

# Sustainable development on Ameland

*Zooming in on the perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments*



Lisa Schreuder  
S2973294  
Supervisors: prof. dr. L.G. Horlings and dr. Y. Zhao

*Bachelor Technische Planologie  
Faculty of Spatial Sciences  
University of Groningen  
June 2018*

## Abstract

The goal of this thesis is to see to what extent the perceived identity of Ameland by tourists and local inhabitants is influenced by the sustainable developments. Therefore the following research question was asked: *To what extent are tourists aware of the sustainable identity Duurzaam Ameland wants to have for Ameland and how do the sustainable developments influence the perceived identity by tourists and local inhabitants?*. A mixed methods approach was used with six short interviews for a more in depth understanding and 52 surveys to get an image of the overall knowledge of tourists about the sustainable developments. After statistical testing and analysing the interviews it became clear that many tourists had heard of the sustainable developments and the more often Ameland is visited, the more likely tourists are familiar with the sustainable developments. Different sustainable aspects were tested on how much they influenced the perceived identity, but there was no significant influence concluded. The results from the interview were that tourists are more positive towards the sustainable development on Ameland than the inhabitants. Both groups agreed that it is positive that the identity is changing to a more sustainable one, but should not affect the island too much. A last thing that is discovered is that tourists would like to receive more information about the sustainable developments, whereas inhabitants were more reserved and doubtful about if this will succeed.

Image frontpage: Duurzaam Ameland 2018 (edited)

## Table of content

Abstract .....	2
1. Introduction.....	4
1.1 Background.....	4
1.2 Research problem .....	5
1.3 Structure.....	5
2. Theoretical framework.....	6
2.1 Sustainable development.....	6
2.2 Place identity .....	6
2.3 Place branding.....	6
2.4 Experience of tourists.....	7
2.5 Hypothesis.....	8
3. Conceptual model .....	8
4. Methodology .....	9
4.1 Data collection.....	9
4.2 Data analysis.....	9
4.3 Ethical responsibility.....	10
4.4 Data reflection.....	10
5. Results .....	11
5.1 Tourists of Ameland .....	11
5.2 Sustainable developments .....	14
5.2.1 Awareness of sustainable developments on Ameland .....	14
5.2.2 Place identity in relation with sustainable development.....	16
5.2.3 Promotion of sustainable developments .....	18
5.2.4 Statements about sustainability.....	18
5.3 Tourists vs. local inhabitants .....	19
5.3.1 Overview of respondents .....	19
5.3.2 Identity of Ameland.....	20
5.3.3 Influence of sustainable developments on the identity.....	20
5.3.4 Place branding on Ameland.....	21
6. Conclusion .....	23
7. Recommendations.....	24
8. Discussion .....	25
References.....	26

# 1. Introduction

## 1.1 Background

In the last ten years the municipality of Ameland changed its policies about energy production and sustainability. In 2007 the municipality started a project to become more sustainable in terms of energy resources in the next few years (Duurzaam Ameland, 2018). The project is now a partnership between the municipality and local companies, called Duurzaam Ameland, and works together with the energy cooperation AmelandseEnergieCorporatie. Duurzaam Ameland set a goal to be completely self-sufficient in the production of energy before 2020. Duurzaam Ameland (2018): "The island as an isolated area is a wonderful environment to test new techniques and smart systems in real life". For this project various steps have already been taken related to energy, transportation, water and the wellbeing of the animals on Ameland. 964 of the approximately 1600 households participate in or are clients of the Amelandse Energy Cooperation (de Amelander, 2018). This relatively big number shows the importance to the inhabitants. In addition to this corporation there are projects from inhabitants of Ameland itself. Two examples of this are Sjoerd and campsite Kiekduun. Sjoerd is a beach club and restaurant in Nes and has been rewarded the most sustainable beach club in the Netherlands in 2016 and 2017 (Gemeente Ameland, 2017). The campsite took several steps to become more sustainable and water and energy neutral (Kiekduun). Duurzaam Ameland (2018) would like to see Ameland as an example for the Netherlands and together with the municipality they try to spread this identity and make tourists more aware of identity change.

There are a few reasons why this research focuses on tourists. Firstly, Ameland is part of the Waddeneilanden and a touristic spot. According to the CBS (2016) about 1.3 million people from mainly the Netherlands and a few from Germany and Belgium visited the area in 2015. Not all these tourists visit Ameland, but it shows the importance of the area as a touristic spot. Santa-Cruz and López-Guzmán (2017) argue that tourists' perceptions are often left out in researches about a place they visit. Secondly, the tourism is the biggest economic sector of Ameland, so changes can be experienced by tourists in a different and possibly negative way. If they do see these changes as negative the touristic sector will decline and with that the main source of income on Ameland. Therefore it is important to see what tourists think about the sustainable developments. A last reason why tourists are taken into account in this research is because the municipality of Ameland wants to create more awareness among tourists about the sustainable developments. This perceived identity that tourists have can however be different from how local inhabitants perceive changes in identity. According to Klanicka et al. (2006) the identity of a place is perceived differently by different groups. In the case of Ameland, that would be the tourists and local inhabitants.

It becomes clear that inhabitants of Ameland do see the need for sustainable development and think it is important. Some already are participating in using sustainable alternatives for energy use and try to be more water and energy neutral. The local municipality wants to spread this image to other Dutch islands, the Netherlands and the tourists visiting Ameland. Inhabitants see the value of becoming more sustainable and are willing to participate in projects. However not much is known about how tourists see this. This research will also look at how well this new identity is known by tourists. This research will therefore focus on how this identity is perceived by tourists and local inhabitants and to what extent the municipality of Ameland succeeds in spreading this identity among tourists.

## 1.2 Research problem

The aim of this research can be split up in two parts. First this research will look at to what extent tourists are aware of the sustainability and the goals of Duurzaam Ameland. By doing so it becomes clear how well the identity is spread and where the municipality may be missing out. The second part is to get an overview of how the sustainability is perceived by inhabitants of Ameland and tourists of Ameland. If the perceived identities from the inhabitants and tourists are too different it might have consequences for tourism on Ameland. If Ameland is less attractive, fewer tourists will come, but it might also become more attractive to tourists. The following research question will be asked:

*To what extent are tourists aware of the sustainable identity Duurzaam Ameland wants to have for Ameland and how do the sustainable developments influence the perceived identity by tourists and local inhabitants?*

The following sub-questions can be asked to give an answer to the research question:

1. To what extent are the tourists aware of the sustainable development and goals of Duurzaam Ameland and the sustainable identity?
2. How do local inhabitants and tourists perceive the sustainable changes on Ameland?
3. To what extent do the sustainable developments influence the perceived identity of tourists?
4. What are the opinions about branding Duurzaam Ameland and the sustainable identity of Ameland?

## 1.3 Structure

In chapter 1 the background and the aim of this research are explained. Chapter 2 gives an overview of the relevant theories related to this research: place identity, place branding and the experience of tourists. From this the conceptual model is made as shown in chapter 3. Chapter 4 explains the method for data collection as well as the data reflection. In chapter 5 the results of the qualitative and quantitative parts of the research are discussed. A conclusion will be drawn from these in chapter 6. Finally there will be recommendations for further research and the municipality of Ameland in chapter 7.

## 2. Theoretical framework

This section will explain the relevant concepts and theories for this research. After the literature review the conceptual model will be made, based on these theories and concepts. Many relations will be mentioned, but only the most important ones will be included in the conceptual model.

### 2.1 Sustainable development

The United Nations Economic Commission for Europe (UNECE) defines sustainability as "development which meets the needs of current generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs" (2005). However, this is the most broad way to define sustainability and for Ameland and this research it means being sustainable in terms of energy use, energy production and to some extent to nature and water use. So when sustainable developments of Ameland are mentioned it relates to these themes and the goal of becoming sustainable in terms of energy use.

### 2.2 Place identity

One of the relevant concepts for this research is place identity. Place identity is described as 'a symbolic meaning of a place to a person' (Davenport and Anderson, 2006). This symbolic meaning can be different for different groups of people – tourists, for example (Klanicka et al., 2006). Furthermore, Davenport and Anderson (2006) connect place identity to place attachment, with place attachment being the outcome of place dependency and place identity. This incorporates the symbolic meaning and belongingness of the place to a person as well as the more tangible parts of a place. However, this is not always the case. Jorgensen and Stedman (2001) take it a step further: they see place identity, together with place dependence and place attachment, as one of the aspects for sense of place.

There is an aspect of place identity that needs to be taken into account for this research that has not been discussed yet, which is the fact that place identity is a dynamic process (Fresque-Baxter and Armitage, 2012). Fresque-Baxter and Armitage (2012) as well as Gustavsson and Elander (2016) describe this dynamic process in which a changing identity of a place can be a result of the physical environment or cultural aspects. This process applies to Ameland when it comes to being more sustainable and energy and water neutral. Gustavsson and Elander (2016) see the physical environment as the basis for the identity of a place. A loss in this physical environment can to some extent be a loss in the identity (Manenti, 2011). This loss is not the same for everybody: as mentioned before, the identity of a place is perceived differently by different groups (Klanicka et al., 2006). Therefore this research will look at tourists as well as local inhabitants of Ameland. Even though Klaninka et al. (2006) state that not all tourists and local inhabitants see these changes as a loss, not much is known about the perceived identity of tourists (Santa-Cruz and López-Guzmán, 2017). The main reason for this is according to them that tourists are forgotten in studies about place identity and therefore they state that it is important to look at how tourists perceive places. This is another reason why this research focuses not only on local inhabitants but also on the tourists and how well the municipality is succeeding in terms of spreading this identity.

### 2.3 Place branding

Another concept that is related to place identity is place branding (Kavaratzis and Hatch, 2013). According to them place branding is a result of discussions between stakeholders. "Brands are built out of the 'raw material' of identity and identity emergences in the conversation between

stakeholders and what brings them together” (Kavaratzis and Hatch, 2013, p.82). Dredge and Jenkins (2003) also see this relationship between place identity and place branding. The difference with Kavaratzis and Hatch is that place identity is formed by planning, policy making and institutional arrangements. Therefore, place identity can be constructed by this branding.

In a study by Rehan (2013) about city branding it became clear that place branding is an important way to sustain the identity. He concluded that by branding a place, places can have regional advantages for tourism. This does not mean that only a logo and a slogan are enough to brand a place (Kavaratzis and Hatch, 2013). Branding is a relevant concept for this research because the municipality wants to show the sustainable identity of Ameland to other places and people. One of the main elements for a branding strategy is that the outcome is positive since people talk about it to one another (Cleave et al., 2017). A key aspect for this positive image, they describe, is social media because local governments can present their place the way they want to and engage with people. This social media approach to place branding is an effective tool to attract more people (Cleave et al., 2017). To make place branding even more effective, places should look for their uniqueness and their identity (Riza et al., 2011).

## 2.4 Experience of tourists

As mentioned before, tourists are often forgotten and left out in studies about places they visit (Santa-Cruz and López-Guzmán, 2017). Therefore it is important to look at the definition of a tourist, how they experience a place. A tourist can be described as follows: “a voluntary, temporary traveller, travelling in the expectation of pleasure from the novelty and change experienced on a relatively long and non-recurrent trip” (Cohen, 1974, p.533). However this definition does not completely cover the tourists on Ameland. The difference is that some tourists visit Ameland more than once a year or multiple years in a row. This difference is important to recognise. Another aspect that showed up is that the perceived identity of tourists is important to understand (Poria et al., 2003), but in another research by Poria et al. (2012) they conclude that tourists often left out in studies about the perception of places. This is also stated by Santa-Cruz and López-Guzmán (2017). According to Poria et al. (2003) in a study about heritage sites, understanding the identity of places helps managing places. This is because changes can be made in the marketing process. This can create a better branding strategy.

