

Hoe bezoek bijdraagt aan bewonersprofijt



Foto MRSVISUALS



NBTC
Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen

Een kader voor theorie en praktijk: sturen op meerwaarde voor bewoners vanuit duurzaam bestemmings- management

Inhoud

1	Introductie	
	Leeswijzer	5
2	Theoretische afbakening	
	Definitie bewonersprofijt	8
	De drie dimensies van profijt	9
	Feitelijk versus perceptie	9
	Bewust versus onbewust	9
	Individueel versus collectief profijt	10
3	Praktijkvoorbeelden	
	Waardevol van Gogh Drenthe	14
	Green Hotel Club	18
	Tourism Together Canada	21
	Traboule Lyon	25
4	Meer inspiratie	27
	Samenvatting	29
	Doorontwikkeling	30
	Contact	30
	Colofon	32



Foto Michiel Wijnbergh

1 Introductie

Bewonersprofijt, een dynamisch gegeven

Iedere Nederlander heeft in 2030 profijt van toerisme. Dit is de overkoepelende ambitie van Perspectief 2030, de landelijke visie op een duurzame bestemming Nederland. Maar wat verstaan we onder bewonersprofijt? Wat zegt de theorie hierover? En welke praktijkvoorbeelden illustreren dit?

Deze publicatie is een theoretisch en praktisch kader, opgesteld door de Koplopersgroep Bewonersprofijt. Het vormt een basis voor bestemmingen om mee aan de slag te gaan. En mee bezig te blijven, want bewonersprofijt is een dynamisch gegeven. Onze doelstelling is om ervaringen en inzichten met elkaar te delen, zodat we Nederland gericht ondersteunen in de ontwikkeling naar een bewuste bestemming.

Veel meer dan een (economisch) doel beschouwen we recreatie en toerisme tegenwoordig als een sector die kan bijdragen aan uiteenlopende maatschappelijke opgaven. En dan met name aan het welzijn van bewoners. Een duurzame bestemming staat voor bescherming van de natuur en versterking van de lokale gemeenschap, cultuur en economie. Met bestemmingsmanagement ontwikkelen en beheren we recreatie en toerisme dusdanig dat op langere termijn positieve effecten ontstaan en tegelijkertijd de negatieve effecten worden geminimaliseerd.

Triple-helix samenwerking voor kennisdeling

De ambitie om actiever te sturen op bestemmingsmanagement doet de aandacht voor bewonersprofijt toenemen en legt vraagstukken bloot. Dit leidt tot toenemende aandacht voor bewonersprofijt: hoe ervaren bewoners zoveel mogelijk positieve impact van recreatie en toerisme? En al net zo relevant: hoe meten we dit?

Om deze vragen te beantwoorden lanceerde NBTC in 2022 de Koplopersgroep Bewonersprofijt. Dit is een triple-helix samenwerking van NBTC met bestemmingen in Nederland en kennisinstellingen betrokken bij onderzoek naar toerisme en recreatie.

Deze publicatie is een weerslag van de laatste ervaringen en inzichten en vormt een update van de eerder beschikbaar gestelde publicatie.⁷

Het doel van de koplopersgroep is driedelig:

1. Kennis en inzichten vergaren;
2. Deze kennis en inzichten delen met beleidsmakers, DMO's, kennisinstellingen en koepelorganisaties;
3. Concrete handvatten bieden voor onder meer interventies en (meet)methodieken.

Leeswijzer

In dit document kijken we allereerst naar de definitie van bewonersprofijt. We bespreken hierna de verschillende dimensies van profijt en maken onderscheid tussen de werkelijke voordelen van toerisme (feitelijk profijt) en hoe bewoners deze ervaren (gepercipieerd profijt). Ook behandelen we het verschil tussen individueel en collectief profijt. Tot slot beschrijven we een aantal mogelijke interventies ter vergroting van bewonersprofijt. Dit doen we aan de hand van praktijkvoorbeelden uit binnen- en buitenland. Verweven door het document reflecteert de koplopersgroep op kansen en ontwikkelingen betreffende bewonersprofijt.

We sluiten af met een samenvatting, doorontwikkeling en de oproep om vooral bij te dragen.



Koplopersgroep

De Koplopersgroep over...

Bewonersprofijt, de duurzame weg uit de drukte

Toerisme groeit en blijft voorlopig groeien, we weten het allemaal. Het internationaal bezoek neemt toe, dus de toeristische behoefte groeit. En er zijn steeds meer bewoners, dus ook de recreatiebehoefte groeit. Tegelijkertijd blijft de beschikbare ruimte gelijk. Of minder zelfs, door andere actuele transities. Zie hier de belangrijkste componenten van toenemende bezoekersdruk op locaties in Nederland.

Yvonne Cornax is lid van de Koplopersgroep Bewonersprofijt en in het dagelijks leven marketingstrateeg bij Marketing Drenthe. Zij zegt: “De verwachtingen spreken voor zich: de urgentie van focus op welzijn is groot. Als sector namen we met Perspectief 2030 onze verantwoordelijkheid en we hebben inmiddels heel wat te brengen. Bewonersprofijt komt hierin steeds meer centraal te staan, als méér dan een oplossing. Vanuit het besef dat we een bestemming maken met z’n allen, dus inclusief bewoners, is het meer een beweging. Als koplopersgroep geven we hier zoveel mogelijk vorm en inhoud aan.”

Een concept dat tot de verbeelding spreekt

Anne-Li Schydowski, als projectmanager vanuit NBTC betrokken bij de koplopersgroep, bevestigt dit. Zij schetst de ontwikkeling in korte tijd: “Bewonersprofijt is een fenomeen dat tot de verbeelding spreekt, als een belofte voor beleidsmakers die het welzijn van hun bestemming serieus nemen. Maar bij de oprichting van de koplopersgroep in 2020 waren er nog veel vragen.”

Bezoek dat daadwerkelijk iets bréngt

Aanvankelijk was de Koplopersgroep Bewonersprofijt vooral bezig met een vertaling van theorie naar praktijk. “We wilden mogelijke interventies zo snel mogelijk naar de bestemmingen brengen”, zegt Anne-Li. “Maar we hadden er niet meteen grip op. Dit kwam onder meer door de inhoudelijke benadering. We waren eerst op zoek naar manieren voor vergroting van het draagvlak. Gaandeweg werd de insteek vergroting van profijt. Kort gezegd: We streven er niet zozeer naar dat bewoners oké zijn met toerisme in hun omgeving, maar dat zij ervaren dat toerisme hen daadwerkelijk iets bréngt.”

De driehoek van ecologie, economie en maatschappelijk domein

“Een mooie samenleving heeft alles in balans”, gaat Yvonne verder. “Als je dit punt bereikt, zijn recreatie en toerisme in een gezond evenwicht op een bestemming.” Ze vervolgt: “In een samenleving die op spanning staat zie ik recreatie en toerisme dan ook als mogelijke redder. Want onze sector is heel goed in het combineren van alle opgaven rondom bewoners, natuur, cultuur en economie. Weinig sectoren zitten zó op die driehoek van ecologie, economie en maatschappelijk domein als wij.”

Om te besluiten: “Met bewonersprofijt als beweging eigenen wij ons een duurzame positie toe, die houvast en richting geeft bij alles wat er in de toekomst nog op ons afkomt.”



Foto Ernst Wagenveld

2 Theoretische afbakening

Definitie bewonersprofijt

Wat is bewonersprofijt en uit welke dimensies bestaat het?

