



Hoe vergroot je bewonersprofijt door toerisme?

Eerste bevindingen van programma bewonersprofijt toerisme

Q4 2022



NBTC
Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen

Inhoud

Introductie & doel.....	3
Programma bewonersprofijt.....	4
1. Voorbeelden Nederland.....	5
2. Voorbeelden België.....	9
3. Voorbeelden Verenigd Koninkrijk.....	12
4. Voorbeelden Noord-Amerika.....	16
Verdieping.....	19
Contact.....	21

Introductie & doel

Waarom bewonersprofijt?

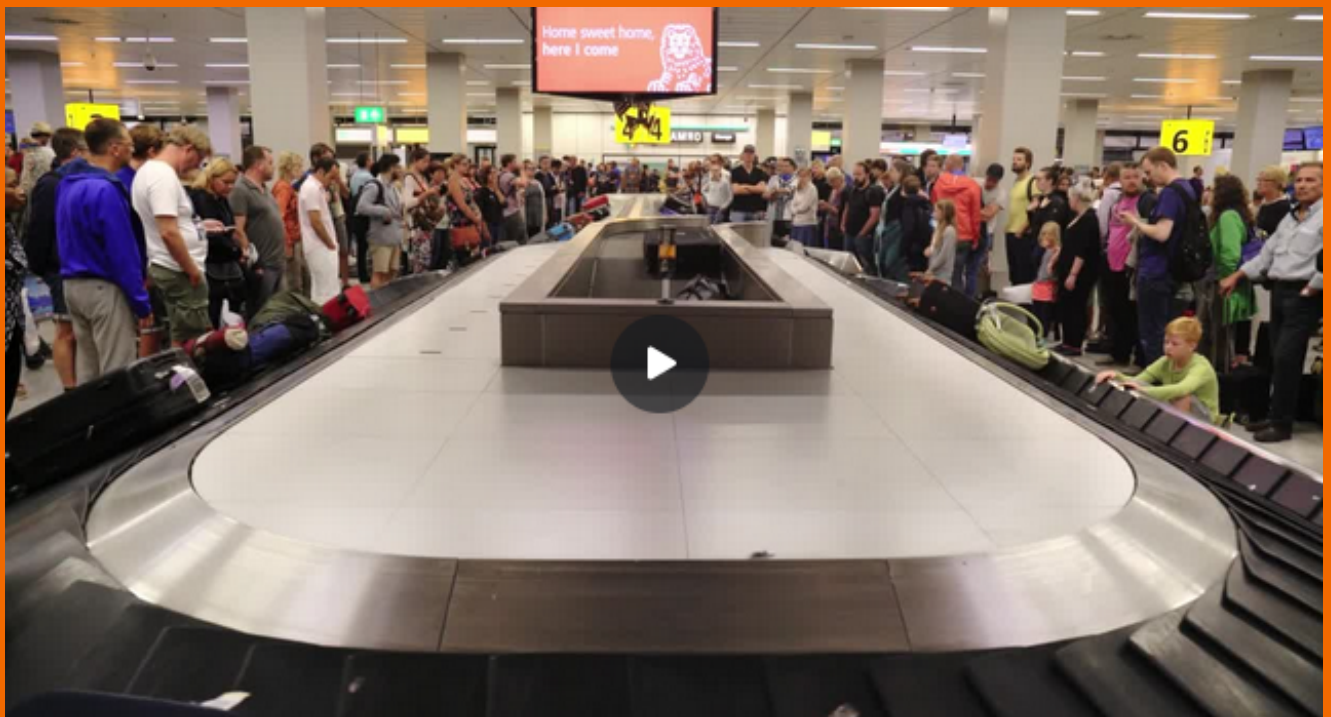
In Perspectief Bestemming 2030 staat het gezamenlijke belang van bewoners, bedrijven en bezoekers centraal. De ambitie is dat in 2030 iedere Nederlander profiteert van toerisme. Op welke manier profiteren inwoners van het bezoek aan hun bestemming? En in welke mate? En hoe kunnen we de bijdrage van bezoek aan de kwaliteit van leven van inwoners zo groot en positief mogelijk maken? Op deze vragen hebben we nu nog geen goed antwoord.

