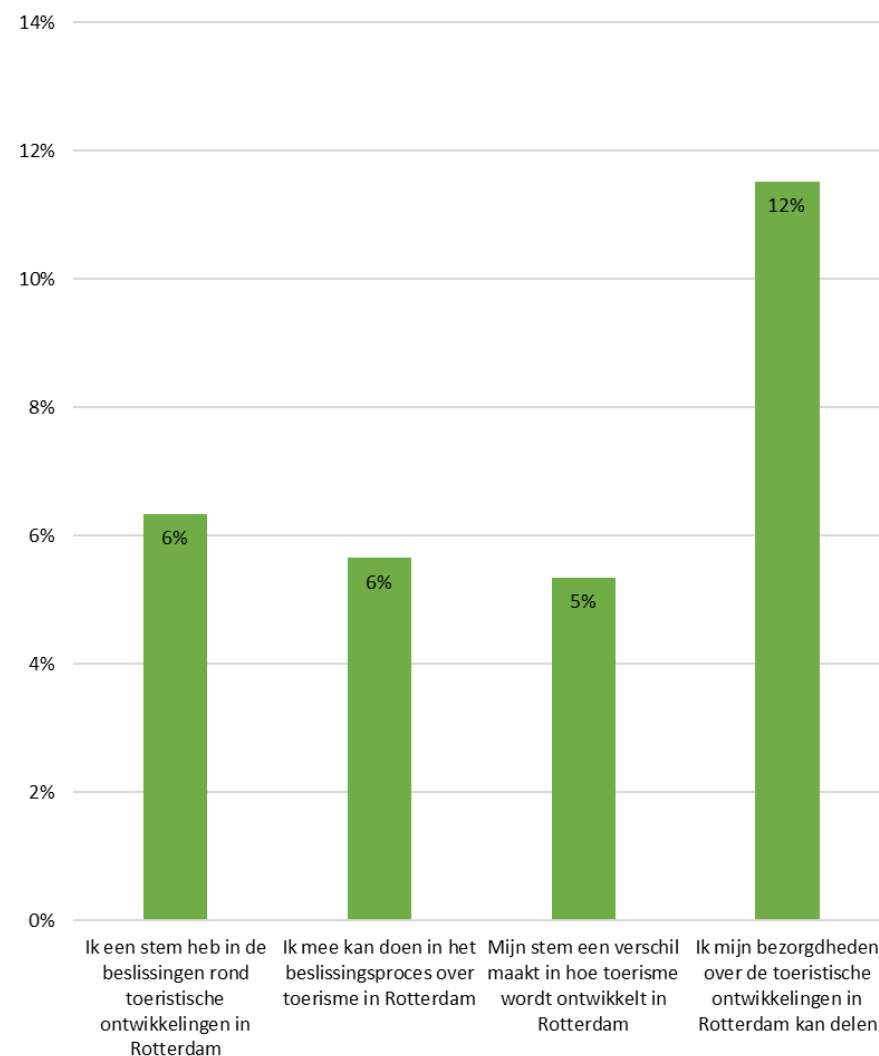


## 4.6 POLITIEK EMPOWERMENT

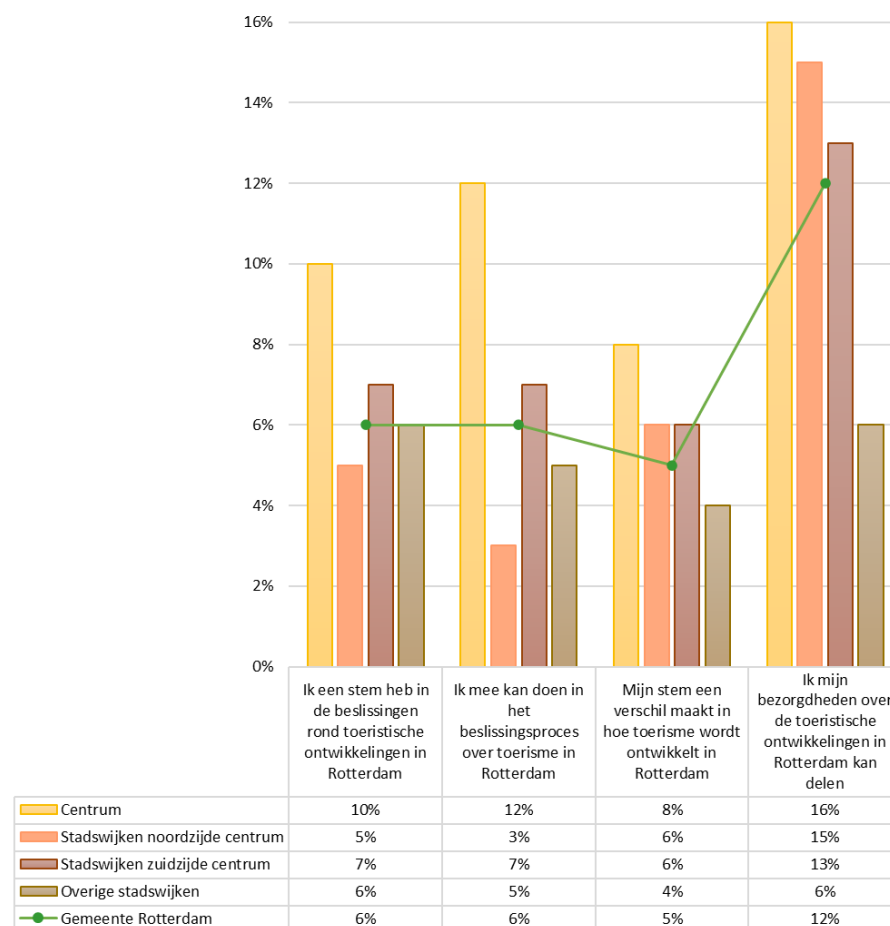
Betrokken zijn en/of je betrokken voelen, dat is waar het bij politiek empowerment om gaat. Als mensen zich gehoord voelen en weten dat zij ergens terecht kunnen met zorgen of ideeën, geeft dat een vorm van kracht. Deze vorm van empowerment maakt inzichtelijk of bewoners het gevoel hebben dat er naar ze wordt geluisterd. Ook gaat het hier om het gevoel van bewoners of ze mee kunnen denken over de ontwikkelingen en of zij voldoende worden gerepresenteerd bij het onderwerp toerisme. Rotterdam scoort op het onderdeel van politiek empowerment een samengevoegde score van 2,1. Dit is een lagere score op dit onderwerp dan in andere regio's waar het RETS-model is gebruikt (van 2,2 tot 2,7).

In Rotterdam geeft slechts 5 à 6% van de respondenten aan dat ze het gevoel hebben een stem hebben rond toeristische ontwikkelingen, mee te kunnen doen aan het beslisproces en dat hun stem het verschil maakt. 12% van de respondenten geeft aan dat zij het gevoel hebben dat de zorgen die zij hebben gehoord worden.

**Figuur 4.8: % eens met de stelling “Ik heb het gevoel dat...”**



**Figuur 4.9: % eens met de stelling “Ik heb het gevoel dat...”**



Het gevoel van betrokkenheid en de mate waarin respondenten ervaren dat ze gehoord worden en een rol hebben bij toeristische ontwikkeling, is (net als in andere regio's) laag. In Rotterdam is wel te zien dat dit verschilt per gebied. Met name in gebieden waar de toeristische activiteit hoger is, is te zien dat meer respondenten het gevoel hebben dat ze bezorgdheden ergens kunnen delen.

Ook is te zien dat respondenten in het centrum vaker dan in andere gebieden aangeven mee te kunnen doen in het beslisproces en dat ze een stem hebben bij toeristische ontwikkelingen. Dit onderzoek laat niet zien of dit feitelijk de situatie is, maar wel dat dit de perceptie van bewoners is. Het is mogelijk dat in het centrum, waar toerisme een belangrijk thema is, bewoners via participatie meer met het onderwerp worden geconfronteerd dan bewoners in andere gebieden.

De achtergrond van respondenten op het gebied van leeftijd, opleidingsniveau en het aantal jaar dat men al in de stad woont, leidt tot een aantal interessante en significante constatering:

- Respondenten van het centrum geven vaker aan dat zij kunnen meedoen in het beleidsproces (12%), dan respondenten in de stadsdelen ten noorden van het centrum (3%)

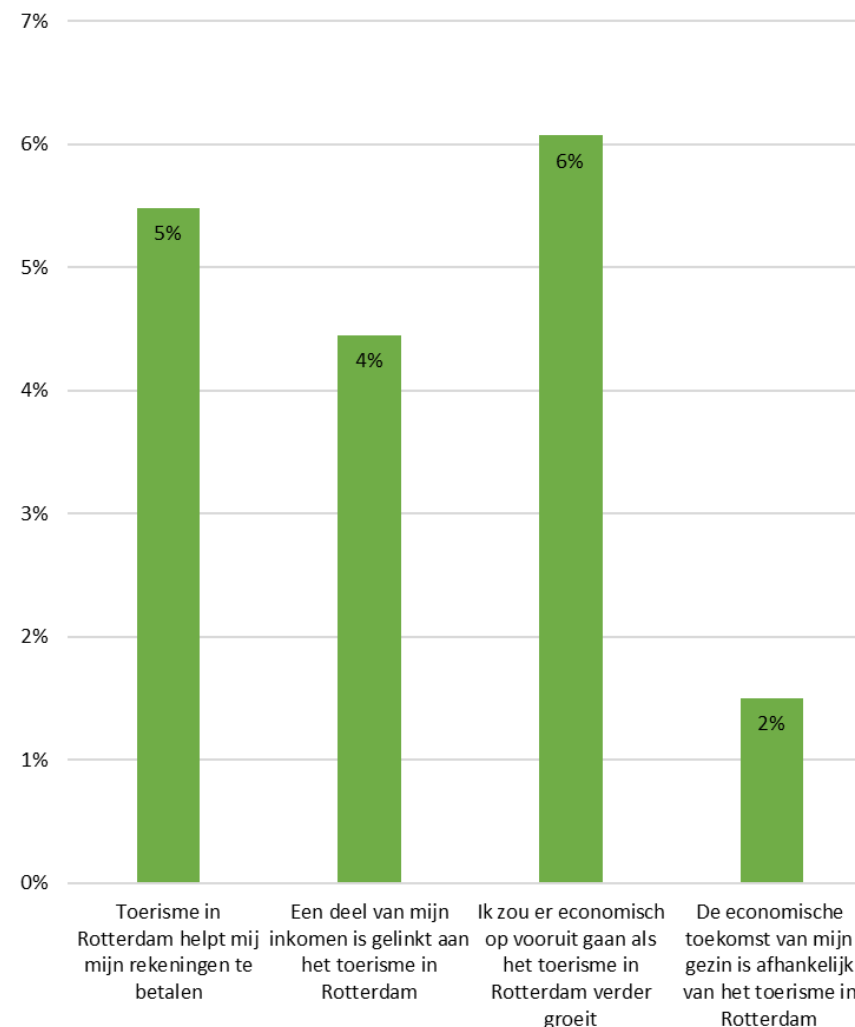
- Respondenten met een hoog opleidingsniveau hebben minder vaak het gevoel dat hun stem een verschil maakt bij de ontwikkeling van toerisme in Rotterdam (75%) dan respondenten met een gemiddeld opleidingsniveau (66%)
- Respondenten uit het centrum (16%), de stadswijken aan de noordzijde (15%) en aan de zuidzijde van het centrum (13%) zijn het vaker eens met de stelling dat zij hun bezorgdheden over toeristische ontwikkelingen in Rotterdam kunnen delen dan respondenten in de overige wijken (6%).
- Respondenten die korter dan 5 jaar in de stad wonen (18%) geven vaker aan het gevoel te hebben dat zij hun bezorgdheden over toeristische ontwikkelingen in Rotterdam kunnen delen, dan respondenten die langer in de stad wonen. Voor bewoners die tussen de 36 en 45 jaar in de stad wonen is dit 4% en voor bewoners die langer dan 46 jaar in de stad wonen is dat 7%.

#### 4.6 PERSOONLIJK ECONOMISCH VOORDEEL

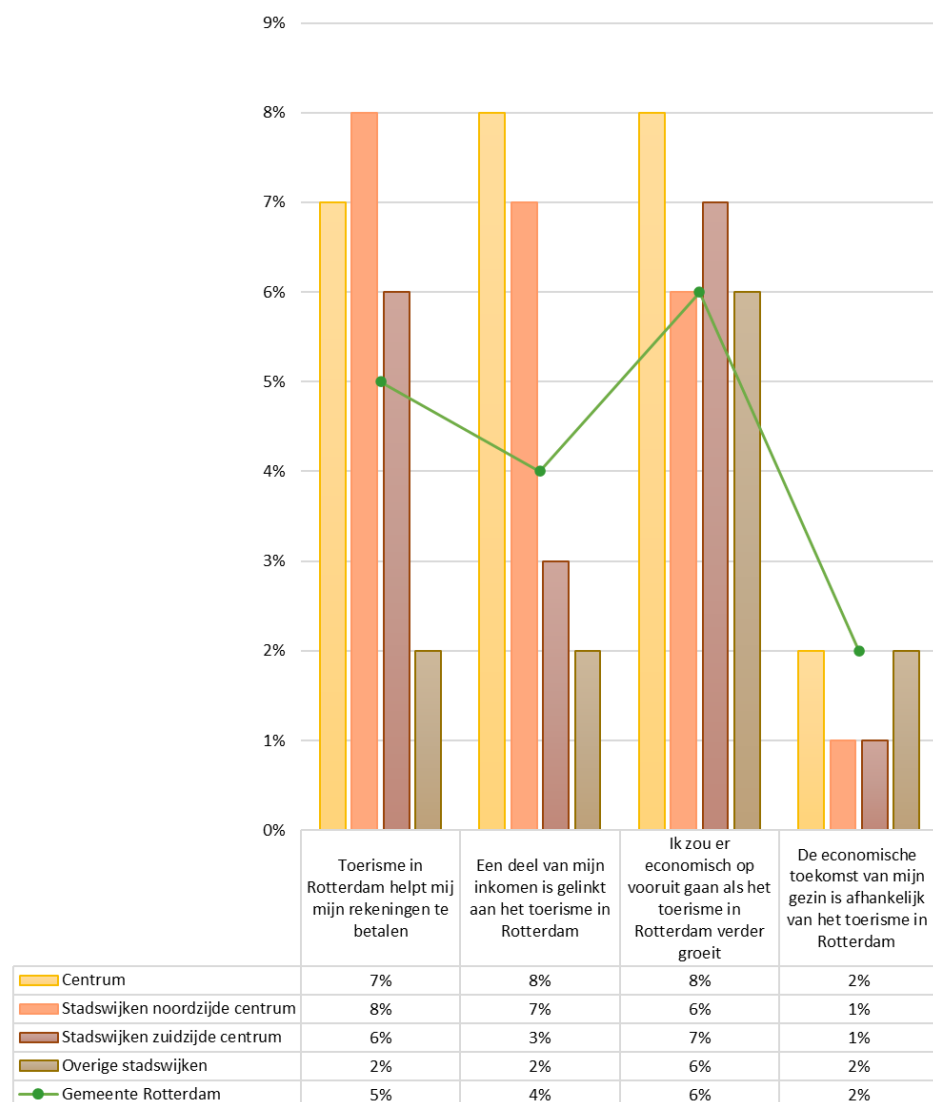
Een belangrijk argument vóór toeristische ontwikkeling in steden was in het recente verleden vaak het economisch profijt. In de toeristische visie van Rotterdam is echter het uitgangspunt verwoord dat toerisme om meer gaat dan economie alleen. Hoewel voor de houding van bewoners tegenover toerisme de beschreven vormen van empowerment belangrijk zijn, weegt ook het persoonlijk economisch voordeel mee dat bewoners halen uit toerisme. Wanneer toerisme zorgt voor bestaanszekerheid en een inkomen voor bewoners, kan dit de houding van bewoners mede bepalen. Rotterdam scoort op het onderdeel van persoonlijke economisch voordeel een samengevoegde score van 1,7.

De respondenten zijn het grotendeels oneens met de stellingen ten aanzien van het economisch voordeel. Een mogelijke en logische verklaring hiervoor is dat in een stad als Rotterdam andere economische sectoren voor bewoners veel belangrijker zijn. In meer toeristische regio's, zoals Texel en Zeeland zien we dat de score op persoonlijk economisch voordeel met respectievelijk een 2,7 en 2,2 hoger ligt. Waar in Rotterdam slechts 5% aangeeft dat toerisme in Rotterdam helpt de rekeningen te betalen, is dit in Zeeland 16%.

**Figuur 4.10: % eens met de voorgelegde stelling**



**Figuur 4.11: % eens met de voorgelegde stelling**



In zijn algemeenheid is op basis van dit onderzoek te constateren dat het persoonlijk economisch voordeel van Rotterdammers door toerisme laag is. De verschillende deelgebieden in Rotterdam komen hierin aardig overeen, alhoewel een iets groter deel van de respondenten van het centrum en de stadswijken aan de noordzijde van het centrum, aangeven dat een deel van het inkomen is gelinkt aan toerisme.

Enkele significante constatering ten aanzien van persoonlijk economisch voordeel zijn:

- Respondenten van stadswijken aan de noordzijde van het centrum, zijn het vaker eens met de stelling (8%) dat toerisme in Rotterdam help om de rekeningen te betalen dan respondenten van de overige stadswijken in Rotterdam (2%).
- Respondenten met een hoog opleidingsniveau zijn het vaker met de stelling oneens (92%) dat een deel van het inkomen is gelinkt aan toerisme, dan respondenten met een laag of middelhoge opleiding (67% en 82%)

#### 4.6 POSITIEVE IMPACT TOERISME

Welke positieve impact heeft toerisme op de stad? De vraag of toerisme wordt gezien als aanjager van ontwikkeling, voorzieningen, lokale economie en bijvoorbeeld leefbaarheid is belangrijk bij het peilen van de houding van respondenten. Rotterdam scoort op het onderdeel van positieve impact een samengevoegde score van 3,2. Een merendeel van de respondenten ziet dus een positieve impact. In vergelijking met andere regio's en plaatsen, is te constateren dat de beoordeling van de positieve impact lager is dan elders. In Zeeland en de Hanzesteden wordt respectievelijk een 3,5 en 3,6 gescoord en ook Zuid-Limburg zit daar met 3,4 net boven. Ook de enige andere grote stad waar het onderzoek heeft plaatsgevonden, Maastricht, scoort met een 3,5 hoger dan Rotterdam

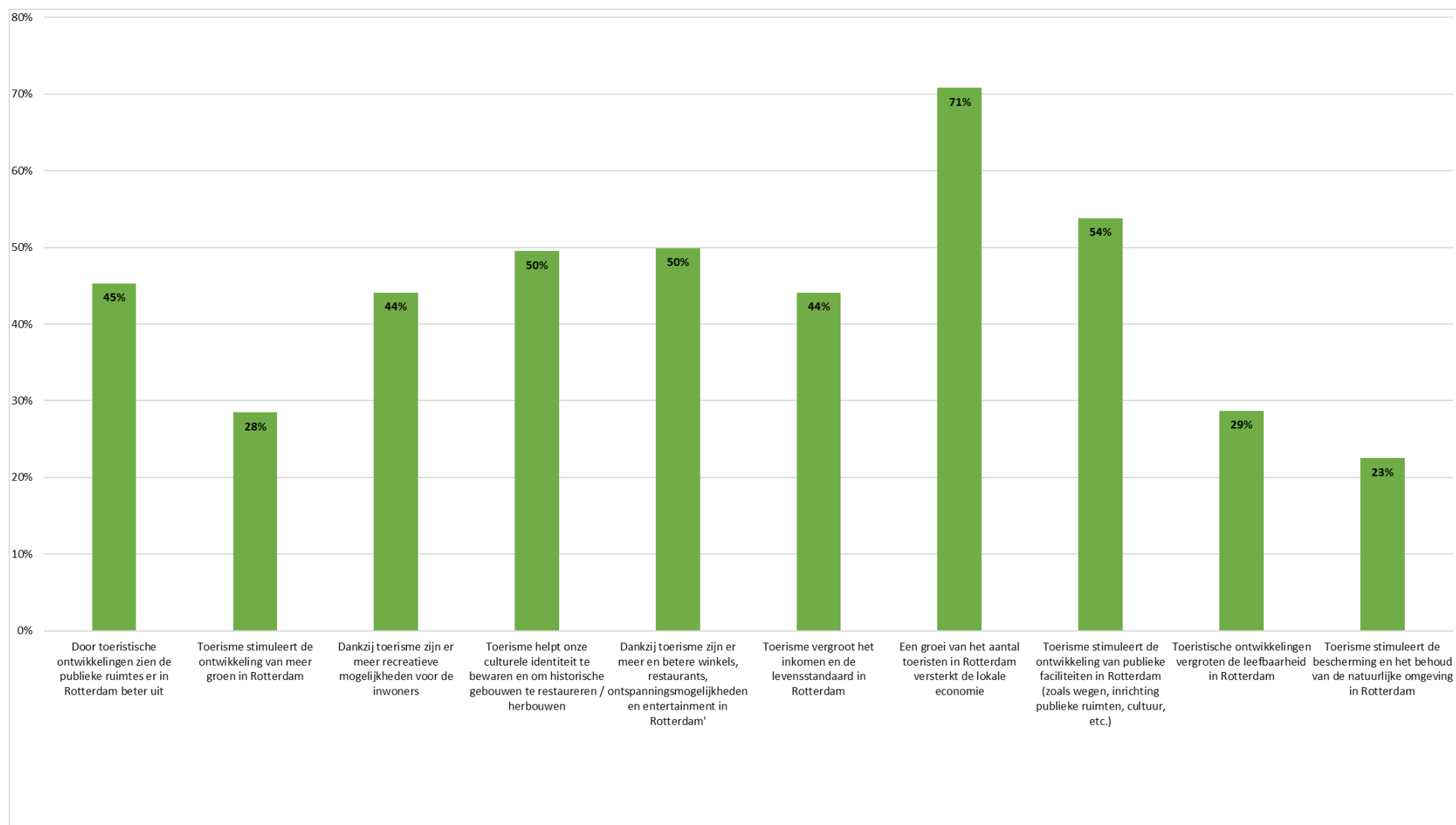
Met de volgende stellingen zijn de meeste respondenten het eens: een groei van het aantal toeristen versterkt de lokale economie (71%) en toerisme stimuleert de ontwikkeling van publieke faciliteiten in Rotterdam (wegen, inrichting, publieke ruimten, cultuur, etc.) (54%).

Met 10 stellingen is in beeld gebracht hoe de positieve impact door respondenten gewaardeerd wordt. Hierin wordt duidelijk dat het merendeel van de respondenten het overwegend eens is met de stellingen of er neutraal in staan. Oftewel, men ziet positieve effecten van toerisme in de stad. Wanneer wordt ingezoomd naar de deelgebieden, is te zien dat respondenten in het centrum het vaker (zeer) eens zijn met de

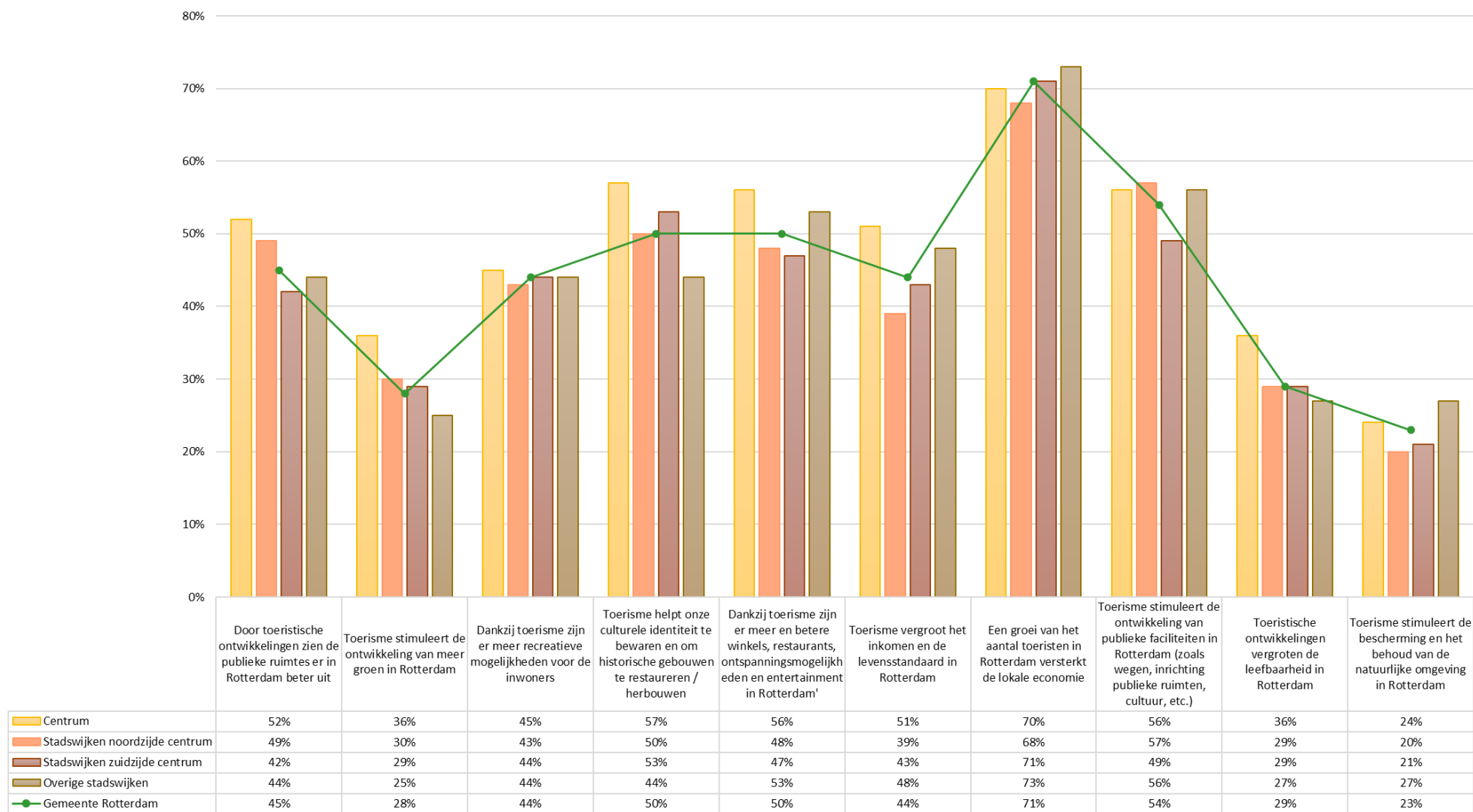
stellingen dan de respondenten in andere gebieden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat juist in het centrum veel voorzieningen aanwezig zijn en men dus een direct positief effect ondervindt. Voor respondenten die in de wijken verder van het centrum af wonen, zal dit 'extra' voorzieningenniveau en/of aandacht voor de openbare ruimte minder direct gevoeld kunnen worden.



**Figuur 4.12: % eens met voorgelegde stelling**



**Figuur 4.13: % eens met voorgelegde stelling**



De achtergrond van respondenten ten aanzien de plek waar men in de stad woont, de leeftijd, het opleidingsniveau en het aantal jaar dat men al in de stad woont, leidt tot een aantal significante constatering:

- Respondenten in het centrum zijn het vaker (14%) 'zeer eens' met de stelling dat door toerisme de publieke ruimtes er beter uitzien, dan respondenten uit overige stadswijken in Rotterdam (3%). (Vijfpunts Likertschaal)
- 13% van de respondenten in het centrum is het 'zeer eens' met de stelling dat toerisme de ontwikkeling van meer groen stimuleert, tegen 4% van de respondenten van de overige stadswijken en 4% in stadswijken aan de noordzijde van het centrum. (Vijfpunts Likertschaal)
- Respondenten jonger dan 25 zijn het vaker eens (63%) met de stelling dat toerisme helpt de culturele identiteit te bewaren en historische gebouwen te restaureren, dan respondenten van 25-45 jaar (43%), 45-65 jaar (43%) en 65+ (42%) (vijfpunts Likertschaal)
- Respondenten in het centrum zijn het voor 18% 'zeer eens' met de stelling dat dankzij toeristen er meer en betere winkels,

restaurants en ontspanningsmogelijkheden zijn en er meer entertainment is. Dis is fors hoger dan bij respondenten in de stadswijken aan de noordzijde van het centrum (6%), aan de zuidzijde van het centrum (6%) en in de overige stadswijken (4%). (Vijfpunts Likertschaal)

- Respondenten van 45-65 jaar zijn het vaker eens (76%) met de stelling dat een groei van het aantal toeristen de lokale economie versterkt dan respondenten van 25-45 jaar (66%)
- Respondenten jonger dan 25 jaar (58%) en van 45-65 jaar (52%) zijn het vaker eens met de stelling dat toerisme de levensstandaard verbetert in Rotterdam, dan respondenten van 25-45 jaar (37%)
- Respondenten van 45-65 jaar zijn het vaker eens (76%) met de stelling dat een groei van het aantal toeristen de lokale economie versterkt, dan respondenten van 24-45 jaar (66%)
- In het centrum (21%) is en men het het vaakst 'zeer eens' met de stelling dat een groei van het aantal toeristen de lokale economie versterkt, ten opzichte van respondenten van de stadswijken ten

zuiden van het centrum (6%) en van overige stadswijken (8%).