“De aanwezigheid van bezoekers op een plek en de activiteiten die zij hier ondernemen hebben impact op een bestemming. Bewonersprofijt gaat over het deel van die impact dat meerwaarde oplevert voor de bewoners”

Het begrip ontleed

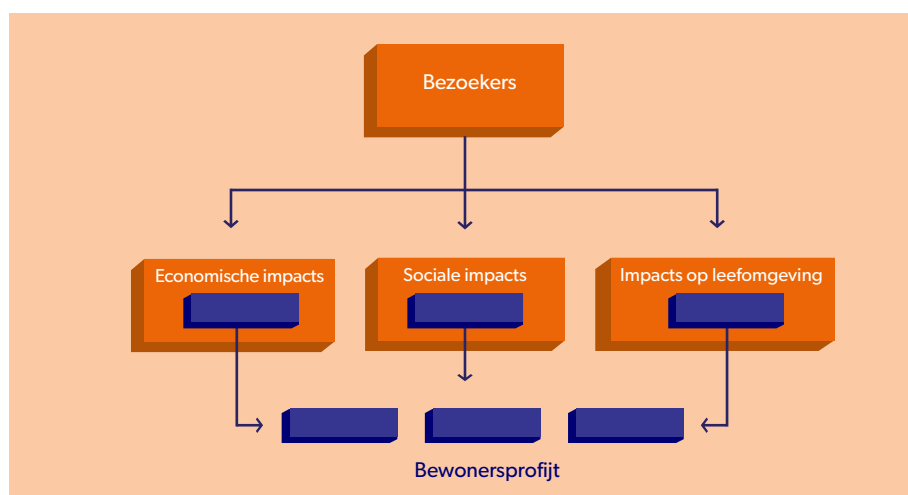
Bij de uitwerking van bewonersprofijt is een aantal zaken van belang:

- Met bezoekers bedoelen we alle personen die een bezoek aan een plek brengen voor recreatieve doeleinden. Van verblijfstoerist tot dagtoerist en van internationale bezoeker tot inwoners uit de directe omgeving.
- In lijn met de ambitie van Perspectief 2030 focussen we in dit document op toerisme. Maar in toenemende mate vervagen de grenzen tussen recreatie en toerisme, ofwel tussen de verschillende vormen van bezoek. Dit zien we terug als een bredere ontwikkeling in het gastvrijheidsdomein, ook wat betreft beleidsvorming.
- *Profijt* is niet hetzelfde als *steun*. Maar profijt kan wel bijdragen aan steun, aan draagvlak. Onderzoek wijst uit dat bewoners die meer positieve gevolgen ervaren van toerisme, vaker geneigd zijn toerisme in hun omgeving te steunen.
- *Profijt* is ook niet hetzelfde als *betrokkenheid*. Maar betrokkenheid kan wel zorgen voor profijt. Wanneer bewoners betrokken worden bij bijvoorbeeld beleidskeuzes, kan dit leiden tot een vorm van toerisme die voor bewoners een grotere meerwaarde heeft. Ook kan betrokkenheid de bewustwording vergroten van de (positieve) impact van toerisme.
- We benaderen *profijt* in ruime zin: het kan gaan om waarde, nut, baat, voordeel, et cetera.

Het visuele kader

De Koplopersgroep Bewonersprofijt, ontwikkelde een relatief eenvoudig kader voor het duiden van bewonersprofijt (zie figuur 1). Basis hiervoor waren literatuur, voorbeelden uit de praktijk en het gezamenlijke denkproces.

In dit kader wordt bewonersprofijt gevormd door drie soorten effecten: economische impact, sociale impact en impact op de leefomgeving. Slechts een deel van deze effecten levert meerwaarde op voor de bewoners van een gebied. En het is de combinatie van impacts die het bewonersprofijt vormt.



Figuur 1:

Deel van de impacts dat positief is voor bewoners

- Feitelijk en/of gepercipieerd?
- Individueel en/of collectief
- Bewust/onbewust

De drie dimensies van impact

Het Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality (CELTH) deed in 2021 onderzoek naar de sociaal-maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie. Op basis hiervan onderscheiden we drie dimensies van impact: economie, sociaal en leefomgeving. Impact vanuit al deze dimensies kan leiden tot bewonersprofijt.

Economische impact

Economische impact zoals die valt onder bewonersprofijt gaat over de positieve impacts die bezoekers hebben op de mogelijkheden voor bewoners om te voorzien in hun levensonderhoud. Denk aan meer werkgelegenheid, of de stijging van de woningwaarde. En een deel van de bewoners profiteert als ondernemer of medewerker in de toeristisch-recreatieve sector direct in de vorm van omzet of loon.

Sociale impact

De sociale impact zoals we die rangschikken onder bewonersprofijt gaat over de positieve impacts die bezoekers hebben op de sociaal- culturele aspecten van het leven van bewoners. Denk aan activiteiten primair gericht op toerisme die ook bewoners bij elkaar brengen, of aan ontmoetingen van bezoekers met bewoners die ook voor de bewoners een verrijking zijn. In een breder kader kan bezoek van buiten bewoners een trots gevoel geven over hun leefomgeving.

Impact op de leefomgeving

Wat betreft bewonersprofijt dat voortkomt uit impact op de leefomgeving, gaat het vooral over de positieve impacts die bezoekers hebben op de kwaliteit van de plaatselijke leefomgeving. Denk aan behoud en verbetering van het lokale voorzieningenniveau, behoud van natuur en cultureel erfgoed, een hogere kwaliteit van de publieke ruimte en een bepaalde mate van reuring of levendigheid.

Meerwaarde voor bewoners

Bewonersprofijt gaat over het deel van de impact dat meerwaarde oplevert voor de bewoners. Is deze meerwaarde dan ook feitelijk weer te geven? Of is er bij bewonersprofijt altijd sprake van perceptie? Gaat het daarnaast om bewust of onbewuste meerwaarde? En op welk niveau kan bewonersprofijt worden ervaren?

Feitelijk versus perceptie

Sommige impacts van bezoekers kunnen feitelijk worden gemeten, waarbij er ook criteria te bedenken zijn om deze impact als positief of negatief te kunnen beoordelen. In veel gevallen is dit echter afhankelijk van perceptie en betreft dit een subjectief waardeoordeel. Door toerisme veroorzaakte inflatie kan bijvoorbeeld voor bepaalde bewoners heel negatief zijn, terwijl anderen hier juist van profiteren. Zelfs een ogenschijnlijk universeel positieve impact als meer werkgelegenheid hoeft niet door iedereen als een positieve impact gezien te worden. Zo kan een inwoner bijvoorbeeld ook vinden dat zijn of haar gemeente te afhankelijk is van toerisme. Daarmee is het lastig te komen tot feitelijke criteria aan de hand waarvan beoordeeld kan worden of impacts als bewonersprofijt kunnen worden gezien.

Bewust versus onbewust

De definitie van bewonersprofijt die we gebruiken omvat alle impacts die positief zijn voor bewoners. Zowel impacts waar bewoners zich bewust van zijn als ook de impacts waarvan ze zich niet bewust zijn. Denk bijvoorbeeld aan een supermarkt in een kleine kern die kan bestaan dankzij toerisme. Het is goed mogelijk dat inwoners zich niet bewust zijn van het feit dat deze supermarkt kan bestaan dankzij toerisme, terwijl ze er wel degelijk van profiteren. Wanneer inwoners zich niet bewust zijn van bepaalde impacts, dan zal door een ander (expert/stakeholder) beoordeeld moeten worden of deze positief zijn.

Dit betekent het volgende:

- Er kan sprake zijn van impacts die (volgens bepaalde criteria en/of in de ogen van experts/stakeholders) positief uitwerken voor bewoners, maar die niet als zodanig gewaardeerd worden door de bewoners zelf. Dit is het geval als bewoners zich niet bewust zijn van deze impacts maar óók als zij, vanuit hun eigen positie en waardeoordeel deze impacts niet als positief zien.
- Het tegenovergestelde is ook mogelijk: er kan sprake zijn van door bewoners veronderstelde positieve impacts, die in werkelijkheid niet bestaan. Dit is wellicht het beste te illustreren aan de hand van nadelen die inwoners denken te ervaren van het toerisme. Zo wordt 'drukte' in stedelijke regio's vaak onterecht geheel gerelateerd aan toerisme, terwijl het juist ook eigen inwoners zijn die in eigen omgeving recreëren.
- De nationale ambitie dat iedere inwoner profiteert van toerisme, houdt wat ons betreft niet alleen in dat inwoners feitelijk zouden moeten profiteren van toerisme, maar dat zij zich daar ook van bewust zijn en de impacts als zodanig percipiëren.