Samenwerkingsverband bewonersprofijt toerisme

Om bovenstaande vragen te beantwoorden, is een triple-helix samenwerkingsverband opgestart tussen NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen), kennisinstellingen en bestemmingen door Nederland. Zie de partijen in deze zgn 'koplopersgroep bewonersprofijt toerisme' op de volgende pagina.

Deze publicatie

Met dit stuk deelt de koplopersgroep de stand van zaken van het programma bewonersprofijt toerisme. Verder vind je (inter)nationale voorbeelden van gebieden die op innovatieve wijze het profijt van toerisme voor hun gemeenschappen stimuleren.



Klik op de foto voor de uitleg over wat we verstaan onder bewonersprofijt.



Werkwijze

De koplopersgroep werkt in drie clusters:

1. 'know it' - scope, theoretische kadering en het identificeren van meetbare indicatoren;
2. 'test it' - inventarisatie van praktijkvoorbeelden, duiding en plaatsing in het theoretische kader;
3. 'share it' - kennisdeling via digitale/fysieke communicatiemiddelen; publicaties, bijeenkomsten.

Definitie

Ter afbakening en specificering van het onderwerp wordt onderstaande definitie van bewonersprofijt gehanteerd:

“De manieren waarop bezoekers aan een bestemming economische, sociaal-maatschappelijke of ecologische meerwaarde opleveren voor de inwoners van die bestemming. Dat gaat daarmee dus enerzijds om de daadwerkelijke impact van bezoekers op de (bewoners van) een bestemming, maar ook hoe die inwoners de impact percipiëren.”

Ontwikkelopgaven

Bij duurzame bestemmingsontwikkeling zijn de ontwikkelopgaven- en ambitie leidend. Om die reden heeft de koplopersgroep de clusters van opgaven waar toerisme een bijdrage aan kan leveren, in een brainstorm in kaart gebracht. Deze aspecten worden meegenomen in de uitwerking van bewonersprofijt vergrotende interventies door bestemmingen:

1. Goede bereikbaarheid
2. Vitale lokale economie
3. Kwalitatieve leefomgeving
4. Sterke gemeenschap
5. Psychologisch welzijn

Theoretisch model

Op dit moment werken we aan het model van factoren die een rol spelen bij bewonersprofijt. De opbouw van het model behelst objectief te vergelijken positieve effecten op de leefgemeenschap als collectief én de subjectief gepercipieerde persoonlijke positieve effecten op de inwoner. De komende tijd werken we de inhoudelijke verdiepingsslag gericht op o.a. de onderlinge samenhang van de effecten, specificering van parameters en het in kaart brengen van mogelijke interventies die je kunt doen, verder uit.



Koplopersgroep bewonersprofijt toerisme

- Amsterdam & partners
- Breda University of Applied Sciences
- Centre of Expertise leisure, tourism & hospitality (CELTH)
- Hotelschool The Hague
- HZ/ Kenniscentrum Kusttoerisme
- Marketing Drenthe
- Marketing Oost
- Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen
- Stichting Eilandmarketing Schouwen Duiveland
- Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen
- VVV Texel





1 Nederland

Voorbeelden

Op de volgende pagina's staan (inter)nationale voorbeelden van plekken die positieve effecten voor de gemeenschap en individuele inwoners realiseren. Op dit moment is dit nog rijp en groen door elkaar. Bij de updates van deze publicatie zullen we de voorbeelden koppelen en toetsen aan het model.



Ameland: Welkom in onze wereld

Sinds de uitbraak van de coronacrisis zag Ameland de toeristenstroom veranderen. De bezoekers die normaal naar het buitenland vertrokken, gingen nu opeens op verkenning in het eigen land. Deze groep bezoekers komt voornamelijk met eigen vervoer; de auto. Dit resulteerde in nog meer druk op de natuur, bovenop de druk die het eiland de afgelopen jaren al zag toenemen.

De campagne 'Welkom in onze wereld' vraagt aandacht bij de bezoekers om de allermooiste plekjes op het eiland te voet of op de fiets te ontdekken. Voornamelijk om de bezoekers erop te wijzen dat auto's welkom zijn maar de alternatieven veel aantrekkelijker zijn.