(Vijfpunts Likertschaal)

- Van de respondenten in het centrum is 12% het 'zeer eens' met de stelling dat door toerisme de leefbaarheid vergroot wordt, tegenover 1% in de overige stadswijken en 3% in de stadswijken ten zuiden van het centrum. (Vijfpunts Likertschaal)
- Respondenten met een laag opleidingsniveau zijn het vaker eens (61%) eens met de stelling dat toerisme het inkomen en levensstandaard in Rotterdam verhoogd, dan respondenten met een gemiddeld (39%) en hoog (44%) opleidingsniveau.

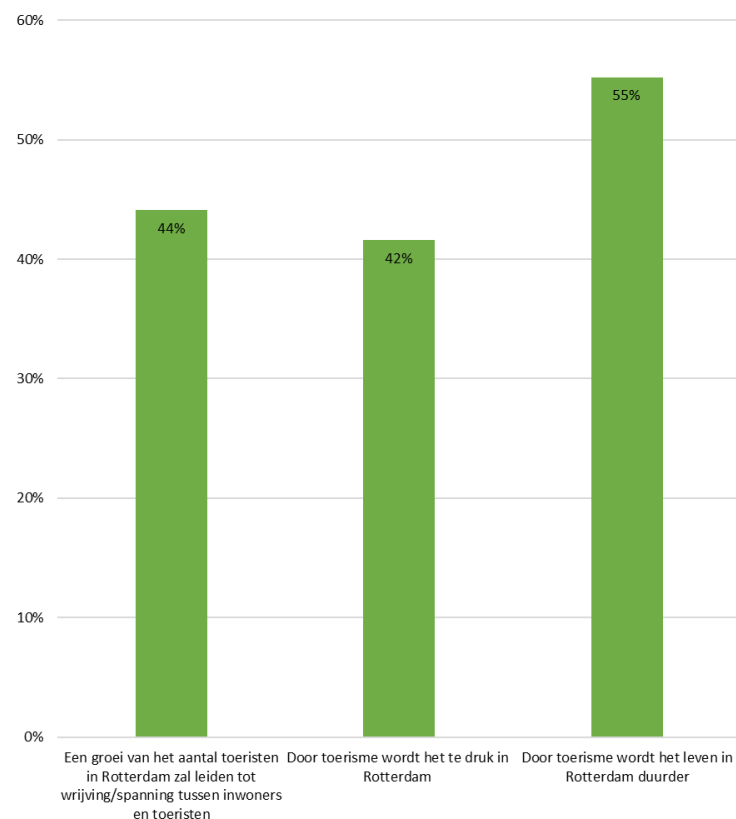
#### 4.7 NEGATIEVE IMPACT TOERISME

Er kunnen ook negatieve aspecten zijn van toerisme voor bewoners. Toerisme kan ervoor zorgen dat het in bepaalde gebieden als te druk wordt ervaren of dat het leven duurder wordt. Toeristische druk kan ook zorgen voor wrijving of spanningen tussen inwoners en bezoekers. De mate waarin bewoners negatieve impact ervaren, heeft invloed op de mate van steun aan toerisme.

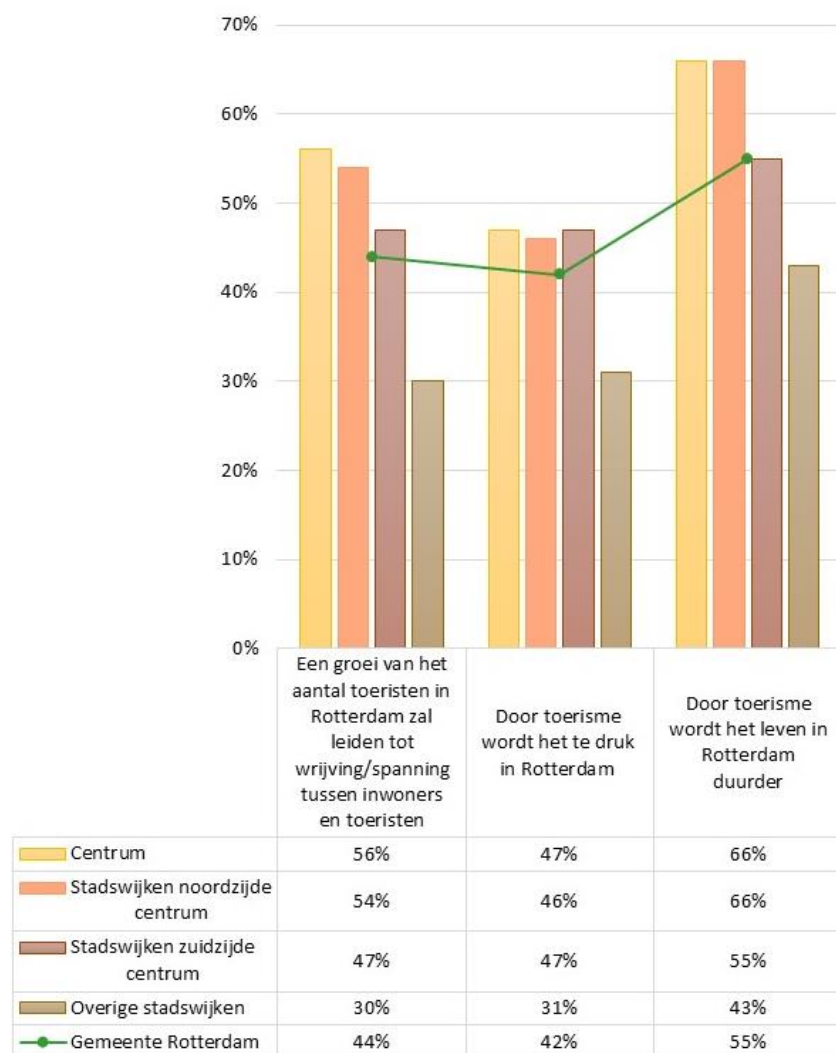
Rotterdam scoort op het onderdeel van negatieve impact een samengevoegde score van 3,3. In vergelijking met andere regio's ligt deze score iets hoger. Alleen in Texel wordt de negatieve impact met een 3,7 hoger gesteld door de respondenten.

Meer dan de helft (55%) van de Rotterdamse respondenten geeft aan het eens te zijn met de stelling dat door toerisme het leven duurder wordt in Rotterdam. Bijna de helft van de respondenten geeft aan dat het door toerisme te druk wordt (42%) en denkt dat groei van het toerisme zal leiden tot spanning/wrijving tussen bewoners en toeristen.

***Figuur 4.14: % eens met voorgelegde stelling***



**Figuur 4.15: % eens met voorgelegde stelling (naar gebied)**



In Rotterdam is een duidelijk verschil zichtbaar tussen deelgebieden. De negatieve impact wordt door respondenten uit het centrum (3,6) de stadswijken ten noorden van het centrum (3,5) en de stadswijken ten zuiden van het centrum (3,4), veel hoger ingeschat dan respondenten uit andere wijken. Dit zal te maken hebben met de aantrekkingskracht van de betreffende gebieden op toeristen.

De achtergrond van respondenten ten aanzien van leeftijd, opleidingsniveau en het aantal jaar dat men al in de stad woont, leidt tot een aantal significante constatering:

- Respondenten uit het centrum (66%) en de stadswijken ten noorden (66%) en zuiden (55%) van het centrum zijn het vaker eens met de stelling dat door toerisme het leven duurder wordt dan respondenten uit de overige wijken (43%).
- Respondenten uit het centrum (56%) en de stadswijken ten noorden (54%) en zuiden (47%) van het centrum zijn het vaker eens met de stelling dat groei van toerisme zal leiden tot wrijving/spanning tussen inwoners en bezoekers, dan respondenten uit de overige wijken (30%).
- Respondenten uit de overige stadswijken (36%) zijn het vaker oneens met de stelling dat het door toerisme in Rotterdam te



druk wordt, dan respondenten uit de stadwijken ten noorden (25%) en zuiden (26%) van het centrum.

- Respondenten die langer dan 46 jaar in de stad wonen zijn het vaker eens met de stelling (73%) dat men door toerisme trots is een inwoner van Rotterdam te zijn, dan respondenten die korter dan 5 jaar in de stad wonen (58%)
- Respondenten met een hoog opleidingsniveau zijn het significant vaker eens (49%) met de stelling dat groei van toerisme zal leiden tot wrijving/spanning tussen inwoners en bezoekers, dan respondenten met een laag (19%) en middelhoog (35%) opleidingsniveau.
- Opvallend is dat Rotterdamse respondenten jonger dan 25 jaar (49%) en van 35-45 jaar oud (52%) het veel vaker eens zijn met de stelling dat het door toerisme te druk wordt in Rotterdam, dan de ouderen van 65+ (28%).
- Respondenten in de leeftijd van 25-45 jaar (70%) ervaren meer dan oudere respondenten van 45-65 jaar (45%) en 65+ (38%) dat het leven in Rotterdam door toerisme duurder wordt.

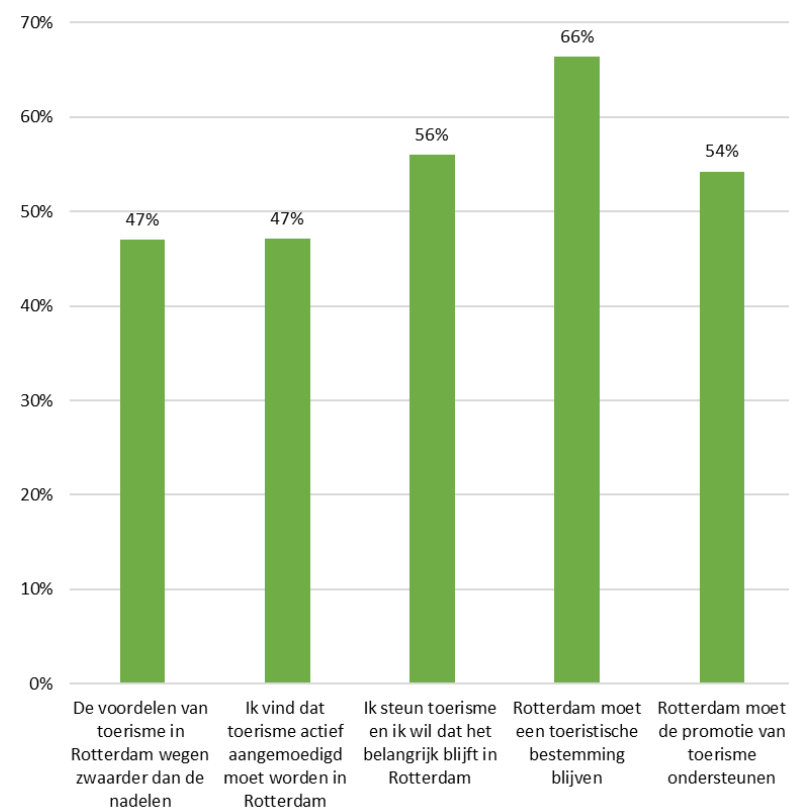
#### 4.8 STEUN TOERISME

In de afgelopen decennia is stedelijk toerisme steeds sterker aanwezig in Rotterdam. Naast positieve effecten die er zijn van het toerisme (onder andere economisch), is de laatste jaren zichtbaar dat overmatige toeristische druk ook een negatieve weerslag heeft op bepaalde delen van steden. Resultaat hiervan is hinder voor bewoners, gebruikers en leefomgeving. Bij de ontwikkeling van toerisme is er daarom meer aandacht en ruimte voor draagvlak en inbreng van bewoners. In Rotterdam is het achterliggende motto van de toeristische visie daarom: wat goed is voor de Rotterdammer is goed voor de toerist; en bewoners zijn de ambassadeurs voor het toerisme.

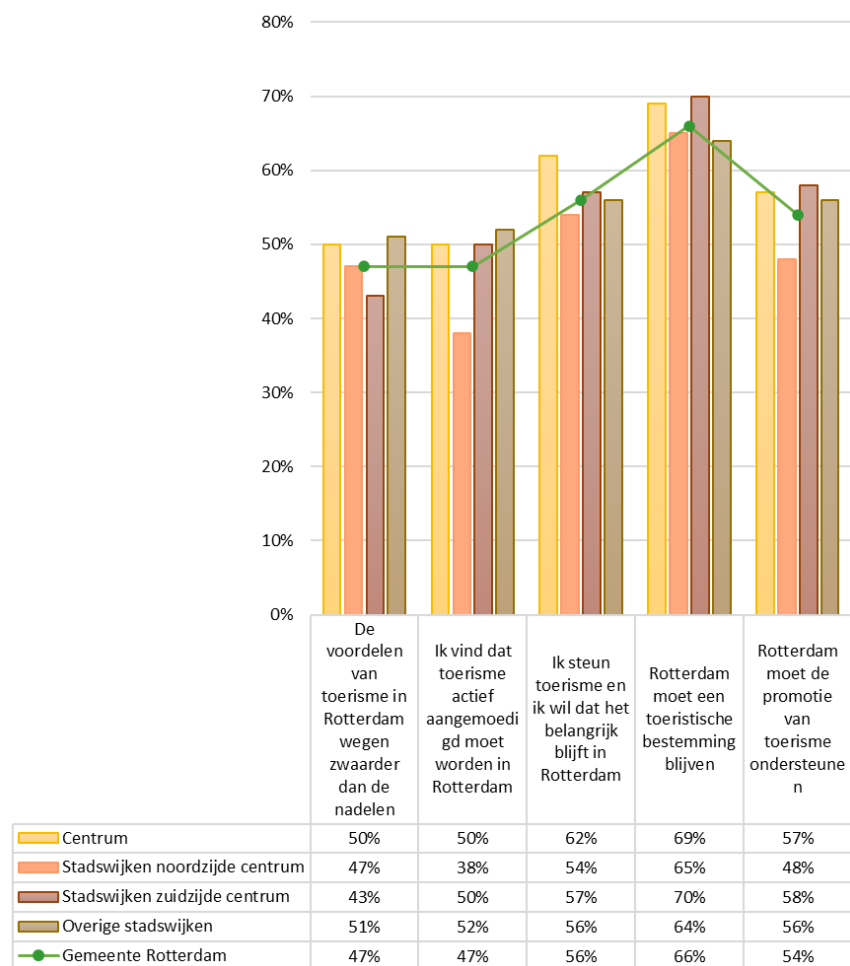
De houding van bewoners en het positieve dan wel negatieve sentiment van bewoners bij toeristische effecten, bepaalt de mate van steun aan toerisme en ontwikkeling. Bewoners die toerisme steunen, zullen eerder als ambassadeurs fungeren. Rotterdam scoort op het onderdeel steun voor toerisme een samengevoegde score van 3,4. Dit betekent overwegend steun, maar is er ruimte voor verbetering

Waar een ruime meerderheid met 66% het wel mee eens is, is dat Rotterdam een toeristische bestemming moet blijven. 56% steunt toerisme en wil dat het belangrijk blijft in Rotterdam.

***Figuur 4.16: % eens met voorgelegde stelling***



**Figuur 4.17: % eens met voorgelegde stelling (naar gebied)**



In zijn algemeenheid is de Rotterdamse bewoner het meer eens dan oneens met de stellingen die steunend zijn voor toerisme. Opvallend hierbij is wel dat net iets minder dan de helft van de respondenten (47%) aangeeft dat de voordelen zwaarder wegen dan de nadelen en dat toerisme actief moet worden aangemoedigd. Over het algemeen komt dit voor de diverse gebieden overeen, maar de respondenten in de stadswijken ten noorden van het centrum lijken iets terughoudender te zijn als het gaat om steun en het belang om toeristen aan te trekken.

De achtergrond van respondenten ten aanzien van leeftijd, opleidingsniveau en het aantal jaar dat men al in de stad woont, leidt tot een aantal significante constatering.

- Respondenten uit het centrum (16%) zijn het vaker ‘helemaal oneens’ met de stelling dat toerisme actief moet worden aangemoedigd, dan respondenten uit de wijken ten zuiden van het centrum (6%) en de overige wijken (6%). (Vijfpunts Likertschaal)
- Respondenten uit de overige stadswijken (52%) en wijken ten zuiden van het centrum (50%) zijn het vaker eens met de stelling dat toerisme actief moet worden aangemoedigd, dan respondenten uit het centrum (38%).

- Respondenten in de leeftijd van 45 – 65 jaar zijn het significant vaker eens met de stelling (54%) dat de voordelen van toerisme zwaarder wegen dan de nadelen, dan respondenten in de leeftijdsklasse 25 – 45 jaar (41%).
- Respondenten met een praktische opleiding zijn het met 60% vaker eens met de stelling dat men zich speciaal voelt doordat toeristen de unieke plekken van de stad bezoeken, dan respondenten met een hoger opleidingsniveau (42%).
- Respondenten met een laag opleidingsniveau zijn het significant vaker (69%) eens met de stelling dat toerisme gepromoot moet worden, dan respondenten met een hoog opleidingsniveau (52%).

#### 4.9 CORRELATIES VAN DE 7 CONSTRUCTEN

De zeven constructen zijn op elkaar van invloed. Door de verschillende constructen met elkaar in verband te zien en te correleren, zijn een aantal conclusies te trekken. De mate van correlatie tussen bijvoorbeeld trots of verbondenheid van bewoners en de mate van steun, is relevant bij toeristische beleidsbepaling en ontwikkeling. Is de steun voor het toerisme bijvoorbeeld groter als een bewoner ook trotser is? En zorgt meer gevoel van verbondenheid voor meer trots en steun bij de bewoner voor toerisme? Door inzicht in de onderlinge correlaties van de constructen, ontstaat een beter inzicht in de houding en het sentiment van bewoners.

Voor de correlaties tussen de zeven constructen is gebruik gemaakt van een lineaire Pearson correlatie (figuur 4.18). Voor de duiding van de correlatie (positief en negatief) wordt in deze analyse onderscheid gemaakt tussen 5 klassen. (Heijst, 2022)

|             |                                     |
|-------------|-------------------------------------|
| 0.00 – 0.30 | Nauwelijks of geen correlatie       |
| 0.30 – 0.50 | Lage of zwakke correlatie           |
| 0.50 – 0.70 | Middelmatige correlatie             |
| 0.70 – 0.90 | Hoge of sterke correlatie           |
| 0.90 – 1.00 | Zeer hoge of zeer sterke correlatie |

Met behulp van de Pearson correlatie is een significant positief verband aan te tonen tussen de gepercipieerde positieve impact van toerisme en de steun voor toerisme. Dit geldt zowel voor de stad Rotterdam in zijn geheel ( $r = .743$ ,  $p < 0.01$ ) als voor de afzonderlijke deelgebieden. Dit betekent dat wanneer een bewoner de positieve impact van toerisme hoger waardeert, er ook meer steun is voor toerisme.

De mate waarin voor respondenten het persoonlijk economisch voordeel hoog is, blijkt in Rotterdam nauwelijks te correleren met de steun aan toerisme ( $r = .252$ ,  $p < 0.01$ ). Eenzelfde verband zien we met de gepercipieerde positieve impact ( $r = .285$ ,  $p < 0.01$ ). Ofwel, wanneer een bewoner een hoog persoonlijk economisch voordeel heeft door het toerisme in de stad, resulteert dit niet in meer ervaren positieve impact van toerisme en meer steun voor toerisme in de stad. Deze conclusie onderschrijft het uitgangspunt van de toeristische visie, waarbij de economische groei niet als belangrijkste argument voor toerisme wordt gezien.

Voor de steun van toerisme in Rotterdam is op basis van dit onderzoek een positief verband waar te nemen tussen de psychologische empowerment (trots zijn) ( $r = .565$ ,  $p < 0.01$ ) en de sociale empowerment (verbondenheid) ( $r = .567$ ,  $p < 0.01$ ). Respondenten die trots zijn op de stad en zich door toerisme meer verbonden voelen met de buurt en elkaar, steunen het toerisme meer en zien meer positieve effecten.

**Figuur 4.18: Correlaties tussen de constructen RETS-model (naar gebied)**

|                                 | Pearson Correlation             | Psychologische empowerment | Persoonlijk economisch voordeel | Social empowerment | Politieke empowerment | Steun aan toerisme | Positieve impact van toerisme                                                                                                                                                                                                                                    | Negatieve impact van toerisme |
|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Psychologische empowerment      | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
| Persoonlijk economisch voordeel | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    | <div>0.00 – 0.30 nauwelijks of geen correlatie</div> <div>0.30 – 0.50 lage of zwakke correlatie</div> <div>0.50 – 0.70 middelmatige correlatie</div> <div>0.70 – 0.90 hoge of sterke correlatie</div> <div>0.90 – 1.00 zeer hoge of zeer sterke correlatie</div> |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
| Social empowerment              | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
| Politieke empowerment           | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
| Steun aan toerisme              | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
| Positieve impact van toerisme   | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
| Negatieve impact van toerisme   | Gemeente Rotterdam              |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Centrum                         |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Noordzijde Centrum |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Stads wijken Zuidzijde Centrum  |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |
|                                 | Overige stads wijken            |                            |                                 |                    |                       |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                               |

\*\* Correlation is significant at the 0.01

\* Correlation is significant at the 0.05

Gemeente Rotterdam  
Centrum  
Stads wijken Noordzijde Centrum  
Stads wijken Zuidzijde Centrum  
Overige stads wijken

N= 970  
N= 57 (gewogen)  
N= 281 (gewogen)  
N= 316 (gewogen)  
N= 316 (gewogen)

Ook kan natuurlijk gesteld worden dat wanneer respondenten meer positieve effecten zien, dit ook hun trots kan voeden.

Interessant in dit onderzoek is het verschil tussen respondenten van de gebieden in de stad. Met behulp van de Pearson correlatie zijn de significant sterkste verbanden te vinden in het centrum. Opvallend is daarbij dat vooral op het vlak van sociale empowerment (verbondenheid) er sterkere verbanden te zien zijn voor de steun aan toerisme ( $r = .726$ ,  $p < 0.01$ ) en de gepercipieerde positieve impact ( $r = .734$ ,  $p < 0.05$ ). Mogelijk dat dit wordt veroorzaakt doordat het centrum als toeristisch kerngebied de meeste toeristen ontvangt. Dit kan als 'buren' onderling zorgen voor meer wij-gevoel en onderlinge verbondenheid, met als gevolg een positieve bodem om toerisme te steunen.

In het centrum is ook waar te nemen dat de positieve en negatieve impact van toerisme zwaarder doorweegt dan in andere gebieden, in de mate van steun aan toerisme. Een significant sterk positief verband is aangetoond tussen de score op gepercipieerde positieve impact en de steun aan toerisme ( $r = .851$ ,  $p < 0.01$ ; t.o.v. gemeente Rotterdam:  $r = .743$ ,  $p < 0.05$ ). Een sterk negatief verband is er voor de gepercipieerde negatieve impact van toerisme en de steun aan toerisme ( $r = -.759$ ,  $p < 0.01$ ; t.o.v. gemeente Rotterdam:  $r = -.683$ ,  $p < 0.01$ ).

Zowel de positieve als negatieve impact weegt zwaar mee in de mate waarin respondenten toerisme steunen. Hierbij kan wel opgemerkt worden dat in zijn algemeenheid de positieve impact de steun voor toerisme meer vergroot, dan dat de negatieve impact de steun reduceert.

### Loss Aversion

Een interessante en opmerkelijke constatering in de analyse is dat de gepercipieerde positieve impact een groter effect heeft op de steun aan toerisme dan de negatieve impact. Als respondenten meer positieve impact van toerisme ervaren, resulteert dit in meer steun voor toerisme, dan dat ervaren negatieve impact de steun voor toerisme reduceert. Wanneer deze uitkomst mij op voorhand zou zijn voorgelegd, zou ik hier mijn twijfels bij hebben gehad. Reden hiervoor is dat veronderstelde negatieve effecten van ruimtelijke ontwijkingen bij bewoners nogal eens leidt tot het NIMBY- (Not In My Backyard) of NIVEA-effect (niet in mijn voor- en achtertuin), ofwel weerstand tegen de ontwikkeling van een bepaald project. (Zeeuw, 2019) De angst dat er iets in de omgeving verandert en dat daarmee iets verloren raakt, is groot. Dit gevoel sluit aan bij de theorie van Loss Aversion van Kahneman en Tversky (1979). Deze theorie laat zien dat de afkeer van verlies normaliter groter is dan de wil om te winnen. Het blijkt dat wanneer winst en verlies met elkaar vergeleken worden, verliezen zwaarder wegen dan winsten. Kahneman heeft het in die context over een asymmetrie tussen de kracht van



positieve en negatieve verwachtingen. Gesteld wordt dat dit niet alleen geldt met economische situaties, maar ook voor andere keuzemogelijkheden in het dagelijks leven. Als er een risico van verlies is en een kans op winst, zullen mensen eerder geneigd zijn om verlies te voorkomen. (Kahneman, 2011)

De theorie van Loss Aversion kunnen we in relatie bezien met het NIMBY-effect bij ontwikkelingen (o.a. toeristisch). In dat geval is te concluderen dat weerstand tegen ontwikkelingen mede wordt veroorzaakt doordat mensen de veronderstelde verliezen die kunnen voortvloeien uit de ontwikkeling willen vermijden (zoals verlies van de waarde van de woning, toegenomen verkeer of andere negatieve gevolgen), zelfs als de ontwikkeling ook algehele voordelen zou kunnen opleveren voor het individu en de gemeenschap. Vanuit de NIMBY-gedachte kan daarmee verondersteld worden dat degenen die het meest worden beïnvloed door de potentiële verliezen van een ontwikkeling, het meest luidruchtig zijn in hun tegenstand.

Voor de steun aan toerisme zou in dat kader verwacht kunnen worden dat ervaren negatieve impact van toerisme van bewoners leidt tot weerstand. Bij respondenten die positieve impact ervaren zien we namelijk dat dit in grotere mate bijdraagt aan de steun van toerisme, dan dat negatieve impact resulteert in weerstand.

#### 4.10 PARTICIPATIEBEREIDHEID

In de toeristische visie van Rotterdam worden de bewoners centraal gesteld. De houding van de Rotterdamse bewoner ten aanzien van toerisme en de steun voor toerisme is ook vanuit dat oogpunt een belangrijke indicator voor het succes van toerisme. Als bewoners de negatieve impact laag waarderen of juist trots zijn dat toeristen hun stad bezoeken, draagt dat bij aan de steun voor toerisme. Wanneer de bewoner bij toeristische ontwikkelingen centraal staat, is het ook belangrijk de bewoner zo goed mogelijk te betrekken bij het toerisme. In dit onderzoek is daarom aan de respondenten gevraagd of, en in welke mate ze bereid zijn mee te denken/input te leveren.