Individueel versus collectief profijt

Bewonersprofijs kan ontstaan op twee niveaus: het niveau van de inwoner (individueel) en het niveau van de gemeenschap (collectief). Bestedingen van toeristen, kunnen bijvoorbeeld leiden tot een groei van de lokale economie (collectief) en tegelijkertijd tot een hoger inkomen voor specifieke bewoners (individueel).

Collectief profijt hoger aangeslagen

Het Duitse Instituut voor Toeristisch Onderzoek (DITF) onderzocht hoe bewoners het verschil ervaren tussen individueel en collectief profijt. Duidelijk werd dat bewoners de waarde van toerisme voor de gemeenschap over het algemeen hoger inschatten dan de waarde ervan voor zichzelf. Dit betekent dat voordelen op gemeenschapsniveau niet noodzakelijkerwijs worden beleefd als voordelen voor elk individu afzonderlijk.

Sturen op bewust ervaren meerwaarde

De nationale ambitie dat iedere inwoner profiteert van toerisme, gaat dus verder dan het creëren van enkel collectief profijt. We streven naar individueel profijt, dat als zodanig ervaren wordt door inwoners en waarbij de toegevoegde waarde bewust ervaren wordt.



De Koplopersgroep over...

Datagedreven werken als bewijslast van de beweging

Datagedreven werken is hét streven van dit moment, ook in het gastvrijheidsdomein. In de koplopersgroep wordt hieraan veel aandacht besteed. Het gaat voornamelijk om instrumentarium en onderzoeksmethodieken. Kernachtig: hoe stuur je op bewonersprofijt en hoe maak je dit meetbaar?

Daniek Nijland is onderzoeker voor het Kenniscentrum Kusttoerisme en als zodanig verbonden met de koplopersgroep. Zij geeft aan: “Gezien de behoefte in de sector wilden we zo snel mogelijk richting een set van interventies. Maar we beseften al gauw dat bewonersprofijt een complex concept is, zeker als je het meetbaar wilt maken. Dit begint al met de bepaling van de definitie. Hier hebben we binnen de koplopersgroep dan ook veel aandacht aan besteed.”

Wisselwerking tussen theorie en praktijk

Hierna volgden twee sporen. “Spoor 1 ging over onderzoek naar hoe je bewonersprofijt meet,” zegt Daniek. “Spoor 2 richtte zich juist op de praktijk, met reeds geplande interventies in Zeeland en Drenthe. Dit zorgde voor een constante wisselwerking tussen theorie en praktijk; heel waardevol voor de vorming van het kader.”

Liever op basis van data dan op onderbuikgevoel

Ruurt van der Wel, directeur-bestuurder van eilandmarketing Schouwen-Duiveland, onderstreept dit. “Theorie en praktijk met elkaar verbinden, begint met zoeken naar data. Bij aanvang van het onderzoek in Zeeland, was minder data beschikbaar dan we hadden gewild. Dit laat maar zien dat datagedreven werken nog in de kinderschoenen staat.” Maar de behoefte is groot, gaat hij verder. “Als gemeente of DMO wil je inwoners laten zien hoe profijt alles met elkaar verbindt en verbetert, wil je de gezamenlijke trots faciliteren. Dit doe je liever op basis van data dan op onderbuikgevoel.”

Verantwoording en focus

Eilandmarketing Schouwen-Duiveland heeft dan ook veel aan de twee onderzoeken die nu zijn afgerond. “En ook aan het model met de drie dimensies van profijt”, stelt Ruurt. “Dit gebruiken we om onze inspanningen voor bewonersprofijt uit te leggen. En we maken nu zelf ook andere keuzes. Met zwerfafval zouden wij als DMO nooit iets gedaan hebben, tot het onderzoek liet zien dat dit voor bewoners heel erg speelt in de leefomgeving, gerelateerd aan bezoek.”

Praktische handvatten snel beschikbaar

Op weg dus, naar een standaard meetinstrument voor de effectiviteit van interventies. Daniek Nijland heeft er vertrouwen in: “We hebben met de koplopersgroep al veel gedaan en bereikt. Ik zie het er wel van komen dat we die praktische handvatten snel kunnen bieden.”

3

Praktijkvoorbeelden



Foto Sjoerd Bracké en Cuno de Bruin

Praktijkvoorbeeld Drenthe: Waardevol Van Gogh

Van Gogh Drenthe maakt de Drentse periode van Van Gogh beter beleefbaar. Niet alleen voor bezoekers, maar ook voor de eigen bewoners. Waardevol Van Gogh, rondom het toenmalige logement van de kunstenaar in Nieuw-Amsterdam / Veenoord, draagt hieraan bij. Dit deelproject werd opgezet in nadrukkelijke samenwerking met de bewoners, zodat zij optimaal profijt zouden ervaren van de initiatieven in hun leefomgeving.

De wereldberoemde kunstenaar Vincent van Gogh verbleef in 1883 drie maanden lang in Drenthe. In 2023 is dit 140 jaar geleden. Van Gogh woonde en werkte destijds twee maanden in het logement van Hendrik Scholte in Nieuw-Amsterdam/Veenoord, het huidige Van Gogh Huis Drenthe. Het was een korte maar belangrijke periode in zijn leven. Hier ontwikkelde hij zijn passie voor de schilderkunst. Niet veel mensen weten dit en ook onder inwoners van Nieuw Amsterdam/Veenoord bestond weinig verbondenheid met dit thema.

Waardevol Van Gogh combineerde om deze reden een aantal doelstellingen. Meer zichtbaarheid en beleefbaarheid van Van Gogh in Drenthe en meer bewonersprofijt kwamen samen in een plan van aanpak. Op hoofdlijnen draaide dit om drie interventies:

- Ontwikkeling van een kunstwerk op de voormalige graansilo en aanleg van een bloemenweide.
- Ontwikkeling van een open entree annex terras voor het Van Gogh Huis Drenthe.
- Ontwikkeling van een huiskamer in het Van Gogh Huis als ontmoetingsplek voor inwoners.

Afgeleid van Van Gogh Drenthe was het doel duidelijk: toegevoegde waarde creëren voor bewoners in Nieuw-Amsterdam/Veenoord middels het zichtbaar en beleefbaar maken van Van Gogh (voor toeristisch bezoek), hiermee een impuls geven aan de fysieke en sociale leefomgeving en zo:

- onder de lokale bevolking het draagvlak te vergroten voor het uitdragen van Van Gogh Drenthe;
- ontmoeting te stimuleren in het dorp;
- bij te dragen aan versterking van de culturele identiteit en trots.

Samenwerking met Plaatselijk Belang

Waardevol Van Gogh beoogde in Nieuw-Amsterdam/Veenoord een meer zichtbare verbinding en een sterkere relatie tussen het dorp en het Van Gogh Huis Drenthe. Om dorpsbewoners mee te nemen in de plannen, werd aan het begin van het traject samenwerking gezocht met Plaatselijk Belang. Hieruit bleek dat de verbondenheid van de inwoners met Vincent van Gogh en het Van Gogh Huis Drenthe aan de lage kant was. Bewoners zouden daarom sceptisch kunnen zijn over het project. Veel meer was het de dorpsbewoners te doen om hun leefomgeving. Aandachtspunten waren onder meer de teruglopende horeca en het weinig aantrekkelijke stationsgebied met de oude graansilo.