Ameland benadrukt het feit dat zij erg blij zijn met de bezoekers, maar staan erop dat de waarden van het eiland beschermd worden.



donderdag 15 september 2022 ■■■ LEEUWARDER COURANT

fryslân 23

Ameland: wel toerist, niet de auto

GOOS BIES

AMELAND Ameland wil dat toeristen met een auto zeldzaam worden op het eiland. Ook is de limiet voor verblijfsaccommodaties bereikt en wil de gemeente buitenlandse investeerders weren.

Dat zijn de opvallendste elementen in de nieuwe toeristische visie, waar van het (blijna) eindresultaat woensdagavond in ontmoetingscentrum De Toel in Nes aan de bewoners werd gepresenteerd. „We moeten dan wel zorgen dat we een goed systeem maken voor verplaatsingen op het eiland. Ook het bagagevervoer kan vloeiender”, lichte Wouter de Waal

van adviesbureau Ginder het voorstellen om bezoekers met auto's zeldzaam te maken toe. De Waal dacht hardop aan de introductie van deelauto's of deelfiet- sen. Zijn collega Luc van den Boogaart voegde toe dat dit streven niet iets is wat je van de een op de andere dag gerealiseerd kan hebben. Een vrouw uit de zaal merkte op dat de parkeerplaats in Holveerd dan fors uitgebreid moet worden. Meer antwoorden hierop komen later dit politieke seizoen, als de vervoersvisie wordt opgesteld, kondigde wethouder Theo Faber aan.

De algemene teneur is dat Ameland zijn eigen karakter moet kunnen blijven behouden, maar dat het

in de beleving van de Amelanders te druk wordt op het eiland. De Waal antwoordde dat de cijfers een ander beeld geven. „We zien wel het aantal auto's heel erg toenemen, maar er komen niet heel veel meer toeristen. Wel meer mensen voor een korter verblijf. En als je maar een weekje blijft, dan wil je ook het onderste uit de kast. Ze bewegen meer, en dan ook nog op elektrische fietsen. Het eiland wordt intensiever gebruikt.”

Vandaar dat de gemeente deels een rem op het toerisme wil zetten. Als de visie in november wordt aangenomen, dan komt aan de groei van verblijfsaccommodaties in elk geval een eind. Aan bestaande bestemmingen en rechten kan echter

niet getornd worden en ook het recht om een appartement bij je eigen woning te bouwen blijft.

Dit laatste is om de Amelanders de kans te blijven geven mee te profiteren van het toerisme. Alleen meer van de inkomsten gaan namelijk naar investeerders van buiten. Hoe voorkom je dat de revenuen niet langer in de zak van een eco op de Zuidas verdwijnen, maar op de eilanden blijven? Hoe voorkom je dat grote Franse investeringsmaatschappijen het overnemen? „Niet”, klonk het sceptisch uit de zaal.

Er liggen nog verschillende overnames in het verschiet, en als iemand zijn verblijf wil verkopen aan

„het buitenland”, dan hou je die niet tegen. „Het is heel moeilijk”, erkende De Waal. „Met de oprichting van coöperaties, stichtingen en actief grondbeleid van de gemeente kun je iets doen”, vulde Van den Boogaart aan. Ze pleitten onder meer voor de invoering van 'maatschappelijk-toeristisch ondernemen'. „Dat is er bijna nog niet in Nederland en past heel goed bij Ameland.”

De visie is voor een belangrijk deel gebaseerd op eerdere input van de Amelanders zelf, na woensdagavond kunnen er nog wat accenten verschoven worden. Ondernemers hamerden eerder vooral op het belang van service en afkeer van een 24/7-economie.

Meer info:

[liefdevoorameland](https://liefdevoorameland.nl)



Marken: Convenant Toerisme Marken

Gemeente Waterland heeft in maart 2022 met vijf organisaties een convenant gesloten om de toeristische druk in het centrum van Marken te reguleren. Het doel van het convenant is om de leefbaarheid en beleefbaarheid op Marken van inwoners én bezoekers te verbeteren. Door grote groepen toeristische bezoekers is de leefbaarheid de afgelopen jaren flink afgenomen, het is daarom van belang dat dit meer wordt gereguleerd.