In totaal geeft 58% van de respondenten in Rotterdam aan niet bereid zijn om actief met de gemeente mee te denken over toerisme in de woonomgeving en toeristische ontwikkelingen. Tussen de deelgebieden in de stad zijn echter grote verschillen zichtbaar. Het aandeel respondenten dat niet bereid is tot 'participatie' is het hoogst in de overige stadswijken (66%) en de stadswijken aan de zuidzijde van het centrum (61%). In de stadswijken aan de noordzijde is dit met 49% significant lager, en in het centrum geeft slechts 35% aan niet mee te willen denken bij toeristische ontwikkelingen. Ofwel, de bereidheid tot participatie is in het centrum en de stadswijken ten noorden van het centrum het hoogst. Logischerwijs is het thema voor respondenten in gebieden waar meer toeristen komen

ook meer aan de orde van de dag, dan voor respondenten in gebieden waar minder toeristen komen.

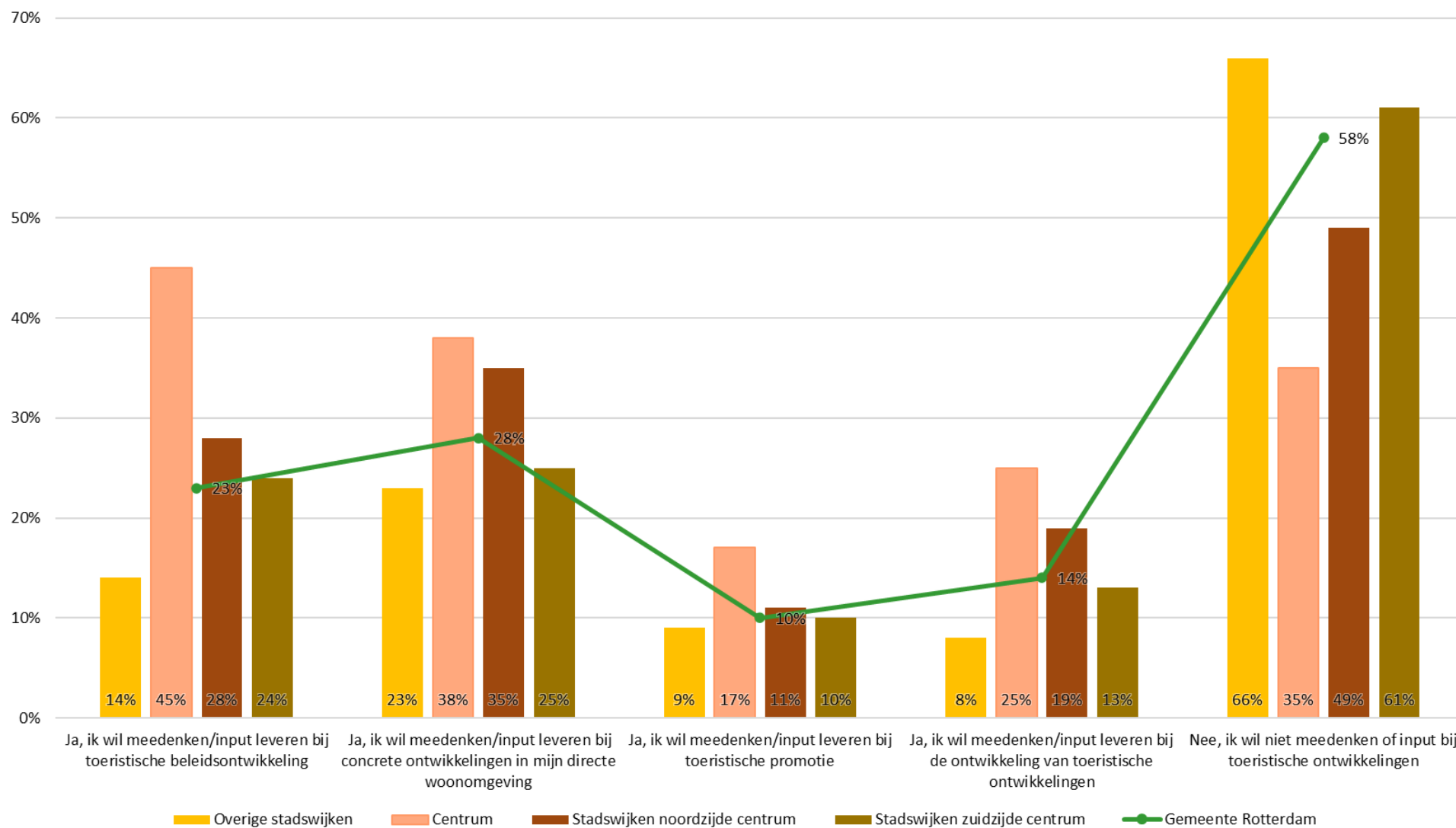
### **Wijze van betrokkenheid**

Respondenten zijn bevroegd naar onderwerpen waarbij men betrokken wil worden. Gevraagd is of men wil meedenken over beleidsontwikkeling, toeristische promotie, concrete ontwikkelingen in de directe woonomgeving (initiatieven) en ontwikkeling van toeristische ontwikkelingen. Hierdoor ontstaat meer inzicht in de wijze waarop men een bijdrage wil leveren. Tussen de deelgebieden zijn enkele duidelijke verschillen zichtbaar. Met name in het centrum zien we dat significant meer respondenten aangeven (45%) mee te willen denken over toeristische beleidsontwikkelingen, tegen 14% in de overige stadswijken en 24% in de stadswijken ten zuiden van het centrum. In de deelgebieden buiten het centrum is de manier waarop men wil meedenken hoofdzakelijk bij concrete ontwikkelingen in de directe woonomgeving. In de stadswijken ten noorden van het centrum geven significant meer respondenten aan mee te willen denken bij concrete ontwikkelingen in de directe woonomgeving (35%) dan respondenten van de stadswijken ten zuiden van het centrum (25%) en de overige stadswijken (23%). Een mogelijke verklaring is dat het centrum en de stadswijken ten noorden van het centrum meer toeristische voorzieningen hebben en dat bewoners met de ervaringen die ze hebben de noodzaak meer voelen om

bij concrete ontwikkelingen betrokken te worden. Eerder is bij de negatieve impact van toerisme al geconstateerd (fig. 5.41) dat respondenten van het centrum en de stadswijken ten noorden van het centrum vaker aangeven dat een groei van het aantal toeristen zal leiden tot wrijving/spanningen tussen bewoners en bezoekers. Het is goed mogelijk dat de hogere bereidheid om betrokken te worden bij concrete ontwikkelingen in de directe woonomgeving en bij toeristische beleidsontwikkeling, hier een reactie op is. Dit kan ook een oorzaak zijn voor de constatering dat significant meer respondenten in het centrum (25%) en de stadswijken ten noorden van het centrum (19%) aangeven betrokken te willen zijn bij toeristische ontwikkelingen in de stad, dan respondenten van de overige stadswijken (8%).

Een onderwerp waar de respondenten het minst warm voor lopen om op te participeren is het meedenken over toeristische promotie. Mogelijk ligt hier een oorzaak in de abstractie. Bewoners kunnen zich hier wellicht geen goede voorstelling van maken.

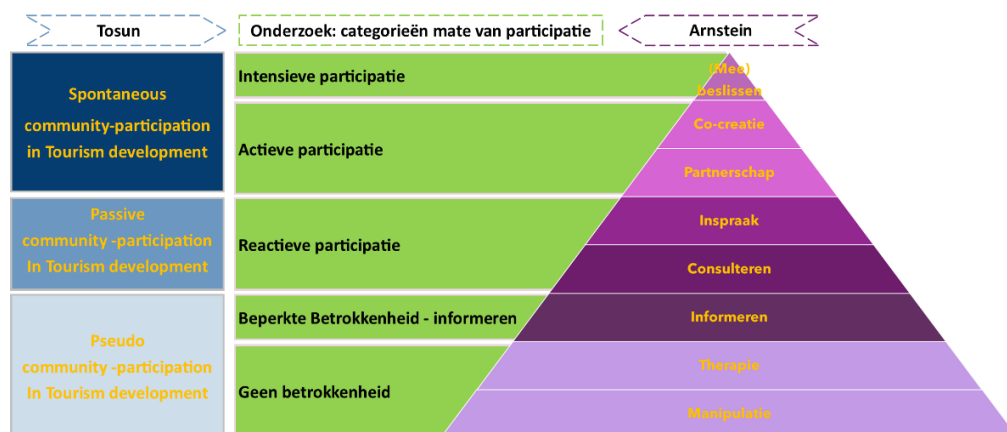
**Figuur 4.19: Participatiebereidheid in Rotterdam (indien ja, meerdere antwoorden mogelijk)**



## Mate van betrokkenheid

De mate van betrokkenheid is een belangrijk onderdeel bij participatie. De participatieladder van Arnstein is daar een bekend en veel gebruikt theoretisch kader voor. Eerder is vermeld hoe in dit onderzoek de participatieladder is gecomprimeerd tot een korte ladder van 5 treden.

**Figuur 5.20: Gecomprimeerde ladder van participatie (groen), naar de indeling van de participatieladder van Arnstein en toeristische indeling van Tosun**



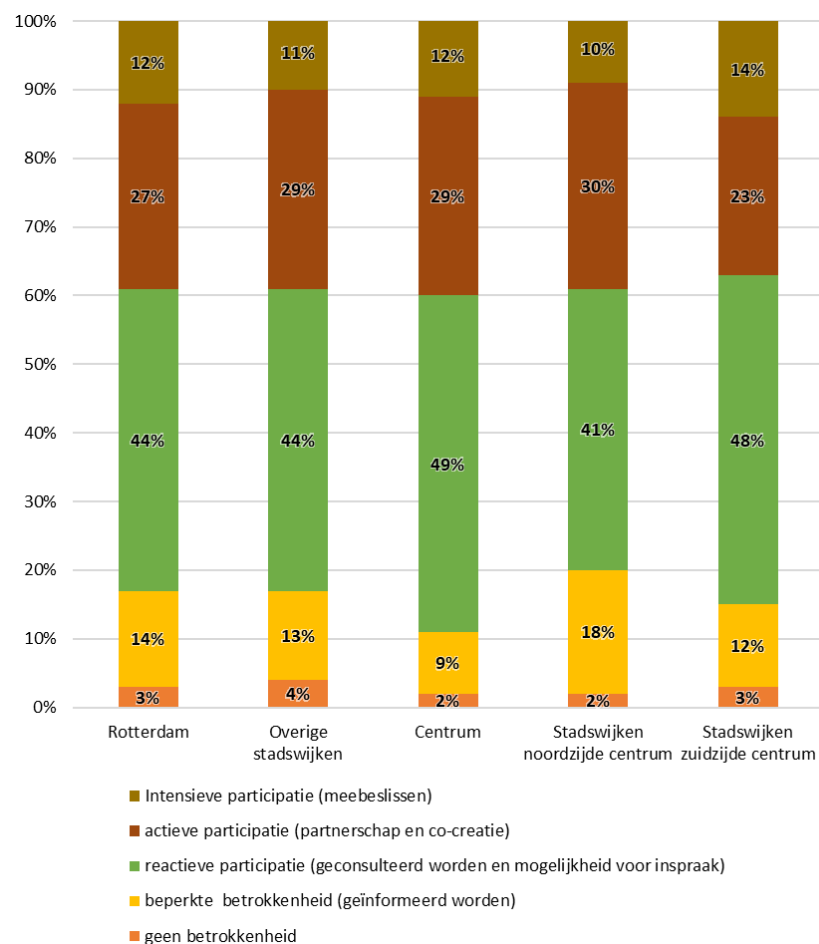
Vanuit dat licht is aan de respondenten die aangaven bereid te zijn om met de gemeente mee te denken over toerisme in de woonomgeving en toeristische ontwikkelingen, gevraagd in hoeverre zij betrokken willen worden. Dit is gevraagd aan de hand van een schaal van 1 (ik wil intensief

betrokken worden) tot 5 (ik wil helemaal niet betrokken worden). In figuur 4.21 zijn de uitkomsten opgenomen (let op, de groep 'ik wil helemaal niet betrokken worden' is laag, omdat het hier alleen gaat om respondenten die in eerste instantie ja antwoorden op de vraag of ze betrokken willen worden).

Tussen de verschillende deelgebieden in Rotterdam blijkt weinig differentiatie te bestaan in de mate van bereidheid van respondenten. Het grootste deel van de respondenten heeft aangegeven gemiddeld (score3) betrokken te willen worden. Vertaald naar de (gecomprimeerde) participatieladder, zal dit betekenen dat het meeste animo is voor reactieve participatie onder respondenten. Consultatie en de mogelijkheid tot inspraak zijn vormen van participatie die daar volgens de participatieladder bij horen.

Op basis van dit onderzoek blijkt dat van de mensen die bereid zijn tot participatie (ca. 42% van de respondenten in Rotterdam, zie figuur 4.21), ca. 39% aangeeft actief en zelfs intensief met de gemeente mee te willen denken over toerisme in de woonomgeving en toeristische ontwikkelingen. In potentie is een groot deel van de ondervraagde respondenten bereid om te participeren.

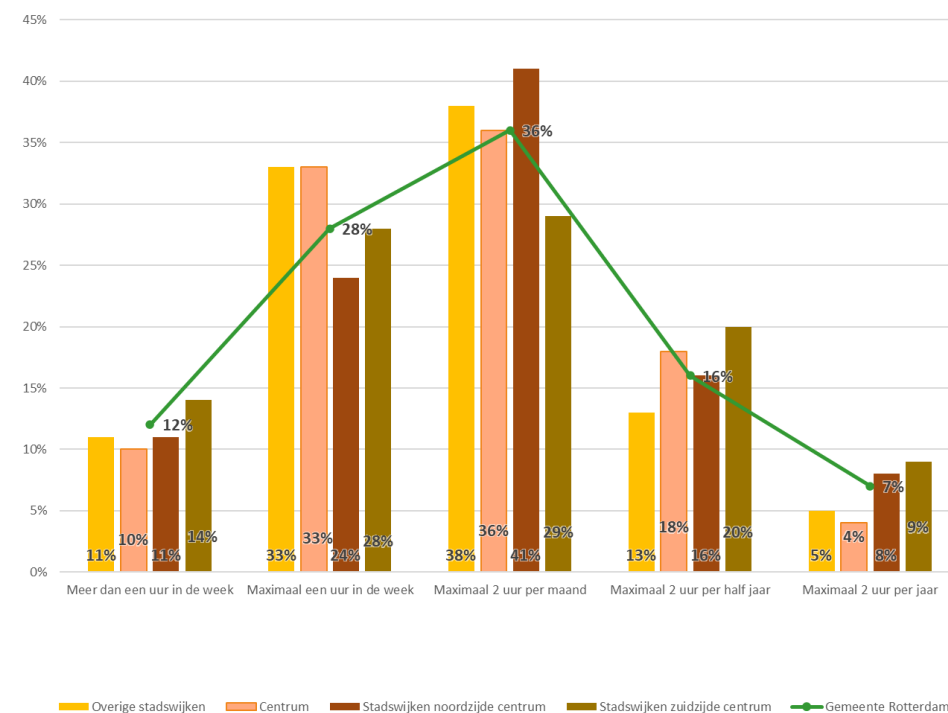
**Figuur 4.21: Als bewoners bereid zijn tot participatie, in hoeverre wil men betrokken worden**



## Tijdsinzet bij participatie

Aan respondenten is gevraagd hoeveel tijd ze bereid zijn te investeren in participatie. Hoewel het aan de voorkant een lastige vraag is voor respondenten om te beantwoorden, is te zien dat het merendeel tussen een uur in de week, tot maximaal 2 uur per half jaar te willen investeren. Hierbij moet worden opgemerkt dat aan de respondenten geen concrete participatievraag is gesteld. Mogelijk dat bij een niet-hypothetisch verzoek de beschikbare tijd anders is.

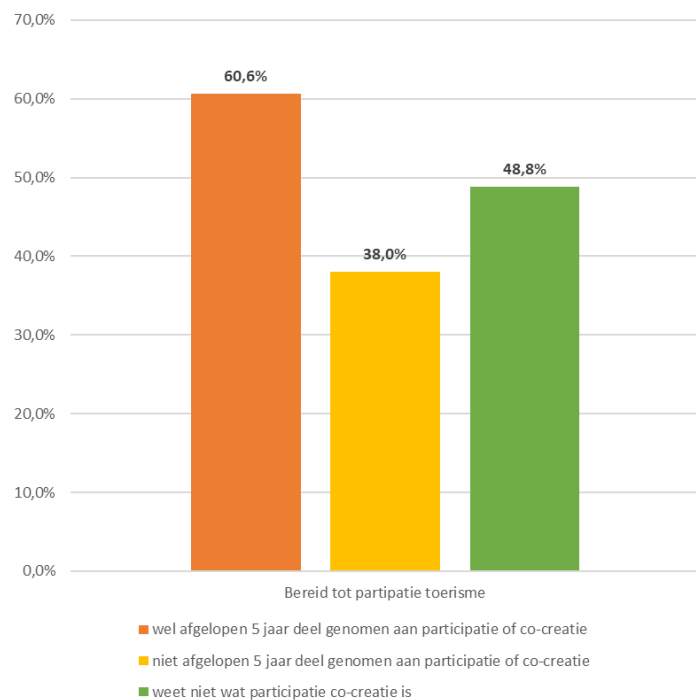
**Figuur 5.22: Hoeveel tijd denken bewoners die bereid zijn tot participatie te willen investeren**



### Invloed van eerdere participatie

Een mogelijke invloed op de mate waarin bewoners bereid zijn te participeren, is of men in het verleden betrokken is geweest bij participatie of co-creatie. Dit kan zijn op het gebied van toerisme, maar voor andere thema's. Is het zo dat bij bewoners die eerder al eens geparticipeerd hebben de bereidheid tot participatie hoger is? In aanvulling hierop is het de vraag of een eerdere negatieve ervaring ten aanzien van participatie of co-creatie bepalend is voor de mate waarin men in nieuwe gevallen wil meedenken met de gemeente.

**Figuur 4.23: Bereidheid tot participatie toerisme, afhankelijk of men in de afgelopen 5 jaar betrokken is geweest bij participatie/ co-creatie**

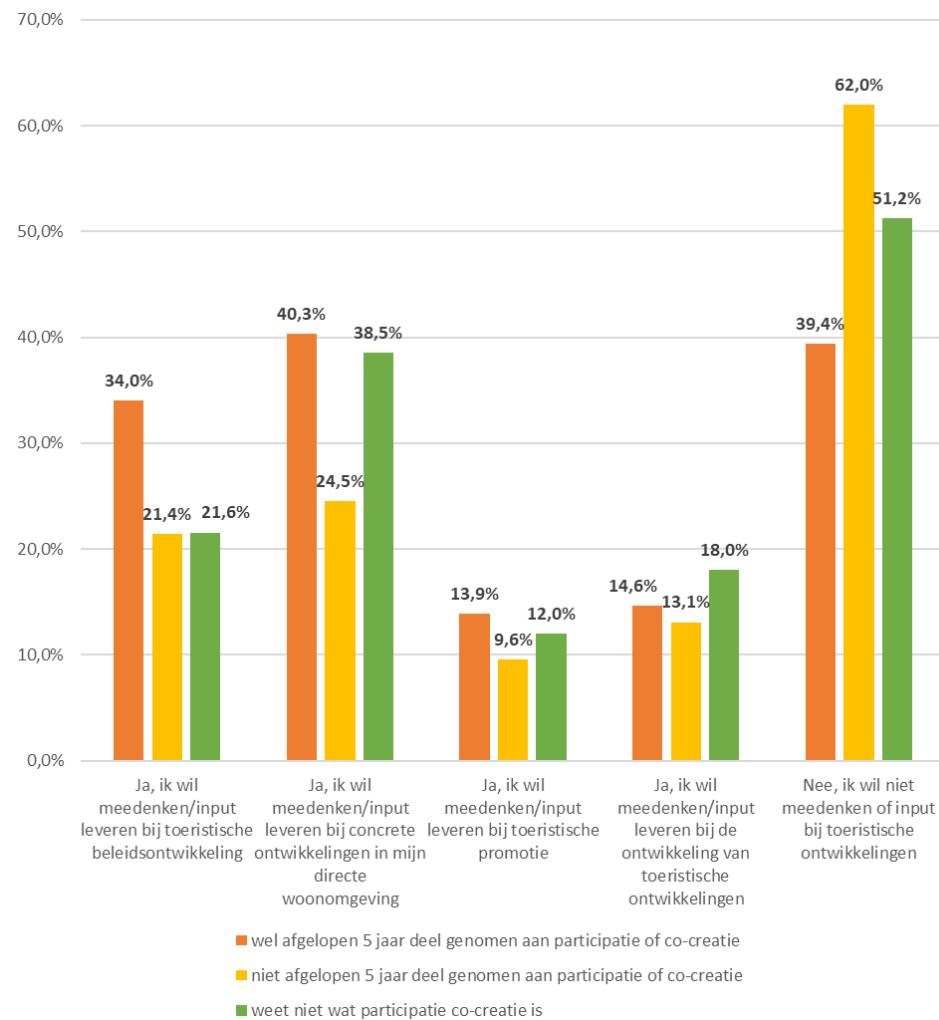


In tabel 4.23 is weergegeven in hoeverre respondenten die in de afgelopen 5 jaar hebben deelgenomen aan participatie en/of co-creatie voor het thema toerisme bereid zijn om mee te denken over toerisme. Van de respondenten die aangeven in de afgelopen 5 jaar te hebben deelgenomen aan een vorm van participatie, is ruim 60% bereid om voor het onderwerp toerisme ook te participeren. Van mensen die eerder niet hebben deelgenomen, is ruim 60% niet bereid om voor het onderwerp toerisme aan een participatief proces deel te nemen. Opvallend is dat van de respondenten ca. 12% niet zegt te weten wat participatie co-creatie inhoudt.

Het blijkt dat als respondenten al eens eerder een bijdrage hebben geleverd aan participatie, zij vaker (dan respondenten die dat niet hebben gedaan) betrokken willen zijn bij beleidsontwikkeling en bij concrete ontwikkelingen in de directe woonomgeving (Figuur 4.24). Deze respondenten gaan ook verder in de mate van bereidheid. Wanneer de gecomprimeerde participatieladder wordt gebruikt (figuur 4.25) is te constateren dat van de respondenten die eerder betrokken zijn geweest bij participatie, dat nu weer willen. Hierbij geeft ruim 44% aan de voorkeur te hebben voor actieve of intensieve participatie.



**Figuur 4.24: Bereidheid tot typen participatie toerisme, afhankelijk of men in de afgelopen 5 jaar betrokken is geweest bij participatie/ co-creatie**





**Figuur 4.25: Mate van bereidheid tot participatie (ladder), afhankelijk of men in de afgelopen 5 jaar betrokken is geweest bij participatie/ co-creatie**



### Invloed van eerdere participatie

In figuur 4.26 is de bereidheid van respondenten om voor het thema toerisme te participeren in verband gebracht met de zeven constructen van het RETS-model. Voor de twee groepen (wel bereid, niet bereid) zijn de samengevoegde scores per construct weergegeven. Uit de statistische analyse blijkt dat er een significantie is voor de score van psychologische empowerment, persoonlijk economisch voordeel en sociale empowerment. Dit betekent dat wanneer respondenten bereid zijn tot participatie, dit gepaard gaat met een hogere mate van sociaal empowerment, meer persoonlijk economisch voordeel en meer psychologische empowerment. Respondenten die zich door toerisme meer verbonden voelen met elkaar en de omgeving en die trots zijn dat toeristen hun stad bezoeken, zijn meer bereid om te participeren.

In figuur 4.27 is inzichtelijk gemaakt hoe de correlatie tussen de constructen is voor respondenten die wel en niet bereid zijn tot participatie. Een aspect dat daarbij opvalt is het negatieve verband tussen gepercipieerde negatieve impact van toerisme en de steun aan toerisme. Het blijkt dat dit effect bij respondenten die bereid zijn tot participatie sterker is ( $r = -.720$ ,  $p < 0.01$ ) dan bij respondenten die niet bereid zijn tot participatie ( $r = -.651$ ,  $p < 0.01$ ).

**Figuur 4.26: Bereidheid tot participatie en scores op constructen van RETS-model**



**Figuur 4.27: Correlaties tussen de constructen RETS-model (naar bewoners die wel en niet bereid zijn tot participatie)**

|                                                                                                                                               |                                 |                     | Niet bereid om actief met de gemeente mee te denken over en/of input te leveren bij toerisme in de woonomgeving en toeristische ontwikkelingen |                                 |                    |                       |                    |                               |                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                               |                                 |                     | Psychologische empowerment                                                                                                                     | Persoonlijk economisch voordeel | Social empowerment | Politieke empowerment | Steun aan toerisme | Positieve impact van toerisme | Negatieve impact van toerisme |
| Wel bereid om actief met de gemeente mee te denken over en/of input te leveren bij toerisme in de woonomgeving en toeristische ontwikkelingen | Psychologische empowerment      | Pearson Correlation |                                                                                                                                                | ,327**                          | ,589**             | ,294**                | ,554**             | ,497**                        | -,304**                       |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     |                                                                                                                                                | 0,000                           | 0,000              | 0,000                 | 0,000              | 0,000                         | 0,000                         |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   |                                                                                                                                                | 560                             | 560                | 560                   | 560                | 560                           | 560                           |
|                                                                                                                                               | persoonlijk economisch voordeel | Pearson Correlation | ,311**                                                                                                                                         |                                 | ,338**             | ,291**                | ,230**             | ,284**                        | -,073                         |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     | 0,000                                                                                                                                          |                                 | 0,000              | 0,000                 | 0,000              | 0,000                         | 0,085                         |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   | 410                                                                                                                                            |                                 | 560                | 560                   | 560                | 560                           | 560                           |
|                                                                                                                                               | Social empowerment              | Pearson Correlation | ,626**                                                                                                                                         | ,450**                          |                    | ,393**                | ,524**             | ,532**                        | -,319**                       |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     | 0,000                                                                                                                                          | 0,000                           |                    | 0,000                 | 0,000              | 0,000                         | 0,000                         |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   | 410                                                                                                                                            | 410                             |                    | 560                   | 560                | 560                           | 560                           |
|                                                                                                                                               | Politieke empowerment           | Pearson Correlation | ,299**                                                                                                                                         | ,308**                          | ,404**             |                       | ,260**             | ,408**                        | -,126**                       |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     | 0,000                                                                                                                                          | 0,000                           | 0,000              |                       | 0,000              | 0,000                         | 0,003                         |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   | 410                                                                                                                                            | 410                             | 410                |                       | 560                | 560                           | 560                           |
|                                                                                                                                               | Steun aan toerisme              | Pearson Correlation | ,581**                                                                                                                                         | ,271**                          | ,611**             | ,347**                |                    | ,742**                        | -,651**                       |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     | 0,000                                                                                                                                          | 0,000                           | 0,000              | 0,000                 |                    | 0,000                         | 0,000                         |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   | 410                                                                                                                                            | 410                             | 410                | 410                   |                    | 560                           | 560                           |
|                                                                                                                                               | Positieve impact van toerisme   | Pearson Correlation | ,653**                                                                                                                                         | ,291**                          | ,632**             | ,413**                | ,746**             |                               | -,471**                       |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     | 0,000                                                                                                                                          | 0,000                           | 0,000              | 0,000                 | 0,000              |                               | 0,000                         |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   | 410                                                                                                                                            | 410                             | 410                | 410                   | 410                |                               | 560                           |
|                                                                                                                                               | Negatieve impact van toerisme   | Pearson Correlation | -,377**                                                                                                                                        | -,222**                         | -,500**            | -,274**               | -,720**            | -,559**                       |                               |
|                                                                                                                                               |                                 | Sig. (2-tailed)     | 0,000                                                                                                                                          | 0,000                           | 0,000              | 0,000                 | 0,000              | 0,000                         |                               |
|                                                                                                                                               |                                 | N                   | 410                                                                                                                                            | 410                             | 410                | 410                   | 410                | 410                           |                               |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

|             |                                     |
|-------------|-------------------------------------|
| 0.00 – 0.30 | nauwelijks of geen correlatie       |
| 0.30 – 0.50 | lage of zwakke correlatie           |
| 0.50 – 0.70 | middelmatige correlatie             |
| 0.70 – 0.90 | hoge of sterke correlatie           |
| 0.90 – 1.00 | zeer hoge of zeer sterke correlatie |

## 5. CONCLUSIE

## 5.1 CONCLUSIE

Stedelijk toerisme is een onderwerp waar veel meningen over zijn. In de literatuur is veel discussie over het fenomeen overtoerisme en de mogelijkheden om negatieve impact te voorkomen. De toekomst en duurzaamheid van toerisme is ook een onderwerp dat veel aandacht krijgt. Zowel binnen als buiten de wetenschap is het een onderwerp dat mensen bezighoudt. Regelmatig zijn er krantenberichten waar de groei van toerisme en de negatieve gevolgen hiervan centraal staan. In mijn proces om deze scriptie te maken heb ik van veel mensen te horen gekregen hoe zij tegen dit onderwerp aan kijken. Hierbij viel mij op deze meningen gevormd werden door hun eigen rol als toerist en/of als bewoner. Als bewoner willen we dat de toerist zich op een bepaalde manier gedraagt, als toerist willen we een unieke ervaring beleven bij het bezoeken van de stad

Om tot een beantwoording van mijn centrale vraag te komen, zal ik in dit concluderende hoofdstuk kort teruggrijpen op de geformuleerde deelvragen. De centrale vraag is: ***Hoe beïnvloedt de houding van de bewoner ten aanzien van toerisme de bereidheid om actief te participeren bij de toeristische ontwikkeling van de stad?***

### Hoe heeft het stedelijk toerisme zich ontwikkeld?

Toerisme is getypeerd als reizen voor het plezier. In de recente geschiedenis is toerisme eigenlijk een relatief nieuw fenomeen. Voor het

**Opinie: 'De enige oplossing voor overtoerisme: de toestroom aanpakken. Durft Amsterdam dat aan?'**

Het Parool 26 september 2022

**Zelfs corona maakt geen einde aan het massatoerisme**

Trouw 1 mei 2021

**'Breda is slechts één Instagram-post verwijderd van overtoerisme'**

AD 24-09-2019

**'Het wordt alleen maar erger': in 2030 bijna verdubbeling aantal toeristen**

AD 02-09-2019

**Opinie: 'Een deltaplan voor het toerisme kan de stad redden'**

Het Parool 11 maart 2021, 13:49

**Toerist gaat niet meer voor grote attracties, maar wil zich Rotterdammer voelen**

AD 08-12-2022

grote publiek is reizen voor het plezier pas goed op gang gekomen vanaf het midden van de vorige eeuw, als gevolg van economische en maatschappelijke ontwikkelingen. Steden waren eerder geen plekken om te ontspannen, vanwege de drukte en industrie. Pas vanaf de jaren '80 heeft het toerisme in steden zich in grote snelheid ontwikkeld. Deze ontwikkeling loopt gelijk op met de wederopstanding van de stad, waarbij de vervuilde industrie plaats maakte voor aantrekkelijke voorzieningen. Door de komst van stedelijke amenities zoals horeca, retail en leisure, in combinatie met de opwaardering van de buitenruimte, werden steden steeds aantrekkelijker voor toeristen. In eerste instantie stond het stedelijk toerisme in het teken van hotspots en iconen. De bezoekers in steden concentreerden zich rondom de belangrijkste eyecatchers. In de laatste jaren is meer differentiatie ontstaan in het stedelijk toerisme. Naast de toerist die voor de 'gangbare' eyecatchers gaat, is er een nieuwe stedelijke toerist, die meer onderdeel wil zijn van de stad en wil ervaren wat bewoners ervaren. De nieuwe toerist komt daarmee dieper de wijken in en tracht zich te mengen met de bewoner.