Meer participatie

Een aantal stappen werd gezet om duidelijk te krijgen in hoeverre het dorp profiteert van toerisme en recreatie en wat de invloed is op de leefbaarheid. Doel was ook een grotere betrokkenheid:

- Er kwam een openbare bijeenkomst van Plaatselijk Belang, waarna de besproken plannen verschenen in de lokale en regionale media.
- Via Facebook startte Plaatselijk Belang hierop informatieverstrekking van bewoners.
- Een van de gecommuniceerde aanhaakmogelijkheden was het inzaaien van een 'Van Gogh' bloemenweide in het stationsgebied. Tientallen bewoners meldden zich aan hielpen mee om de bloemenweide te realiseren.
- De interactie kwam vooral op gang toen dorpsbewoners mochten bepalen welke muurschildering op de oude graansilo moest komen. Meer dan 400 dorpsbewoners brachten hun stem uit. De ontwikkelingen werden hierna intensief gevolgd in het dorp.

Online poll voor monitoring

Plaatselijk Belang schatte vooraf in dat reguliere meetmethoden, zoals een enquête, niet effectief zouden zijn vanwege lage betrokkenheid onder de plaatselijke bevolking. Om toch een zo hoog mogelijke respons te verkrijgen, zette Plaatselijk Belang een poll in op de eigen Facebook-pagina. De eerste editie van de poll fungeerde als nulmeting, ook al was de eerste interventie op dat moment al gestart.

Waardering voor de leefomgeving, meer participatie

Het Van Gogh kunstwerk op de voormalige graansilo en de aanleg van de bloemenweide bleken vooral bij te dragen aan de waarde voor de leefomgeving, iets dat collectief wordt beleefd. Het terras voor het Van Gogh Huis en binnen de huiskamer, als ontmoetingsplek voor inwoners, zijn goede voorbeelden van de sociale meerwaarde die inwoners ervaren.

Terugkijkend, bleek de inspraak voor bewoners een belangrijke succesfactor voor Waardevol Van Gogh. Luisteren naar de wensen en opvattingen in het dorp was cruciaal voor de gewenste betrokkenheid. Lessons learned:

- Een belangrijke les was dat partijen betrokken bij de organisatie soms een stapje terug moesten zetten om daadwerkelijk te begrijpen wat er speelde bij bewoners en hoe toerisme hieraan kon bijdragen.
- De lokale context is essentieel. Met andere woorden: bewonersprofijt kent geen standaard aanpak, maar vraagt om maatwerk.
- Ook oog voor schaal was van belang. In het geval van Waardevol Van Gogh was er op provinciaal niveau al enthousiasme, terwijl het project lokaal nog niet echt leefde.
- Tot slot is het goed om te realiseren dat de DMO in de rol van procesbegeleider, het proces zelf ook beïnvloedt. Dit vraagt bewustzijn en veelal een bescheiden opstelling; meer op de achtergrond.

De Koplopersgroep over...

Een positieve benadering van bezoek

De publieke opinie houdt zich wat betreft toerisme momenteel vooral bezig met de beleving van overlast. Terwijl er zoveel goed werk wordt verzet en moois wordt gecreëerd, dat ook nog eens bewezen effectief bijdraagt aan de brede welvaart. Dit verdient een tegenoffensief.

Yvonne Cornax: “De spanning op de ruimte voor recreatie en toerisme neemt toe. Wat je er in de media en ook in de politiek van terugziet, heeft helaas een negatieve focus, in Drenthe en ook landelijk.”

Politiek gevoelig voor negatief sentiment

Daniek Nijland herkent dit: “In Zeeland steunt de economie voor een goed deel op toerisme. Maar met name aan de kust beginnen mensen er last van te krijgen. De negatieve effecten voeren hier de boventoon en de politiek duikt hier vaak meteen op. Degene die het hardste roept krijgt de meeste aandacht. Over het algemeen zijn dat niet de mensen die zo blij zijn met toerisme. Dit vind ik echt een uitdaging.”

Yvonne springt bij: “Voor het provinciale sectordebat besloten wij dit jaar de positieve waarde van de sector letterlijk zichtbaar te maken met een video over wat recreatie Drenthe brengt. We lieten dus bewust vooral de toffe dingen zien. We hebben er veel complimenten over gehad.”

Beeldvorming versus feiten

Ruurt van der Wel: “De beeldvorming sluit ook niet altijd aan op de feiten. Opvallend is bijvoorbeeld dat onze bewoners zeggen nadeel te ervaren van toerisme, want het Transferium staat steeds vol. Maar in de praktijk blijkt 30 à 40% van de auto's van bewoners van het eiland zelf. Dit is het soort beeldvorming waar wij ons over willen buigen. Met als centrale vraag: hoe kunnen we bewonersprofijt beter beleefbaar maken?”

Positieve effecten bij dragen bij aan draagvlak

Daniek: “Over de aanpak is ook niet iedereen het nog eens. Sommigen zeggen: laten we eerst maar eens die negatieve effecten aanpakken, dan komen we daarna wel een keer toe aan de positieve aspecten. Maar in de koplopersgroep denken wij bewust omgekeerd, want we weten dat als mensen positieve effecten ervaren van bezoek, dit bijdraagt aan het draagvlak.”

Ze vervolgt: “Dus leggen wij de ambitie hoger. Hoe kan toerisme zoveel mogelijk bijdragen aan het welzijn van onze inwoners? En hoe ervaren zij zoveel mogelijk die positieve effecten? Dat is nieuw terrein, maar als je Nederland echt duurzaam wilt ontwikkelen, is het een vraagstuk dat je niet opzij kunt schuiven.”



Green Hotel Club: Sociaal ondernemerschap in het hotelwezen

Green Hotel Club committeert zich aan ambitieuze duurzaamheidsdoelen. De club Amsterdamse hotels hanteert hiervoor een waaier van projecten. Het thema bewonersprofijt vindt zijn contouren vooral in de vorm van sociaal ondernemerschap.

Impact van ondernemerschap

Green Hotel Club gelooft in een inclusieve en regeneratieve toekomst voor de hotelbranche. De sleutel: bewust ondernemerschap. Leidraad voor de uitvoering zijn internationale duurzaamheidsprogramma's als de SDG van de VN en de CRSD van de Europese Unie.

Best behaviour op alle vlakken

In de praktijk voelen de deelnemende hoteliers zich vooral nadrukkelijk verantwoordelijk voor de impact van hun ondernemerschap op de omgeving van het hotelbedrijf. Dit gaat verder dan het milieu in brede zin en betreft ook de directe leefomgeving van buurtbewoners. Best behaviour op alle vlakken. Vanuit de stichting draait een aantal projecten dat de hoteliers hiermee helpt.

Enkele voorbeelden:

Give me 5! - onderdak voor economisch dakloze mensen

Met de kracht van hospitality kun je een positieve impact creëren in het leven van economisch dakloze mensen. Hotels die deelnemen aan dit project stellen 1 tot 5 kamers (of 1% van hun bezetting) beschikbaar voor economisch dakloze mensen. Dit zijn mensen die door scheiding, verlies van werk of ziekte (of een combinatie hiervan) hun huis verloren en nu deels op straat wonen, of bijvoorbeeld bij kennissen. Een verblijf van 3 tot 6 maanden bij een hotel van de Green Hotel Club stelt hen in staat tot zichzelf te komen, hun zaakjes op orde te brengen en de toekomst weer met vertrouwen tegemoet te zien.