In het convenant staan de doelstellingen, de uitvoering, de taakverdeling en in te zetten middelen, de toetredingsregeling, het begin en einde convenant beschreven. De duur van het convenant is nu op één jaar gezet. Verder zijn er richtlijnen voor groepsbezoeken en -rondleidingen vastgesteld met bijbehorende gedragsregels in pictogrammen. Ook is een richtlijn document opgesteld voor verhuurders en gebruikers van elektrische vervoermiddelen.

Het convenant is online te vinden en daarmee toegankelijk voor iedereen.



Meer info:
[Waterland](#)



Boerderijfonds: recreatieve herbestemming boerderijen

Historische boerderijen hebben vaak een monumentenstatus en zijn niet geoptimaliseerd voor een moderne agrarische bedrijfsvoering. Het Boerderijfonds biedt subsidie om deze panden te behouden én een toekomstbestendige invulling te geven.

Hiervoor ontvingen eind 2021, vier projecten een subsidie van in totaal €900.000 voor herbestemming. Drie van de vier projecten gaf hier een (deels) recreatieve invulling aan.

Door de boerderijen deze subsidie te bieden, kunnen de locaties meerwaarde gaan bieden voor de omgeving. De locatie houdt oog voor de cultuurhistorische waarden van het gebouw, erf en landschap, maar neemt ook nieuwe (maatschappelijke) functies aan. Aanvullend wordt het gebied eromheen ook aanzienlijk verbeterd. Hierdoor is er zelfs de ruimte om een brug te bouwen naar o.a. recreatie met beleving van cultuur en historie of een coöperatieve herenboerderij met dagbesteding voor jong-dementerenden.

Deelnemende projecten

Landgoed Geerdink-Vasse, Overijssel Gelderland

Studio's voor recreatie, workshopruimtes, beleving van cultuurhistorie, onder andere door herstel van cultuurhistorische elementen op erf en aangrenzende landerijen.

Landgoed Boschhoeve, Nijberkoop, Friesland

Natuurinclusief boeren. Boerderij met winkel, ruimte voor publieksontvangst en voorlichting, en logies.

De Bolstienpleats, Aalsum, Friesland

Recreatie, ruimte voor bijeenkomsten en lokale evenementen, wandelpad en beleven erf en landschap.

Willemshoeve, Soest, Utrecht

Coöperatieve herenboerderij met dagbesteding voor jong-dementerenden, trainingsruimtes en publieke theetuin.



Meer info:

[Boerderijfonds](#)



2 België



CoGent: Collectie van de Gentenaar

Wat als burgers, musea en erfgoedinstellingen vrij en creatief gebruik zouden kunnen maken van elkaars objecten, documenten en verhalen? Een vernieuwend project maakt die kruisbestuiving mogelijk: de Collectie van de Gentenaar. Stedelijke erfgoedinstellingen bezitten een schat aan objecten en verhalen. Ondanks de digitalisering blijft waardevolle erfgoedkennis vaak nog hangen binnen de eigen muren. En buiten ligt nóg een schat verborgen: hoe inwoners dat cultureel erfgoed ervaren en de verhalen die ze erover vertellen. De 'Collectie van de Gentenaar' brengt die twee werelden samen.

Gentenaars verrijken de collectie

Musea, organisaties en bedrijven samenbrengen is niet het enige effect van 'De Collectie van de Gentenaar'. Er is nog een einddoel: Gentenaars meer en beter laten participeren in cultuur in de stad en daarmee de sociale cohesie versterken.

De 'Collectie van de Gentenaar' ontwikkelt tools en methodes om burgers sneller in contact te brengen met het bestaand stedelijk erfgoed en dat te verrijken met objecten, verhalen, foto's... Vanaf het voorjaar 2022 reist de CoGent box rond in 3 wijken: Wondelgem, Watersportbaan-Ekergem en Sluizeken-Tolhuis-Ham. In juni 2023 wordt De 'Collectie van De Gentenaar' afgerond. Dan krijgt de CoGent box een permanente stek in DING, de nieuwe vleugel van Design Museum Gent.