### **In hoeverre hebben steden te maken met toeristische druk en welke effecten zijn daardoor in de stad waar te nemen?**

In de literatuur is veel aandacht voor het effect van toerisme. Bekende termen die de revue passeren zijn overtoerisme, massatoerisme en overcrowding. Een veel gehoord punt is dat het effect van toeristische

druk in diverse steden heel verschillend is en daarmee lastig te vergelijken. Het gaat vooral om de perceptie van toeristische druk. In een stad waar het toerisme in opkomst is, zal de stad en haar bewoners nog moeten wennen aan die toerist. In absolute aantallen zal er wellicht sprake zijn van minder toeristen dan in grote internationale toeristenhotspots als Barcelona, Parijs of Venetië, maar de bewoner kan toch toeristische overdruk ervaren.

Daarbij moet ook in ogenschouw worden genomen dat de ervaren druk een resultaat is van een geïntensiveerd gebruik van de openbare ruimte in het algemeen. Enerzijds kan dit komen door toerisme, anderzijds is ook de stedelijke ontwikkeling zelf een belangrijke reden voor meer drukte in de openbare ruimtes. Meer mensen wonen en werken in de stad en stellen hogere eisen aan de kwaliteit van buitenruimte en amenities.

Een effect dat door toerisme en toeristische druk tot uiting komt in de stad is toeristische gentrificatie. Dit is het proces, waarbij toerisme (inclusief de daarbij behorende voorzieningen) de stad in trekt en een plek inneemt. Door deze toeristificatie ontstaat een proces waarbij bestaande bewoners kunnen worden weggedrukt, doordat zij zich niet meer thuis voelen, het leven in de stad niet meer kunnen betalen of overlast ervaren. De toename van toerisme en de gevolgen daarvan voor de leefomgeving van bewoners, maakt dit tot een aspect dat direct van invloed is op de kwaliteit van leven van de bewoners doet. Bewoners

worden door toeristische gentrificatie ofwel weggedrukt van de plek waar ze woonden, of ze worden geconfronteerd met een andere leefomgeving doordat voorzieningen veranderen en het sociale klimaat dat men gewend was verdwijnt. De leef kwaliteit van de oorspronkelijke bewoner komt daardoor in het geding.

Doordat de stad toeristen veel te bieden heeft, ontstaan diverse negatieve effecten als gevolg van het toerisme. Maar toerisme geeft de stad ook iets terug. Steden hebben toerisme jarenlang gezien vanuit een economische en financiële bril (achteraf wellicht onverstandig) en het economisch profijt centraal gesteld. Hoewel die blik nu breder is, is het nog altijd een gegeven dat toerisme zorgt voor economisch profijt. Hierbij gaat het niet alleen om inkomen van de bewoner, maar ook om het voorzieningenaanbod dat voor een deel mogelijk gemaakt wordt door de toevloeiende koopkracht van de consument.

### Hoe is de houding van bewoners ten aanzien van toerisme te meten?

Om inzicht te krijgen in de houding van bewoners, is het belangrijk dat er niet te eenzijdig wordt gekeken. In het verleden is bij toerisme veelal ingezoomd op de economische effecten. Naast de economische aspecten, zijn voor bewoners echter ook de psychologische, sociale en maatschappelijke aspecten relevant. Met het RETS-model (Resident Empowerment through Tourism Scale) (Boley, et al., 2014) kan inzicht

verkregen worden in diverse aspecten die van invloed zijn bij de houding van bewoners ten aanzien van toerisme. De methode van Boley en anderen combineert twee theorieën:

1. De 'social exchange theorie in resident attitude research': Hierin wordt een rationele afweging verondersteld, waarbij de kosten en baten, en voor- en nadelen bepalen of toerisme wel of niet gesteund wordt;
2. 'Webers theory of formal en substantive rationality' (WFSR): de menselijke rationaliteit wordt beïnvloed door een balans of een spanning tussen iemands formele (economische) en inhoudelijke (niet-economische) motieven.

De Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS) concentreert zich niet alleen op het directe persoonlijk economisch voordeel van toerisme, maar voegt daar het begrip 'empowerment' aan toe. Dit is de mate waarin bewoners kracht halen uit de effecten van toerisme. Afhankelijk van de persoonlijke ervaringen van bewoners (positief, dan wel negatief) versterkt of verzwakt dit de steun voor toerisme. In het model wordt onderscheid gemaakt tussen drie soorten empowerment, namelijk psychologisch, sociaal en politiek. (Boley, et al., 2014)

In dit onderzoek is ervoor gekozen om aan de hand van de systematiek van het RETS-model, de houding van Rotterdamse bewoners ten aanzien



van toerisme inzichtelijk te maken. Naast de brede insteek van dit model, is voor dit model gekozen omdat het ook in andere Nederlandse regio's is toegepast (IJben, 2020). Hierdoor zijn de onderzoeksdata te vergelijken en te duiden.

### Hoe is de houding van bewoners in Rotterdam ten opzichte van toeristen?

De effecten van toerisme doen iets met de bewoners van de stad.

Discussies in politiek en maatschappij ten aanzien van toerisme, worden bepaald door het sentiment in de maatschappij. Ofwel, hoe is de attitude van de bewoners ten aanzien van toerisme? In het onderzoek is daarom voor Rotterdam in beeld gebracht hoe de houding van bewoners ten aanzien van toerisme is en door welke componenten die houding wordt bepaald. Daarvoor is het RETS-model (Resident Empowerment Through Tourism Scale) van Boley (Boley, et al., 2014) als wetenschappelijk gevalideerd model gehanteerd. Er zijn verschillende factoren van invloed op de positieve danwel negatieve perceptie van bewoners ten aanzien van toerisme. Naast de mate van persoonlijk economisch voordeel dat bewoners kunnen hebben, zijn er 3 vormen van empowerment waaruit bewoners kracht kunnen ontleenen. In het onderzoek wordt specifiek ingegaan op: psychologisch empowerment (trots en eigenwaarde, sociaal empowerment (verbondenheid) en politiek empowerment (betrokkenheid).

Het blijkt dat 56% van de respondenten toerisme steunt en wil dat het belangrijk blijft in Rotterdam. 66% is het eens met de stelling dat Rotterdam een toeristische bestemming moet blijven.

De balans tussen de voor- en nadelen lijkt een aandachtspunt te zijn in Rotterdam. Met 47% geeft net iets minder dan de helft van de bewoners aan dat de voordelen van toerisme zwaarder wegen dan de nadelen. Dit komt ook terug in de score van gepercipieerde positieve en negatieve impact van toerisme. Met een samengevoegde score van 3,3 (op een schaal van 5) voor de negatieve impact ligt dit voor bewoners net iets hoger dan de positieve impact (3,2),

Er is een sterke correlatie tussen de gepercipieerde positieve impact van toerisme en de steun voor toerisme. Dit betekent dat wanneer bewoners de positieve impact van toerisme hoger waarderen, er ook meer steun is voor toerisme. Andersom is er een sterke correlatie tussen de gepercipieerde negatieve impact ten opzichte van de steun voor toerisme, al is dit minder sterk dan bij de positieve impact. Ofwel, positieve ervaringen wegen nog zwaarder mee bij de steun aan toerisme dan dat negatieve ervaringen deze steun tenietdoen. Deze uitkomst is opmerkelijk vanuit de theorie van loss aversion, waarbij verlies zwaarder weegt dan winst. In de context van steun aan toerisme zou het logisch zijn geweest dat de ervaren negatieve effecten (verlies) zorgen voor een grotere afkeer van toerisme. In het onderzoek blijkt echter dat wanneer

bewoners positieve effecten (winst) ondervinden van toerisme, dit zorgt voor meer steun. In deze Rotterdamse casus wegen verliezen dus niet zwaarder dan winst, maar wegen positieve ervaringen zwaarder dan negatieve.

### Centrale vraag: Hoe beïnvloedt de houding van de bewoner ten aanzien van toerisme de bereidheid om actief te participeren bij de toeristische ontwikkeling van de stad?

Samenvattend lijkt de bereidheid om te participeren bij de toeristische ontwikkeling niet bepaald te worden door de ervaren positieve of negatieve impact van toerisme. Het onderliggende gevoel dat nogal eens leeft bij participatie, namelijk dat het met name bewoners aantrekt die hinder ondervinden of bang zijn hinder te ondervinden, wordt met dit onderzoek niet ondersteund. Het blijkt dat het persoonlijk economisch belang van bewoners wel van invloed is op de bereidheid tot participatie.

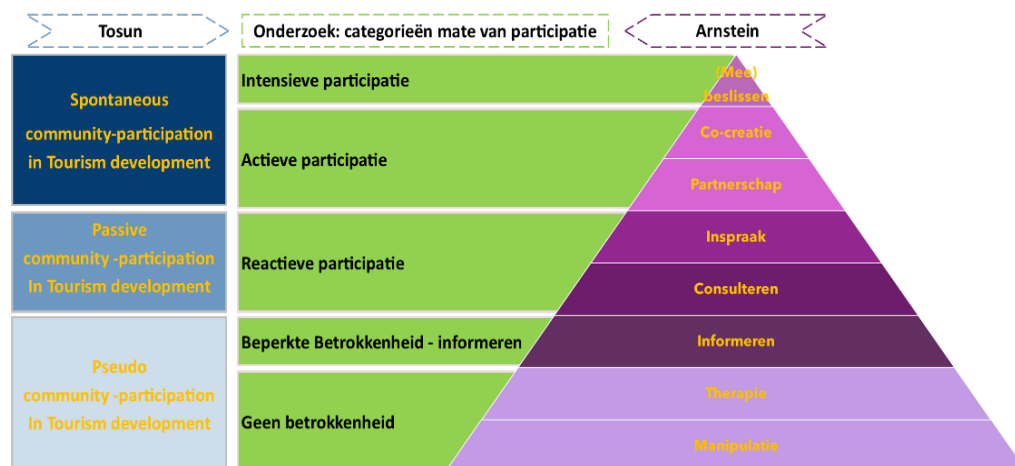
Geconcludeerd kan worden dat respondenten die aangeven bereid te zijn tot participatie, zich door toerisme meer verbonden weten met de gemeenschap. Ook is deze groep mede door toerisme trotser een inwoner van de stad te zijn.

Zowel in gebiedsontwikkelingen als bij de doorontwikkeling van toerisme wordt de bewoner steeds meer centraal gesteld. Centraal stellen zou ook moeten betekenen dat ze zo goed mogelijk betrokken wordt bij de toeristische ontwikkeling. In dit onderzoek is aan respondenten gevraagd

of men bereid is mee te denken, input te leveren, ofwel deel te nemen aan participatie. De uitkomst is dat ca. 42% van de respondenten in Rotterdam die bereidheid heeft. In het centrum blijkt dit aandeel met 65% zelfs ruim hoger te liggen.

Van het aantal respondenten dat bereid is tot participatie, verschilt het onderwerp waarbij men betrokken wil worden. Bewoners van het centrum zijn in hogere mate bereid om mee te denken over beleidsontwikkeling. Respondenten die woonachtig zijn ten noorden van het centrum zijn in hogere mate bereid om mee te denken over concrete ontwikkelingen in de woonomgeving dan bewoners ten zuiden van het centrum. Een mogelijke verklaring is dat het centrum en de stadswijken ten noorden van het centrum meer toeristische voorzieningen hebben. Door de ervaringen die bewoners hebben met toerisme in hun leefomgeving, kunnen ze zich meer genoodzaakt voelen om bij concrete ontwikkelingen betrokken te worden. Respondenten woonachtig in het centrum en in de stadswijken ten noorden van het centrum, geven ook vaker aan dat een groei van het aantal toeristen zal leiden tot spanningen tussen bewoners en bezoekers. Het is goed mogelijk dat de hogere bereidheid om betrokken te worden bij concrete ontwikkelingen in de directe woonomgeving en bij toeristische beleidsontwikkeling, hier een reactie op is.

**Figuur 6.1: Gecomprimeerde ladder van participatie (groen), naar de indeling van de participatieladder van Arnstein en toeristische indeling van Tosun**



### Mate van betrokkenheid

Betrokken willen worden is een breed begrip. Niet iedere bewoner zal op eenzelfde manier betrokken willen raken via participatie bij toeristische ontwikkelingen. Onder andere de participatieladder van Arnstein laat zien dat er veel vormen van participatie zijn. Voor de toeristische context heeft Tosun drie vormen onderscheiden. In het onderzoek is gekozen voor een indeling met 5 categorieën (figuur 6.1).

Het blijkt dat van de respondenten die bereid zijn tot participatie ca. 39% aangeeft actief en intensief met de gemeente mee wil denken over toerisme in de woonomgeving en toeristische ontwikkelingen.

Voor de beantwoording van de hoofdvraag is geanalyseerd in hoeverre de score van respondenten op de 7 constructen van het RETS-model (psychological, social, political empowerment, persoonlijk economisch voordeel, gepercipieerde positieve impact, gepercipieerde negatieve impact en steun aan toerisme) van invloed zijn op de bereidheid tot participatie. Om te beantwoorden welke invloed de houding tegenover toerisme heeft op de bereid tot participatie zijn de volgende hypothesen gecheckt:

**H1. Bewoners bij wie de gepercipieerde negatieve impact hoger is, zijn meer bereid tot participatie.**

Deze hypothese wordt niet sluitend ondersteund. Van de respondenten die aangeven bereid te zijn tot participatie, is de gemiddelde score op de gepercipieerde negatieve impact niet significant hoger dan van respondenten die niet bereid zijn een bijdrage te leveren (zie figuur 4.26).

Wel is zichtbaar dat de correlaties van de groep die bereid is actief met de gemeente mee te denken, sterker zijn tussen de gepercipieerde negatieve impact en de steun aan toerisme. Het blijkt dat dit effect bij respondenten die bereid zijn tot participatie, sterker ( $r = -.720$ ,  $p < 0.01$ ) is dan bij respondenten die daartoe niet bereid zijn ( $r = -.651$ ,  $p < 0.01$ ) (zie figuur 4.27). Anders gezegd wordt de steun voor toerisme bij de groep 'potentiële participanten' door de ervaren negatieve impact meer gereduceerd dan van de groep die niet bereid is tot participatie.

***H2. Bewoners voor wie het persoonlijk economisch voordeel groot is, zijn meer bereid tot participatie.***

Deze hypothese wordt ondersteund. Bewoners die bereid zijn om actief met de gemeente mee te denken, scoren significant hoger op het gebied van het persoonlijk economisch voordeel dan respondenten die niet bereid zijn mee te denken. (Zie figuur 4.26)

***H3. De bereidheid tot participatie is lager bij bewoners die toerisme steunen***

Deze hypothese wordt niet ondersteund. De score voor steun aan toerisme van respondenten die bereid zijn om actief met de gemeente mee te denken, is iets hoger dan de groep die daartoe niet bereid is. Dit verschil is niet significant (zie figuur 4.26)

***H4. Bewoners bij wie de sociale verbondenheid door toerisme hoog is, zijn meer bereid tot participatie.***

Deze hypothese wordt ondersteund. De score ten aanzien van sociaal empowerment van respondenten die bereid zijn actief met de gemeente mee te denken is significant hoger dan bij bewoners die daartoe niet bereid zijn.

## 5.2 BEVINDINGEN

Naast het beantwoorden van de centrale vraag zijn er enkele opvallende bevindingen aan het licht gekomen tijdens dit onderzoek die het waard zijn om kort de revue te laten passeren.

### ***Participatie doet participeren***

In dit onderzoek naar de houding van Rotterdamse bewoners ten aanzien van toerisme, blijkt dat de houding van de bewoner geen groot effect lijkt te hebben op de bereidheid tot participatie. Er is niet aangetoond dat een hogere mate van ervaren positieve, dan wel negatieve effecten een trigger is voor bewonersparticipatie bij toerisme. Wel blijkt dat eerdere ervaringen met participatie belangrijk zijn voor de mate van participatiebereidheid. Van de bewoners die aangeven in de afgelopen 5 jaar te hebben deelgenomen aan een vorm van participatie, is ruim 60% bereid om voor het onderwerp toerisme ook te participeren. Als er gesproken wordt over participatiemoeheid, lijkt dit bij de respondenten in dit onderzoek nog niet geleid te hebben tot 'afknappen'. Bijna de helft van de 'terugkerende participanten' geeft zelfs aan de voorkeur te hebben voor actieve of intensieve participatie.

### ***Participatie ?!?***

Bij gemeenten is het woord participatie gemeengoed. In het jargon gaat het over participatieve processen, participatietrajecten, burgerparticipatie, participatieve budgetten, etc. Echter moet er rekening

mee gehouden worden dat door de gemiddelde burger het woord participatie niet altijd in die zin begrepen wordt. In het onderzoek is gevraagd of respondenten in de afgelopen 5 jaar hebben deelgenomen aan een participatie of co-creatie proces. Van de 970 respondenten gaven er 107 aan dat zij niet weten wat dit is. Dit is een signaal dat gemeenten en andere partijen die burgers willen betrekken duidelijke taal moeten gebruiken en concreet moeten maken wat participatie inhoudt.

### ***Loss Averssion***

Positieve ervaringen zorgen voor meer steun aan toerisme dan dat negatieve ervaringen deze steun weer reduceert. Deze bevinding is opmerkelijk en is belangrijk in het toeristisch discours. Waar de discussie bij overtoerisme vaak gaat over de negatieve effecten en de noodzaak die te beperken, laat deze constatering zien dat een inzet op de positieve effecten effectiever kan zijn om de steun voor toerisme te vergoten bij de bewoner.

## **5.3 AANBEVELINGEN**

### ***Stel bewoner centraal***

De bewoner is voor steden de belangrijkste asset. In Rotterdam wordt gezegd: “Wat goed is voor de bewoner, is goed voor de toerist”. Deze stelling wordt onderschreven in de literatuur. Uit het literatuuronderzoek naar stedelijk toerisme blijkt dat de toerist die de stad bezoekt, steeds

meer als bewoner de stad wil ervaren. De manier hoe de bewoner naar de stad kijkt en hoe die zijn omgeving waardeert, straalt daarmee ook af op de toerist. De mate waarin bewoners zich gehoord voelen en de mate waarin bewoners zich met elkaar verbonden voelen, blijken essentieel bij de steun voor toerisme. Bij toeristische ontwikkelingen in de stad kan daarom ook aanbevolen worden om de bewoner te betrekken en te zorgen voor verbinding. Betrokkenheid en verbondenheid kan leiden tot extra trots en draagvlak voor toerisme. Sociaal verbonden en serieus genomen bewoners kunnen fungeren als ambassadeurs voor het stedelijk toerisme. Dit kan twee doelen dienen. Enerzijds zal de attitude van bewoners positief kunnen veranderen en wordt de levenskwaliteit voor bewoners beter. Anderzijds draagt het bij aan de authenticiteit van steden en trekt het nieuwe stedelijk toeristen aan die de stad als bewoners willen ervaren.

### ***Voorkom negatief narratief, maar zet in op positieve ervaringen***

In de discussies als gevolg van massatoerisme en overtoerisme, ligt de focus van het narratief veelal op de negatieve impact van toerisme. Veel aandacht gaat uit naar het belang om die negatieve impact te reduceren. Uiteraard is het belangrijk dat steden trachten de negatieve impact te minimaliseren. Voor de steun van bewoners aan toerisme, blijkt het echter veel belangrijker dat bewoners de positieve impact hiervan ervaren. Gepercipieerde positieve impact zorgt namelijk voor meer steun

aan toerisme, dan dat negatieve ervaringen resulteren in weerstand. Daar komt bij dat bewoners die toerisme steunen waarschijnlijk gastvrij zijn voor de bezoeker van de stad. Een interessante bevinding in het onderzoek naar de houding van bewoners ten aanzien van toerisme heeft betrekking op de kracht van ervaren positieve impact. Het blijkt dat voor bewoners positieve ervaringen zwaarder wegen dan negatieve ervaringen. Ofwel, als bewoners positieve impact ervaren als gevolg van toerisme zorgt dit voor meer steun aan toerisme.

### ***Spreek de taal van de bewoner***

In het onderzoek onder Rotterdamse bewoners blijkt dat een groot deel van de respondenten geen goed beeld heeft van wat participatie inhoudt. Voor gemeenten is het belangrijk om te beseffen dat niet voor alle bewoners duidelijk is wat participatie is en welke verschillende vormen er zijn. Zeker bij onderwerpen die iets verder van de bewoner afstaan is het nodig om de communicatie richting bewoners zo helder mogelijk te doen zijn. Dit is nodig om ook de bewoner die minder bekend is met inspraak en participatie bij het onderwerp te betrekken.

### ***Zet in op positieve ervaringen met participatie***

In dit onderzoek wordt gesignaleerd, dat bewoners die eerder betrokken zijn geweest bij participatie in Rotterdam ook in een nieuwe situatie bereid zijn om te participeren. Het blijkt zelfs dat wanneer men eerder al eens geparticipeerd heeft, men bereid is om een verdergaande vorm van

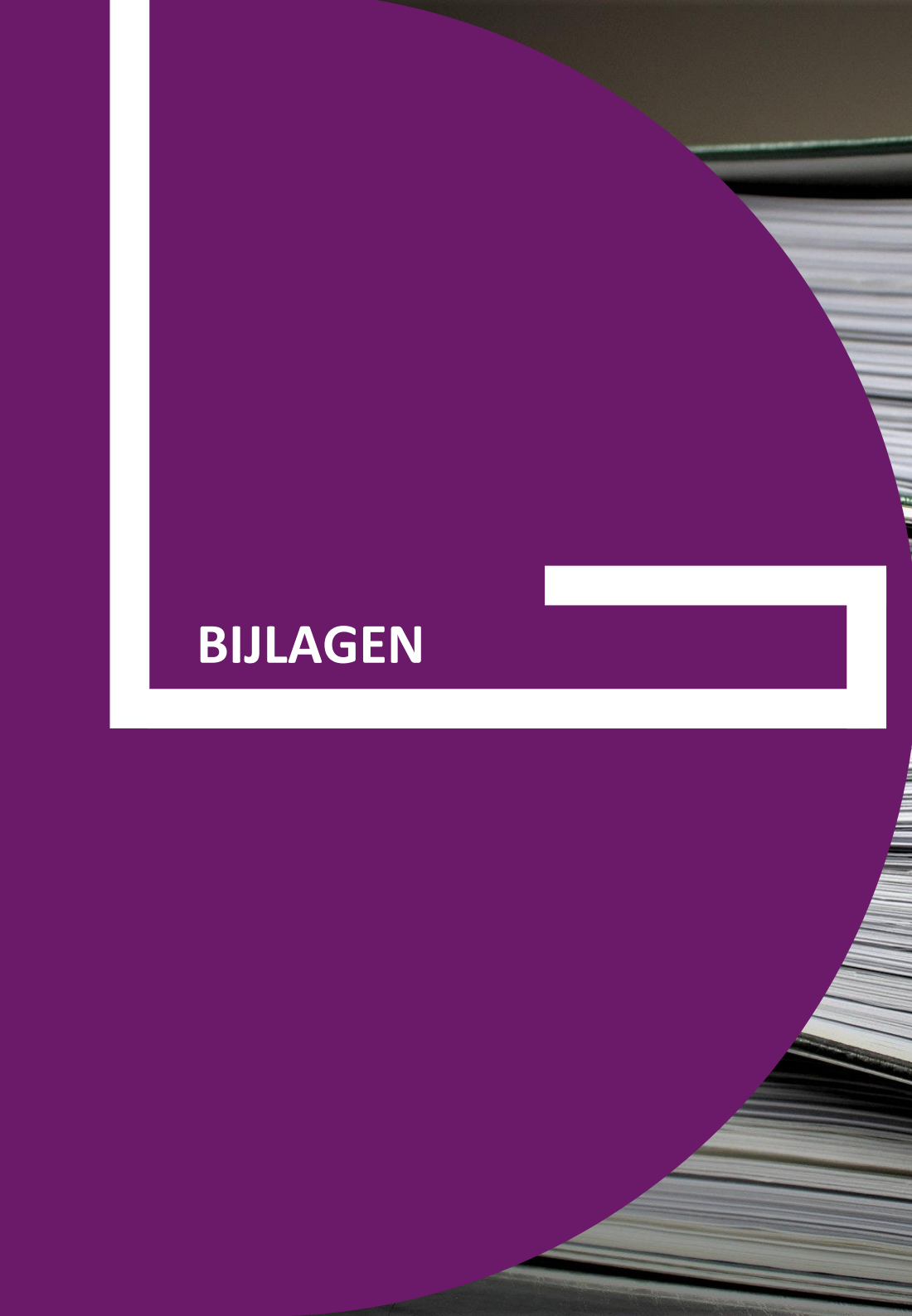
de participatierol op te pakken. Dit biedt kansen voor de gemeente om actief met bewoners het toeristisch product verder vorm te geven. Wel moet hierbij beseft worden dat er een situatie kan ontstaan waarbij de usual suspects opstaan in participatietrajecten. Een aanbeveling aan gemeenten is om in de communicatiestrategie, juist de bewoners die minder voor de hand liggen, ook bij het participatieproces te betrekken.