Last mile delivery

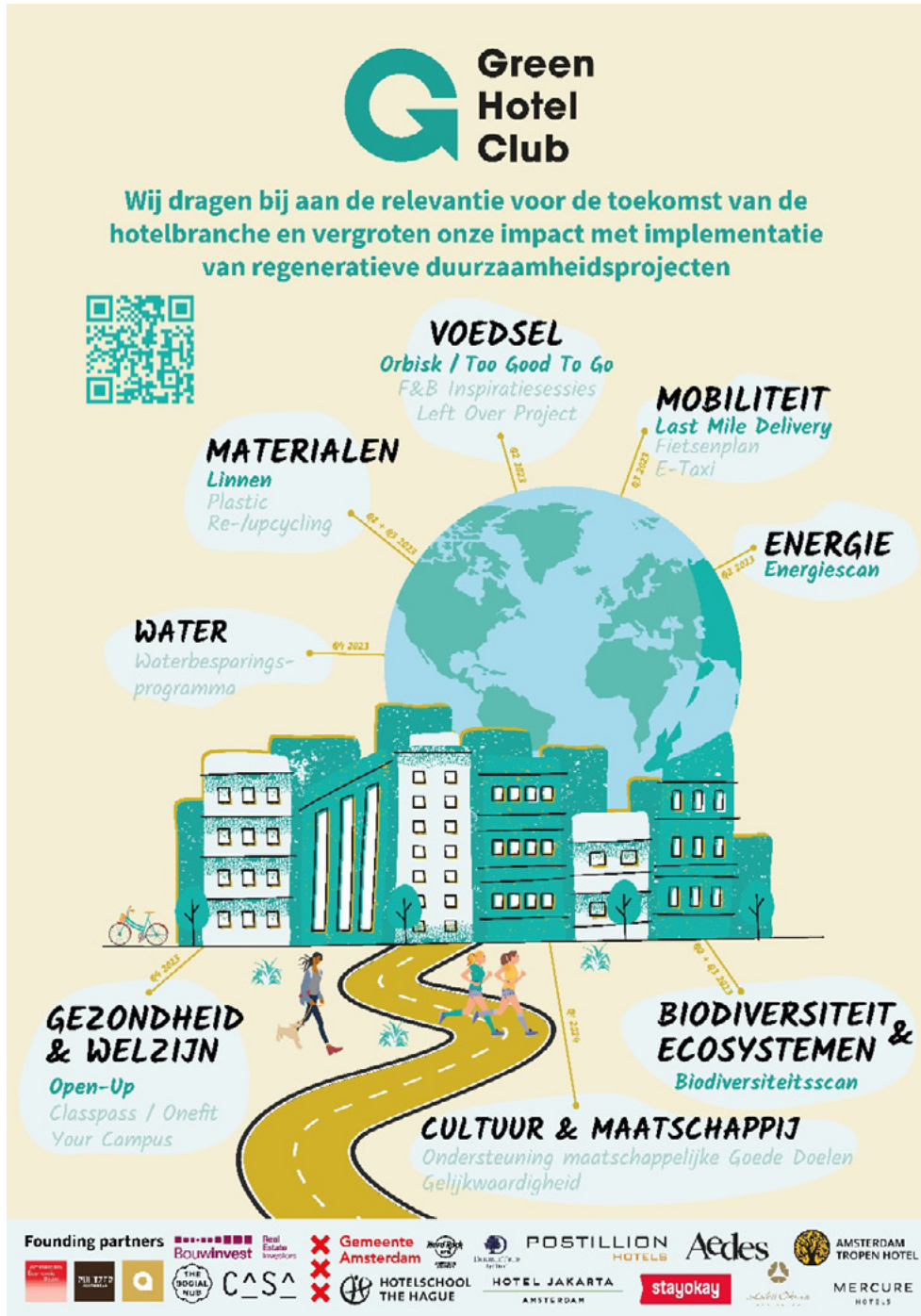
Hotels ontvangen de hele dag door leveringen, veelal met kleine of grote vrachtwagens. Door zendingen te verzamelen in de City Hub en van daaruit met elektrische minivans uit te rijden naar hotels, gaat het aantal verkeersbewegingen rondom hotels drastisch omlaag. Naast minder CO2-emissie betekent dit vooral een significante vermindering van de geluids-overlast die bewoners ervaren, zoals in de vroege ochtend of in het weekend. Maar het draagt ook bij aan de veiligheid en doorstroming van het verkeer. (Buiten de City Hub om, geldt overigens hetzelfde voor het ophalen en afvoeren van afval; niet in alle vroegte en niet tijdens piekdrukke.)

Samen optrekken bij grotere opgaven

Niet alle ingrepen die profijtelijk zijn voor bewoners zijn geschaard onder een project. Ondersteund door leden als KHN en Bouwinvest neemt Green Hotel Club actief deel aan overleggen en samenwerkingen van bijvoorbeeld gemeente en brancheverenigingen. Met een stevige lobby beogen ze zo een positieve impact voor de omgeving van de deelnemende hotels. Denk aan terugdringing van criminaliteit en prostitutie en beperking van overlast door drank- en drugsgebruik. Het profijt hiervan is breed; merkbaar voor de hotelgasten, maar net zo hard voor de omwonenden.

Bewustzijn

Met deze en talloze andere projecten laat Green Hotel Club zien dat bewonersprofijt ook een haalbaar streven is voor organisaties die in wezen een commerciële drijfveer hebben. Een sterk bewustzijn van de impact van het eigen handelen op de omgeving is key. De hotels zijn dan ook continu in gesprek met hun burens. Gastheerschap tot de tweede macht, als het ware.



De Green Hotel Club in het kort
 Begonnen als de Koplopersgroep Circulaire Hotels, op initiatief van de gemeente Amsterdam, nam de Green Hotel Club begin 2023 het roer over. Nu onderdeel van de Green Business Club, zet de groep ambitieuze hotels zich des te harder in voor verduurzaming in de branche. De deelnemende hotels waren al zeer bewust bezig met verduurzaming. In de groep herkennen zij dan ook de intrinsieke motivatie om maatschappelijk verantwoord ondernemen een stap verder te brengen. Dit resulteerde in korte tijd tot een aantal aansprekende projecten. Aansluiten kan nog altijd. Zie Green Business Club[®] voor meer informatie en de projectportfolio.



Tourism Together, Banff National Park en Lake Louise, Canada

Voor Banff National Park and Lake Louise, het grootste natuurpark van Canada, werd onder de noemer van Tourism Together een langetermijnvisie gemaakt op toerisme. Bewonersprofijt is hierin een extra belangrijke pijler, want iedere bewoner van het national park is werkzaam in het toerisme. Dit levert bijzondere planvorming op, waarbij de bijna 10.000 inwoners van het gebied intensief betrokken zijn.

Groeiend toerisme levert uitdagingen op

Net als op andere plekken in de wereld, leverde groeiend toerisme ook in Banff uitdagingen op. Corona maakte dit extra duidelijk. De bezoekersdruk nam toe, de infrastructuur dreigde verstopt te raken en de huizenprijzen stegen. Meer balans was gewenst. Maar bezoek weren is geen optie in een gemeenschap die economisch afhankelijk is van toerisme. Focus was er dan ook niet op de vraag óf bezoek gewenst was, maar welk sóort bezoek men wilde ontvangen. Om die vraag goed te beantwoorden, werd de dialoog gezocht met de gemeenschap.

Een integrale langetermijnvisie, grondig en bottom-up

Wereldwijd zijn er nog niet veel gebieden die zo grondig en bottom-up een integrale langetermijnvisie ontwikkelden op bestemmingsmanagement. Maar in Banff was het besef sterk dat een duurzame ontwikkeling van de bestemming de medewerking vereist van iedereen die er deel van uitmaakt.

Het leidde tot een uitgebreide raadpleging van de gemeenschap. Meer dan 2.000 respondenten gaven op deze manier hun mening en ideeën over de toekomst van Banff National Park. Een proces dat in de kern werd geleid door een stuurgroep, bestaande uit Banff & Lake Louise Tourism (DMO), Town of Banff (gemeente) en Parks Canada (de gebiedsbeheerder).

Welvaart en het welzijn van park en bewoners

Het centrale vertrekpunt van de visie is dat toerisme moet bijdragen aan de welvaart en het welzijn van het hele park en al zijn bewoners.