Meer info:

[Collectievandegentenaar](https://collectievandegentenaar.be)



3

Verenigd Koninkrijk



Cultureel aanbod revitaliseert de lokale economie in Margate (Kent)

Margate (in Kent) was ooit een zeer populaire Engelse badplaats. In de 18e eeuw reisden mensen er vanuit Londen heen per boot en creëerden een rijke kustplaats. Vanaf de jaren zestig werd Margate echter een verlaten stad door een verandering van de behoeften van de Britse toeristenindustrie en een toename van vakanties per vliegtuig.

Meer recent heeft Margate weer de wind in de rug, o.a. door het culturele aanbod van onder andere theaters en musea. Margate wordt nu door de Arts Council England als voorbeeld gezien van hoe culturele locaties de lokale economie kunnen stimuleren en de 'high street' revitaliseren.

De steun vanuit de overheid is groot. Dit komt omdat Margate en de omliggende gebieden veel voordeel hebben van cultureel toerisme. Margate heeft dan ook 22 miljoen ontvangen van het Towns Fund van de overheid, met als doel de economie, infrastructuur en het welzijn van inwoners en toeristen te verbeteren.



Meer info:

[Margate demonstrates how culture can regenerate the high street](#)

[Towns Fund, UK](#)



Forest Holidays ondersteunt de lokale gemeenschap

Bij Forest holidays kunnen bezoekers verblijven in blokhutten en lodges op boslocaties in het Verenigd Koninkrijk.

Een deel van hun missie is om lokale werkgelegenheid te creëren, de economische voordelen van toerisme te stimuleren en actief bij te dragen aan lokale gemeenschappen. Om uiteindelijk de kwaliteit van het plattelandleven voor toekomstige generaties in stand te houden.

De aanwezigheid van een bosvakantiepark stimuleert bestedingen in lokale plattelandsgemeenschappen. Daarnaast biedt het werkgelegenheid en het hele jaar door inkomsten voor lokale bedrijven.

Ook ondersteunt Forest Holidays toeristische campagnes waardoor de omgeving en de regio's hier ook van kunnen profiteren. De vakantieparken gebruiken zoveel mogelijk lokale producten en in 2024 willen ze dit zelfs verdubbelen.



Our community commitments

- ☐ 100% of new suppliers to be accountable to our code of conduct.
- ☐ Maintain an 80%+ local supply chain.
- ☐ Support at least one rural business start-up every year.
- ☐ Empower our Forest Rangers to deliver local Forest School sessions.
- ☐ Support every local Wildlife Trust close to our locations.
- ☐ Give the equivalent of a break every month to a family in need.
- ☐ Work with our partners to create more volunteering opportunities for our teams.
- ☐ Monitor team volunteering hours to enable us to set future targets.
- ☐ Support a minimum of 12 local community projects.



Meer info:

[Forest Holidays](#)



Glastonbury Festival creëert lokale voordelen

Sinds de start heeft het vijfdaagse Glastonbury Festival (200.000 bezoekers in 2019) geprobeerd waar mogelijk gebruik te maken van lokale leveranciers en dienstverleners.

Daarnaast betrekken de organisatoren lokale dorpsbewoners en krijgen lokale artiesten een podium. Meestal worden inwoners ingezet om bijvoorbeeld een bar te runnen. Alle winst van het evenement gaat naar de plaatselijke dorpsshow en naar andere [lokale initiatieven](#).

Het festival heeft de bekendheid van de plaats vergroot met een boost voor de lokale ondernemers als gevolg.

LOCAL BENEFITS

Since 2000, each year the Festival has paid over £1m to charities and local good causes.

Other local projects previously supported by Festival income include:

- Building the new Pilton Working Men's Club
- The completion of a housing project providing housing with affordable rent for offspring of villagers who cannot afford Pilton prices
- Renovating the Glastonbury Abbey Tythe Barn in Pilton and establishing the Pilton Barn Trust
- Building the original pavilion, football pitch, tennis courts in Pilton Playing Fields
- Rebuilding of the Pilton Playing Fields Pavillion
- Renovation of the child's play area in the Pilton Playing Fields
- Recasting the damaged medieval bells in Pilton Parish Church
- Repairing the Pilton Parish Church heating system
- Providing and erecting stone squeeze styles for footpaths in Pilton
- Repairing the Pilton Methodist Chapel roof
- Refurbishing the Child's Play area in the Pilton Playing Fields
- Improving the fabric and facilities of Glastonbury library

Meer info:

[Glastonbury Festival](#)



4 Noord-Amerika



AscendWV: long stay en het stapelen van voordelen

De staat West Virginia staat bekend als een 'blue collar' arbeidersstaat. De natuurlijke schoonheid van het gebied is relatief onbekend maar zeker voor outdoorfanaten heel aantrekkelijk.