In a study by Yankholmes and Akyeampong (2010) about tourists perception in Ghana the results showed a significant association between the perception of the place that is visited and the background and personal characteristics as well as the visitation patterns. So the experience of a place and the identity depends on factors mentioned above. Additionally, the experience is based on five phases that influence the perception of the place that is visited (Lew & Williams, 2015) and are described as follows: phase 1 planning the journey, phase 2 the trip towards the destination, phase 3 the experiences at a destination, phase 4 the trip home and phase 5 looking back and thinking of the journey and destination. Especially the first and third phase are important for this research. The first phase can, according to Lew and Williams (2015), be described as planning the journey. In this phase people will make decisions about where to go, stay and what to see, which gives them a first impression of a place. This is when the relation with place branding becomes visible. The third phase is the actual stay and the experience during the stay. Once tourists arrive at the place of destination tourists see and experience the place as it is, they adjust the image they have and thus the identity by their own observations.

A last aspect that has to be noticed related to the touristic experience is the awareness of tourists. This touristic awareness can be described as the reflection of a place a tourists gets (Milman and Pizam, 2016). This awareness can arise from tourists visiting a site and experiencing the place. This awareness is part of the first phase of the experience of tourists (Lew & Williams, 2015). In addition to this, more awareness can occur after being at a place and experiencing the physical environment (Stabler and Goodall, 1997). Awareness is relevant in regard to the sustainable development and the possible change in the perceived identity of the tourists visiting a place.

The focus for this research will only be on tourists, because of the fact that there is not much known about their perceived place identity, since their meaning is not taken into account very often. By understanding the perceived identity of tourists, changes can be made to manage Ameland, but this does not necessarily have to be the case. This shows that there is another step between place branding and place identity, the touristic experience.

## 2.5 Hypothesis

The following hypothesis arose while reading the literature and are as follows:

- Personal characteristics, backgrounds and visiting patterns from tourists cause differences in how much is known about the sustainable developments of Ameland.
- Visiting tourists that already know about the sustainable development, because of place branding of Ameland being sustainable, have a different perceived identity of Ameland;
- For tourists that are aware of particular sustainable aspects the influence of that aspects on identity is higher;
- Tourists are more positive towards the sustainable developments on Ameland than the inhabitants itself.

## 3. Conceptual model

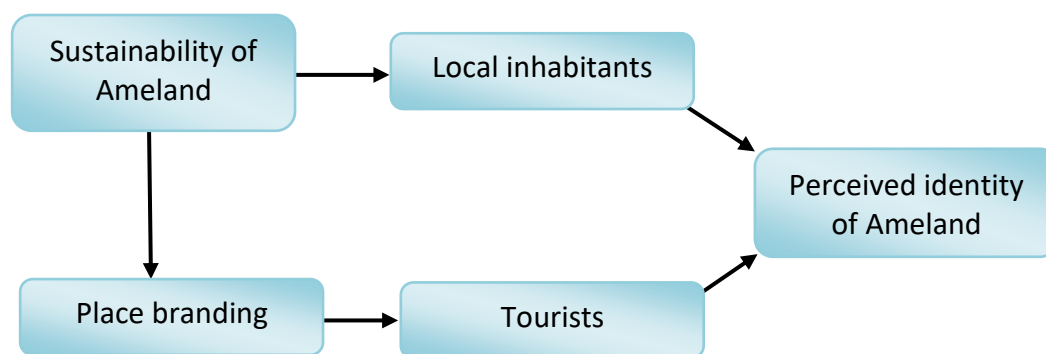


Figure 1 - Conceptual model (own source)

From the literature it became clear that certain factors influence the perceived identity of a place. For this research tourists and local inhabitant will be taken into account and therefore place identity is the perceived identity. The sustainable identity of Ameland influences the local inhabitants and indirectly influences tourists as well. Between the sustainability of Ameland and the tourists place branding plays an important role to spread the identity therefore it can be seen as an indirect relation.



## 4. Methodology

### 4.1 Data collection

To see if and how the sustainable developments influence the identity of Ameland a mixed method approach was applied, using a survey and interviews. The reason for a survey is because more tourists can be approached and more information about experiences and perception of a group of people can be gathered (McLafferty in Clifford, French and Valentine, 2010) (Appendix 1). By asking many people, different connections and conclusions can be made regarding different groups with more meaningful conclusions. This should give a general overview of what tourists know about the ongoing sustainable developments and how they perceive the identity. Tourists will go to Ameland by boat and the surveys will be distributed and collected in the salon of the boat. Since the tourists are mostly Dutch, the survey will be in Dutch (CBS, 2016). Most foreigners that visit Ameland are German and therefore the survey is translated into German. The reason for doing this is that people will understand the questions better in their own language. Other foreigners will have the opportunity to fill out the survey in English. A Likert scale will be used to answer these questions, it gives an indication how much the perceived identity of Ameland by tourists is influenced. According to Maranell (1974), the Likert scale has been developed to find out more about peoples attitude and meanings about subjects.

To get a better understanding of the perceptions towards the sustainability and the identity there will be short semi-structured interviews with local inhabitants and tourists of Ameland. According to Clifford et al. (2010) a semi structured interview has the advantage that a researcher can get a better overall understanding, because more detailed questions can be asked with more in-depth answers. Additionally, there is opportunity to talk about aspects that might not have been brought up if it was a structured interview. To find respondents for the interviews the researcher used their network to make the selection more random. The first inhabitant was found via a family member of the researcher and emailed. During this interview she mentioned three other possible interviewees. After sending them an email, two of them were willing to contribute. Tourists for the interview were find the same way as the inhabitants. However, this time the researcher used friends and acquaintances to make the selection more random. The last interviewee was found during the survey. The language that will be spoken during the interviews will be in Dutch to make sure that everything can be understood correctly. The questions asked in the interview are related to those which are asked in the survey. Questions are personal questions, questions about the sustainable identity, which project and goals inhabitants and tourists are familiar with and what their opinion is and what meaning it has for both groups.

### 4.2 Data analysis

The first part of the analysis will be descriptive to give a general overview of the approached tourists. This will consists of a map, made with ArcGIS, regarding the provinces and countries respondents come from as well as figures, made with Excel, with for example age distribution. There will also be an descriptive analysis of the information sources and statements.

To see which characteristics influence if tourists have heard of the sustainable developments a binary logistic regression will be used in SPSS. This test will be done twice, regarding the questions: *Have you heard of the sustainable development on Ameland?* and *Did you know Ameland wants to be self-sufficient in 2020?*. By using this statistical test it becomes visible which of the characteristics of

tourists made them aware of the sustainable projects, Duurzaam Ameland and the sustainability goal. To see to what extent the different sustainable projects influence the perceived identity T-test for two independent samples will be used. For this T-test as well as the regression a significance level of 0,05 will be used.

The last part will be an analysis of the interviews and is based on the interview guides (Appendices 3 and 4). The focus will be on the opinions and perceptions regarding the sustainable developments and the identity of Ameland. These outcomes will be compared with the outcomes of the surveys.

### 4.3 Ethical responsibility

Researchers need to behave ethically responsible. This means that the collected data for this research will only be used for this research and will be handled with integrity. The answers to the questions of respondents will therefore not be shared for any other purposes. The outcome of the research must not be harmful to the people participating or be damaging to the environment. Respondents will stay anonymous after filling out the survey. To guarantee this anonymity there will not be any questions about address or contact information that can lead to a respondent in person. In the introduction of the survey about Ameland there will be an explanation of what will happen with the surveys and the aim of this research, so they know beforehand what will happen with their answers and for what purposes.

The interview outcomes will be handled with integrity. The interviewee will be asked if he or she wants to stay anonymous and if he or she gives approval to audio record the interview by signing the agreement to participate form provided by the Research Ethics Committee of the University of Groningen. They are also given an information sheet about the research (appendix 2) There will be an explanation of what the interview will be about, the aim of the interview and what will happen with the answers. By doing this the interviewee will know beforehand what to expect.

### 4.4 Data reflection

During the data collection 53 respondents filled out the survey and 52 surveys are useful for this research. One respondent did not fill out the survey completely, answers were missing and his visiting patterns seemed a bit illogical. 52 useful surveys are used in the analysis. Because the sample has more than 50 cases it is representative to draw a conclusion from (Moore and McCabe, 2014).

During the data collection it became clear that two questions was asked in the wrong way. This was the question: *Have you heard of the projects of Duurzaam Ameland (Sustainable Ameland)?*. This question was supposed to ask if respondents had heard of Duurzaam Ameland (sustainable Ameland). It should not have contained the part 'the projects of'. Therefore this question will be left out in the analysis. The second question is 13, in this question respondent that marked *I haven't seen this* did not have the opportunity to fill out how much influence a information sources has on their perceived identity which made statistical testing impossible. One respondent mentioned that this question about influence of information sources should have contained the option social media.

For the interviews it was hard to find respondents that wanted to do an interview, because they did not have the time or did not want to be bothered with an interview. One person was willing to but did not have the time for a complete interview, therefore it was chosen to send the questions by email to answer the question in his own time. Three of the respondents which were interviewed did not give approval to record it. Also most of the respondents wished to stay anonymous.

## 5. Results

### 5.1 Tourists of Ameland

In this research participated in total 52 tourists that visited Ameland, 35 women and 17 men as can be seen in figure 2. It is not clear why there are twice as many women as men.

#### Percentage male and female

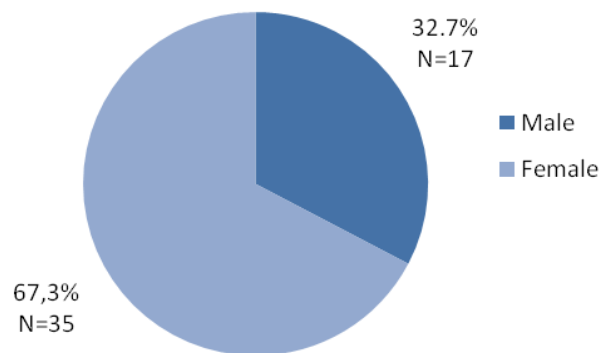


Figure 2 Percentage male and female visiting Ameland

The average age of the respondents is 44 years old and the ages ranged from 15 to 84 years old. The average age of a person that visits the island is according to CBS (2015) 41 years old. The difference is possibly because of the moment of the collection. CBS collects data over a longer period and on multiple moments. Next to this the CBS (2015) also noted that the average age of the tourists is lower in summer. Since this research took place in the beginning of April the average age is higher and thus is in line with what the CBS states. A last reason is that children are not taken into account in this research. Therefore the outcome is higher than the average from the CBS.

Ameland is most popular by people from the Netherlands itself. 90.4% Of the respondents came from the Netherlands followed by 7.7% from Germany and 1.9% from France. An overview can be found in table 1.

Country	Province	N	Percentage
<b>The Netherlands</b>	Groningen	24	46,2
	Friesland	15	28,8
	Drenthe	3	5,8
	Zuid-Holland	2	3,8
	Overijssel	1	1,9
	Noord-Brabant	1	1,9
	Utrecht	1	1,9
<b>Germany</b>	Mecklenburg-Vorpommern	2	3,8
	Niedersachsen	1	1,9
	Nordrhein Westfalen	1	1,9
<b>France</b>	île-de-France (Paris)	1	1,9

Table1 Origin of respondent

In the statistics about the Wadden islands in the Netherlands from CBS (2015) the numbers are slightly different, 80% from the Netherlands, 15% from Germany and 2% from Belgium. The reason

for this difference is that this research focused on a weekend in April. During this weekend there were no public holidays in either of these three countries. For people from Germany and France it might not be worth going to Ameland for only two days. The one person that came from France explained, without asking, that she had Dutch parents and was born and raised in France and was now visiting her grandparents.