In het licht van Tourism together betekent dit:

- Nieuwe en betekenisvolle manieren ontwikkelen om van het park te kunnen blijven genieten en het (voor de volgende generaties) beter achter te laten.
- Toerisme doorlopend veranderen en aanpassen om er als bestemming beter van te worden.
- De toekomst al samenwerkend creëren, met bewust deelnemende en bijdragende bewoners en bedrijven.
- Een gemeenschap en sector neerzetten die gastvrij, veilig en inclusief is voor de mensen die er wonen, werken en buitenspelen.

Uitgewerkt tot een aanpak leiden deze doelen tot een toekomstbestendige manier om de bestemming te delen met elkaar en met de bezoekers. En om de bestemming zo te laten transformeren dat zij het beste naar boven haalt in iedereen die erbij betrokken is, met voorop de bewoners, als belangrijke ambassadeurs.

Dialoogproces en enquêtes

Voor consultering van de inwoners werd gebruikgemaakt van een dialoogproces⁷ met verschillende dialoogtypen en werkvormen.

Drie onderzoeken werden gehouden:

1. Een stakeholderonderzoek moest inzicht geven in de toekomstbereidheid, de belangrijkste prioriteitsgebieden en de verwachtingen voor de gedeelde toekomstvisie op het toerisme in Banff National Park. Een breed scala aan belanghebbenden uit de toeristische sector nam deel, waaronder ondernemers, hun werknemers, partners en andere organisaties voor bestemmingsbeheer.
2. Een gemeenschapsenquête om input te verzamelen van inwoners van Banff National Park.
3. Een onderzoek onder werknemers in de toeristische sector, in samenwerking met de Banff & Lake Louise Hospitality Association. Dit onderzoek was bedoeld om de ervaringen en kansen van werknemers te helpen verbeteren en om werkgevers inzichten te bieden voor verbetering van de werving, het behoud en de bredere levenscyclus van werknemers.

Thematische werkgroepen

Hiernaast werden werkgroepen opgericht rondom zes thema's. Mensen konden hierin input geven, debatten voeren en reageren op voorstellen.

- diversiteit
- gelijkheid en inclusie;
- bestemmingsmerk en merkwaarden;
- inheems toerisme;
- innoverend toerisme;
- leven, werken en gemeenschap;
- duurzaamheid.

GroupNAO, een vooruitstrevende organisatie op het gebied van de strategische ontwikkeling van toerisme, was betrokken bij de procesinrichting en -begeleiding van het traject. Het proces is uitvoerig gedocumenteerd op tourismtogether.ca⁷, onder Engagement & Research.

Fundament voor de toekomst

Alle inzichten en input uit de enquêtes en de werkgroepen werden gebruikt om een paar belangrijke strategieën op te tuigen, die met elkaar een fundament vormen voor de toekomst. Het resultaat: *Lead tourism for good, 10-year vision for tourism in Banff and Lake Louise*.

Vraagsturing: waardevolle bezoekers

Focus in 2023 was op vraagsturing: bezoek aantrekken dat de waarden van de gemeenschap deelt en dat helpt de bestemming uit te bouwen. Op basis hiervan krijgt het concept van regeneratief toerisme verder invulling om zo de brede welvaart voor de gemeenschap te verbeteren.

Kennis en inzichten delen

Net als in Nederland en andere plekken op de wereld is bewonersprofijt in Canada een vakgebied in ontwikkeling. Ook na afronding van de 10-jarenvisie weten DMO, gemeente en gebiedsbeheerder nog niet alles, stellen ze publiekelijk. Kennis en inzichten delen, ook internationaal, wordt gezien als een belangrijke manier om in de toekomst steeds meer grip te krijgen op bewonersprofijt.

Bewonersprofijt nauwkeurig en tijdrovend proces

Bewoners een stem geven is van wezenlijk belang voor de duurzame ontwikkeling van een bestemming. Maar het is een nauwkeurig en tijdrovend proces. Bepaalde resultaten hebben hierdoor lang geduurd, zoals met betrekking tot betaalbare woningen, elektrificering van openbaar vervoer, restrictief parkeerbeleid en gedragsverandering van bewoners wat betreft autogebruik.

Lees hier⁷ het volledige interview met Leslie Bruce, Voorzitter en Directeur Banff & Lake Louise Tourism.

De Koplopersgroep over...

Veranderende verhoudingen: de verbinding herstellen

Bewoners laten profiteren van toerisme, vergt een aangepaste houding van de sector. Dit gaat verder dan de interventies die we in kunnen zetten, hoe effectief die op papier ook lijken te zijn. Wat elders goed werkt, kan op jouw bestemming doodslaan. Of zelfs averechts werken. Dus een veel gehoorde vraag is momenteel: "Bewonersprofijt ja, maar hoe!?"

Het lijkt een open deur, maar voor bewonersprofijt moeten we terug naar de bewoners. Yvonne Cornax: "Toerisme ontstond uit recreatie en recreatie begon als vrijetijdsbeleving van bewoners. Maar juist het bewonersdeel is verloren gegaan. We hebben als maatschappij zo nadrukkelijk gekeken naar economie en welvaren, dat welzijn een beetje onder de voet is gelopen. Nu het weer gaat over welzijn, moeten we de verbinding met onze inwoners herstellen."

Gelijkwaardige communicatie

"Vanuit het efficiencydenken zijn we gewend geraakt om te communiceren vanuit strategieën en doelen. Top-down", zegt Anne-Li Schydrowski. "Maar als je mensen wilt laten meeprofiteren van wat er gebeurt in hun omgeving, zul je goed naar hen moeten luisteren. En in de uitvoering moeten aanhaken op wat je te horen krijgt. Communiceren op gelijkwaardig niveau." Ze vervolgt: "Je moet als bestemming dus de bereidheid hebben om je doelen los te laten, of anders in te vullen dan je voor ogen had. Heb je dit vermogen, dan zal het draagvlak voor bezoek positief meebewegen."

Iedereen bewust van z'n rol

Jan Huizing is lid van de koplopersgroep als onderzoeker city hospitality bij Hotelschool The Hague. Hij vertelt: "In het bestemmingsdenken gaan we nu steeds meer uit van bestemmingen als plekken waar allerlei groepen mensen gebruik van maken en waar iedereen zich in principe oké voelt." Daarna: "En een bestemming bestaat natuurlijk uit meer dan een groep bewoners. Ook ondernemers hebben bijvoorbeeld een rol die bewustzijn verdient. Als wij praten met hotels, vragen wij tegenwoordig daarom ook: Wat betekenen jij eigenlijk voor de plek waar je onderneemt? Wat doe jij voor de bewoners uit de buurt? Vroeger waren dat echt gekke vragen, nu niet meer."

Verschuiving van rol en taak

Er vindt dus een verschuiving plaats in doelgroepen, gespreksonderwerpen en communicatiestijlen. En ook de rollen van organisaties veranderen, zoals dat DMO's de bevordering van bestedingen hebben losgelaten om zich te focussen op de brede welvaart. "In gedrag is het soms niet eens zo anders", vult Yvonne aan, "maar het gaat om de opdracht die er achter zit en dat is vandaag de dag een essentieel andere. Als boodschapper hebben we nu ook een andere rol. Het gaat veel meer over inspireren, kennisdelen, verbinden en organiseren. Het is - zeker voor DMO's - meer werken geworden aan de achterkant, zodat aan de voorkant de wereld er een beetje mooier van wordt."

Kader Bewonersprofijt biedt houvast

Ruurt van der Wel: "Of mensen dit oppakken, hangt af van aan wie je het vertelt. Bepaalde groepen pikken de boodschap wel op. 'Koplopersgroep' klinkt ook best actief, al moet je er wel bij uitleggen dat het effect niet meteen morgen merkbaar is. Andere partijen kunnen nog niet zoveel met bewonersprofijt. Er is dus werk aan de winkel. Daarom ben ik heel blij dat dit kader er nu is."