Met als doel om bezoekers langer aan zich te binden, werkgelegenheid te stimuleren op specifieke plekken in de staat en de bekendheid en aantrekkelijkheid van de staat te vergroten hebben zij het zgn Ascend (opstijgen) WV (afkorting van de staat) programma gelanceerd.

Deelnemende bezoekers krijgen o.a. \$12,000, een jaar gratis buiten-activiteiten, toegang tot co-working spaces, netwerkgelegenheden.

Door mensen aan te trekken die van het buitenleven houden én door hen langer in de staat te houden, hoopt het programma talent, economische activiteit en toekomstige ambassadeurs voor de staat te maken.



Meer info:

[AscendWV](#)



Congres met medisch profijt voor bewoners

Het European Respiratory Society (ERS) Congres was in 2015 in Amsterdam. Rond het congres heeft de organisatie een campagne laten draaien genaamd Healthy Lungs for Life. Onderdeel van deze campagne was de mogelijkheid voor Amsterdammers om op verschillende locaties door de stad longvolume en longgezondheid te meten.

In lijn met het thema van het congres werden zo concrete - in dit geval - gezondheidsvoordelen toegankelijkheid gemaakt voor inwoners.

Deze manier van werken wordt breder uitgevoerd, bv door het European Cardiology Congres en NBTC onderzoekt op dit moment met de International Association for the Study of the Pain, of opnieuw een gezondheidsgerelateerde campagne kan worden opgezet rond het congres in 2024.

Doel is hierbij om voordelen voor inwoners te verbinden met de doelstelling van het congres en de bekendheid van het onderwerp te vergroten.



Meer info:

[Healthy Lungs for Life](#)



Verdieping



Verdieping

Op zoek naar meer verdieping? Kijk dan eens naar onderstaande suggesties.

Toolkit bewoners betrekken

Betrokkenheid speelt vaak een rol bij het creëren van een positieve grondhouding én draagvlak voor bezoek. Middels deze [toolkit](#) verkennen wij hoe je betrokkenheid van inwoners organiseert.

Treffende inzichten

Wil je een duidelijker beeld krijgen welke aspecten een rol spelen bij (het ontwikkelen) van draagvlak en betrokkenheid onder inwoners? Lees dan deze [verkenning](#), inclusief treffende inzichten en links naar voorbeelden.

Maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie (CELTH)

Het Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality heeft de maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie in de volle breedte in kaart gebracht. Lees [hier](#) de uitkomsten van het onderzoek.

Inspiratiegids Vergroten Draagvlak onder inwoners

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme heeft in opdracht van Provincie Zeeland de [Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme](#) ontwikkeld. Deze inspiratiegids bestaat uit 33 middelen die zijn gericht op het vergroten van het draagvlak voor toerisme, enerzijds door inwoners rechtstreeks te betrekken en anderzijds door mogelijkheden te bieden om toeristische drukte te sturen waardoor overlast voor inwoners wordt verminderd.

Contact

NBTC is dé destiniatiemanagement-organisatie van Nederland. We werken voor en met partijen uit verschillende sectoren aan de positionering, ontwikkeling en marketing van ons land. Dit doen we ten behoeve van een leefbare, geliefde en waardevolle bestemming Nederland; voor bezoekers, bedrijven en bewoners.

NBTC

Prinses Catharina-Amaliastraat 5 - 2496 XD Den Haag

Postbus 63470 - 2502 JL Den Haag

www.nbtc.nl

tdegroot@holland.com | Thijs de Groot

Deze publicatie is is een uitgave van het programma bewonersprofijt toerisme van NBTC en partners. Meer informatie? Zie [link](#).

November 2022