### ***Herhaal onderzoek naar houding van bewoners***

Een goed inzicht in de attitude van de bewoner is belangrijk bij de ontwikkeling van stedelijk toerisme. Onderzoek naar het sentiment onder bewoners middels het RETS-model is een goede methode om de steun voor toerisme te peilen.

Met dit onderzoek is voor Rotterdam een eerste meting uitgevoerd. Aanbevolen wordt om onderzoek naar de attitude van bewoners regelmatig te herhalen. Door dit onderzoek regelmatig te herhalen, bijvoorbeeld eens in de drie jaar, kan gemonitord worden hoe de perceptie door de jaren heen verandert als gevolg van toeristische ontwikkelingen.





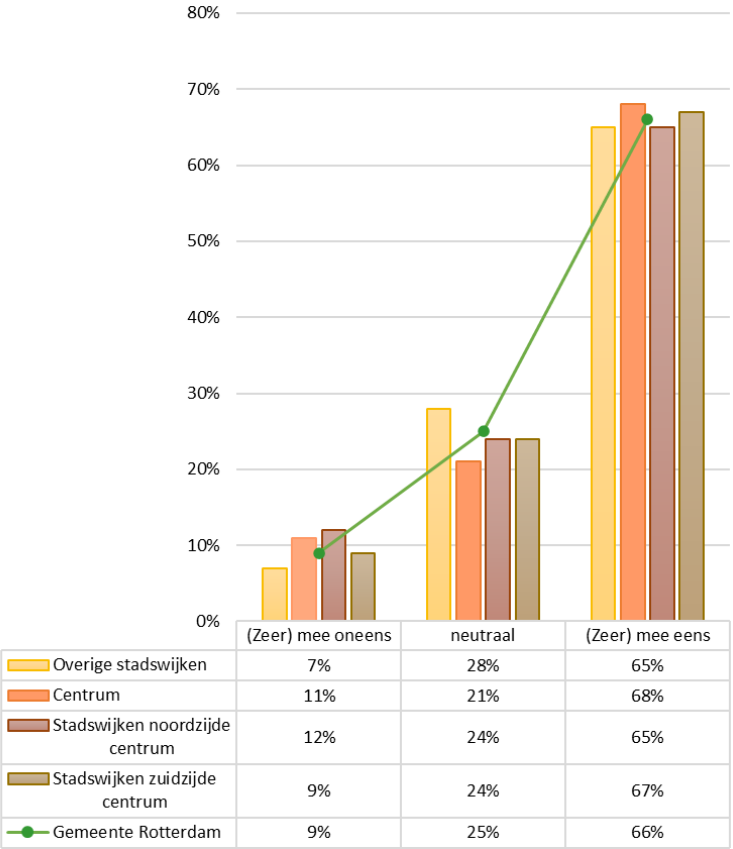
# BIJLAGEN



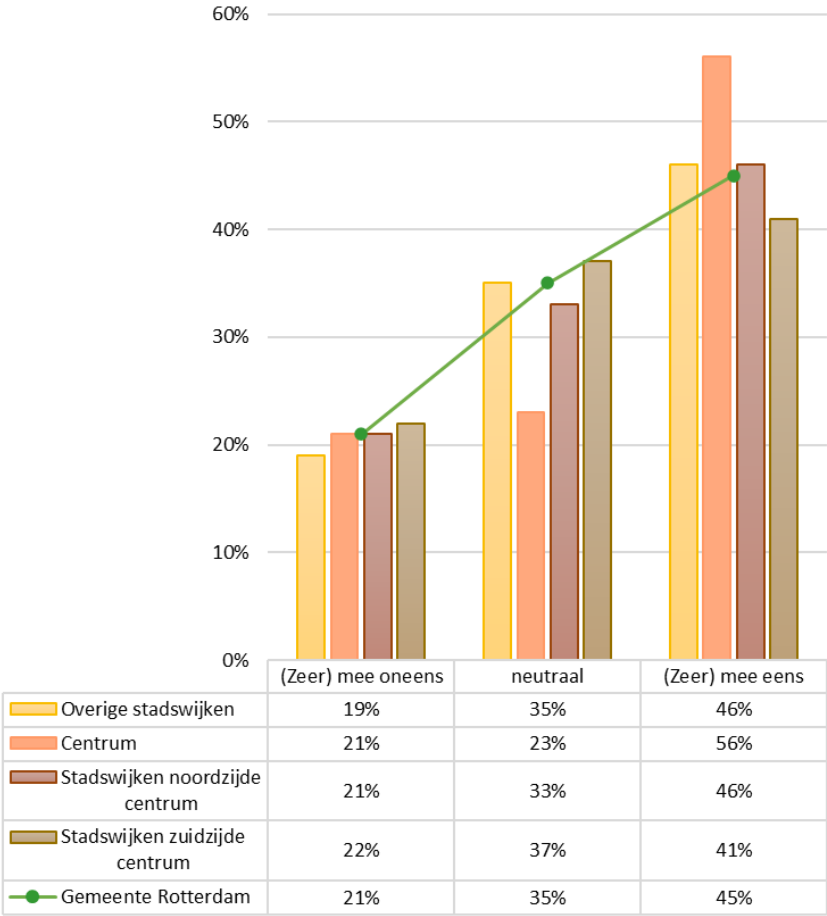
BIJLAGE 1: GRAFIEKEN ANALYSE

B1.1: Grafieken Psychologisch Empowerment

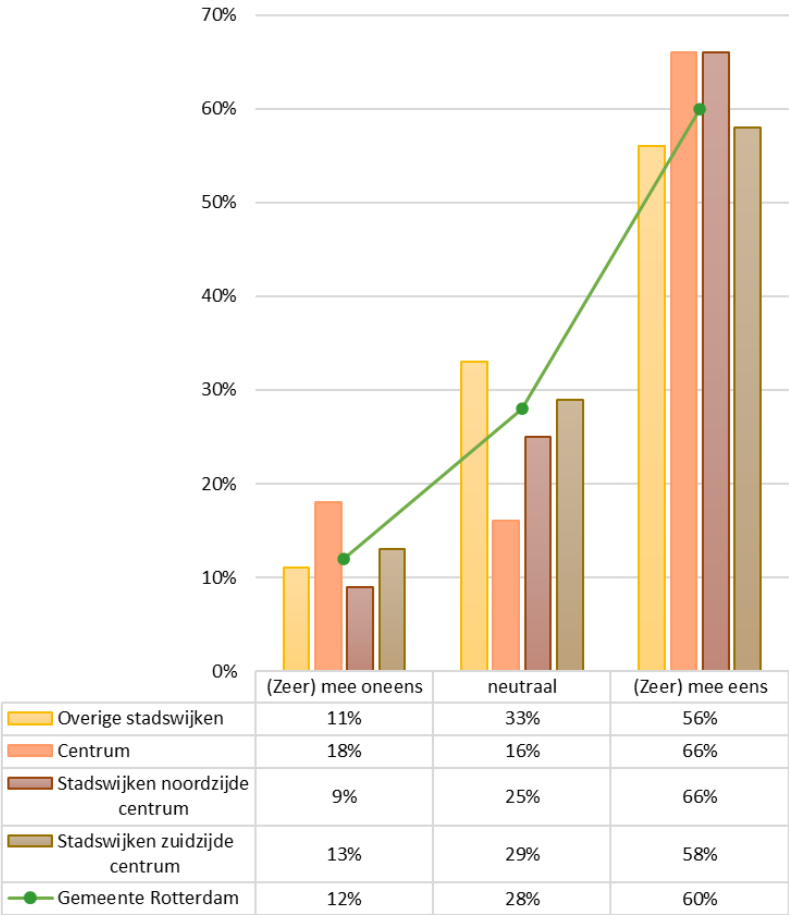
**Figuur B1.1: stelling “Door toerisme in mijn gemeente ben ik trots een inwoner van Rotterdam te zijn”**



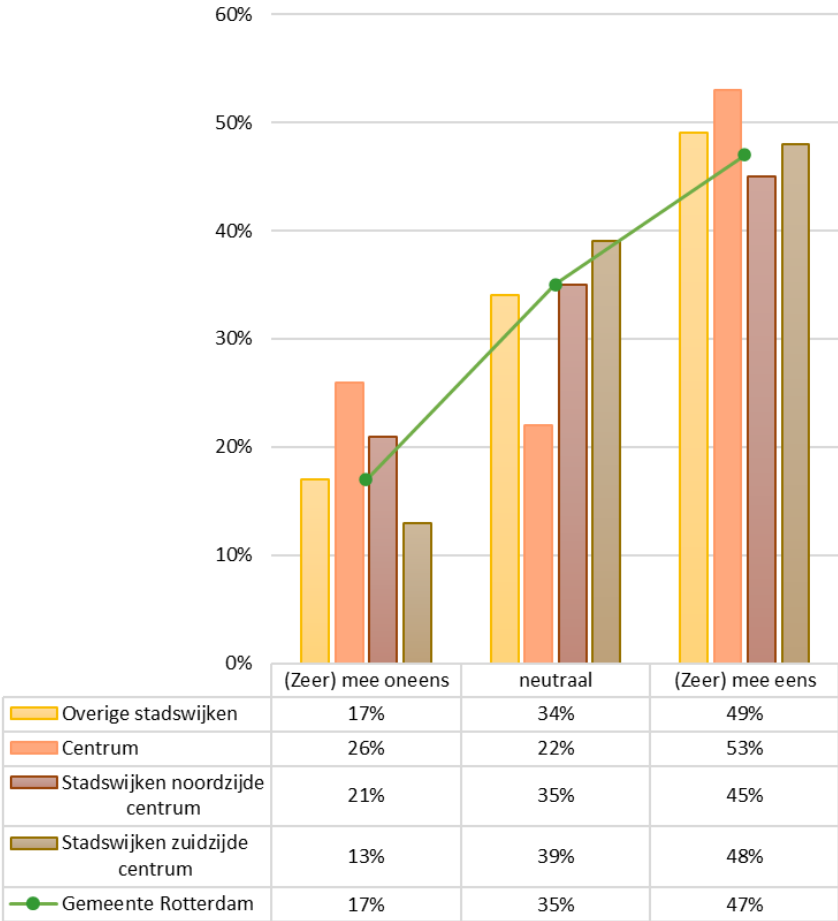
**Figuur B1.2: stelling “Door toerisme in mijn gemeente voel ik me speciaal omdat mensen hier naartoe reizen om de unieke plekken van de stad te zien”**



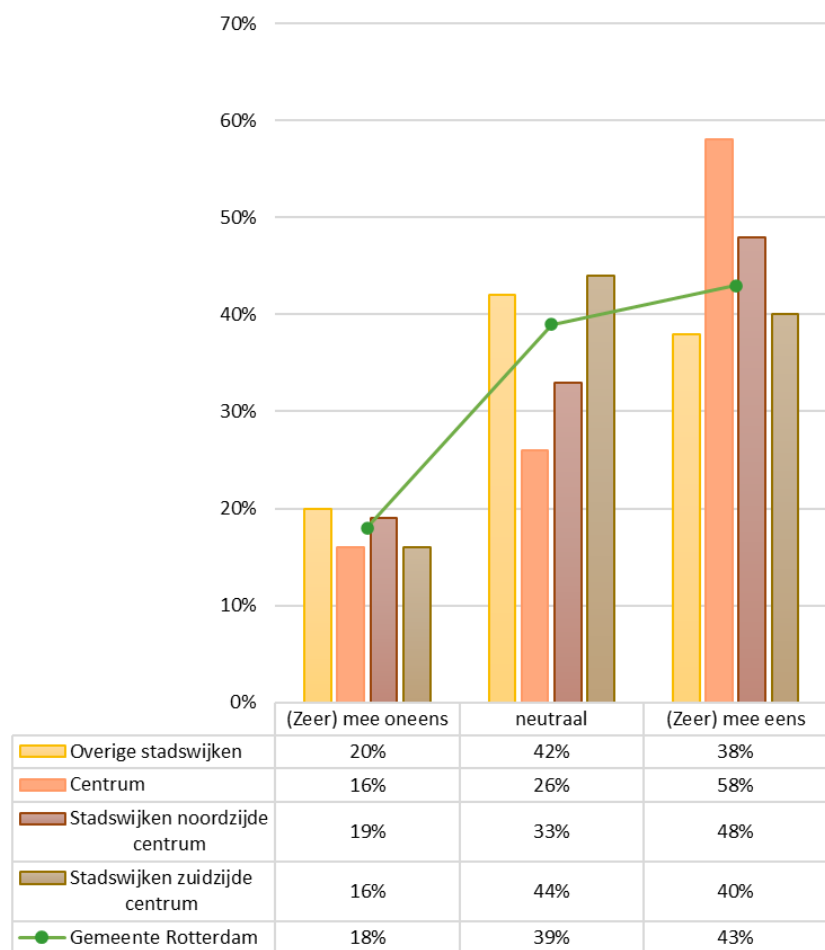
**Figuur B1.3: stelling “Door toerisme in mijn gemeente wil ik anderen graag vertellen wat Rotterdam te bieden heeft”**



**Figuur B1.4: stelling “Door toerisme in mijn gemeente word ik eraan herinnerd dat onze cultuur uniek is en dat ik die kan delen met anderen”**

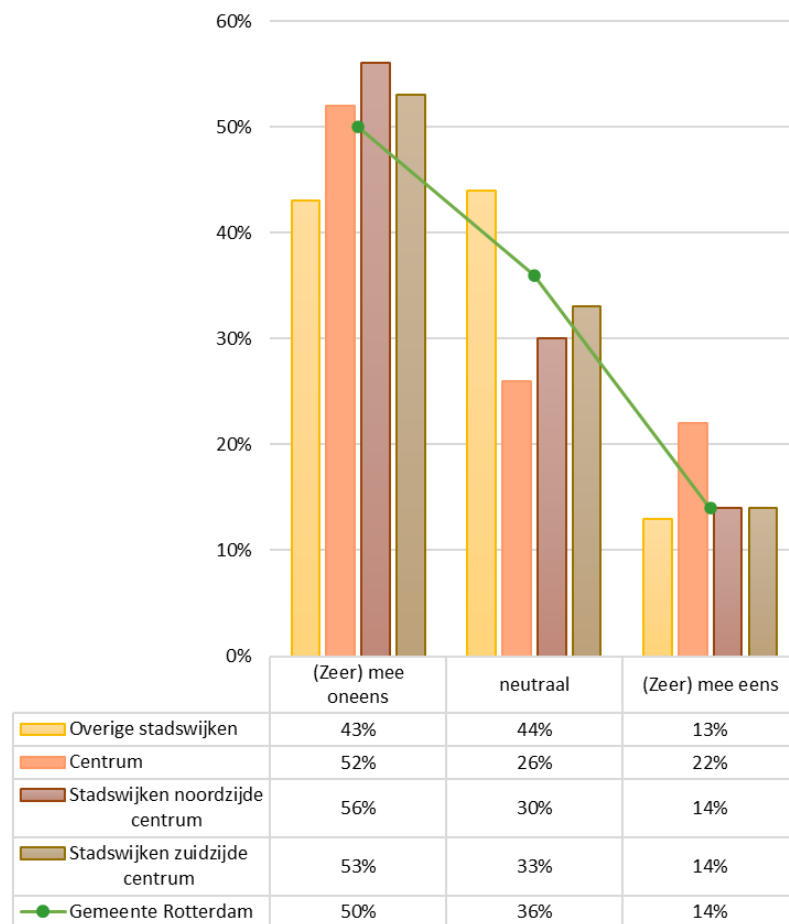


**Figuur B1.5: stelling “Door toerisme in mijn gemeente wil ik me inzetten om Rotterdam speciaal te houden”**

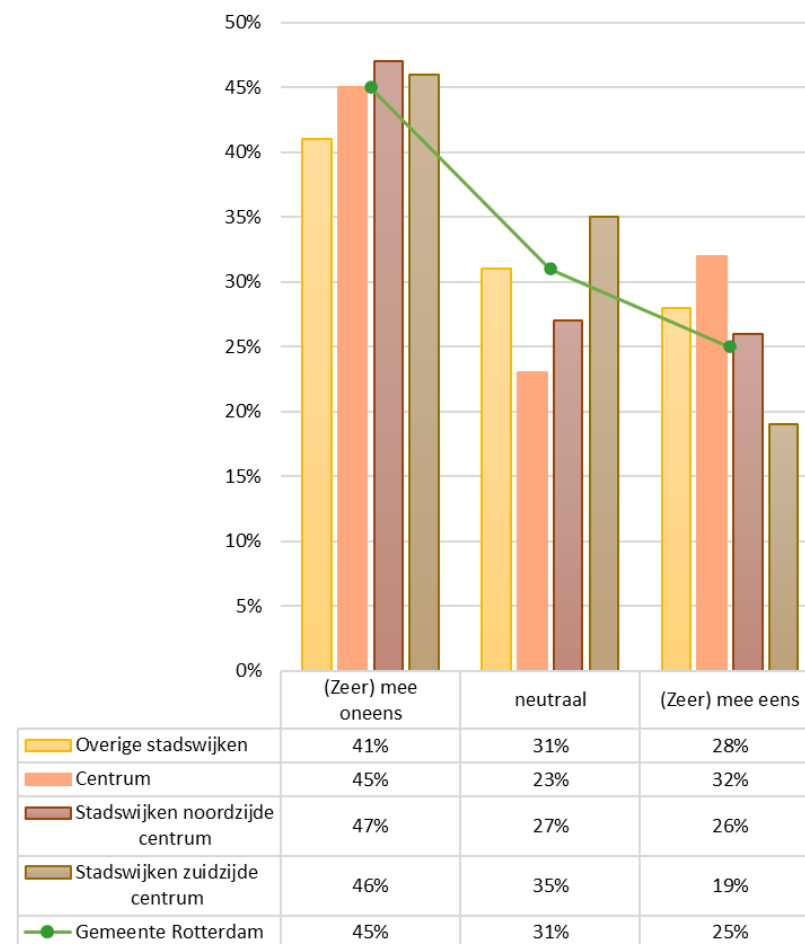


## B1.2: Grafieken Sociaal Empowerment

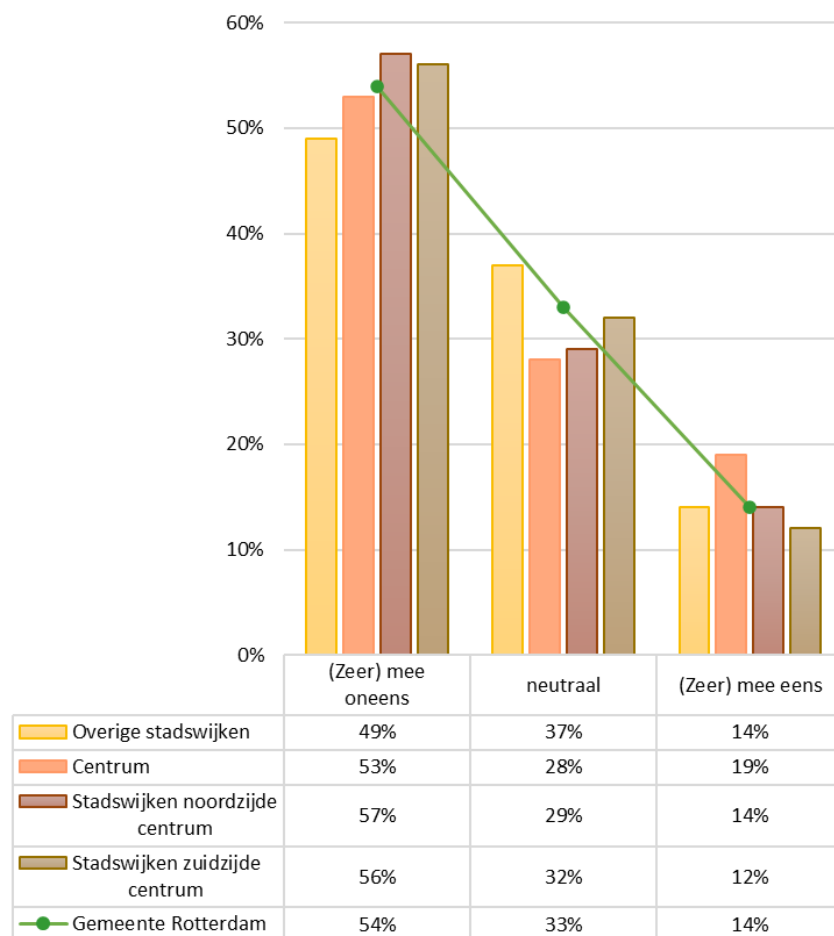
**Figuur B1.6: stelling “Toerisme in Rotterdam zorgt ervoor dat ik mij meer verbonden voel met de gemeenschap”**



**Figuur B1.7: stelling “Toerisme maakt het ‘wij-gevoel’ in mij wakker”**

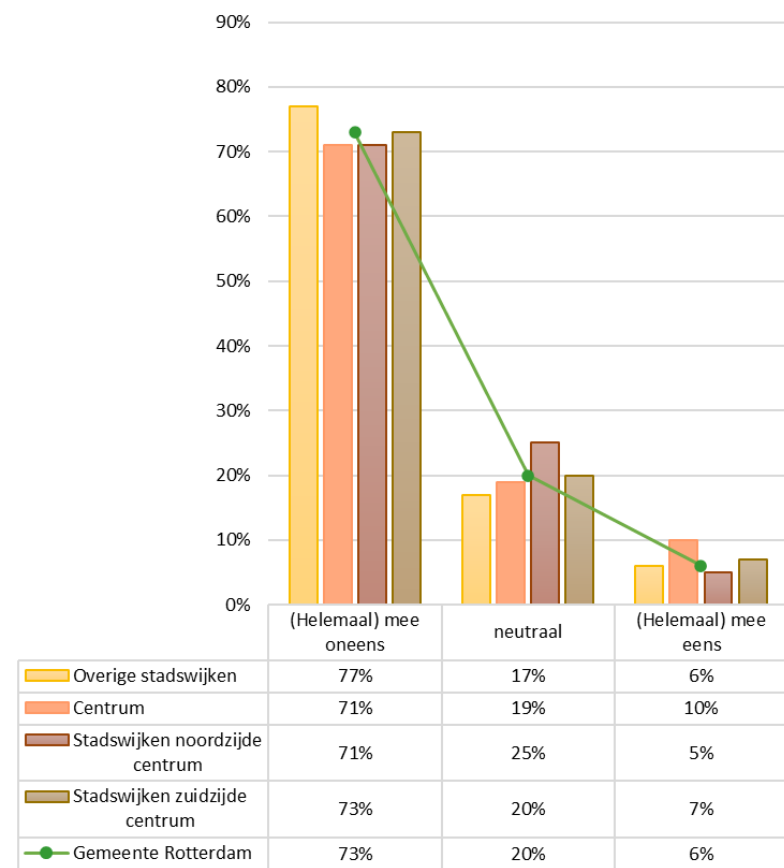


**Figuur B1.8: stelling “Toerisme in Rotterdam biedt mij meer mogelijkheden om betrokken te zijn of te geraken bij mijn gemeenschap”**

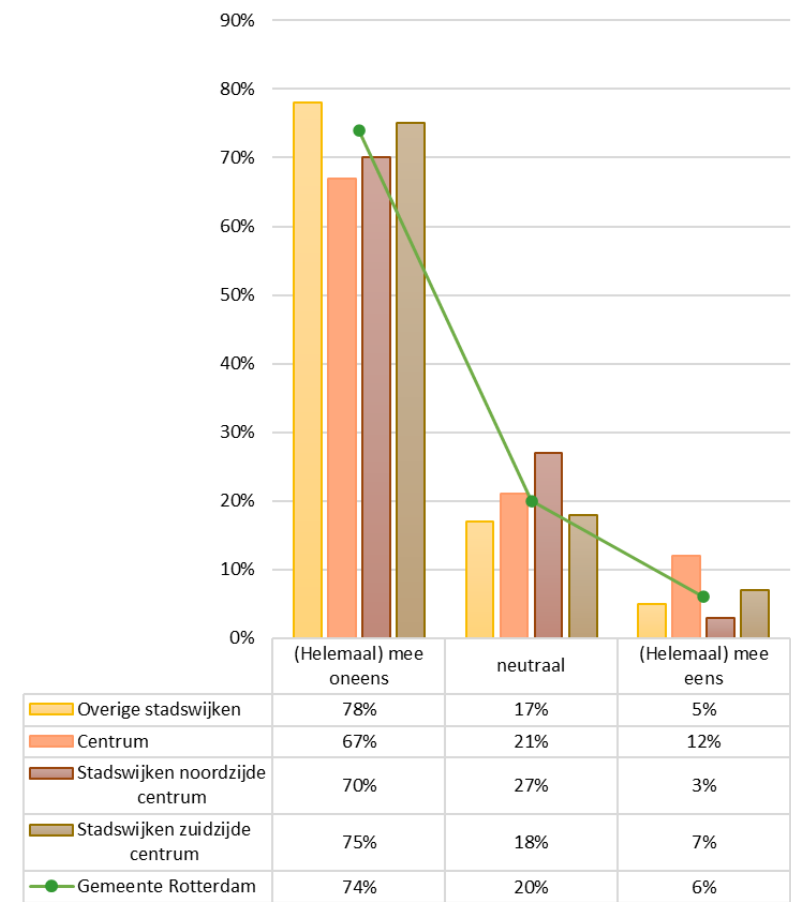


B1.3: Grafieken Politiek Empowerment

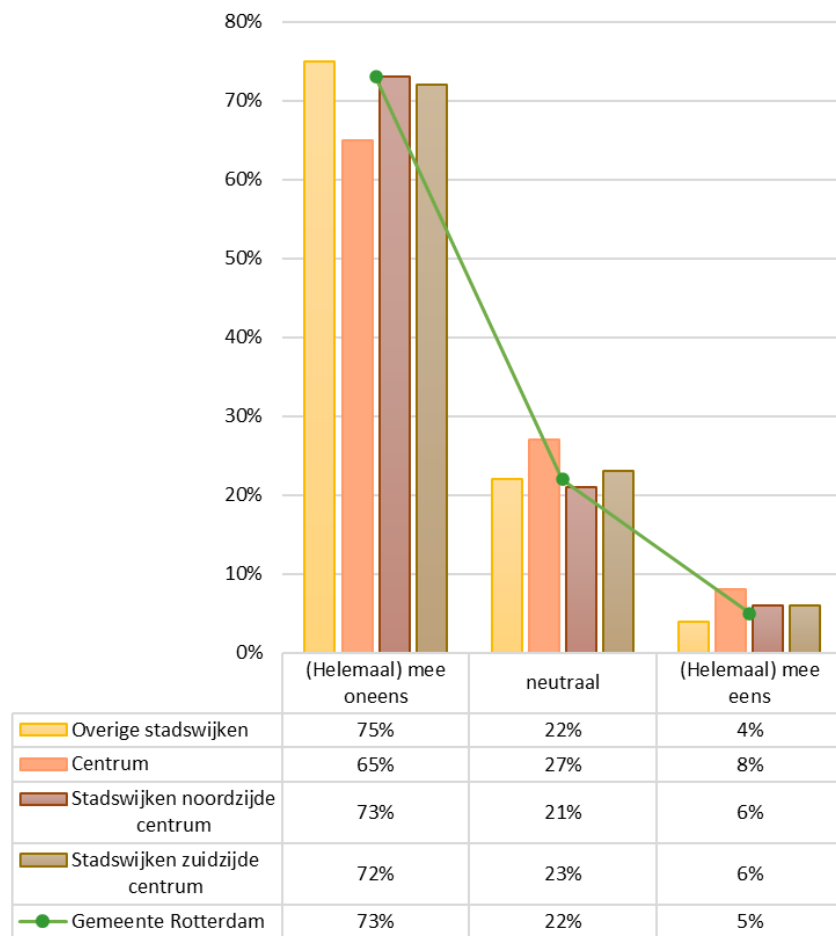
**Figuur B1.9: Stelling “Ik heb het gevoel dat ik een stem heb in de beslissingen rond toeristische ontwikkelingen in Rotterdam”**