From the respondents 75% of the tourists visit Ameland at least once a year and 7.7% visits Ameland every month (figure 3). This shows that those tourists are familiar with the island and that Ameland is not new to them. 25% Of the respondents almost never visit the island, for some it might even be the first time on Ameland. Therefore these tourist will probably be not familiar with the island. There was no respondent that comes to Ameland on a weekly basis.

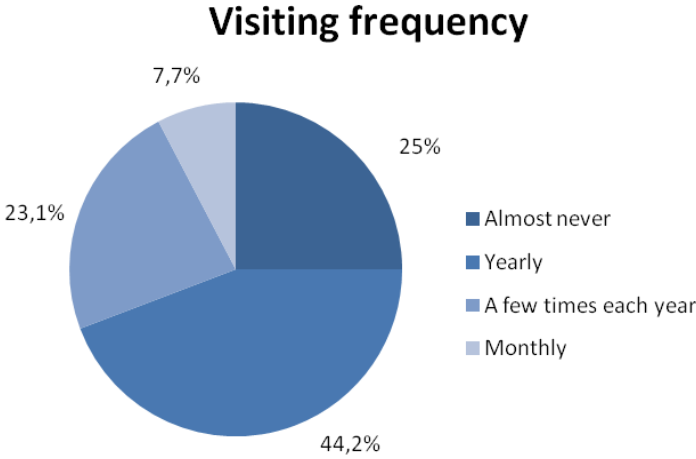


Figure 3 Frequency of visiting Ameland

Next to the frequency respondents were also asked what the average length of their stay is. Figure 4 shows that most people stay on Ameland for one or two days. This result may be a biased since the data collection took place in a weekend and without holidays where people only have two days off. 19 Respondents will stay on Ameland for at least 3 days. One respondent is staying about 150 days on Ameland. An explanation can be that this person is going in the beginning of the touristic season stays the whole summer and goes home at the end of the season.

According to CBS (2016) the average time a tourist spends on one of the Wadden islands is 4.2 night and about 5 days. The average length of tourists staying on Ameland is 5.5 days. This result is higher than the average of the CBS. However it is heavily influenced by the one respondent that stays on Ameland for 150 days. When that person is left out, the average days spend on Ameland is 2.7. This is lower than the average from the CBS, but this can again be ascribed to the fact that it was a normal weekend without any holidays.

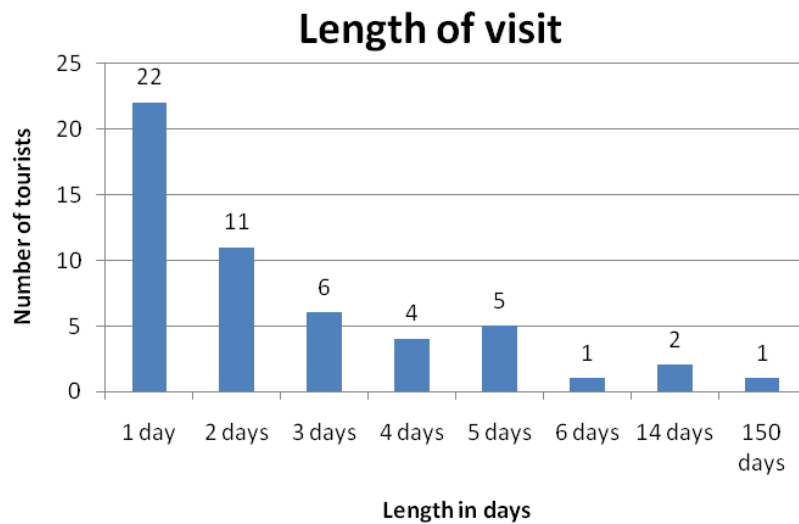
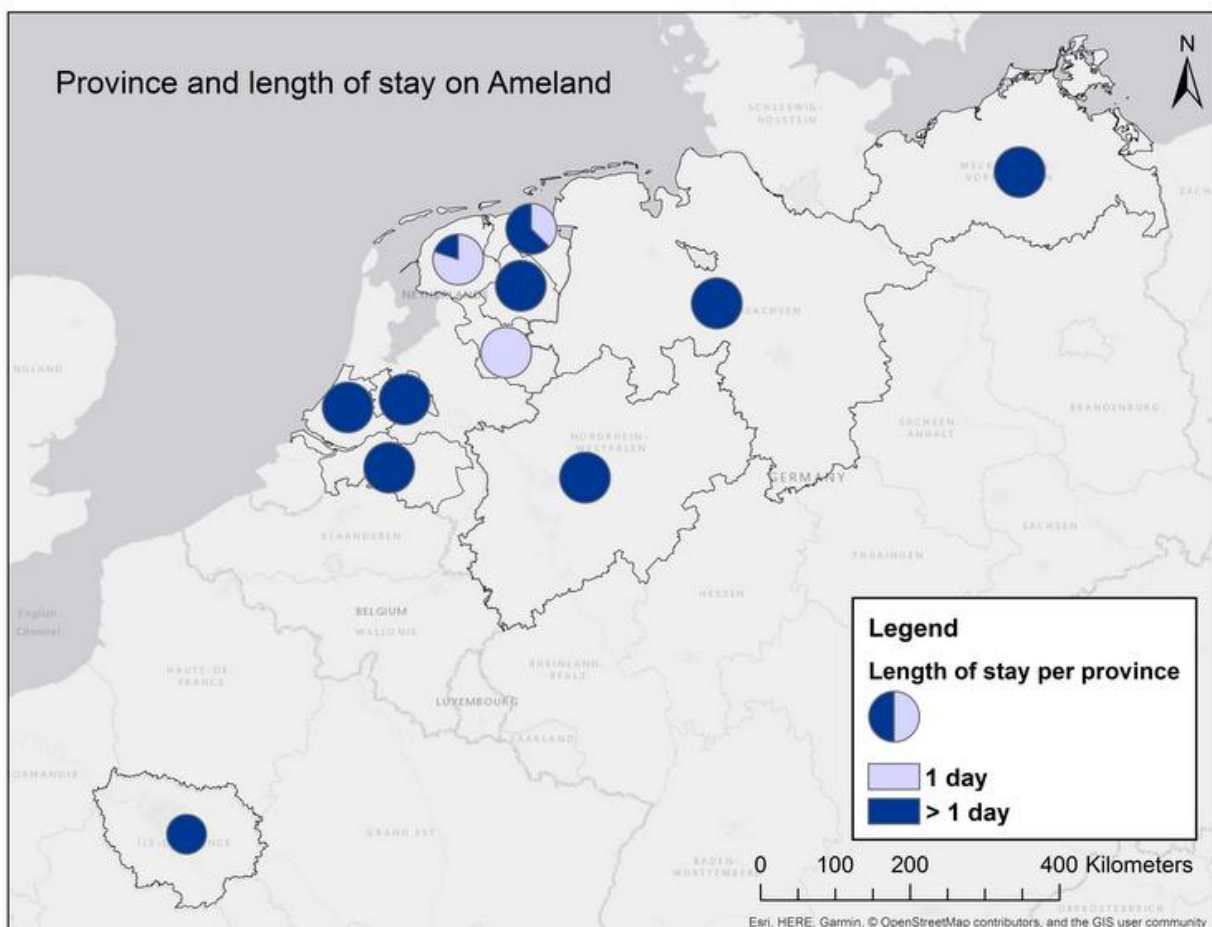


Figure 4 Length of a stay on Ameland

Map 1 is a result of the relation between the province a respondent came from and the number of days the respondent stays on Ameland. From these results it can be concluded that the province influences the length of a stay. Tourists that have to travel a longer distance are more likely to spend at least one night on the island than the tourists living closer to Ameland. Especially tourists from Friesland and Groningen are more likely to spend only one day on Ameland.



Map 1 Length of stay in relation to province of origin

The respondents associate Ameland with the beach, sea and dunes. Two of the factors are not physically there on the island. These are the activity of cycling and the calmness. All other eight are a physical aspect of Ameland. In total 49 different physical and non physical factors were mentioned (Figure 5). Words that were mentioned more often have a bigger font size. Table 2 gives an overview of the top 10 factors that were mentioned most. It should be noted that not a single respondent mentioned anything about sustainability or projects of Duurzaam Ameland.



Figure 5 Wordcloud Ameland. Made with: woordwolk.nl

Rank	Top 10	Mentioned
1	Beach	37
2	Sea	22
3	Dunes	10
4	Cycling	8
5	Terraces	7
6	Lighthouse	6
7	Sun	6
8	Nature	5
9	Villages	4
10	Calmness	4

Table1 Words related to Ameland

## 5.2 Sustainable developments

### 5.2.1 Awareness of sustainable developments on Ameland

The outcome of the questions about how aware people are of the sustainable developments and the goal Ameland shows that less than half of the respondents has heard of it. Most people that knew about the sustainable developments also knew about the goal of becoming self-sufficient in term of energy in 2020. Respondents that did not know about the sustainable developments also usually did not know about the energy goal.

Questions	Yes	No
Have you heard of the sustainable developments on Ameland?	23	29
Did you know Ameland wants to be self-sufficient in terms of energy in 2020?	22	30

Table2 Number of respondents that knew about the sustainability

23 Respondents have heard of the sustainable development on Ameland. Once they marked 'yes' there was a following question which asked how they knew about this. Respondents were allowed to mark multiple boxes.

How have you heard of this?	N
Friends, family or other people I know	9
Travel information	1
Television	6
Social media	2
Other	10

Table3 How respondents heard of the sustainability

Respondents marking 'other' also wrote down in which other ways they heard from the sustainable development. The five different things that were mentioned are: De Amelander (local magazine), the newspaper, radio, on the island itself and from StichtingEnergieNeutraalStedum (Energy Neutral Stedum). Some respondents wrote down multiple things.

To find out which characteristics of a tourists influence the awareness of the sustainable development and the goal of Ameland for 2020 two binary logistic regression test were performed. Awareness of sustainable developments and awareness of the goal to become self-sufficient in 2020 were chosen as the dependent variable, with yes or no as dummy. The independent variables will be gender (nominal) age (ratio), travel frequency (ordinal) and length of the stay (ratio). These variables are chosen because a study by Yankholmes and Akyeampong (2010) showed a significant association between the background and visiting patterns of a person and the perception of the visited place.

While running the regression the -2 log likelihood is 53.557 and a Chi-square of 17,837. The Nagelkerke R square shows a result of 0,389, which mean 38,9% of the result can be explained with the four independent variables.

The regression with awareness of the sustainable development on Ameland gave only one significant result (table 5). The frequency of travelling to Ameland has a significance level of 0,021 and shows a positive relationship (B is 0,945 and Exp(B) is 2,573). This positive relation means that tourists that visit Ameland more often are 2,573 times more likely to be aware of the sustainable developments. It can therefore be concluded that the travel frequency to Ameland influences the awareness of the sustainable developments of Ameland.

Dependent variable	Significance of model	Independent variables	B	Significance	Exp(B)
Awareness of sustainable developments	0,01	Gender	1,454	0,43	4,280
		Age	0,43	0,44	1,044
		Frequency	0,945	0,021	2,573
		Length of stay	0,12	0,728	1,012

Table4 Results binary logistic regression Awareness of sustainable developments

The regression related to the awareness of the goal of Ameland to become completely self-sufficient in terms of energy use in 2020 shows a -2 Log likelihood of 65,568 and a Chi-square 5,284. Nagelkerke R square shows a result of 0,130. This means that only 13,0% of the awareness of the goal for 2020 can be explained with the four independent variables, which is not much.

The results from the regression show that there are no significant results (table 6). This means that none of the four variables, gender, age, frequency or length of stay influences the awareness of the energy goal for 2020 for Ameland.