Foto Pierre Jean Durieu

Deal met eigenaren en bewoners UNESCO Werelderfgoed: Traboules Agreement en Charter of good practice

De Traboules, de eeuwenoude steegjes in Lyon, zijn UNESCO Werelderfgoed en een toeristische trekpleister van formaat. Maar de straatjes worden ook bewoond. Om de rust te behouden voor de inwoners en tegelijkertijd de kwetsbare gebouwen te beschermen, waren veel traboules vroeger ontoegankelijk voor publiek.

Win-win

Dit veranderde in 1990. Als een win-winconstructie maakte het stadsbestuur van Lyon een afspraak met de vastgoedeigenaren in de wijk. De traboules zouden openblijven voor publiek. In ruil hiervoor zou de stad meebetalen aan onderhoud, schoonmaak en verlichting van de wijk. Ook kwamen er informatieborden met een aantal 'huisregels'. Sindsdien zijn de Traboules en de bijbehorende courtyards het hele jaar geopend voor publiek, dagelijks van zeven uur 's ochtends tot zeven uur 's avonds.

Enige bestemming met zo'n afspraak

Voor zover bekend is dit de enige bestemming waar een dergelijke afspraak geldt tussen stadsbestuur, vastgoedeigenaren en bewoners. Interessant vanuit het oogpunt van bewonersprofijt is bovendien de tweedeling. Enerzijds de Traboules agreement, de langetermijnafspraken over openstelling en schoonmaak/onderhoud van de wijk. Anderzijds de Charter of good practice, een aanpak van bewustwording en gedragsbeïnvloeding gericht op bezoekers.

Welcome to our traboules!
We are delighted to welcome you to our much-loved Vieux-Lyon (Old Lyon).

For more than 2000 years, visitors, shopkeepers and residents have shared this district in perfect harmony. This balance is part of its unique character and we are proud to welcome you here. Here are a few tips to bear in mind as you explore our famous hidden passageways known as 'traboules'!

- Patience pays:** are there already people in front of you? Wait for a few moments until the traboules empties before entering, as you will appreciate it even more when it's quiet.
- Silence is golden:** there's no need to shout, as your voice will resonate easily (and there may be children taking a nap in neighbouring buildings).
- Eyes wide open:** there are many traboules and hidden courtyards between the Saint-Georges and Saint-Paul neighbourhoods of Vieux-Lyon, as well as in the Croix-Rousse district... Use the map of Lyon to discover them all and get off the beaten track.

You are now ready to explore the streets and neighbourhoods of Vieux-Lyon!
Enjoy your visit!

Local residents of the traboules

ONLY LYON
TOURISM AND CONVENTIONS 1

Lyon's UNESCO heritage

The neighbourhoods of Vieux-Lyon, the hills of Fourvière and Croix-Rousse, and the Presqu'île [peninsula] have been listed as UNESCO World Heritage since 1998. These sites cover two hills, two rivers and four riverbanks, or 427 hectares. 'Cours-traboules' agreements have been signed by residents, property owners and local authorities to enable visitors to discover these areas within the framework of comprehensive, intimate tours. They ensure a quality reception for visitors and respect for the lives of local residents.

NB: How do I know if a traboule is covered by an agreement and, therefore, open to visitors?
Consult the official list of courtyards and traboules, which is available on the map of Lyon!

EUROPEAN CAPITAL OF SMART TOURISM
LYON 2019

Al 30 jaar in stand

De driepartijendeal is een formule die blijkbaar werkt. Want hij wordt al ruim 30 jaar in stand gehouden. Wellicht is het dus een inspirerend voorbeeld voor andere hybride gebieden, waar bezoekers en inwoners gebruik maken van dezelfde ruimte.

Interview in volgende editie

Zie hier⁷ voor meer informatie over de Traboules Agreement. Met ONLYLYON, de DMO voor de stad Lyon, gaan wij binnenkort in gesprek om meer te leren over deze case. Het verslag vindt je in de volgende editie van deze publicatie.

4

Meer inspiratie

Time for DMOcracy

Onder het mom van Time for DMOcracy bracht NBTC samen met 22 Europese DMO's de aspecten in kaart die een rol spelen bij bewoners-betrokkenheid. De uitkomsten van deze uitgebreide verkenning, inclusief een overzicht van internationale voorbeelden én een uiteenzetting van de veranderende rol van DMO's, zijn online beschikbaar. ⁷

Agora for Tourism - Bordeaux, Frankrijk

In het Franse Bordeaux lanceren ze Agora for Tourism. Agora betekent in het Griekse 'verzamelplaats'. In deze geest zette het stadsbestuur van Bordeaux een digitale hub op om de dialoog rondom toerisme in en aan de stad te faciliteren. De toepassing van het platform is driedelig: 1) Inwoners informeren over relevante trends en ontwikkelingen, 2) hen consulteren over te maken beleidskeuzes en 3) de mogelijkheid geven om zelfstandig onderwerpen te agenderen.

Onlangs werd het 10 maanden durende consultatie- en ontwikkelproces afgerond van de Tourism Roadmap 2026. ⁷

Begroting in één oogopslag - Veere

Gemeente Veere gebruikt een overzichtelijke infographic om de grote economische impact van toerisme over te brengen. Met stip op 1 staan de inkomsten, die er via de gemeentelijke begroting onder meer toe leiden dat (delen van) de woonlasten niet worden verhoogd. Ook dit wordt duidelijk gemaakt in de infographic. Zo is er aandacht voor de positieve impact van toerisme. ⁷

Buurtplaatjes; spaar je burenl! - Schiedam

Buurtplaatjes is een idee van kunstenaar Maarten Bel, opgezet in samenwerking met het Stedelijk Museum Schiedam. Via deze spaaractie verzamelen Schiedammers plaatjes van hun burenl. Distributie van de kaartjes is bij aankopen bij lokale ondernemers. De verhalen op de kaartjes zijn persoonlijke, zowel grappig als serieus. Via de actie leert men burenl beter kennen en worden aankopen gestimuleerd bij lokale ondernemers. ⁷

Behoud erfgoed door toeristische herbestemming - Boerderijfondsl

Het Boerderijfondsl geeft historisch boerderijen subsidie voor het behoud van de gebouwen, liefst via een toekomstbestendige (recreatieve) invulling. Er wordt vanuit het fondsl aandacht besteed aan zowel de cultuurhistorische waarden, als de meerwaarde voor de omgeving. ⁷

Astrostays - community-led Astrotourism

Astrostays ⁷ vind je in het Himalaya-gebergte. Deze verblijven stimuleren gemeenschapsontwikkeling in dunbevolkte, weinig bezochte gebieden en leveren hier een directe bijdrage aan. Uniek aan astrotoerisme is dat de inwoners van het gebied eigenaar zijn van de accommodatie en direct profiteren van de economische effecten. ⁷ Onderdeel van het concept is ook opleiding van de lokale bevolking in astronomie, gastvrijheid en gastronomie.

Erfgoedhuis Zuid-Holland - bestemming bereikt; inwoners maken tentoonstelling

Het Erfgoedhuis roept 15 inwoners van Alphen aan den Rijn op ⁷ om mee te werken aan de samenstelling van een tentoonstelling over archeologie en migratie. De persoonlijke verhalen van de mensen staan centraal en vormen rode draden waarlangs het publiek terug in de tijd gaat. Bewoners en bezoekers krijgen zo een directe verbinding met elkaar.

De Koplopersgroep over...

Knoppen om aan te draaien

De koplopersgroep bewonersprofijt werkt op alle fronten aan een set met interventies, compleet met meetmethodiek om de effecten te kunnen monitoren en evalueren. Maar zover is het nog niet. In de tussentijd zit de sector niet stil.