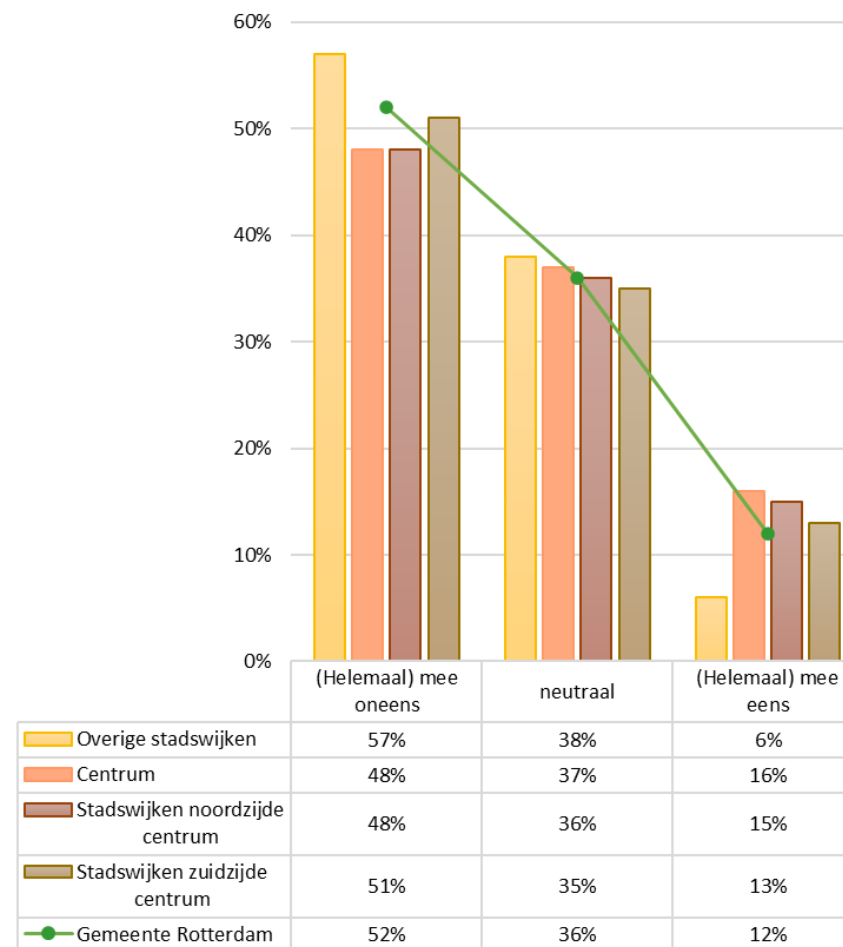
**Figuur B1.10: Stelling “Ik heb het gevoel dat ik mee kan doen in het beslisproces over toerisme in Rotterdam”**



**Figuur B1.11: Stelling “Ik heb het gevoel dat mijn stem een verschil maakt in hoe toerisme wordt ontwikkeld in Rotterdam”**



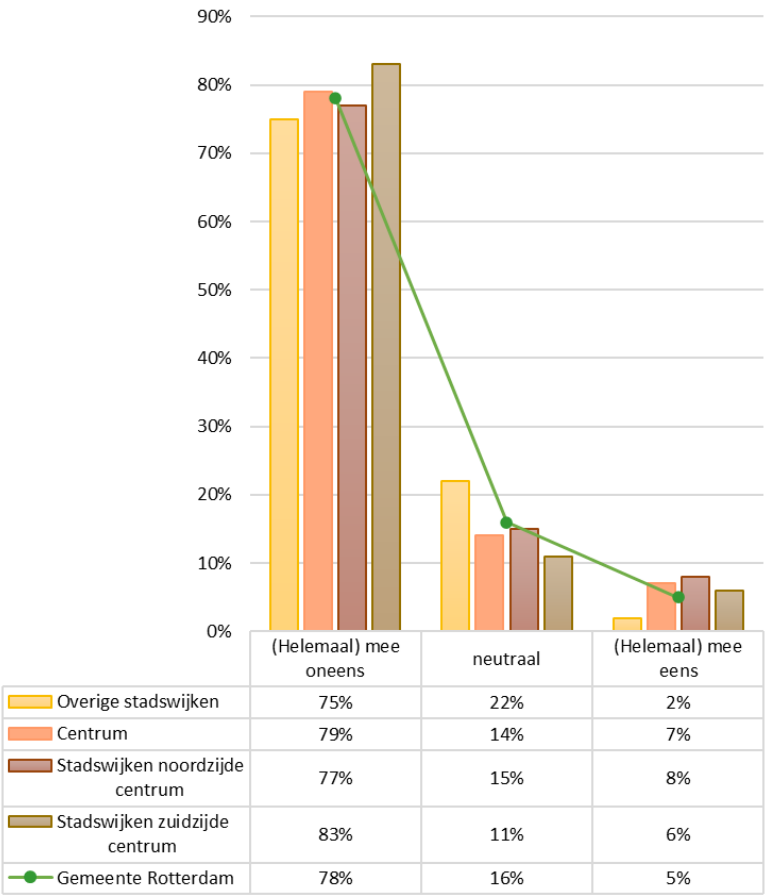
**Figuur B1.12: Stelling “Ik heb het gevoel dat ik mijn bezorgdheden over de toeristische ontwikkelingen in Rotterdam kan delen”**



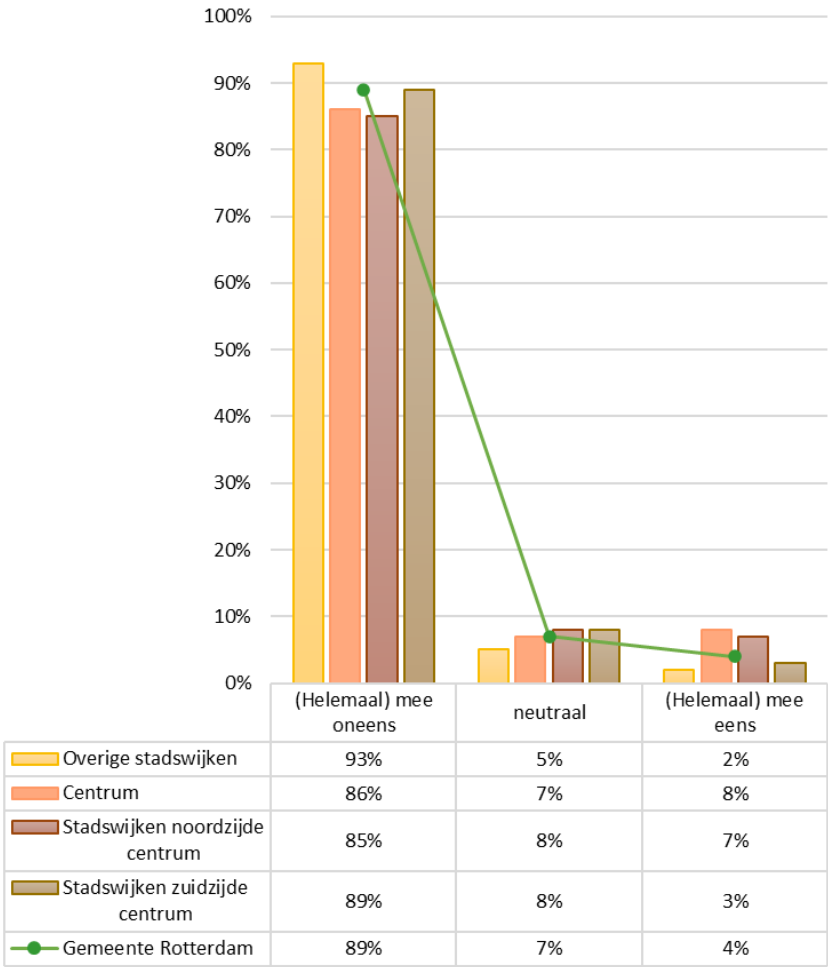


B1.4: Grafieken Persoonlijk Economisch Voordeel

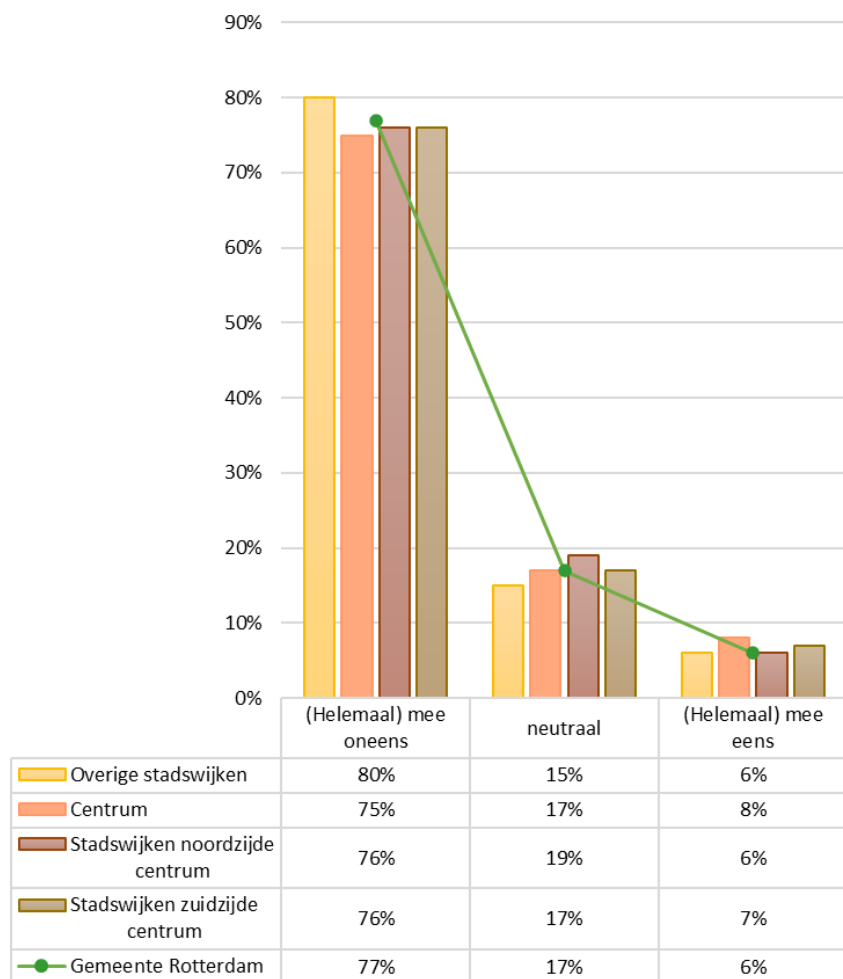
**Figuur B1.13: Stelling “Toerisme in Rotterdam helpt mij mijn rekeningen te betalen”**



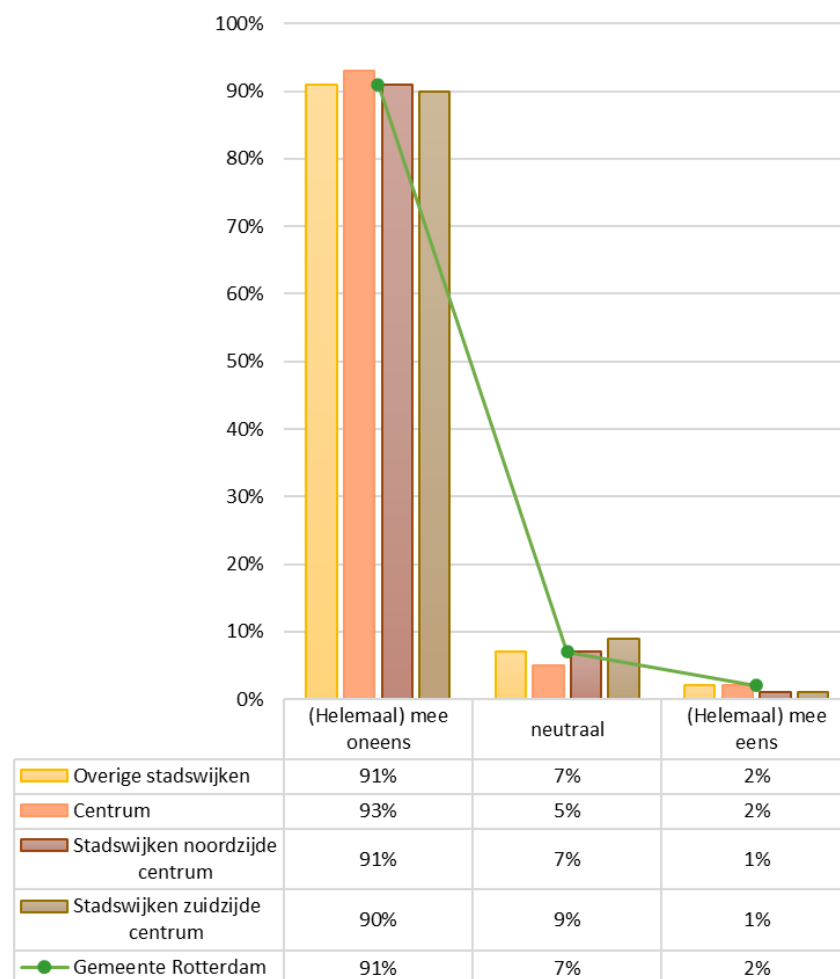
**Figuur B1.14: Stelling “Een deel van mijn inkomen is gelinkt aan toerisme in Rotterdam”**



**Figuur B1.15: Stelling “Ik zou er economisch op vooruit gaan als toerisme in Rotterdam verder groeit”**

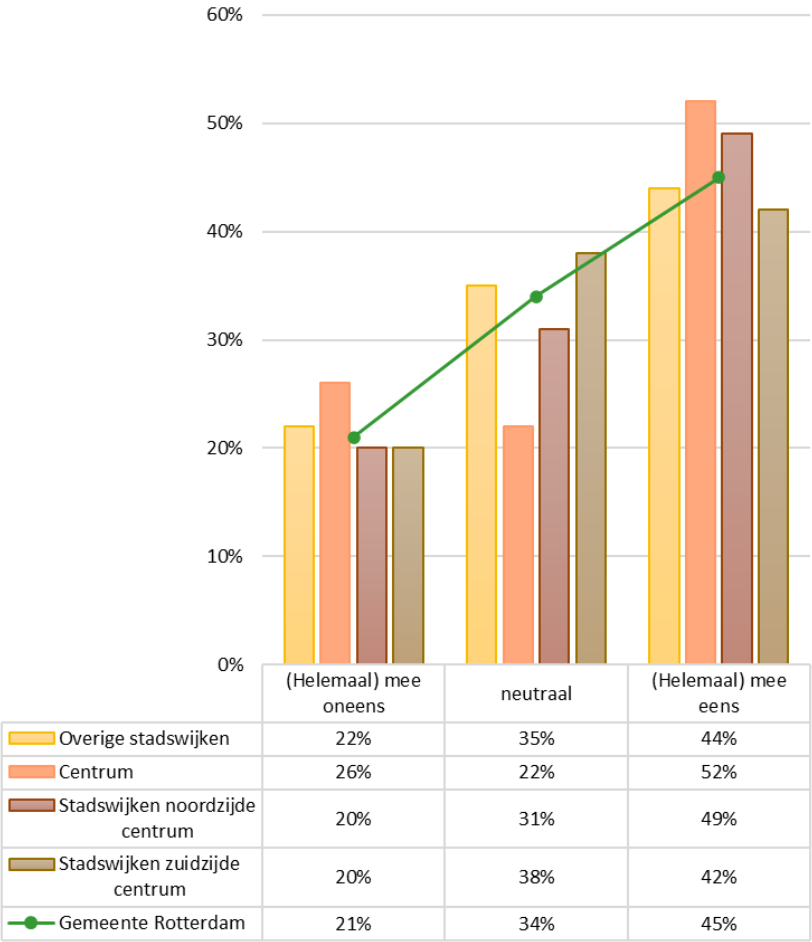


**Figuur B1.16: Stelling “De economische toekomst van mijn gezin is afhankelijk van het toerisme in Rotterdam”**

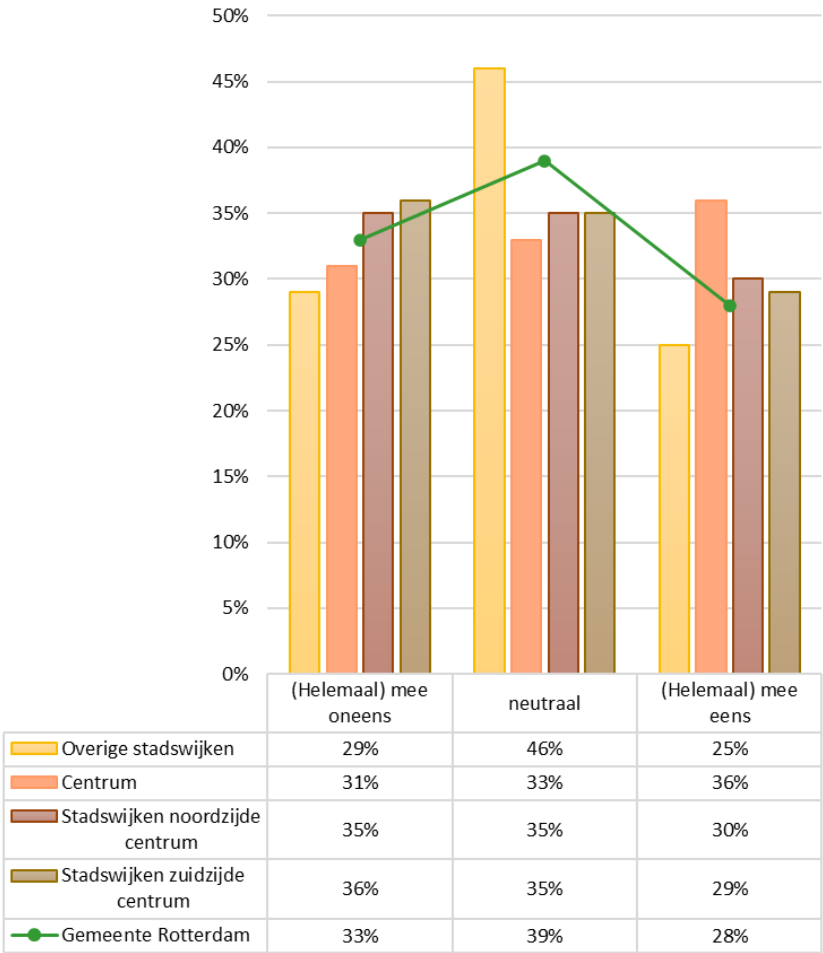


B1.5: Grafieken Positieve Impact Toerisme

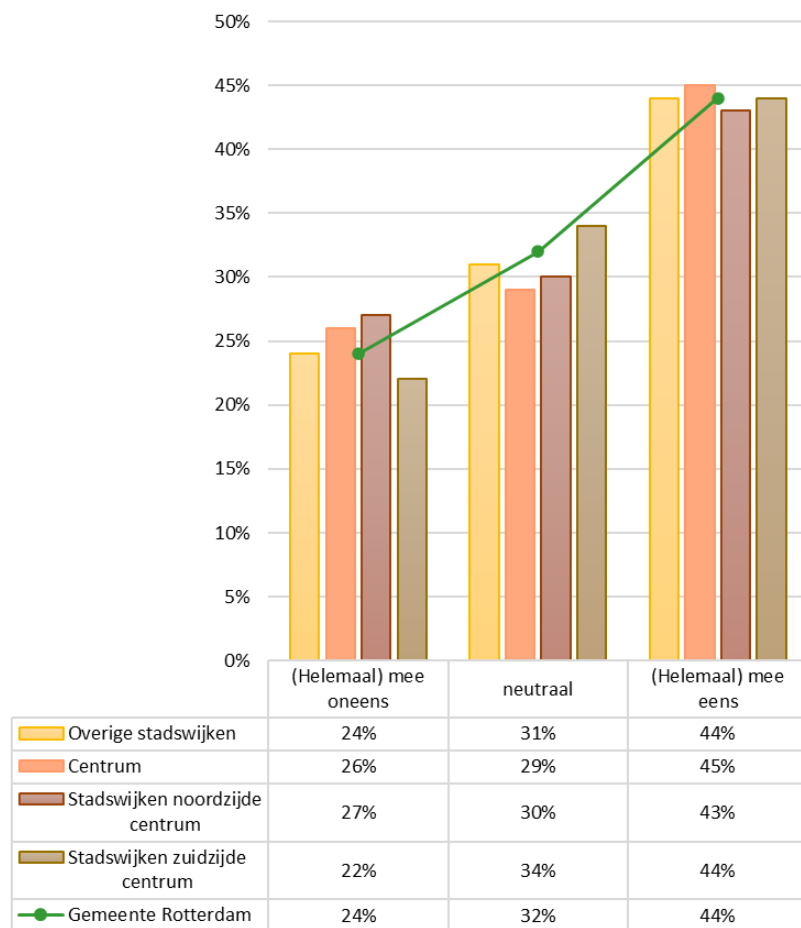
**Figuur B1.17: Stelling “Door toeristische ontwikkelingen zien de publieke ruimtes er in Rotterdam beter uit”**



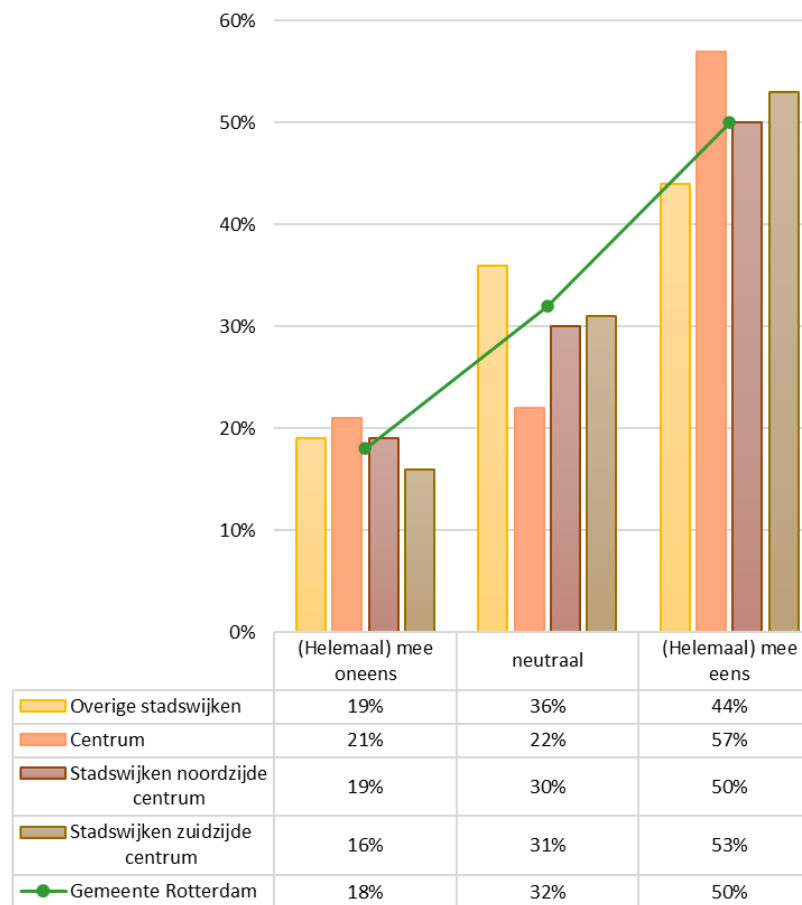
**Figuur B1.18: Stelling “Toerisme stimuleert de ontwikkeling van meer groen in Rotterdam”**



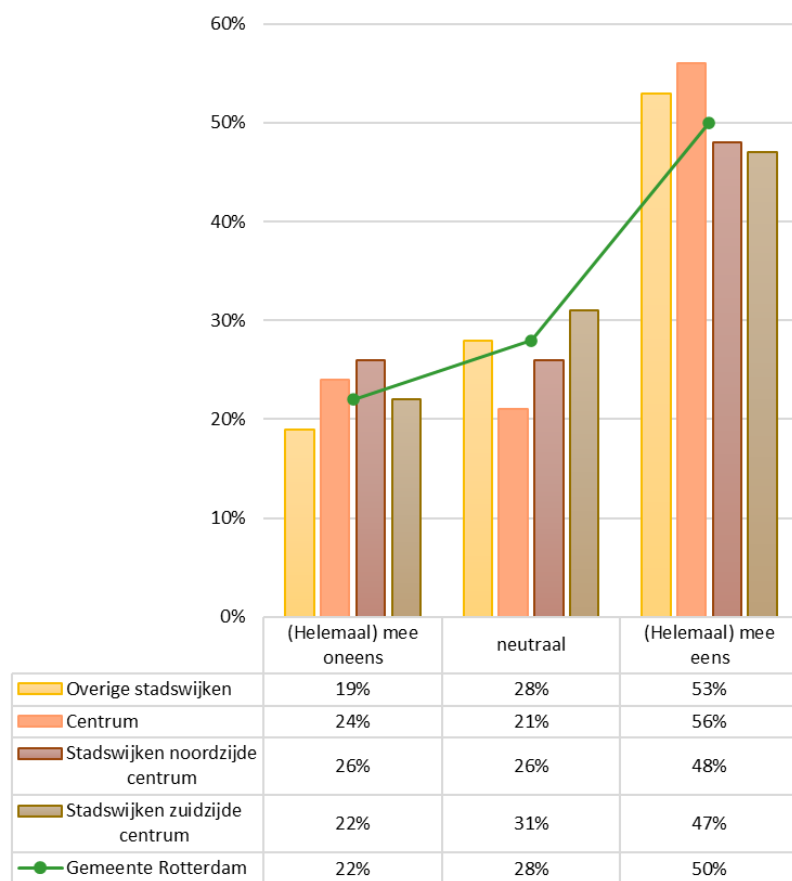
**Figuur B1.19: Stelling “Dankzij toerisme zijn er meer recreatieve mogelijkheden voor de inwoners”**



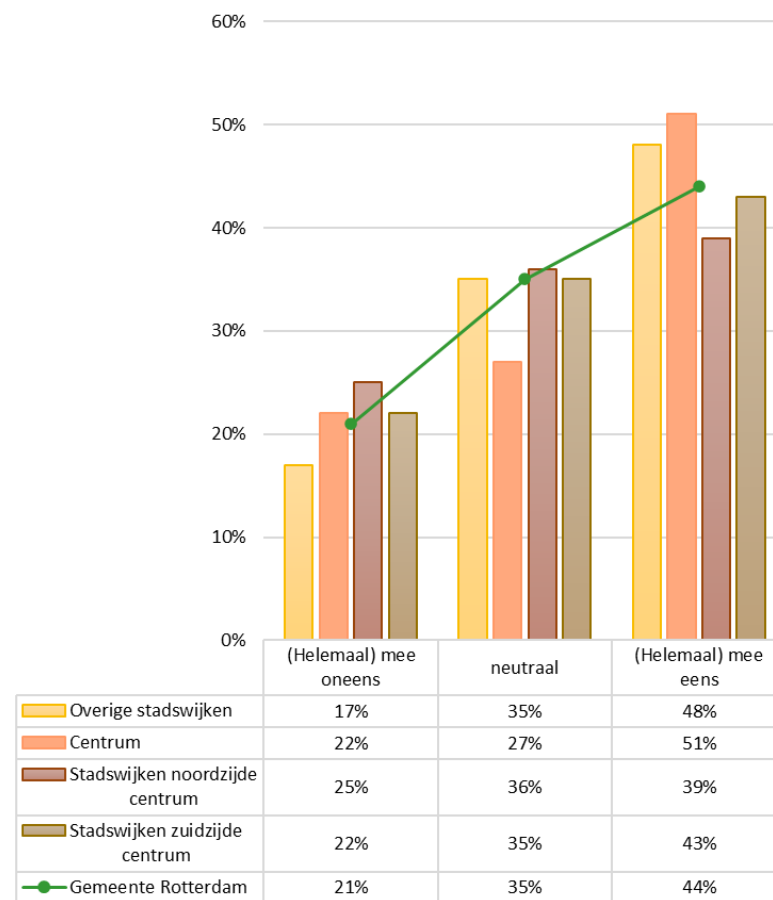
**Figuur B1.20: Stelling “Toerisme helpt onze culturele identiteit te bewaren en om historische gebouwen te restaureren/ herbouwen”**