Dependent variable	Significance of model	Independent variables	B	Significance	Exp(B)
Awareness of goal for 2020	0,259	Gender	0,665	0,286	1,945
		Age	0,029	0,117	1,030
		Frequency	0,125	0,702	1,133
		Length of stay	0,009	0,666	1,009

Table5 Results binary logistic regression

### 5.2.2 Place identity in relation with sustainable development

This third part will analyse if there is a difference in knowing and not knowing about the sustainable aspects and the influence of that on the identity of Ameland. Per aspect it has been tested if there is a difference in the influence of the particular aspect on the identity of Ameland between the group that has heard of that aspect and the group that has not. Respondents who marked they could not give their opinion are left out in the analysis. This will be tested with a T-test for two independent samples. The condition for this test are that there either enough cases, at least 50, or that the cases are normally distributed (Moore and McCabe, 2014). If this is not the case the non parametric alternative is used.

Only four aspects meet the conditions for doing a T-test for two independent samples. The  $H_0$  for these aspects is as follows: The influence on the identity of the tourists that have heard of the particular aspect is the same as the influence on the identity of the tourists that have not heard of the particular aspect.

Aspect		N	mean
<b>The ambition to make other Dutch island enthusiastic about the projects of Duurzaam Ameland</b>	Yes	6	3,5
	No	40	3,0
<b>Solar panel park in Ballum near the small airport</b>	Yes	29	3,55
	No	21	3,29
<b>Green streetlight in the harbour and at beach access points to not disturb birds and animals living at night</b>	Yes	15	3,87
	No	34	3,32
<b>SchoolVision Light system with movement sensors for street light</b>	Yes	1	3,00
	No	48	3,19

Table6 Average influence on the identity

From the T-test of two independent samples the results are formulated in table 8. All four of the significance levels are bigger than 0,05. This means all tests are not significant. Therefore the  $H_0$  will



be accepted, which means that there is no difference in the influence of the aspect on the identity between the tourists that were aware of that particular aspect and tourists that were not.

Aspect	Significance
<b>The ambition to make other Dutch island enthusiastic about the projects of Duurzaam Ameland</b>	0,347
<b>Solar panel park in Ballum near the small airport</b>	0,408
<b>Green streetlight in the harbour and at beach access points to not disturb birds and animal living at night</b>	0,131
<b>SchoolVision Light system with movement sensors for street light</b>	0,879

Table7 T-Test results

The other five aspects did not meet the condition. These aspects will be tested with the Mann Whitney test. The  $H_0$  for the non parametric alternative is as follows: There is no difference in average mean rank between the groups that were aware and the group of tourists that were not aware of the particular aspect.

Aspect		N	Mean rank
<b>The ambition of Ameland to be self-sufficient in terms of energy use</b>	Yes	27	26,06
	No	20	21,23
<b>Ameland is fully sustainable in terms of energy outside the touristic season</b>	Yes	11	25,00
	No	35	23,03
<b>Electrical busses for public transport on Ameland</b>	Yes	32	24,80
	No	17	25,38
<b>Sjoerd as the most sustainable beach club of the Netherlands</b>	Yes	17	27,03
	No	30	22,28
<b>Middelpôle as a energy and water neutral campsite</b>	Yes	5	24,00
	No	38	21,74

Table8 Average influence on identity

From the Mann Whitney test results are shown in table 10. All five of the significance levels are bigger than 0,05. This means all tests are not significant. Therefore the  $H_0$  will be accepted, which means that there is no difference in the influence of the aspect on the identity between the tourists that were aware of that particular aspect and tourists that were not.

Aspect	Significance
<b>The ambition of Ameland to be self-sufficient in terms of energy use</b>	0,212
<b>Ameland is fully sustainable in terms of energy outside the touristic season</b>	0,685
<b>Electrical busses for public transport on Ameland</b>	0,887
<b>Sjoerd as the most sustainable beach club of the Netherlands</b>	0,239
<b>Middelpôle as a energy and water neutral campsite</b>	0,727

Table9 Mann Whitney test results

### 5.2.3 Promotion of sustainable developments

Respondents were also asked to mark how much their perceived identity was influenced by different information sources. The sources that were asked can be found in table 11.

Information source		N	Average influence
<b>A flyer about the sustainability</b>	Yes	21	2,38
	No	31	
<b>Duurzaamameland.nl</b>	Yes	32	2,15
	No	20	
<b>Website of the municipality of Ameland</b>	Yes	25	2,4
	No	27	
<b>Local magazine De Amelander</b>	Yes	29	3,14
	No	24	
<b>Tourist information VVVAmland</b>	Yes	25	2,6
	No	27	

Table 10 Average influence of information sources on identity

From these results it becomes clear that the most effective way to influence the perceived identity of tourists is through the local magazine De Amelander. The least effective way is through the website of Duurzaamameland.nl. However, this is the source that most people are familiar with. In general the information sources do not have much influence on the perceived identity of tourists.

### 5.2.4 Statements about sustainability

In the last part of the survey respondents were asked to what extent they agreed with the following statements: *I think it is important that Ameland is sustainable* and *I think more should be done to promote Duurzaam Ameland (sustainable Ameland)*.

The results from the first statement are shown in figure 6. From this it becomes clear that 84,6% of tourists agree with this statement and think it is important that Ameland is sustainable. Only 15,4% were neutral which may mean they had no opinion or it does not matter to them. No one disagreed with this statement. This is probably because the consequences of becoming sustainable are positive regarding the environment.

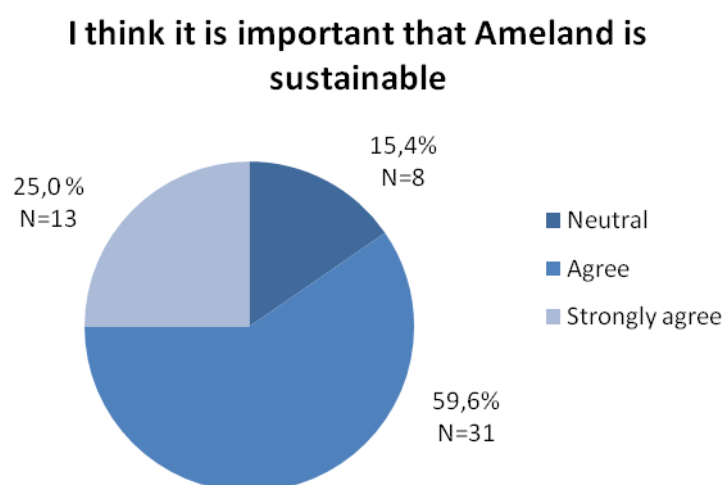


Figure 6 Results statement 1

The results of the statement about the promotion of Duurzaam Ameland are shown in figure 7. Only one respondent disagreed with this statement and 86,6% agreed. Again, this positive attitude towards the sustainable developments might be a reason why tourists think it should be promoted more. Another factor is that only 23 out of 52 had heard (table 3) of the sustainable developments on Ameland. The municipality wants to show a more sustainable identity to tourists but looking at the numbers and the results from the statements more should be done to promote it.

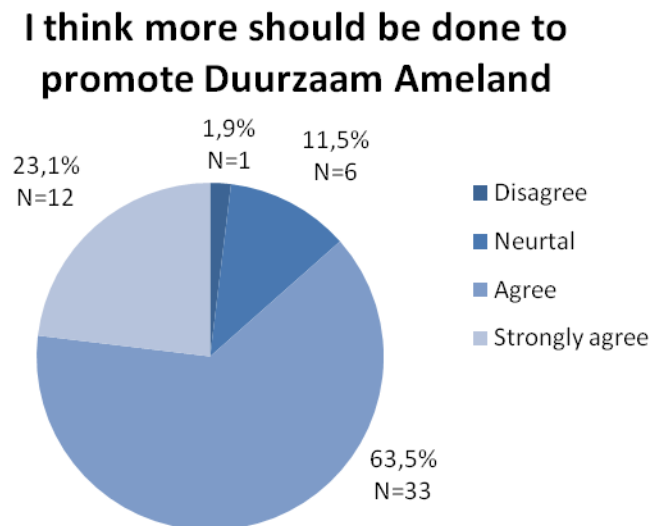


Figure 7 Results statement 2

## 5.3 Tourists vs. local inhabitants

### 5.3.1 Overview of respondents

Pseudonyms are used for most persons participating in this research. Some persons preferred not to share all their information, this is left out in the tables below.

Name	Age	Place	Employment	Visiting Ameland
<b>Fleur</b>	21	Tilburg	It consultant in Healthcare	1 or 2 times each year
<b>Natalie</b>	47	Groningen	customer support centre, back office department IKEA	Once each year
<b>Viktor*</b>	21	Leeuwarden	Student, family company	Few times a year

Table11 Tourists

Name	Age	Place	Employment	Time living on Ameland
<b>Anneke</b>		Buren	Souvenir shop owner	Almost her whole life
<b>Floris*</b>		Buren	Owner of Campsite Kiekduun and Neighbours restaurant, BeachclubSjoerd, Founder of MadNes and advisor for VVVAmeland and WetterskipFryslân	His whole life and working on Ameland for 19 years
<b>Jet</b>	48	Nes	No paid job	For 24 year

Table123 Inhabitants \*own name

### 5.3.2 Identity of Ameland

From the interviews it becomes clear that the identity of Ameland is perceived different by different groups of people. This is in line with what (Klanicka et al., 2006) describe in their research. For the inhabitants itself it is seen as part of their daily life whereas the tourists perceive it more as a nice and calm place to go to on holiday. The meanings Ameland has to them is different. However the aspects of Ameland that make up the meanings are according to both groups the same the nature with its sea and beaches. So the same aspects of a place can result in different meanings depending on the purpose of the people that are on the island.

Furthermore place identity was described as a dynamic process by (Fresque-Baxter and Armitage, 2012). For two of the inhabitants the identity was or is changing because one became an inhabitant over the years instead of a tourist. Her perceived identity shifted from a nice place to go in summer with nice beaches and a nice place to stay with lots of people to a place where she can enjoy the calmness in winter and busy summer days with tourists. It changed from a tourists perspective to an inhabitant perspective. A second inhabitant sees a change as well, he describes Ameland as follows:

*“The most beautiful piece of a ‘foreign country’ in the Netherlands. Calmness, nature, space and attention. Unfortunately this is changing due to the recent developments.”*  
– Inhabitant

He points out that the development of a new wellness resort and the expropriation of tourists that own a mobile home will result in a more exclusive island. He thinks that this will change the calmness, nature, space and the attention people give to Ameland.

### 5.3.3 Influence of sustainable developments on the identity

Respondents were asked how much they know about the sustainable developments and what they think of it as well as how much it influenced the perceived identity of Ameland. All of them knew something and are positive towards the idea of becoming more sustainable and self-sufficient. However not all of them are satisfied with the implementations. Figure 8 shows the positive (right) and negative (left) opinions about the sustainable developments from tourists (dark blue) and inhabitants (blue).