Evelien Visser, marktonderzoeker bij NBTC en als zodanig verbonden met de Koplopersgroep Bewonersprofijt: "In deze fase willen we vooral inspireren met kennis over de voorbeelden die er al zijn, laten zien hoe je zoiets kunt toepassen in jouw eigen omgeving. Hiernaast willen we inzichtelijk maken dat bewonersprofijt geen eenvoudige opgave is. Niet van: we duiken in de theorie en we vinden een model dat we kunnen gebruiken voor implementatie en monitoring."

Terughoudendheid bij aangaan dialoog

Daniek Nijland: "Het is ook wennen. Je ziet bij de politiek bijvoorbeeld best wel wat terughoudendheid om het gesprek met de burger aan te gaan. Men heeft het gevoel dat het moeilijk is om een constructief gesprek te voeren met elkaar, dat zaken zouden kunnen escaleren. Dus hoe creëer je dan die dialoog? Dat is best een uitdaging, waar wij nog niet zomaar een oplossing voor hebben. Maar onze oproep is desondanks: Ga vooral in gesprek met je bewoners, zo dichtbij mogelijk, op lokaal niveau. En luister; vraag en luister."

Meer interventies onderzoeken

Over het vervolg zegt Evelien: "We hebben de wens om nog meer interventies te gaan doen, zowel op de korte als lange termijn. Dit draait om praktijktoetsen. Werkt deze interventie in de praktijk? Wordt het bewonersprofijt er inderdaad groter van? Dit vergt dat we betrouwbare, schaalbare meetmethodieken tot onze beschikking krijgen. Ook daar zijn we nu mee aan de slag."

Presenteren op internationaal podium

Karoline Wiegerink, lid van de koplopersgroep en professor city hospitality bij Hotelschool The Hague, denkt alvast vooruit: "Het zou mooi zijn als we van ons kader Bewonersprofijt een exportproduct kunnen maken. Want het is best uniek, zoals we er in Nederland mee bezig zijn. Daar mogen we trots op zijn. We kunnen het misschien wel presenteren op het internationale podium, als voorbeeld voor andere bestemmingen. Want de problematieken waar wij mee werken, zijn bepaald niet alleen maar eigen aan Nederland."

Vorming handelingsrepertoire

Tegen al die pragmatische, actiegerichte beleidsmakers, gebiedsbeheerders en ondernemers zegt Evelien Visser: "We zetten alles op alles om zo snel mogelijk te komen met een handelingsrepertoire. Het zou heel cool zijn als we die handvatten binnenkort kunnen bieden. We weten dat erop wordt gewacht. De praktijk wil heel graag beschikken over de knoppen waar je aan kunt draaien voor meer bewonersprofijt. In de ultieme situatie weten we zoiets te creëren. Als koplopersgroep hopen we vurig hier snel aan bij te kunnen dragen."

Samenvatting

Toerisme kan zorgen voor bewonersprofijt. De effecten ervan kunnen leiden tot meerwaarde voor de gemeenschap en haar bewoners.

Bewonersbelang voorop

Steeds meer bestemmingen kiezen voor een duurzame aanpak van toerisme en recreatie. Het belang van bewoners nemen ze hier nadrukkelijk in mee; sommigen stellen het zelfs voorop. Dit theoretische en praktische kader voor bewonersprofijt helpt bij een gerichte inzet op het creëren van meerwaarde van toerisme voor de plaatselijke gemeenschap.

Drie dimensies

Het is gebaseerd op de drie dimensies van impact: economisch, sociaal en de leefomgeving. Het model maakt hiernaast onderscheid tussen meerwaarde voor individuele bewoners en die voor de gehele gemeenschap (of buurt, stad of regio). En tussen feitelijk en gepercipieerd profijt. Een goede meetmethodiek verdient nader onderzoek.

Creëren van balans

In de kern is het kader eenvoudig. In de praktijk blijkt echter dat sturen op bewonersprofijt al gauw complex en uitdagend is. Zoveel bewoners, zoveel behoeften, zoveel percepties etc. De diverse praktijkvoorbeelden laten zien dat bewonersprofijt in essentie neerkomt op het creëren van balans. Dit is een precair evenwicht, dat verschilt van situatie tot situatie. We benadrukken om deze reden nog eens het subjectieve karakter van bewonersprofijt.

Stem van bewoners centraal

Één ding is duidelijk: bij het ontwikkelen van maatwerkinterventies is het de stem van de bewoners die centraal moet staan. Een goed deel van het gepercipieerde profijt is namelijk terug te voeren op de mate waarin bewoners zich al dan niet gehoord voelen met hun wensen en behoeftes.

Learning by doing

Voorbeelden van trajecten gericht op bewonersprofijt zijn nog dun gezaaid. Dit maakt het een relatief intuïtief proces van learning by doing. Het eindresultaat is meestal onzeker en vraagt bereidheid om zowel aanpak als doelstellingen gaandeweg aan te passen. De cases in deze publicatie zijn hier mooie voorbeelden van.

Doorontwikkeling bewonersprofijt van toerisme

Zoals met meer onderwerpen gerelateerd aan duurzame toeristische ontwikkeling, is ook het onderwerp bewonersprofijt niet 'af'.

Specifiek op dit onderwerp werd snel duidelijk dat het überhaupt inzichtelijk maken van wat bewonersprofijt precies is, waar het uit is opgebouwd en hoe het tot stand komt eerst noodzakelijk was.

Met de door de koplopersgroep uitgewerkte theoretische afbakening en verdieping is een eerste belangrijke stap gezet in de richting van het meten van bewonersprofijt. Daarnaast zijn, aan de hand van (inter)nationale voorbeelden, ook de mogelijke interventies en methoden om bewonersprofijt van toerisme te vergroten duidelijker geworden.

In 2024 wordt het theoretisch kader dat de positieve bijdrage van toerisme aan het welzijn van inwoners inzichtelijk maakt, verder verrijkt. Er wordt onderzocht welke methoden momenteel worden toegepast om bewonersprofijt te meten en welke voor- en nadelen hiermee samenhangen. Tevens worden experimenten uitgevoerd om verschillende meetmethodes te testen. Ook blijven we actuele en relevante praktijkvoorbeelden publiceren ter inspiratie en stimuleren wij praktische interventies ter bevordering van bewonersprofijt.

Het doel van deze aanpak is om stakeholders zoals gemeenten, DMO's en andere beleidsverantwoordelijken beter in staat te stellen om een geschikte meetmethode voor bewonersprofijt te selecteren.

De doorontwikkeling van kennis en ervaring blijven wij uiteraard delen met de sector.

Contact

Oproep: alle ruimte voor praktische inbreng

Met deze publicatie hopen we collega's uit praktijk en theorie te inspireren om, en te betrekken bij, het zetten van gerichte stappen richting meerwaarde van toerisme voor bewoners. Wil je verder discussiëren, meehelpen met onderzoek, of heb je een interessante praktijksituatie om te delen? Neem dan gerust contact op met Thijs de Groot via tdegroot@holland.com. We bieden hierbij alle ruimte voor praktische inbreng, ideeën, testen en interventies. Hier profiteert niet alleen jouw bestemming van. De inzichten en ervaringen van jouw case zijn ook van onschatbare waarde voor collega's elders in het veld.

Op naar Nederland als een bewuste bestemming!



Colofon

Deze publicatie is een weerslag van de laatste ervaringen en inzichten en vormt een update van de eerder beschikbaar gestelde publicatie.

©2024

Koplopersgroep Bewonersprofijt

Hotelschool The Hague

HZ/ Kenniscentrum Kusttoerisme

Breda University of Applied Sciences

Centre of Expertise leisure, tourism & hospitality (CELTH)

Marketing Drenthe

Stichting Eilandmarketing Schouwen Duiveland

Marketing Oost

NBTC

Tekstwerk en eindredactie

Ghiness communicatiekracht, www.ghiness.nl

Vormgeving

Unit-twintig, www.unit20.nl