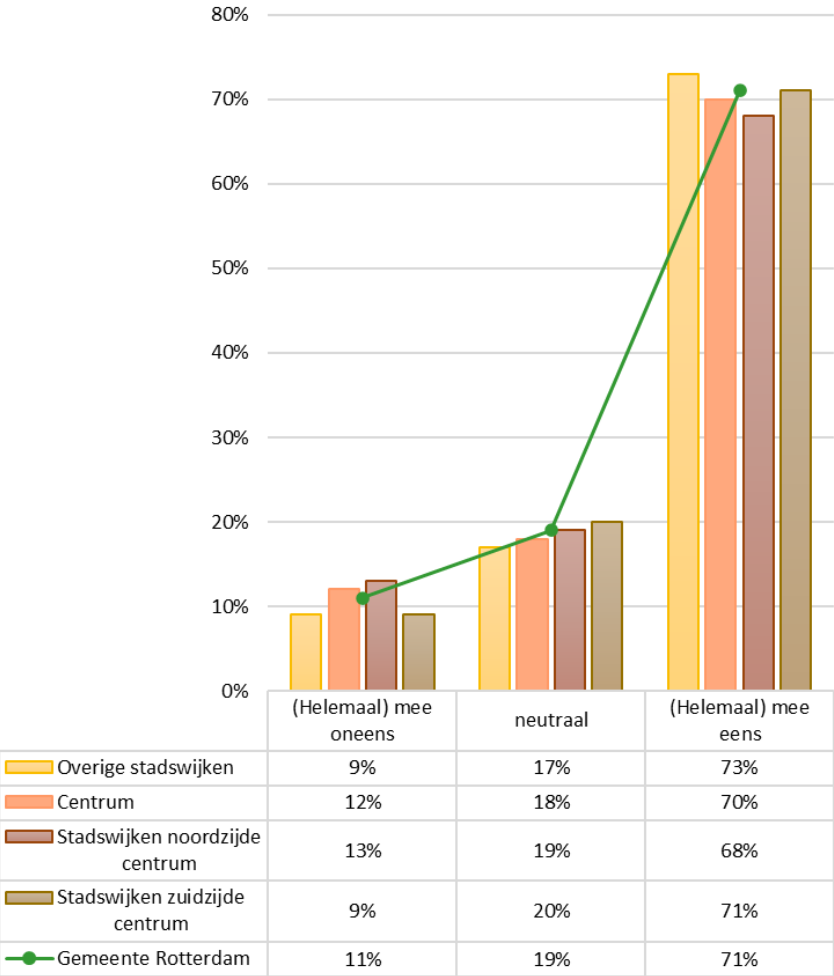
**Figuur B1.21: Stelling “Dankzij toerisme zijn er meer en betere winkels, restaurants, ontspanningsmogelijkheden en entertainment in Rotterdam”**



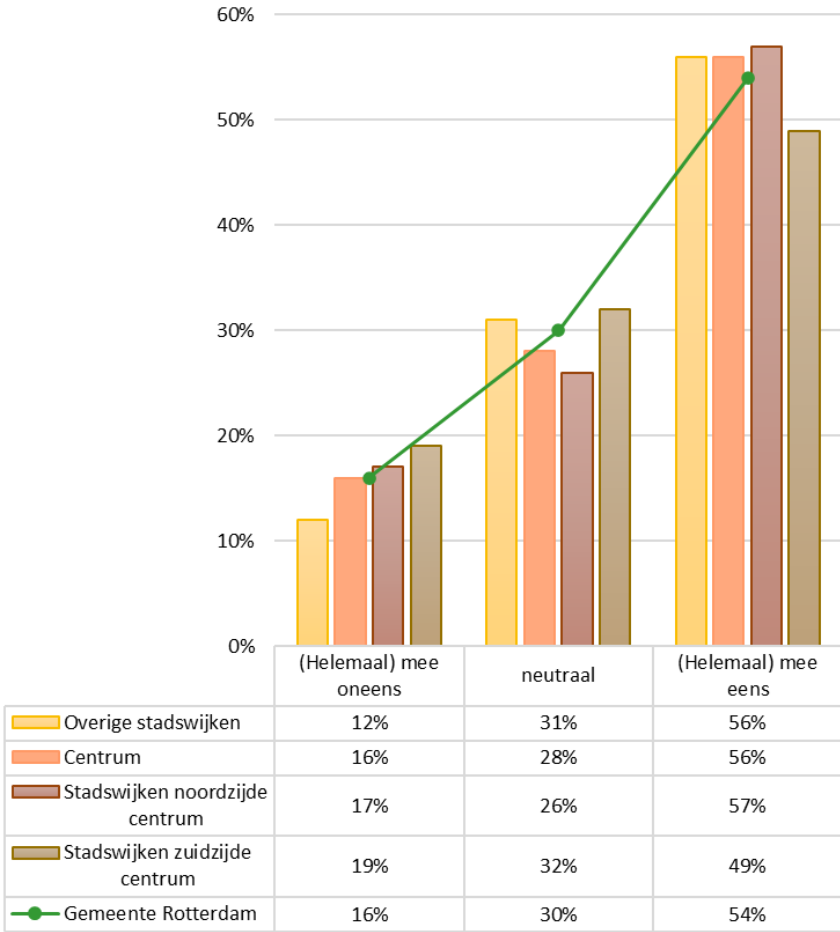
**Figuur B1.22: Stelling “Toerisme vergroot het inkomen en de levensstandaard in Rotterdam”**



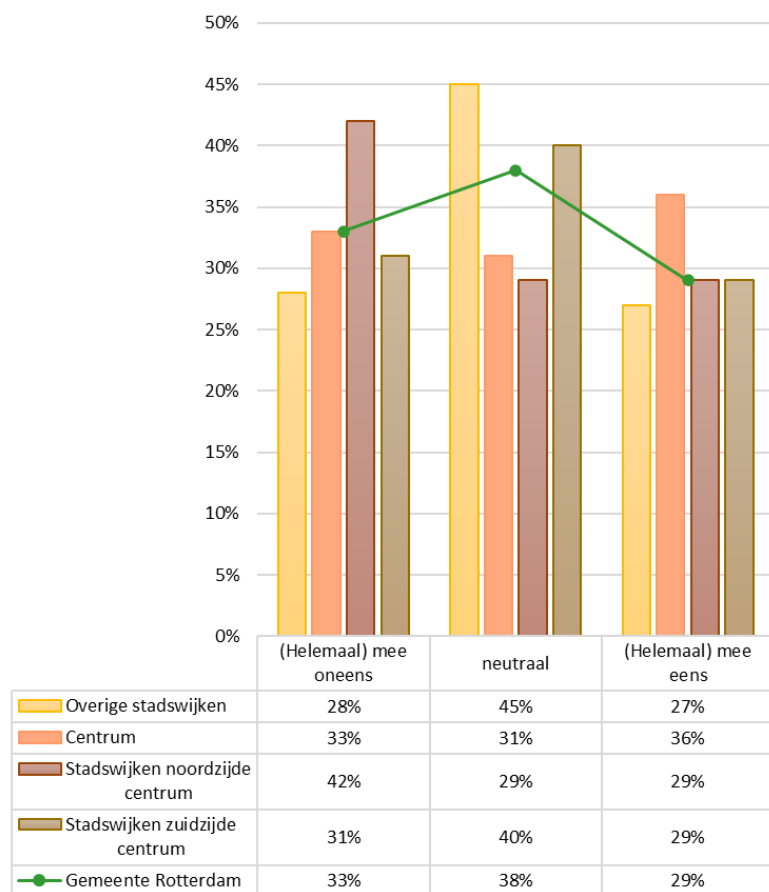
**Figuur B1.23: Stelling “Een groei van het aantal toeristen in Rotterdam versterkt de lokale economie”**



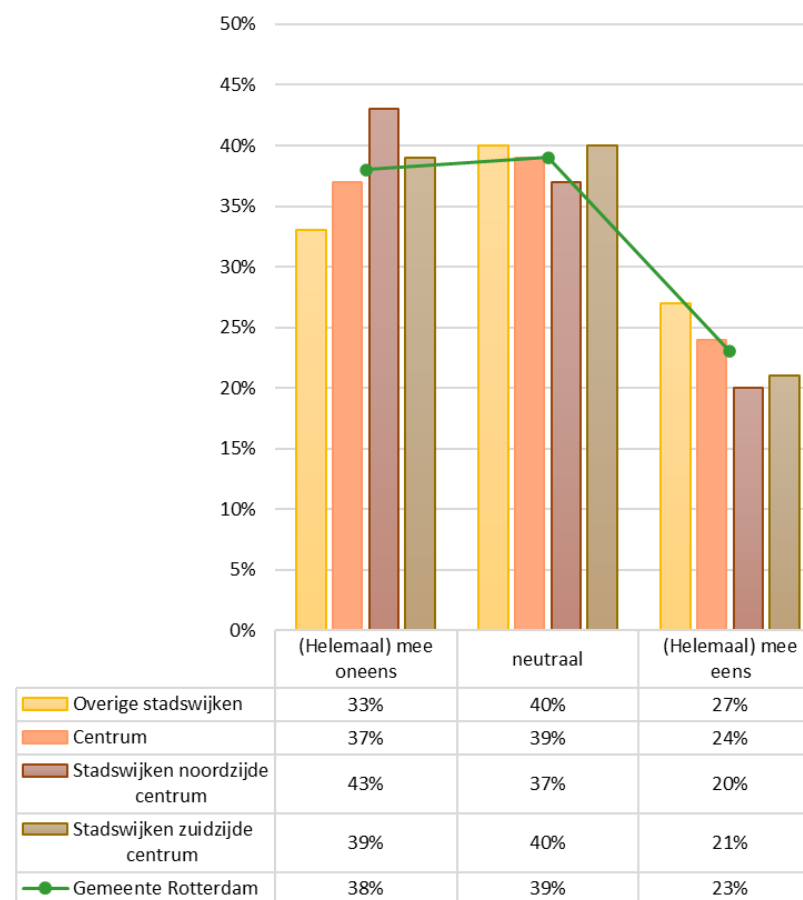
**Figuur B1.24: Stelling “Toerisme stimuleert de ontwikkeling van publieke faciliteiten in Rotterdam (zoals wegen, inrichting publieke ruimten, cultuur, etc.)”**



**Figuur B1.25: Stelling “Toeristische ontwikkelingen vergroten de leefbaarheid in Rotterdam”**



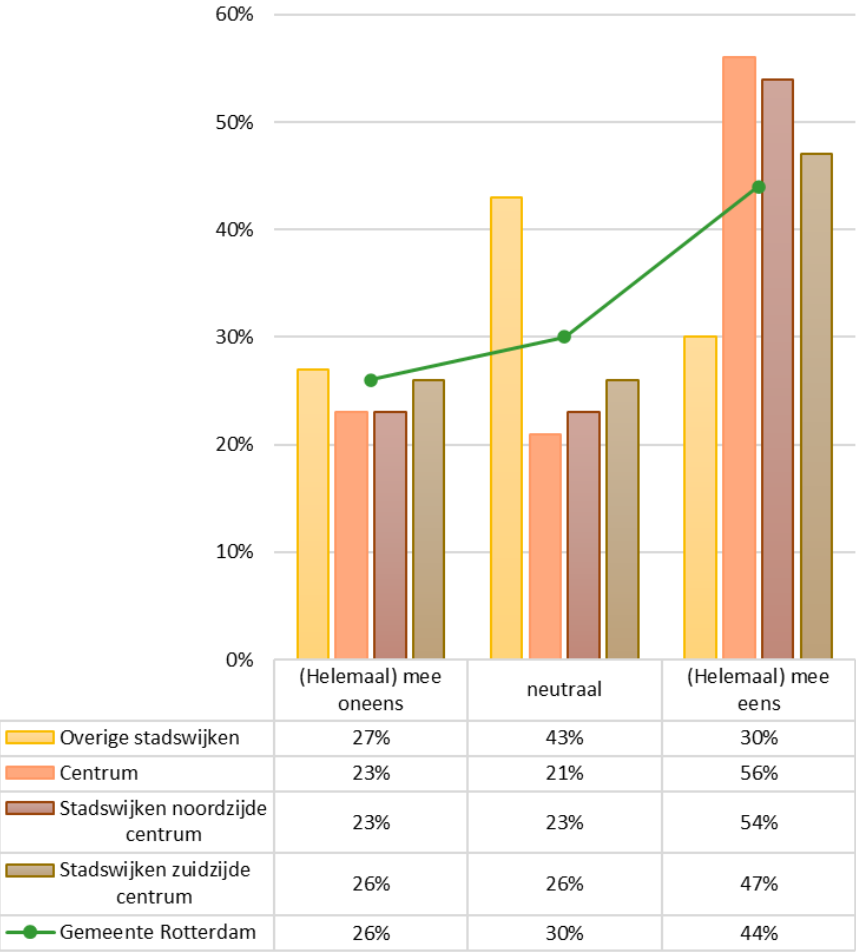
**Figuur B1.26: Stelling “Toerisme stimuleert de bescherming en het behoud van de natuurlijke omgeving in Rotterdam”**



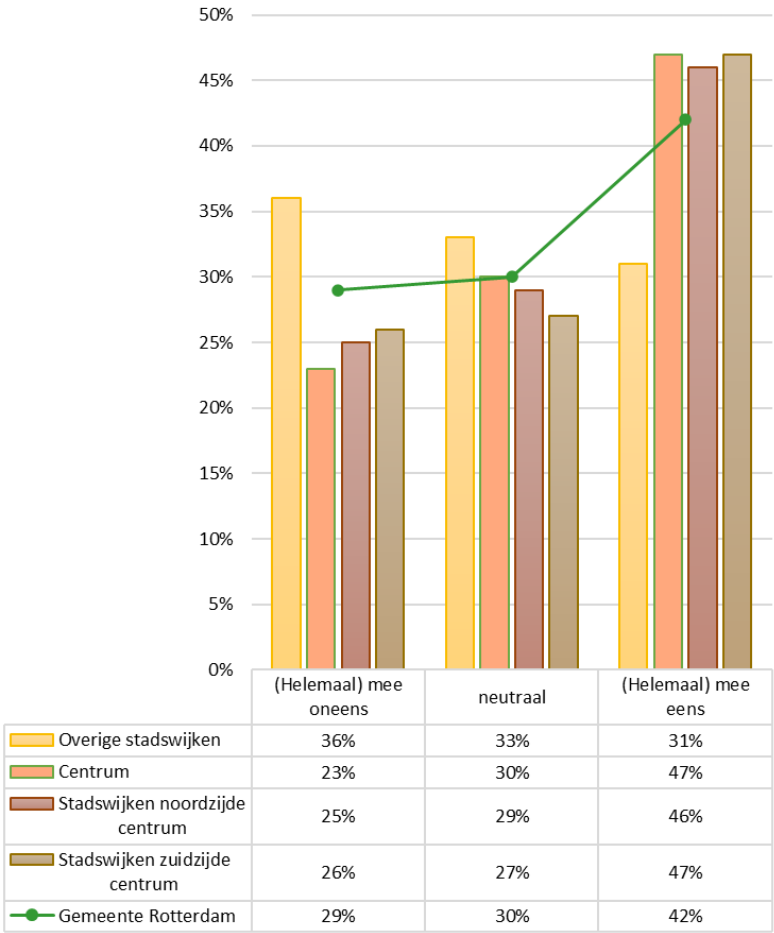


B1.6: Grafieken Negatieve Impact Toerisme

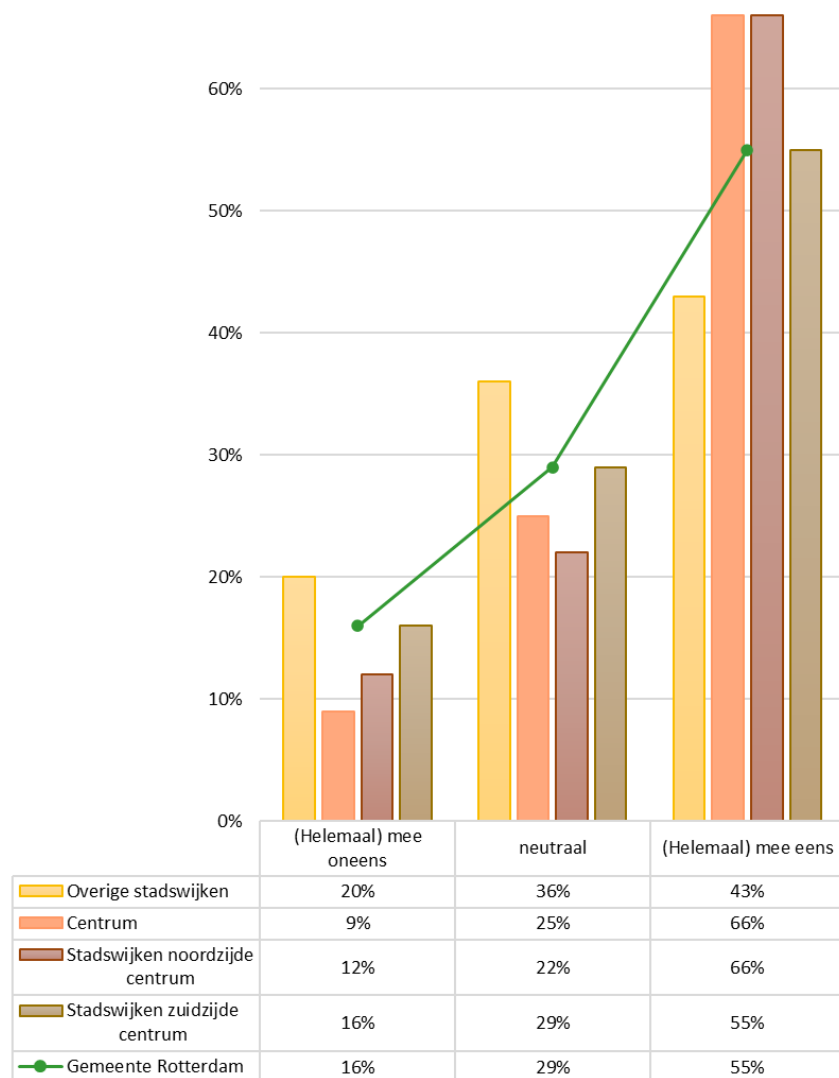
**Figuur B1.27: Stelling “Een groei van het aantal toeristen in Rotterdam zal leiden tot wrijving/spanning tussen inwoners en toeristen”**



**Figuur B1.28: Stelling “Door toerisme wordt het te druk in Rotterdam”**

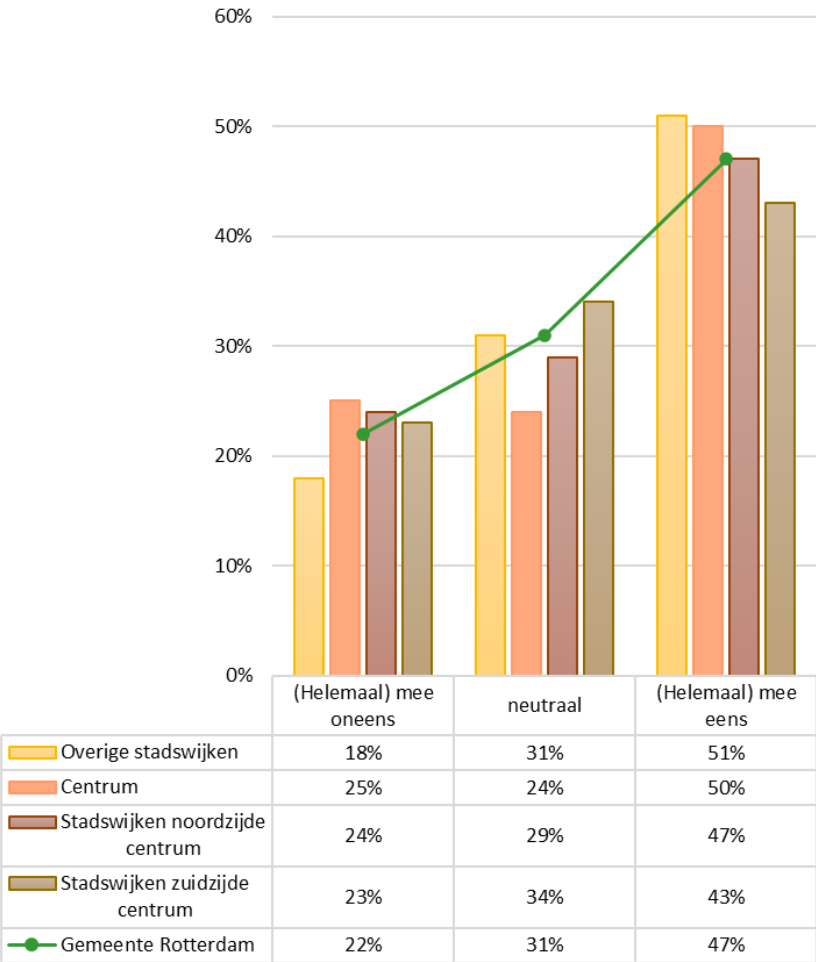


**Figuur B1.28: Stelling “Door toerisme wordt het leven in Rotterdam duurder”**

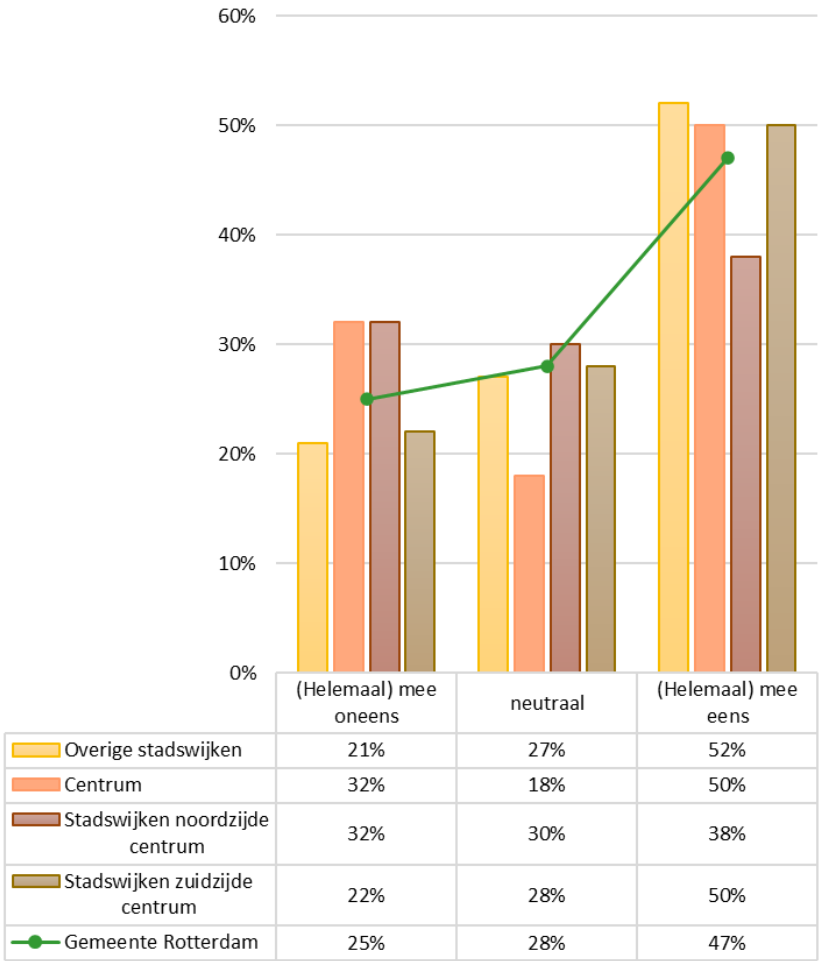


B1.7: Grafieken Steun Toerisme

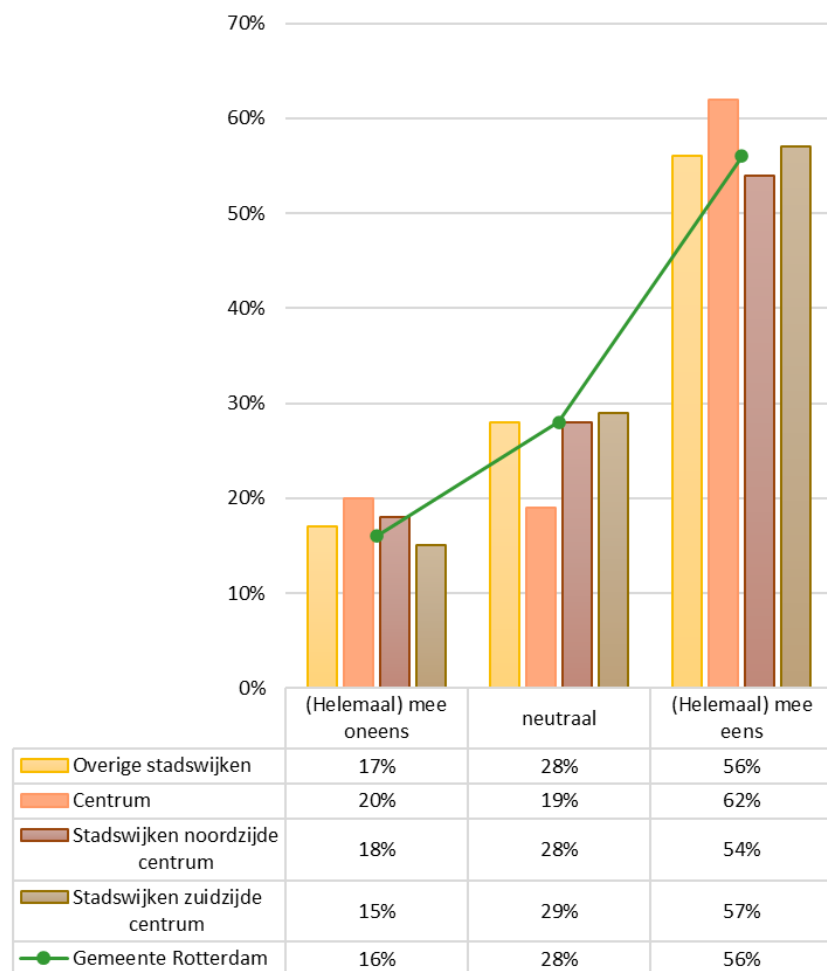
**Figuur B1.29: Stelling “De voordelen van toerisme in Rotterdam wegen zwaarder dan de nadelen”**



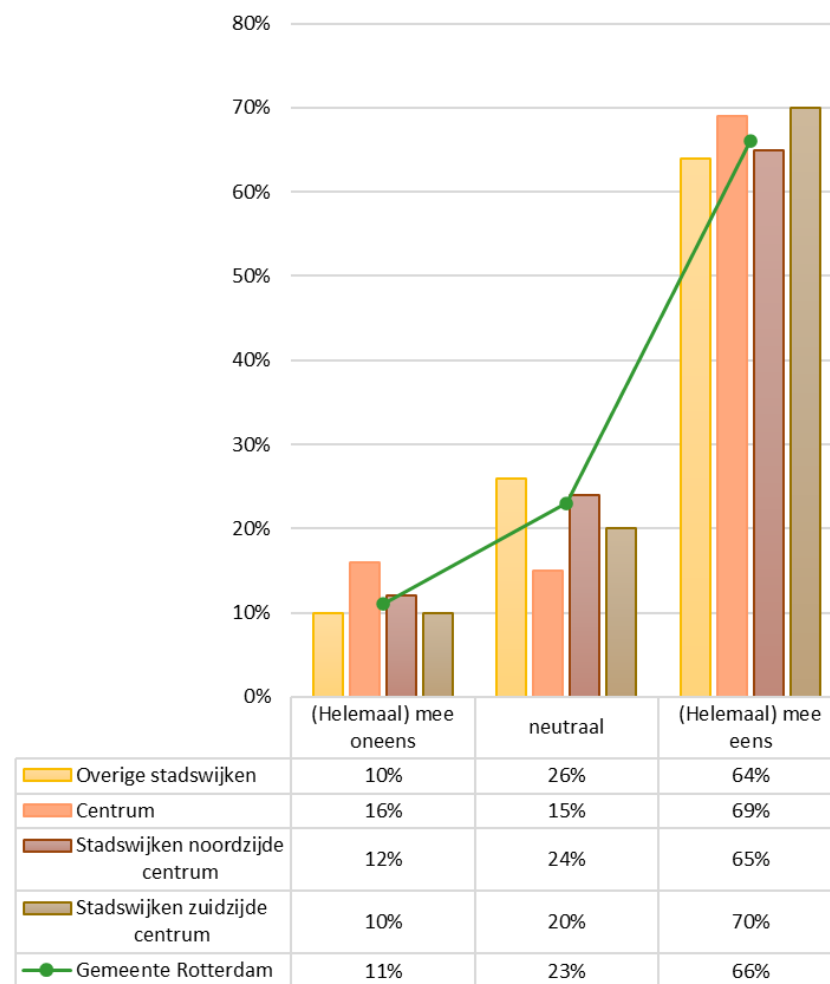
**Figuur B1.30: Stelling “Ik vind dat toerisme actief aangemoedigd moet worden in Rotterdam”**



**Figuur B1.31: Stelling “Ik steun toerisme en wil dat het belangrijk blijft in Rotterdam”**



**Figuur B1.32: Stelling “Rotterdam moet een toeristische bestemming blijven”**



## BIJLAGE 2: VRAGENLIJST ENQUÊTE

### Introductie enquête

Rotterdam is internationaal steeds bekender aan het worden. Dat komt niet alleen door de rijke geschiedenis of de architectuur. Door de jaren heen is de bekendheid van Rotterdam aan het groeien. Steeds meer mensen willen hier wonen, werken of de stad bezoeken. Toeristen weten Rotterdam en Hoek van Holland ook steeds beter te vinden.