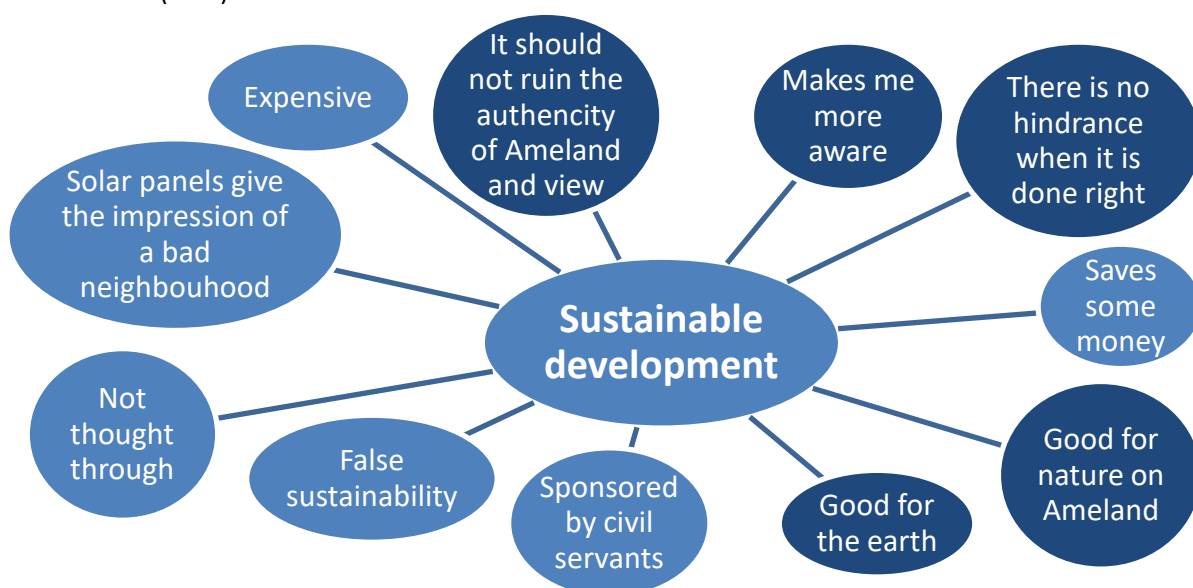


Figure 8 Different opinions and attitudes towards the sustainable development on Ameland

As can be seen, there are some positive and negative opinions about the developments and the sustainable developments have different consequences. The physical environment on Ameland is changing because of the sustainable development. Some examples are the green lights near the beach access points and the harbour, the solar panels on the houses and near the airport. According to Manenti (2011) these changes in the physical environment can be seen as a loss. Especially the inhabitants do not see a change in the identity. One of the inhabitants clearly had some doubts about the sustainable developments:

*“You should only promote sustainability if you really are sustainable. Painting things green does not mean you are ‘green’ “ – Inhabitant*

The fact that there are more doubts is because inhabitants have more insider information about what is going on. He mentioned that the heat pumps in houses still run on fossil fuels and gas and that the chairman of the energy corporation still uses a heating system with wood. Also one respondent mentioned the green lights and solar panels are seen as a loss in the identity of Ameland. The green lights for the animals cause less ‘gezelligheid’ (a nice and warm atmosphere with happy people) and respondents think solar panels look ugly. So even though sustainability should provide a more positive image of the island the actual changes are more seen as a loss by local inhabitants.

The opinions about the sustainability are divided. The tourists on the other hand mostly see the positive side and think that the identity to some extent is influenced.

*“I get a more positive and innovative view of Ameland. An island that wants to develop itself, I think that is strong” – Tourist*

One mentioned that Ameland will always be Ameland and that people will be used to the changes quite fast. These developments should make sure the environment of the island can be preserved. Again the perception of the identity is perceived differently by tourists and they do not necessarily see these changes as losses to the identity.

Another consequence is that next to these perceptions tourists become more aware of how sustainable they are and are happy with the fact that they can contribute to a better place themselves. They almost only use bicycles or the electrical buses from and to the boat and think of what they can do at home.

#### **5.3.4 Place branding on Ameland**

Lastly respondents were asked questions about the place branding of the sustainable identity of Ameland. This caused different reactions between the groups but also within the two groups. Place branding is important for the identity of a place which may lead to regional advantages for tourism. One of the tourists mentioned that this might happen on Ameland. People that want to make a deliberate choice about becoming sustainable can have a environment friendly holiday on Ameland. In contrast, one of the inhabitants did mentioned that it will probably not cause any more tourism:

*“I don’t think there will be more tourists. They come for the sea and the beaches.”  
– Inhabitant*

There are no studies or numbers about how sustainable developments influence tourism on Ameland, but it becomes clear that tourists and inhabitants think differently about the effectiveness

of attracting more tourists. Besides this both groups are also divided on how much should be done to promote the sustainability on Ameland. One of the tourists mentioned that it is too bad if people miss out on these innovative developments, because it will influence their perception of Ameland in a positive way. Also, tourists will miss out, according to another tourist, because you only hear about it on the island itself. She also suggests that social media should be used to reach more people and makes tourists more curious about Ameland. Cleve et al. (2017) describe this as an effective way to brand a place and create more awareness. Inhabitants on the other hand are not agreeing with this:

*“You should not annoy the tourists with that[the sustainable developments on Ameland]” – Inhabitant*

This contrasts with what a tourists thinks. They would like to see more information on the island or on other places about the sustainable developments and the goals of being self-sufficient in terms of energy. One tourist, however, would like to see more of the promotion, but it should not affect the image of sun, sea and beach too much. The last respondent also mentioned that it should not be completely be an expensive and luxurious eco-tourism destination.

The one inhabitant that has doubts about the sustainability also has some doubts about the promotion. He organises a festival each year and owns the most sustainable beach club. According to him these are examples of other things that can be sustainable and are not generic like electric buses. He thinks that the promotion should focus more on these kind of sustainable developments as well.

## 6. Conclusion

This research tried to find an answer on the question: *To what extent are tourists aware of the sustainable identity Duurzaam Ameland wants to have for Ameland and how do the sustainable developments influence the perceived identity by tourists and local inhabitants?*

Almost half of the tourists were aware of the sustainable development and goals related to sustainability of Ameland. This is significantly influenced by the frequency of travelling to Ameland and tourists that travel more frequently are 2.5 times more likely to be aware of it. This shows that the statement of Yankholmes and Akyeampong (2010) about a significant association between the background and visiting patterns of a person and the perception of the visited place is not always the case. Tourists are more aware of the most visible aspect, like the buses and solar panels. They are not very familiar with the ambitions and goals of Ameland. Still not all of them are aware, so more can be done by the local municipality. The influence of the sustainable development on the identity is however not significant.

The influence of the sustainable developments on the perceived identity was, as stated by Klanicka, et al. (2006), different between the tourists and the local inhabitants. This research is in line with what was stated. There is a difference between the perception of tourists and the perception of local inhabitants regarding the identity of Ameland. To start with the opinion about the sustainable developments, tourists were more positive than the inhabitants. This might mainly be because they are only there for a short period and only see the positive effect of it. Local inhabitants live there throughout the year, see it every day and experience more of the negative sides, like the costs or solar panel ruining the view.

Secondly, the influence of the sustainable development on the identity. Both groups did agree on the fact that it is good that the identity is changing in this positive direction regarding to the sustainability, but that it should not influence the island too much. However, there was a difference in how much the identity is influenced by the sustainable developments. The influence on the perceived identity of tourists is bigger and slightly more positive than the influence on the perceived identity of locals. This is to some extent related to the fact that tourists see these developments less as a loss, as Manenti (2011) described. As mentioned earlier, tourists only see the positive sides and therefore perceive it less as a loss to the landscape and the identity. A second aspect that should be noted is that part of the tourists might not notice the changes. There are two possible explanations for this. Either tourists do not experience the island as much as the local inhabitants or, when Ameland is visited for the first time, tourists do not have a reference. This research also shows that place identity is a dynamic process. The perceived identity changes over time or changes because more is known the place. Former research by Fresque-Baxter and Armitage (2012) and Gustavsson and Elander (2016) describe this dynamic process as well.

Lastly, the opinions about place branding were divided. Even though the municipality wants to show a sustainable Ameland, there are some doubts about how well they succeeded. About half of the tourists were familiar with the sustainable developments through information sources and would like to see more of the sustainable development. They would prefer to see more on social media, which already has been proven by Cleave et al (2017) to be an effective tool. Inhabitants were reserved on the idea of promoting the sustainability on Ameland.

## 7. Recommendations

From the literature it became clear that social media are an effective way to promote a place. This aspect was taken into account in this research. One of the respondents in the survey mentioned social media as well as a participant in the interviews. A recommendation for further research is that the influence of social media should be taken into account.

The use of social media is also an aspect the municipality can and maybe should consider to make people more aware of the sustainable development and the sustainable identity they want to spread. It is also recommended to not only focus on the standard sustainable developments, but also on the less standard ones like the MadNes festival. By doing so there will be more awareness among people in general. This can result in a more positive image of Ameland, which may attract more tourists.

A last recommendation for further research would be how much the sustainability on Ameland and the sustainable identity result in more tourists on the island. It is not clear how many tourists are visiting the island because of this and made a deliberate choice to visit Ameland for its sustainability.



## 8. Discussion

During this research the focus shifted from only tourists to tourists and inhabitants of Ameland. At first only the perception of tourists would be taken into account, since they are an important factor for the economy of Ameland. It then became clear from the literature tourists are not very often taken into account about their perception of the place they visit. However, it turned out that after reading more literature it would be interesting to look for the difference between those Local inhabitants and tourists. Instead of only interviewing tourists it was decided to do interviews with local inhabitants as well. A more general overview of how local inhabitants think of the sustainable developments and how this influences their perceived identity of Ameland is missing. This would be something that I would be interested in to research: if and how their perception changed over time. At last I am curious about what can be done to create more awareness and which strategies can be used to make tourists more aware of the sustainability on Ameland.

After this research there are a few things that should be noted. As mentioned earlier in the results the outcomes are based on one particular moment in time, which means that outcomes would have been different when the data collection was done in multiple moments. Different persons that travel to Ameland on another moment might have different opinions and perceptions about the sustainable development and the identity of Ameland. The outcomes of the interviews might also have been different if different or more people were approached.

## References

- CBS (2-8-2016). *1,3 miljoen toeristen op vakantie naar de Wadden*. Accessed at via <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/31/1-3-miljoen-toeristen-op-vakantie-naar-de-wadden>
- Cleave, E. & Arku, G. & Kyeremeh, E. & Sadler, R. (2017). Place Marketing, Place Branding, and Social Media: Perspectives of Municipal Practitioners. *Growth and Change*, 48(4), 1012-1033.
- Clifford, N. & French, S. & Valentine, G. (Red.) (2010). *Key Methods in Geography*. Second edition. Londen: SAGE Publications Ltd.
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist? A conceptual classification. *Sociological Review*, 22(4), 527–555.
- Davenport, M. A. & Anderson, D. H. (2006). Getting From Sense of Place to Place Based Management: An Interpretive Investigation of Place Meanings and Perceptions of Landscape Change Mae. *Society & Natural Resources: An International Journal*, 18(7), 625-641.
- De Ameland (2018). Participatie op Ameland. *De Ameland*, February/March 2018.
- Duurzaam Ameland (2018). *Over Duurzaam Ameland*. Accessed at 25-2-2018 via: <http://www.duurzaamameland.nl/over-ons/>
- Fresque-Baxter, J. A. & Armitage, D. (2012). Place identity and climate change adaptation: A synthesis and framework for understanding. *Wiley/Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 3(3), 251-266.
- Gemeente Ameland (2017). *Sjoerd meest duurzame strandpaviljoen van Nederland*. Accessed at 28-3-2018 via: [https://www.ameland.nl/ameland-actueel/nieuws\\_42176/item/sjoerd-meest-duurzame-strandpaviljoen-van-nederland\\_37738.html](https://www.ameland.nl/ameland-actueel/nieuws_42176/item/sjoerd-meest-duurzame-strandpaviljoen-van-nederland_37738.html)
- Gustavsson, E. & Elander, I. (2016). Sustainability potential of a redevelopment initiative in Swedish public housing : the ambiguous role of residents' participation and place identity. *Progress in Planning*, 103(2), 1-25.
- Jorgensen, B. S. & Stedman, R.C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners' attitudes toward their properties. *Journal of environmental psychology*, 21(3), 233–248.
- Kavaratzis, M. & Hatch, M.J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 13(1), 69-86.
- Kiekduun. *Duurzaamheid is niet verspillen*. Accessed at 28-3-2018 via: <http://www.kiekduun.nl/info/duurzaamheid/>
- Klanicka, S. & Buchecker, B. & Hunziker, M. & Müller-Böker, U. (2006). Locals' and Tourists' Sense of Place: A Case Study of a Swiss Alpine. *Mountain Research and Development*, 26(1), 55-63.
- Lew, A.A. & Williams, S. (2015). *Critical understandings of place, space and experience*. Third edition. London and New York: Routledge.
- Milman, A. & Pizam, A. (2016). The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: The Central Florida Case. *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.