De gemeente is trots dat toeristen door de stad worden aangetrokken en wil een gastvrije, levendige stad zijn. Maar de gemeente wil niet dat toerisme ten koste gaan van de bewoners. Het is belangrijk dat de stad en haar inwoners voordeel hebben van toerisme. Daarom willen wij graag weten hoe u als bewoner over toerisme in uw gemeente denkt en in hoeverre u betrokken wilt worden bij ontwikkelingen op het gebied van toerisme.

Wat vindt u van toerisme? Maakt het u trots dat toeristen interesse hebben in uw stad of wijk? Of ervaart u misschien overlast van bezoekers? We horen het graag. De gemeente wil namelijk een goede balans in de stad. Dus rustig kunnen wonen én aantrekkelijk zijn voor toeristen.

Het onderzoek doet de gemeente door middel van een enquête. Wij nodigen u uit om deze enquête in te vullen. Met uw hulp krijgen we een beter beeld van de gevolgen van toerisme op de stad en de bewoners. Daardoor kunnen we toekomstige ontwikkelingen in toerisme beter beoordelen.

Wij zijn benieuwd naar uw mening!

## Vragenlijst enquête

### 1. Waar woont u in Rotterdam?

- ☐ Centrum
- ☐ Charlois
- ☐ Delfshaven
- ☐ Feijenoord
- ☐ Hillegersberg-Schiebroek
- ☐ Hoek van Holland
- ☐ Hoogvliet
- ☐ IJsselmonde
- ☐ Kralingen-Crooswijk
- ☐ Noord
- ☐ Overschie
- ☐ Pernis
- ☐ Prins Alexander
- ☐ Rozenburg

### 2. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?

[Niet zichtbaar voor de respondent: Psychologische empowerment]

|                                                                                               | Ze<br>er<br>mee<br>oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Ze<br>er<br>mee<br>eens |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------|----------|------|-------------------------|
| <b>Door toerisme in mijn gemeente:</b>                                                        |                           |        |          |      |                         |
| Ben ik trots een <b>[Rotterdammer/inwoner van Hoek van Holland]</b> te zijn                   |                           |        |          |      |                         |
| Voel ik me speciaal omdat mensen hier naartoe reizen om de unieke plekken van de stad te zien |                           |        |          |      |                         |
| Wil ik anderen graag vertellen wat Rotterdam te bieden heeft                                  |                           |        |          |      |                         |
| Word ik eraan herinnerd dat onze cultuur uniek is en dat ik die kan delen met anderen         |                           |        |          |      |                         |
| Wil ik me inzetten Rotterdam speciaal te houden                                               |                           |        |          |      |                         |

**3. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?**

**[Niet zichtbaar voor de respondent: Persoonlijk economisch profijt van toerisme]**

|                                                                                                          | Ze<br>er<br>mee<br>oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Ze<br>er<br>mee<br>eens |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------|----------|------|-------------------------|
| Toerisme in Rotterdam helpt me mijn rekeningen te betalen                                                |                           |        |          |      |                         |
| Een deel van mijn inkomen is gelinkt aan toerisme in Rotterdam                                           |                           |        |          |      |                         |
| Ik zou er economisch op vooruit gaan als het toerisme in mijn deelgemeente /woonomgeving verder groeit   |                           |        |          |      |                         |
| De economische toekomst van mijn gezin is afhankelijk van het toerisme in mijn deelgemeente/woonomgeving |                           |        |          |      |                         |

(Toeristische sector: toeristische en/of recreatieve activiteit die (deels) ten dienste staat van toeristen. Onder andere: hotels, restaurants en cafés, attracties toeristisch vervoer, souvenirs, musea, andere cultuur, specifieke winkels, ...)

**4. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?**

**[Niet zichtbaar voor de respondent: sociale empowerment]**

|                                                                            | Ze<br>er<br>mee<br>oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Ze<br>er<br>mee<br>eens |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------|----------|------|-------------------------|
| <b>Toerisme in Rotterdam:</b>                                              |                           |        |          |      |                         |
| Zorgt ervoor dat ik mij meer verbonden voel met de gemeenschap             |                           |        |          |      |                         |
| Maakt het 'wij-gevoel' in mij wakker                                       |                           |        |          |      |                         |
| Biedt mij mogelijkheden om betrokken te zijn of geraken bij de gemeenschap |                           |        |          |      |                         |



5. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?

[Niet zichtbaar voor de respondent: Politieke empowerment]

|                                                                                                       | Zeet mee oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Zeet mee eens |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|----------|------|---------------|
| <b>Ik heb het gevoel dat:</b>                                                                         |                 |        |          |      |               |
| Ik een stem heb in de beslissingen rond toeristische ontwikkelingen in mijn deelgemeente/woonomgeving |                 |        |          |      |               |
| Ik kan meedoen in het beslissingsproces over toerisme in mijn deelgemeente/woonomgeving               |                 |        |          |      |               |
| Mijn stem maakt een verschil in hoe toerisme wordt ontwikkeld in mijn deelgemeente/woonomgeving       |                 |        |          |      |               |
| Ik mijn bezorgdheden over de toeristische ontwikkelingen in mijn deelgemeente/woonomgeving kan delen  |                 |        |          |      |               |

6. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?

[Niet zichtbaar voor de respondent: Steun aan toerisme]

|                                                                                        | Zeet mee oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Zeet mee eens |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|----------|------|---------------|
| De voordelen van toerisme in mijn gemeente wegen zwaarder dan de nadelen               |                 |        |          |      |               |
| Ik vind dat toerisme actief moet worden aangemoedigd in mijn deelgemeente/woonomgeving |                 |        |          |      |               |
| Ik steun toerisme en wil dat het belangrijk blijft in mijn gemeente                    |                 |        |          |      |               |
| Mijn gemeente moet een toeristische bestemming blijven                                 |                 |        |          |      |               |
| Mijn gemeente moet de promotie van toerisme ondersteunen                               |                 |        |          |      |               |

7. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?

[Niet zichtbaar voor de respondent: positieve impact toerisme]

|                                                                                                                                          | Zeet mee oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Zeet mee eens |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|----------|------|---------------|
| Door toeristische ontwikkelingen zien de publieke ruimtes er in mijn gemeente beter uit                                                  |                 |        |          |      |               |
| Toerisme stimuleert de ontwikkeling van meer groen in mijn gemeente                                                                      |                 |        |          |      |               |
| Dankzij toerisme zijn er meer recreatieve mogelijkheden voor de inwoners                                                                 |                 |        |          |      |               |
| Toerisme helpt onze culturele identiteit te bewaren en om historische gebouwen te restaureren/ herbouwen                                 |                 |        |          |      |               |
| Dankzij toerisme zijn er meer en betere winkels, restaurants, ontspanningsmogelijkheden en entertainment in mijn gemeente                |                 |        |          |      |               |
| Toerisme vergroot het inkomen en de levensstandaard in mijn gemeente                                                                     |                 |        |          |      |               |
| Een groei van het aantal toeristen in mijn gemeente versterkt de lokale economie                                                         |                 |        |          |      |               |
| Toerisme stimuleert de ontwikkeling van publieke faciliteiten in mijn gemeente (zoals wegen, inrichting publieke ruimten, cultuur, etc.) |                 |        |          |      |               |
| Toeristische ontwikkelingen vergroten de leefbaarheid in mijn gemeente                                                                   |                 |        |          |      |               |
| Toerisme stimuleert de bescherming en het behoud van de natuurlijke omgeving in mijn gemeente                                            |                 |        |          |      |               |

8. In welke mate bent u het eens/ oneens met de volgende stellingen?

[Niet zichtbaar voor de respondent: negatieve impact toerisme]

|                                                                                                                   | Zeet mee oneens | Oneens | Neutraal | Eens | Zeet mee eens |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|----------|------|---------------|
| Een groei van het aantal toeristen in mijn gemeente zal leiden tot wrijving/spanning tussen inwoners en toeristen |                 |        |          |      |               |
| Door toerisme wordt het te druk in mijn gemeente                                                                  |                 |        |          |      |               |
| Door toerisme wordt het leven in mijn gemeente duurder                                                            |                 |        |          |      |               |

## Participatiebereidheid

9. Bent u bereid om actief met de gemeente mee te denken over en/of input te leveren bij toerisme in uw woonomgeving en toeristische ontwikkelingen?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Ja, ik wil meedenken/input leveren bij toeristische beleidsontwikkeling
- ☐ Ja, ik wil meedenken/input leveren bij concrete ontwikkelingen in mijn directe woonomgeving
- ☐ Ja, ik wil meedenken/input leveren bij toeristische promotie
- ☐ Ja, ik wil meedenken/input leveren bij de ontwikkeling van toeristische ontwikkelingen
- ☐ Nee, ik wil niet meedenken of input bij toeristische ontwikkelingen

[Programmeren: vraag alleen stellen als V9=ja]

10. Wilt u uw emailadres achterlaten om mogelijk op een later moment op dit onderwerp bevraagd/betrokken te worden?

*Uw emailadres wordt losgekoppeld van de door u ingevulde vragenlijst. De door u gegeven antwoorden zijn niet herleidbaar. Mogelijk wordt uw emailadres gebruikt voor vervolgonderzoek voor de gemeente Rotterdam.*

- a. Ja, dat is: [open invulveld]
- b. Nee, liever niet

[Programmeren: vraag alleen stellen als V9=ja.]

11. In hoeverre wilt u betrokken worden bij de ontwikkeling van het toerisme in uw gemeente? Kunt u dit aangeven op een schaal van 1 tot 5? (5=helemaal niet; 1=intensieve betrokkenheid)

- a. 5 (Ik wil helemaal niet betrokken worden)
- b. 4
- c. 3
- d. 2
- e. 1 (Ik wil intensief betrokken worden)

[Programmeren: vraag alleen stellen als V9=ja]

12. Hoeveel uur zou u er aan willen besteden?

- ☐ Meer dan een uur in de week
- ☐ Maximaal een uur in de week
- ☐ Maximaal 2 uur per maand
- ☐ Maximaal 2 uur per half jaar
- ☐ Maximaal 2 uur per jaar

[Programmeren: vraag aan iedereen stellen]

13. Heeft u in de afgelopen 5 jaar deelgenomen aan een participatie of co-creatie proces met de gemeente (niet specifiek voor toerisme)?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Ik weet niet wat dit is

Hoe heeft u dit ervaren? [Programmeren: vraag alleen stellen als V12=ja]

- ☐ Zeer goed
- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Zeer slecht

Heeft u het gevoel dat er iets met uw mening/inbreng is gedaan? [Programmeren: vraag alleen stellen als V12=ja]

- ☐ Ja, mijn inbreng is grotendeels meegenomen
- ☐ Ja, op onderdelen
- ☐ Nee, op de echt belangrijke onderwerpen was in de praktijk weinig meer mogelijk
- ☐ Nee, ik had het idee dat mijn inbreng niet serieus genomen werd
- ☐ Geen mening

#### Algemene vragen

14. Wat is uw hoogst behaalde opleiding?

- ☐ Lager onderwijs
- ☐ Middelbaar onderwijs
- ☐ Middelbaar Beroeps Onderwijs (mbo)
- ☐ Hoger Beroeps Onderwijs (hbo)
- ☐ Wetenschappelijk Onderwijs (wo)

15. Wat is uw beroepssituatie?

- ☐ Werkzoekend
- ☐ Huisvrouw/man
- ☐ Gepensioneerd
- ☐ Student
- ☐ In loondienst
- ☐ Zelfstandig ondernemer
- ☐ Anders, namelijk:

16. Bent u werkzaam in de toeristische sector?

*(Toeristische sector: toeristische en/of recreatieve activiteit die (deels) ten dienste staat van toeristen. Onder andere: hotels, restaurants en cafés, attracties toeristisch vervoer, souvenirs, musea, andere cultuur, specifieke winkels, ...)*

- ☐ Ja, in de gemeente Rotterdam
- ☐ Ja, in Hoek van Holland
- ☐ Ja, buiten de gemeente Rotterdam
- ☐ Nee

17. Wat is uw leeftijd?

- ☐ Jonger dan 25 jaar
- ☐ 25 – 34 jaar
- ☐ 35 – 44 jaar
- ☐ 45 – 54 jaar
- ☐ 55 – 64 jaar
- ☐ 65 jaar en ouder
- ☐ Wil ik liever niet zeggen

18. Hoe lang woont u al in Rotterdam [of Hoek van Holland]

- ☐ .... Jaar
- ☐ Weet ik niet

19. Wat is uw woonsituatie?

- a. Ik ben eigenaar van een koopwoning
- b. Ik huur een woning
- c. Ik ben inwonend
- d. Anders, namelijk:

Verhuurt u uw woning via een deelplatform (bijvoorbeeld AirBnB) aan toeristen?

[Programmeren: antwoordoptie 'Als u eigenaar van de woning bent']

- ☐ Ja
- ☐ Nee, en ik ben ook niet van plan om dat in de toekomst te doen
- ☐ Nog niet, maar ben voornemens mijn woning aan toeristen te verhuren.

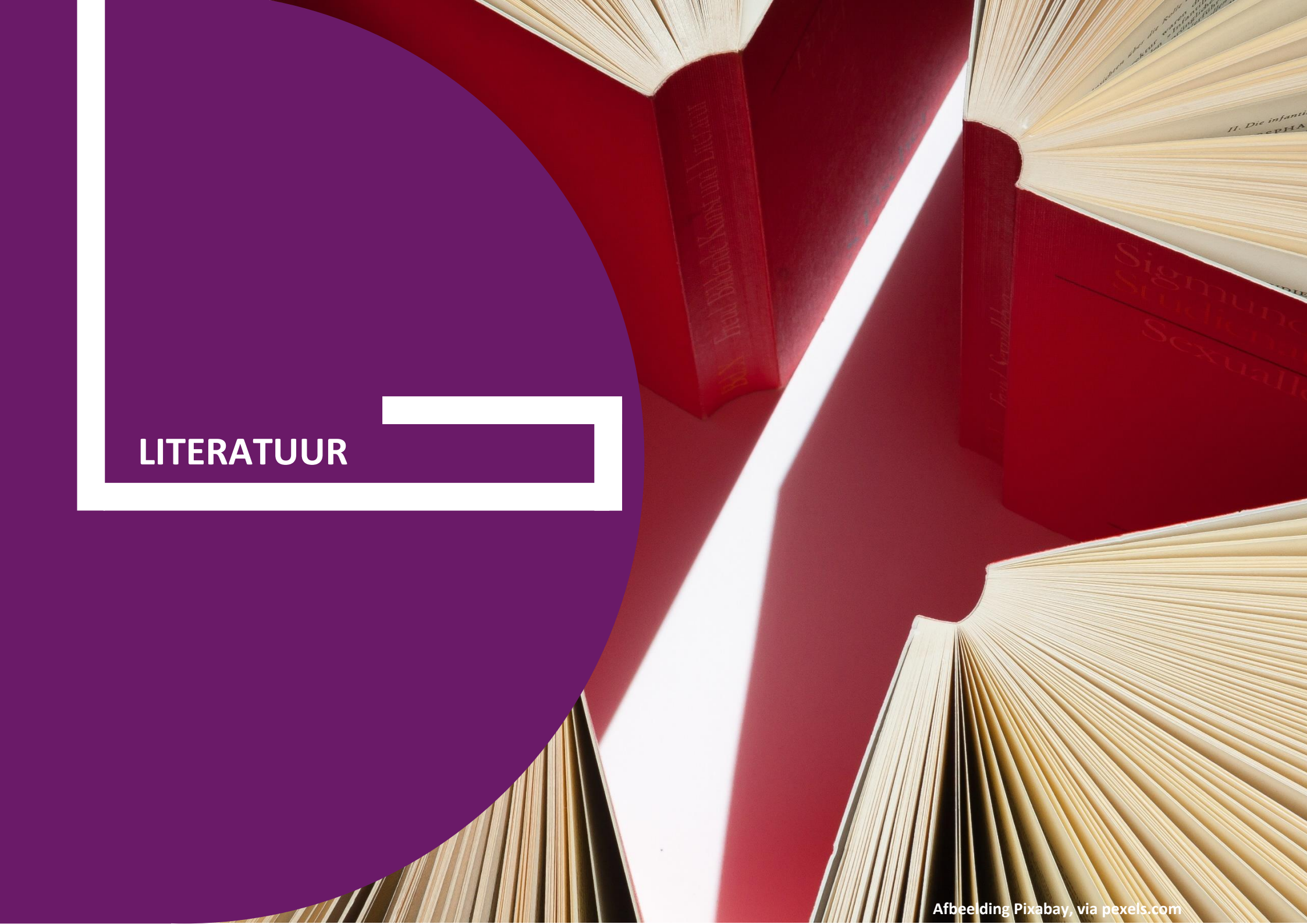
20. Hoe tevreden bent u met uw woonsituatie?

- ☐ Schaal van 1 – 10
- ☐ Wil ik liever niet zeggen

21. Heeft u aanvullende opmerkingen die u graag kwijt wilt?

.....

# LITERATUUR





- A. Domènech, I. M. B. M.-G., 2020. Using Flickr Geotagged Photos to Estimate Visitor Trajectories in World Heritage Cities. *International Journal of Geo-Information*, 9(646).
- A. Löfgren, K. N., 2019. *A Theoretical framework explaining the mechanisms of nudging*, Göteborg: University of Gothenburg.
- AMRO, A., 2022. *Sectorprognose Leisure*, sl: ABN AMRO.
- Arnstein, S. R., 1969. A Ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of planners*, 35(4), pp. 216-224.
- Ashworth, G. & Page, S., 2011. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, volume 32, Issue1(Elsevier), pp. 1-15.
- Behtelehem, J., 2008. *Wegen als correctie voor non-respons*, Voorburg/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Biagi, B., M.G. L., M. M. & V. R., 2019. Tourism and the City: The impact on residents' quality of life. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 22(Issue 2), pp. 168 - 181.
- Boley, B., N.G., M., R.R. P. & P. L., 2014. Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian Lens. *Annals of Tourism Research*, 2014(49), pp. 33-50.
- Butler, R., 2011. Tourism Area Life Cycle. *Contemporary Tourism Reviews*.
- Christaller, W., 1964. Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions-under-developed countries-recreation areas. *Papers of the Regional Science*, Vol 12(No. 1), pp. 95-105.
- Cócola Gant, A., 2015. *Tourism and commercial gentrification*. Cardiff, sn
- Cocola-Gant, A., A. G. & J. J., 2020. Tourism, Gentrification and Neighbourhood Change: An Analytical Framework - Reflections from Southern European Cities. In: *The Overtourism Debate*. sl:Emerald Publishing Limited, pp. 121-135.
- De Groot, H., Marlet, G., Teulings, C. & Vermeulen, W., 2010. De consumptiestad. In: *Stad en Land*. 's Gravenhage: Centraal Planbureau, pp. 65-83.
- Dredge, D., 2020. *Regenerative tourism by design, Shifting tourism management to a regenerative design mindset*. [Online] Available at: <https://www.thetourismcolab.com.au/post/regenerative-tourism-by-design> [Geopend 14 12 2022].
- Flaneur, 2017. *You'll never walk alone*. [Illustraties] (Flaneur's Tattoo studio Rotterdam).
- G. Hospers, F. B. A. L., 2008. *En nu aan de slag met citymarketing. Een leidraad voor de praktijk*. Den Haag: NICIS Institute.
- García-Hernández, M., J. I.-B. & S. M. d. M., 2019. Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83(2830), pp. 1-38.
- Gerritsma, R., 2019. Overcrowded Amsterdam: Striving for a balance between trade, tolerance and tourism. In: J. M. C. M. N. Claudio Milano, red. *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. Oxfordshire: CABI, pp. 125-147.
- Gerritsma, R., 2019. Overcrowded Amsterdam: Striving for a balance between trade, tolerance and tourism. In: J. M. C. M. N. Claudio Milano,

red. *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. Oxfordshire: CABI, pp. 125-147.

Giampiccoli, A. & Saayman, M., 2018. Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol7(4), pp. 1-27.

Glaeser, E., Kopko, J. & Saiz, A., 2001. Consumer City. *Journal of Economic Geography*, 1(1), pp. 27-50.

Gotham, K., 2005. Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, Vol. 42(No. 7), pp. 1099-1121.

Heijst, L. v., 2022. *Correlatie Begrijpen en Berekenen met SPSS*. [Online] Available at: <https://www.scribbr.nl/statistiek/correlatie/> [Geopend 21 november 2022].

Helleman, G., S, M., G, P. & Veen, H. V. d., 2022. *Platform Stad en Wijk*. [Online] Available at: <https://sway.office.com/smyJ8icyfLfDmoNa?ref=Link> [Geopend 19 12 2022].

Heurkens, E., 2012. *Privaat-gestuurde Gebiedsontwikkeling; Sturing, Samenwerking & Effecten in Nederland en Engeland*. 2(4) red. sl:Architecture and the Built Environment.

Hospers, G., 2009. Lynch, Urry and city marketing: Taking advantage of the city. *Place Branding and Public Diplomacy*, pp. 226 - 233.

IJben, H., 2019. *De eerste stap richting een (nog meer) bewuste toeristische bestemming (incl. vragenlijst)2019*, Vlissingen: Kenniscentrum Kusttoerisme.

IJben, H., 2020. Waar is de steun van inwoners voor. *Tendrapport Toerisme, recreatie en vrije tijd 2020*, Volume 2020, pp. 19-22.

IJben, H., 2020. Waar is de steun van inwoners voor toerisme het gootst?. *CBS - Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020*, pp. 116-119.

Joppe, M., 2019. 17. The roles op policy, planning and governance in preventing and managing overtourism. In: *Overtourism*. Oldenbourg: De Gruyter, pp. 250-261.

Kahneman, D., 2011. *Ons Feilbare Denken (Tinkin, Fast and Slow)*. nendertigste druk, januari 2020 red. Amsterdam: Uitgeverij Business Contact.

Kahneman, D., 2012. *Thinking Fast and slow*. London: Penguin Books.

Koens, K., 2021. *Reframing Urban Tourism*. Rotterdam, Hogeschool InHolland.

Koens, k., A, P. & B, P., 2018. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10(4384), pp. 1-15.

Koens, k., B, S. & F, M., 2021. Designing destinations for good: Using design roadmapping to support pro-active destination development. *Annals of Tourism Research*, Volume 89.

Leidelmeijer, K. & Kamp, I. V., 2004. *Kwaliteit van de leefomgeving en leefbaarheid, naar een begripenkader en conceptuele inkadering*, Bilthoven: RIVM.

Lengkeek, J., 1999. Van Grand Tour tot Neckermann's wonderbare reizen. *Agorga*, Vol 15(Nr2), pp. 6-8.

Locatus, 2022. *Data Locatus Verkooppunten 2022*. Utrecht: sn

Marcuse, P., 1985. Gentrification, Abandonment, And Displacement: Connections, Causes, And Policy REsponses in New York City. *Journal of Urban And Contemporary Law*, Vol. 28(195), pp. 195-240.



McKinsey, 2017. *Coping with succes; managing overcrowding in tourism destinations*, sl: McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council.

Mordue, T., 2007. Tourism, Urban Fovernane and Public space. *Leisure Studdies*, Vol. 26(No. 4), pp. 447-462.

Murphy, C. & Boyle, E., 2006. Testing a conceptual model of cultural tourism development in the post-industrial city: a case study of Glasgow. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), pp. 111-128.

NBTC, 2019. *Perspectief 2030 Bestemming Nederland*, Den Haag: NBTC.

NBTC, 2020. *NBTC*. [Online]

Available at:

<https://nbtcmagazine.maglr.com/toolkitbewonersbetrekken/inzichten-verkrijgen>

[Geopend 16 september 2021].

Niederer, S., 2019. Data in Beeld: Visualisaties betrekken bewoners bij complexe processen. In: S. Majoor, P. M & d. W. M, red. *Big data in een smart city: Verhalen uit een seminarreeks van het PMB Leerhuis*. Amterdam: Leerhuis/Projectmanagementbureau, pp. 40-45.

Nijs, K. D., M, L. & S, M., 2020. *Open Stad: Werken aan duurzame en democratische steden*, sl: R-Link.

P. Raymaekers, M. B., april 2020. Nudging in perspectief. *Beeidsonderzoek Online*.

Peeters, P. et al., 2018. *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*, Brussels: Policy Department for Structural and Cohesion Policies, European Parliament.

Pinkster, F. & Boterman, W., 2019. Amsterdammers zijn het zat: wonen in een pretpark. *Geografie*, pp. 17-19.

Pinkster, F. W. B., 2017. When the spel is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural geographies*, 24((3)), pp. 457-472.

Rotterdam, G., 2020. *Te gast in Rotterdam, een nieuwe kijk op toerisme*, Rotterdam: Gemeente Rotterdam.

Rotterdam, S. G., 2019. *Kansen voor Hoek van Holland; Een toeristisch-recreatief ontwikkelperspectief*, Rotterdam: Gemeente Rotterdam.

Smerel, E., 2010. Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks'. *Journal of Travel Research*, 49(1), pp. 31-38.

Thaler, R. a. S. C., 2008. *Nudge, improving decisions about health,m wealth and happiness*. London: Yale University Press.

Tosun, C., 1999. Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process. *Anatolia An international Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10(no. 2), pp. 113-134.

Towner, J., 1985. The Grand Tour - A Key Phase in the History of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 12(3), pp. 297-333.

United Nations, D. o. E. a. S. A. P. d., 2019. *World Urbanization Prospects: The 2018 Revision*, New York: United Nations.

Van Zoest, S. & Verheul, W., 2020. Sturing op toeristische gentrificatie in stadscentra. *Beleid en Maatschappij*, 47(Boom besturskunde), pp. 126 - 148.

Verheul, W., 2012. *Stedelijke iconen. Het ontstaan van beeldbepalende projecten*. Den Haag: Boom Uitgevers.

Verheul, W., 2013. Op zoek naar de heilige graal van katalysatorprojecten in stadsontwikkeling. *Real Estate Research Quarterly*, december, pp. 51-58.

Verheul, W., 2015. Plaatsgebonden identiteit: het anker voor stedelijke ontwikkeling. In: W. Hafkamp, K. J. R. T & T. G, red. *De stad kennen, de stad maken; Kennis voor krachtige steden*. Den Haag: Platform 31, pp. 35-49.

Verheul, W., Heurkens, E. & Hobma, F., 2021. *Participatie georganiseerd door private partijen*. Delft: Platform31/TU Delft.

Walmsley, A., K. K. & C. M., 2022. Overtourism and Employment outcomes for the tourism worker: impacts to labour markets. *Tourism Review*, Vol.77(NO. 1), pp. 1-15.

Zeeuw, F. D., 2019. *Zo werkt gebiedsontwikkeling, Handboek voor studie en praktijk*. Delft: SKG / TU Delft.