- Manenti, C. (2011). Sustainability and place identity. *Procedia Engineering*, 21, 1104-1109.
- Maranell, G. M. (1974). *Scaling: a sourcebook for behavioral scientists*. Second edition. London: A division of transaction publishers
- McLafferty, S.L. (2010). Conducting questionnaire surveys. In Clifford, N. & French, S. & Valentine, G. (Red.) (2010). *Key Methods in Geography*. Second edition. Londen: SAGE Publications Ltd.
- Moore, D.S. & McCabe, G.P. (2014). *Statistiek in de praktijk*. Fifth edition. Den Haag: BIM Media B.V.
- Poria, Y& Butler, R.& Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- Poria, Y. & Cohen, R. & Reichel, A. (2012). Tourists perceptions of world heritage sites and its designation. *Tourism Management*, 35, 272-274
- Rehan, R. M. (2014). Urban branding as an effective sustainability tool in urban development. *HBRC Journal*, 10(2), 222-230.
- Riza, M. & Doratli, N. & Fasli, M. (2011). City branding and identity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 35, 293-300.
- Santa-Cruz, F. G. & López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and World Heritage Sites. *Tourism Management Perspectives*, 24(2), 111-116.
- Stabler, M. J. & Goodall, B. (1997). Environmental awareness, action and performance in the Guernsey. *Tourism Management*, 18(1), 19-33.
- United Nations Economic Commission for Europe (2005). "Sustainable development - concept and action", Accessed at 16-5-2018 via [http://www.unece.org/oes/nutshell/2004-2005/focus\\_sustainable\\_development.html](http://www.unece.org/oes/nutshell/2004-2005/focus_sustainable_development.html)
- Yankholmes, A. K. B. & Akyeampong, O.A. (2010) Tourists' Perceptions of Heritage Tourism Development in Danish-Osu, Ghana. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 603-616.

# Appendices

## Sustainable development on Ameland

### Table of content

Appendix 1 – Survey perceived place identity on Ameland.....	29
Appendix 2 – Information sheet.....	32
Appendix 3 – Interview Guide: Inhabitants of Ameland .....	33
Appendix 4 – Interview Guide: Tourists of Ameland.....	34
Appendix 5 – Transcript respondent 1 – Tourist.....	35
Appendix 6 – Transcript respondent 2 – Inhabitant .....	36
Appendix 7 – Transcript respondent 3 – Tourist.....	38
Appendix 8 – Transcript respondent 4 – Inhabitant .....	40
Appendix 9 – Transcript respondent 5 – Inhabitant .....	42
Appendix 10 – Transcript respondent 6 – Tourist.....	46
Appendix 11 – Scans letters of consent .....	49
Appendix 12 – Peer review.....	54

## Appendix 1 – Survey perceived place identity on Ameland.

This survey was also translated into Dutch and German.

### Survey perceived place identity on Ameland

Dear visitor of Ameland,

Thank you for taking your time to fill out this survey. My name is Lisa Schreuder and I am currently a third year student Spatial Planning and Design student doing my Bachelor thesis about place identity on Ameland according to tourists. It will take about 4 minutes to fill out this survey. The answers will be treated confidentially and will not be shared. Also respondents will stay anonymous while processing the data. In case you don't want to answer a question, please leave this question open.

**1. What is your gender?**

- Male
- Female

**2. What is your age?**

.....

**3. From which province/country are you?**

.....

**4. How often do you visit Ameland?**

- Every week
- Every month
- A few times each year
- Once a year
- Almost never

**5. How long will you stay on Ameland?**

..... day(s)

**6. Which three things do you think about when you think of Ameland?**

.....

.....

.....

**7. Have you heard of the sustainable development on Ameland?**

- Yes
- No, please continue to question 9.

**8. If yes, how come you have heard of this?**

- Friends, family or other people I know
- Travel information
- Television
- Social media
- Other, namely.....

**9. Did you know Ameland wants to be self-sufficient in terms of energy in 2020?**

- Yes
- No

**10. Have you heard of the projects of Duurzaam Ameland (Sustainable Ameland)?**

- Yes
- No

**11. Which aspect have you heard of?**

	Yes	No
The ambition of Ameland to be self-sufficient	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The ambition to make other Dutch island enthusiastic about the project	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ameland is fully sustainable in terms of energy outside the touristic season	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solar panel park in Ballum near the airport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Green streetlight in the harbour and at beach access points	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SchoolVision Light system with movement sensors for street light	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Electrical busses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sjoerd as the most sustainable beach club of the Netherlands	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Middelpôle as a energy and water neutral campsite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12. To what extend do the following aspects influence your perceived identity of Ameland?**

	Not at all					A lot	No opinion
	1	2	3	4	5		
The ambition of Ameland to be self-sufficient	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The ambition to make other Dutch island enthusiastic about the project	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ameland is fully sustainable in terms of energy outside the touristic season	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The solar panels on the island	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The use of movement sensors for streetlights	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The green light for birds and animals that live at night	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The electrical busses on the island	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sjoerd as the most sustainable beach club of the Netherlands	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Middelpôle as a energy and water neutral campsite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. To what extent do the following information sources influences your perceived identity of Ameland?**

	Not at all		3	A lot		I haven't seen this
	1	2		4	5	
A flyer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website: duurzaameland.nl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website: municipality of Ameland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magazine: De Amelander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tourist information: VVVAmeland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. I think it is important that Ameland is sustainable.**

Strongly disagree       Disagree       Neutral       Agree       Strongly agree

**15. I think more should be done to promote Duurzaam Ameland (sustainable Ameland).**

Strongly disagree       Disagree       Neutral       Agree       Strongly agree

**16. Do you have any comments or recommendation for this research?**

.....

.....

.....

Thank you very much for filling out this survey!

## Appendix 2 – Information sheet



university of  
 groningen

faculty of spatial sciences

research ethics committee

### Information sheet - Research Ethics Committee (REC)

For research project: The perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments.

Allereerst hartelijk bedankt voor het deelnemen aan dit onderzoek naar de plaatsidentiteit van Ameland.

Ameland heeft zich de laatste jaren gefocust op verduurzaming van o.a. de energie voorziening en het openbaar vervoer. De gemeente wil duurzaamheid een prominentere plek geven in wat Ameland moet uitstralen en wil een voorbeeld zijn voor andere Waddeneilanden en de rest van Nederland. Mijn onderzoek gaat over hoe dit wordt ervaren door zowel de inwoners van Ameland, als de toeristen die het eiland bezoeken. Ook wordt er gekeken in hoeverre deze duurzame identiteit bekend is bij de toerist.

### Confidentiality and participant rights

- The interviews will be audio-recorded and notes will be taken during the interview.
- You have the right to ask to have the recording turned off whenever you decide and you may also end the interview at any time.
- If you wish so you will be sent a copy of the interview notes, and you will have the opportunity to make corrections or request the erasure of any materials you do not wish to be used.
- The main use of the information you provide will help me towards my bachelor thesis which upon completion will publicly be available on Internet.
- Unless you have given explicit permission to do so, personal names or any other information which would serve to identify you as an informant will not be included in this research or in any future publication or reports resulting from this project.

### As a participant you have the right to:

- decline to participate;
- decline to answer any particular question;
- ask for the audio-recorder to be turned off at any time;
- end the interview at any time
- withdraw from the study up until three weeks after participating in the research;
- ask any questions about the study at any time during participation; and
- ask for the erasure of any materials you do not wish to be used in any reports of this study.



## Appendix 3 – Interview Guide: Inhabitants of Ameland

### Introduction researcher

- Lisa Schreuder, third year student Spatial Planning and Design.
- Bachelor thesis about the sustainable development on Ameland and the perceived identity of Ameland by tourists and local inhabitants.
- Agreement to participate form from Research Ethics Committee (REC)
- Aim: get a better understanding of meanings from local inhabitants about the sustainability and how they see this change relate to the identity of Ameland.
- Asking for approval to record the interview and the use of his/her name in the thesis. Answers will not be shared and used for this bachelor thesis only.

### Introduction respondent

- Could you introduce yourself? (Name, work and background)
- How long have you been living on Ameland?
- What pops up in your mind if I say Ameland?
- What does Ameland mean to you?
- Asking more questions as a response to the answers and mention themes.

### Sustainable developments

- Are you familiar with the sustainability Ameland wants to have?
- What is your opinion about the sustainable developments? (for example: good/bad, why)
- What do the sustainable developments mean to you? (for you work/daily life/different way)
- What do you think are the effects? (for you and for the island itself)
- Are you satisfied with the sustainable developments? (why/why not)

### Place identity

- Do you think the sustainable development influence the identity of Ameland? (why/why not)
- Do the sustainable developments influence your perception of Ameland? (in which way)
- Do you think it is important more people become aware of the sustainable identity? (why/why not)

### Statements

- To what extent do you agree with following statement and why?
  - o I think it is important that Ameland is sustainable.
  - o I think more should be done to promote Duurzaam Ameland (Sustainable Ameland).

### End of the interview

- Any questions or suggestions?
- Thank the respondent for the interview

## Appendix 4 – Interview Guide: Tourists of Ameland

### Introduction researcher

- Lisa Schreuder, third year student Spatial Planning and Design.
- Bachelor thesis about the sustainable development on Ameland and the perceived identity of Ameland by tourists and local inhabitants.
- Agreement to participate form from Research Ethics Committee (REC)
- Aim: the aim of this interview is to get a better understanding of meanings from tourists about the sustainability and how they see this change relate to the identity of Ameland
- Asking for approval to record the interview and the use of his/her name in the thesis. Answers will not be shared and used for this bachelor thesis only.

### Introduction respondent

- Could you introduce yourself? (Name, work and background)
- How often do you visit Ameland?
- How long do you usually stay on Ameland?

### Identity of Ameland

- What pops up in your mind if I say Ameland?
- Which aspect of Ameland create the identity of the island for you?
- What does Ameland mean to you?

### Sustainable developments

- Are you familiar with the sustainability Ameland wants to have? (if not explain)
- What is your opinion about the sustainable developments? (for example: good/bad, why)
- What do the sustainable developments mean to you? (on holiday or in a different way)
- What do you think are the effects? (for you and for the island itself)
- Are you satisfied with the sustainable development on Ameland?(why/why not)

### Place identity

- Do you think the sustainable development influence the identity of Ameland? (why/why not)
- Do the sustainable developments influence your perception of Ameland? (in which way)
- Do you think it is important more people become aware of the sustainable identity? (why/why not)

### Statements

- To what extend do you agree with following statement and why?
  - o I think it is important that Ameland is sustainable.
  - o I think more should be done to promote Duurzaam Ameland (sustainable Ameland).

### End of the interview

- Any questions or suggestions?
- Thank the respondent for the interview

## Appendix 5 – Transcript respondent 1 – Tourist

Researcher (R): Lisa Schreuder

Interviewee (I): Nathalie

Date: 12-4-2018

Place: Groningen

### Introductie respondent

Ik ben [Nathalie] en ben werkzaam bij een customer support center, afdeling back office en opleiding geven aan nieuwe medewerkers. Opleiding MBO. Ik kom 2 á 3 keer per jaar en blijf dan 1 of 2 dagen.

### Identiteit van Ameland

Poeh, waar denk ik aan bij Ameland, vooral strand, vakantiegevoel, fietsen, familie en terrasjes.

De kenmerken die het beeld van Ameland vormen zijn toch wel de fietspaden en prachtige stranden. Ook heb je hier het gevoel dat je even helemaal weg bent.

Ameland betekent veel voor mij, met de kinderen gaan we vanaf hun geboorte ieder jaar een paar keer naar oma op de camping op Ameland. Het is een mooie traditie met blijvende herinneringen en even heerlijk genieten van een paar dagen weg.

### Duurzame ontwikkelingen

Een klein beetje, ik heb er wel iets van gehoord en gelezen.

Goed, ik vind het belangrijk om verstandig om te gaan met energie en de natuur. Vooral het zelfvoorzienend willen zijn.

Als het goed gedaan is, hebben we daar geen hinder van, soms even anders misschien qua verandering maar daar ben je zo aan gewend.

Voor mezelf heeft het geen effect, voor het eiland is het mooi dat ze straks zelfvoorzienend zijn en dat komt ten goede aan de natuur uiteindelijk.

Ja hoor, heel tevreden en blij mee, want er zitten eigenlijk alleen maar voordelen aan voor de natuur en zo.

### Placeidentity

Ja, maar vooral positief! Om hierin voorop te lopen op de Waddeneilanden.

Nee hoor, Ameland blijft Ameland!

Ja, zodat meer mensen een dag of meerdere dagen naar Ameland gaan en dit zelf kunnen zien. Zet je aan het denken en misschien kan je er thuis ook iets mee doen qua aanpassingen. Dat zou ik zelf ook wel willen, maar het prijskaartje is zo hoog.

### Statements

Ja, dat komt de natuur op het eiland ten goede.

Ja, daar hoor of lees je op Ameland zelf wel over maar verder niet. Ze zouden misschien meer social media moeten gebruiken. Dan bereiken ze veel meer mensen die worden dan misschien nieuwsgierig en komen naar Ameland!

## Appendix 6 – Transcriptrespondent 2 – Inhabitant

Researcher (R): Lisa Schreuder

Interviewee (I): Anneke

Date: 7-4-2018

Place: Buren

### Introductie

Ik ben [Anneke] en ben de 60 al gepasseerd. Ik kom niet van Ameland maar woon hier al zo'n 44 jaar. Bij Ameland denk ik vooral aan mijn familie. Hier kom ik thuis en heb ik mijn dagelijks leven met mijn winkeltje. Ameland betekent voor mij een beetje hetzelfde als dat je vraagt waar denk je aan, het is mijn dagelijks leven met familie, vrienden en burens.

### Duurzame ontwikkelingen

Nee, ik ben niet heel bekend met de duurzame ontwikkelingen, mijn man weet daar meer van. Ik ben niet zo technisch. Een aantal ken ik wel, maar dat zijn meer de algemene zoals zonnepanelen en zo.

Ik vind het goed dat deze initiatieven er zijn, maar het is zo lelijk. Ze zouden het wat mooier moeten maken. Mensen moeten toch een beetje om de toekomst denken als het gaat om energie en dat soort dingen. Nog een nadeel vind ik mensen er zo diep voor in de buidel moeten tasten, veel mensen doen er daarom niks aan omdat het gewoon te duur is.

In het dagelijks leven hebben wij er niet heel veel mee te maken. We hebben zonnepanelen op de camper maar dat is meer voor het gemak. Op vakantie heb je altijd gewoon stroom, heerlijk en makkelijk.

Voor mij zijn de effecten niet zo groot omdat we er ook niet veel mee doen. Voor het eiland is het wat anders. Neem nou de zonnepanelen, die vind ik persoonlijk erg lelijk en zouden ze best wat mooier mogen maken. Sommige straten lijken net een achterbuurt met al die dingen op het dak, dat is toch niet meer aantrekkelijk. Zo bij Ballum vind ik ze wel prima, gewoon een hele partij en een beetje uit het zicht.

Ja, op zich ben ik wel tevreden met de ontwikkelingen, maar dan moet het wel zo gaan als bij het vliegveld, en niet het hele uitzicht verpesten.

### Placeidentity

Ik vind wel dat de identiteit van Ameland er een beetje door wordt beïnvloed. Vooral op het eiland zelf. Daar gaat het toch geregeld over de duurzaamheid en de AEC. Maar buiten het eiland is het denk ik niet zo bekend, behalve als mensen speciaal voor duurzame campings en dingen gaan.

Mijn beeld wordt er niet echt door beïnvloed, ik vind alleen wel dat alles [de duurzame projecten] wat mooier uitgevoerd had kunnen worden.

Jawel, iedereen zou in het algemeen wat bewuster en duurzamer moeten zijn, omdat je toch ook een beetje naar de toekomst moet kijken. Het zou zonde zijn als zo'n mooi eiland toch niet meer bestond!

### Statements

Ja, dat vind ik op zich wel belangrijk. Het is goed voor de aarde en de omgeving maar ze zouden het beter in de grond kunnen stoppen, dan zie je de lelijke dingen er ten minste niet van.

Nee, ik vind dat het zo wel genoeg gepromoot wordt, je moet mensen er ook niet mee blijven lastig vallen hier, maar buiten het eiland moeten ze zelf weten. Er zullen ook niet meer toeristen komen, die komen voor de zee en het strand.

## Appendix 7 – Transcript respondent 3 – Tourist

Researcher (R): Lisa Schreuder

Interviewee (I): Fleur

Date: 7-4-2018

Place: Strand Buren

### Introductie

Mijn naam is [Fleur] ik ben 21, ik werk als IT-consultant in de zorg. Ik woon in Eindhoven, maar ben geboren in Groningen. Vanuit Groningen heb ik vaak Ameland, Schiermonnikoog en Borkum bezocht en dat doe ik nog steeds. Ik kom gemiddeld 1-2x per jaar een weekend op Ameland.

### Identiteit van Ameland

Ik denk bij Ameland aan heerlijk ontspannen en een lekker vakantiegevoel in de natuur. Bij Ameland denk ik aan een mix van natuur en dorpsgevoel en daarnaast denk ik ook aan gezelligheid met anderen.

De kenmerken van Ameland die voor mij het beeld vormen zijn: het strand, duinen en bossen geven mij het gevoel van natuur en vrijheid. Het dorpsgevoel krijg ik wanneer ik in Nes ben en het ons-kent-ons gevoel. Op de boot begint al het vakantiegevoel, door iedereen die gezellig bij elkaar zit en iedereen kletst met elkaar.

Ameland betekent voor mij totale ontspanning en gezelligheid.

### Duurzame ontwikkelingen

Ik ben bekend met een aantal van de duurzame ontwikkelingen maar vast lang niet allemaal. De elektrische bussen, de zuinige straatverlichting en de zonnepanelen bij het vliegveld.

Ik vind het goede projecten. Wanneer we duurzaam met zijn allen met het eiland/wereld omgaan kan iedereen er zo lang mogelijk van genieten. Niet alleen wij maar ook onze kinderen, kleinkinderen en hopelijk nog meer generaties.

Ameland heeft veel natuur wat ook behouden moet blijven. Wel moet het beeld van Ameland authentiek blijven en niet worden “verpest” door de projecten. Zo vind ik het jammer dat sommige huizen zonnepanelen hebben, dit verpest voor mij het beeld van de huizen. Maar de zonnepanelen bij het vliegveld vind ik een super initiatief.

Tijdens de vakantie betekenen de duurzame ontwikkeling voor mij dat ik hier zelf ook aan mee werk. Dus niet met de auto naar het eiland, maar zoveel mogelijk fietsen. En als dan toch de bus moet worden gepakt, dan is het fijn om te weten dat het duurzaam is. Daarnaast vindt ik het dat we schoon moeten houden, en bijvoorbeeld ook afval moeten scheiden op vakantie etc.

De effecten voor mijzelf zijn dat ik bewuster omga met duurzaamheid ook buiten Ameland. Voor Ameland denk ik dat het beeld van Ameland positief beïnvloedt.

Ik ben zeker tevreden met de ontwikkelingen, wel denk ik dat ze nog meer kunnen promoten. Ik denk dat veel mensen niet op de hoogte zijn van de projecten, ook ik ben vast niet op de hoogte van alle mooie projecten.

**Placeidentity**

Zeker, ik vind wel dat de identiteit van Ameland wordt beïnvloed door de duurzame ontwikkelingen, in positieve zin! Tegenwoordig wordt dit steeds belangrijker voor mensen. Dus ik denk dat mensen eerder kiezen voor Ameland dan voor de andere Waddeneilanden hierdoor. Hoe vaker je op Ameland komt hoe meer je er over hoort en ziet.

Ik krijg een positievere en innovatieve blik van Ameland. Een eiland wat zich wil blijven ontwikkelen, wat ik erg sterk vind!

Zeker, ik vind het zonde als deze mooie initiatieven worden gemist door mensen. En ik denk dat mensen het ook positief beïnvloedt over hun blik op duurzaamheid ook buiten Ameland.

**Statements**

Ik vind het belangrijk dat Ameland duurzaam is. Eens, omdat Ameland een mooi eiland met mooie natuur is. Wat moet worden blijven behouden, en deze projecten dragen daar aan bij.

Ik vind dat er meer gedaan moet worden om de duurzame identiteit te promoten. Zeker ook helemaal mee eens. Ik vind het jammer dat veel mensen, waaronder ik, niet alle projecten kennen. Ik denk dat dit het beeld van Ameland positief beïnvloedt.

## Appendix 8 – Transcriptrespondent 4 – Inhabitant

Researcher (r): Lisa Schreuder

Interviewee: Floris Oud

Date: 15-4-2018

This respondent was well willing to participate, but did not have the time for an interview. Therefore the questions were send by email so he could respond in his own time.

### Introductie respondent

Floris Oud, DGA van viertal bv's, welke vertegenwoordigen strandpaviljoen Sjoerd, camping De Kiekduun en restaurant Neighbours met 65 fte. Naast eigenaar van bovenstaande heb ik nog een aantal nevenfuncties, nl. : founder MadNes Festival, klankbordcomissie VVV, adviescommissie waterschip Friesland.

Ik ben een bewuste ondernemer die duurzaam wil zijn en het niet enkel wil uitstralen. Ik vind het belangrijk om geld te verdienen, maar zorg oprecht dat ik zo weinig mogelijk impact hierbij maak op mijn omgeving en zorg ervoor dat de uitstoot in de vorm van CO2 zoveel mogelijk wordt gereduceerd.

Ik ben 19 jaar werkzaam op Ameland.

Het mooiste stukje buitenland in Nederland. Rust, natuur, ruimte en aandacht. Helaas dragen de recentelijke ontwikkelingen hier niet aan bij, denk aan het Wellness Resort van de heer Westers en de onteigening van Recreatiepark Boomhienke en het grote geld van de firma's die Ameland komen verkopen.

Ameland betekent heel veel voor mij.

### Duurzame ontwikkelingen

Bekend: Ik neem aan dat je hier de gemeente Ameland mee bedoeld? Dit zou duurzaam Ameland zijn. Zonnepark, groene verlichting, hybride warmtepompen **gesponsord aan ambtenaren**, waterstof in aardgas, elektrische bussen.

- Het zonnepark vind ik een geweldig initiatief. Wel vind ik het jammer dat er relatief oude techniek is toegepast waardoor het zonnepark per vierkante meter meer energie had kunnen opwekken. Bron: Prof. P. Mooij. Dit park krijgt van mij een 8,5.
- Elektrische bussen vind ik ook een erg goede ontwikkeling. Dit onderdeel krijgt een 8,5
- De hybride warmte-pomp heeft mijn twijfels en waarom nou weer bij al die ambtenaren...Ik geef dit een 6.0.
- De warmte-kraft-koppeling is volgens mij niet duurzaam. Er staat gewoon een gasturbine te draaien op eigen terrein waarbij de warmte wordt terug gebruikt. Volgens betrokkenen een duur systeem dat op fossiele brandstof stookt met hoge kosten in verbruik. Dit krijgt een 4.0.
- De groene verlichting. Led is duurzaam dat voorop gesteld. In een rapport van Kamiel Spoelstra wordt de invloed van kleuren op de natuur getoetst. Lees dit rapport en je zult zien dat Ameland wellicht de verkeerde keuze heeft gemaakt. Daarnaast wil ik je vragen wat vind jij zelf van groen licht? Is een stukje warmte en gezelligheid in een toeristengebied opeens onderschikt aan de drang naar groen bezig zijn? Het lijkt soms wel dat de kleur groen al een goed gevoel van bezig zijn geeft. Dit is in mijn opinie schijn-duurzaamheid. Daarnaast denk ik



dat het project vreselijk veel heeft gekost en dat Philips, de grote aanrichter, de lampen heeft verkocht... Dit laatste is speculatie. Het project is voor mij een 2,0.

Op het zonnepark en de bussen na betekent het niets voor mij.

Effecten: Ik denk dat Ameland de marketing van de duurzaamheid op een verkeerde manier gebruikt.

Ik ben deels tevreden, omdat het zonnepark en de bussen echt als een voortrekkers rol fungeren. Andere gemeenten zullen volgen. De rest is slecht gekozen en niet over nagedacht.

### **Placeidentity**

Beïnvloeden van identiteit: De gemeente draagt dit wel uit, of dit duidelijk genoeg de nadruk heeft gehad betwijfel ik wel eens. Voorbeeld: Tien jaar geleden heeft MadNes Festival geroepen het meest duurzame festival van Nederland te willen worden. Op het gebied van duurzaamheid heeft MadNes Festival geprobeerd een voorbeeld te zijn en als voortrekkers rol te fungeren. Medewerking of samenwerking met de gemeente is hierbij nagenoeg uitgebleven, wat gezien de aandacht die het festival genereert, een gemiste kans is. Voorbeelden die MadNes Festival gebruiken om duurzaam te zijn, zijn Biobrandstof, volledig biologische afbreekbaar verpakkingsmaterialen, DexctoTU Delft en organische zonnecellen.

Beïnvloedt het uw beeld: Nee, niet zozeer. Ik denk dat de ambitie om duurzaam te zijn van Ameland een logisch gevolg is van wat er in de wereld is veranderd. Klimaatverandering is een feit. Dat Ameland meedoet om de CO2 uitstoot te reduceren is een logische gevolg.

Bewust worden van identiteit: Duurzaamheid lijkt op Ameland wel een marketing aspect waarbij het meer draait om de zichtbaarheid ervan dan het doel op zich. Persoonlijk vind ik dat jammer. Verf alles groen en we zijn groen bezig.... Zo zou het dus niet moeten zijn. Als de voorzitter van de AEC de hele dag door een houtkachel stookt en vanaf datzelfde huis groene stroom verkoopt dan haak ik af. Wees dan ook echt duurzaam en neem een warmtepomp en zonneboiler.

### **Statements**

Ik vind het belangrijk dat Ameland duurzaam is. → Ja, ik vind het een maatschappelijke plicht.

Ik vind dat er meer gedaan moet worden om de duurzame identiteit te promoten. → Nee, duurzaam moet je tegenwoordig **zijn** niet om marketing technische redenen. Je moet je geen lucht verkopen. Opvallen doe je door anders te zijn dan de andere gemeenten of Waddeneilanden. Voorbeeld: MadNes Festival probeert dit al jaren te doen en is wat mij betreft dan ook een perfect uithangbord om positief en op een andere manier duurzaamheid te vermarkten.

## Appendix 9 – Transcriptrespondent 5 – Inhabitant

Researcher (R): Lisa Schreuder

Interviewee (I): Jet

Date: 7-4-2018

Place: Nes

### Introduction of research and researcher

(Wie ik ben, wat ik doe, doel van het interview, toestemming voor opnemen en REC formulier)

### Introduction respondent

R: kunt u wat over uzelf vertellen?

I: Ik ben [Jet] en ik ben 48 jaar. Ik ben geboren in Groningen en woon al 24 jaar op Ameland

R: En waar werkt u?

I: Ik heb geen betaalde baan, maar ik help ouderen in de buurt, hier in Nes

R: Waar denkt u aan als ik Ameland zeg?

I: Thuis, dat ik met veel plezier hier woon maar soms een klein beetje heimwee heb naar de stad.

R: Wat mis je dan hier op Ameland wat wel in de stad te vinden is?

I: Het feit dat ik niet op elk gewenst moment het eiland af kan.

R: Wat betekent Ameland voor u?

I: Een heerlijke plaats om te wonen.

R: En wat maakt het zo'n heerlijke plaats?

I: Dat ik iedere dag kan genieten van de zee en de natuur van het eiland. In de winter is het heerlijk rustig, wel wat slechter weer, maar in de zomer kan ik ook genieten van de gezellige drukte van de toeristen.

R: Heeft het nog meer betekenissen voor u?

I: Niet per se, maar het is ook een plek waar mijn familie graag komt. Oh ja, Ameland is de plek waar ik vroeger met mijn ouders op vakantie naar toe ging, zo heb ik mijn man ook ontmoet.

### Duurzame ontwikkelingen

R: Wat leuk. Oké, en dan heb ik ook nog wat vragen over de duurzame ontwikkelingen hier op Ameland, heeft u daarvan gehoord?

I: Ja!

R: Kunt u mij daar iets over vertellen?

I: Heel bekend is natuurlijk het zonnepark bij het vliegveldje in Ballum. Ik geloof dat het genoeg is voor alle huizen hier op Ameland, maar dan wel in het laagseizoen. Het is wel leuk, ze hebben ook een website, daar kijk ik zo nu en dan op om te kijken hoeveel energie er opgewekt wordt.

R: Welke website is dat?

I: Dan moet je even naar [duurzaamameland.nl](http://duurzaamameland.nl) en dan kan je bij de zonnepanelen doorklikken naar een andere website. Ik weet niet precies hoe het heet. Er staat ook bij hoeveel bomen en CO2 je bespaart.

R: Dat ga ik opzoeken thuis! En kent u nog andere projecten of doelen?

I: Ja, zo'n beetje iedereen die op Ameland woont weet er wel iets van af. Zelf hebben we nog na gedacht over de aanschaf van een warmtepomp omdat je die in 7 tot 8 jaar terugverdient.

Uiteindelijk hebben we besloten dat toch niet te doen.

R: Waarom niet?

I: We vonden de aanschafprijs te hoog.

R: Ik hoorde van andere Amelanders die ik heb gesproken ook dat ze bij voorbeeld de zonnepanelen te duur vonden.

I: Klopt, daarom zitten wij bij de AEC, dat scheelde best wat geld. Ik vind het fijn dat er op Ameland wordt nagedacht over duurzaamheid. We hebben ook elektrische bussen op het eiland, maar daar heb je vast al ingezet.

R: Ja klopt, steeds naar de camping.

I: Ik geloof dat ze ook nadenken over deelauto's voor Amelanders.

R: Daar heb ik nog niets over gezien, weet u daar nog wat meer van?

I: Niet echt, Johan Kiewiet was daar mee bezig dacht ik. Maar wat het verder precies is, geen idee.

R: Wat vindt u van al deze projecten?

I: Nou ja, ik vind je heel goed. Er wordt veel gesproken over dat we zuinig moeten zijn op de aarde en ik ben blij dat Ameland daar ook zijn best voor doet. Een prettige bijkomstigheid is natuurlijk dat het ook geld scheelt.

R: Betekenen de projecten ook wat voor u? Bijvoorbeeld in uw dagelijks leven?

I: Nou eigenlijk niet, ik zou het niet weten.

R: Maar u krijgt toch stroom van de zonnepalen?

I: Ja, is ook zo en nu ik er over nadenk kijk ik ook regelmatig op die website om te zien hoeveel stroom er opgewekt is. Ons eigen stroomverbruik thuis hebben we ook jaren bij gehouden, maar daar zijn we nu mee gestopt.

R: Denkt u dat er bepaalde effecten zijn voor het eiland?

I: Hoe bedoel je dat?

R: Dat er bijvoorbeeld meer toeristen komen of zoals een andere Amelander zei dat het erg lelijk is en het eiland een beetje verpest.

I: Ik denk niet dat er meer toeristen zullen komen nu Ameland duurzaam bezig is. Ze komen hier voor het strand en de ze en hopen op mooi weer. Maar Amelanders zelf vinden het wel wat belangrijker want het scheelt ook op de rekening en dat het dan groene stroom is, is mooi meegenomen.

R: Is dat dan ook het effect voor uzelf of zijn er meer effecten voor u?

I: Nou nee dat was het wel, ik ben niet zo'n milieukikker (gelach). Maar het is wel goed voor de aarde.

R: Dat kan, ik ben zelf ook niet de meest milieubewuste. Uhm dan nog de vraag of u ook tevreden bent met de duurzame ontwikkelingen?

I: Jawel, ik ben blij dat mensen zich daarvoor inzetten. Voor de toekomst is het gewoon belangrijk dat er over onze energiebronnen wordt nagedacht. Kennissen van ons aan de vaste wal, hebben veel last van aardbevingschade en daardoor besef ik me ook wel dat we gebruik moeten maken van andere alternatieve energiebronnen en we minder gas gaan gebruiken.

R: Ja, daar hebben wij ook last van thuis, maar dat is wel aardig opgelost.

I: Hadden jullie thuis scheuren in de woning dan?

R: Ja een paar en hebben daarom nu ook zonnepalen door zo'n regelen, alleen mijn vader wilde daar geen cent meer aan uitgeven dan we kregen. (gelach).

(We hebben nog even verder gepraat over de situatie in Groningen, maar er kwamen geen relevante onderwerpen aan bod voor dit onderzoek.)

### Placeidentityand statements

R: Oké, ik heb nog drie vragen over de identiteit van Ameland en twee stellingen.

I: Ooh dat is prima, ik heb nog wel eventjes tijd.

R: Vindt u dat de identiteit van Ameland wordt beïnvloed door de duurzame ontwikkelingen?

I: Voor mij of voor de toerist?

R: Meer in het algemeen, maar voor beide mag ook.

I: Voor de toeristen denk ik niet. Ik denk dat de meeste mensen niets weten over de projecten behalve misschien wat over het zonnepark.

R: De gemeente Ameland wil dit toch laten zien. Vindt u het belangrijk dat toeristen bewuster worden van de duurzaamheid op Ameland?

I: Ja, het is belangrijk, maar ik denk niet dat het meer toeristen aan zal trekken. Dan vind ik het belangrijker dan mensen hun afval fatsoenlijk weggooien en hun kinderen uit de duinen trekken zodat die niet vernield worden. Laat de gemeente eerst daar maar eens wat strenger op toe zien. En wat ik ook helemaal niks vind zijn al die loslopende honden overal. Daar mogen ze ook wel boetes voor uitdelen. Dan kunnen ze dat geld mooi gebruiken voor de duurzame projecten. (gelach)

R: Ja dit vind ik ook wel vooral de mensen in duinen. Maar beïnvloedt het uw eigen beeld ook?

I: Je bedoelt dat ik Ameland nu ander zie dan 10 jaar geleden?

R: Ja, eigenlijk wel, maar dan wel door de duurzame ontwikkelingen.

I: Nee eigenlijk niet.

R: Waarom niet?

I: De meeste veranderingen die ik zie zijn de bouw van allemaal appartementen en huisjes en het weghalen van de caravans op camping. Die oude zijn niet erg mooi maar die gewone chalets zijn prima. Het wordt nu meer een elite eiland door alle hoge prijzen. Vroeger met mijn ouders zaten we in een oude caravan en had je echt nog een kampeergevoel. Nu sluit iedereen zich op met zijn tv en wifi.

R: Dat is ook jammer, maar de duurzaamheid betekent voor uw beeld dus weinig?

I: ja, ik vind het wel belangrijk maar mijn beeld van Ameland wordt daar weinig door beïnvloed.

R: Vindt u dat de gemeente daar dan wat meer aan moet doen? Dit is meteen ook een van de stellingen die ik u wil vragen.

I: Ik denk dat ze eerst moeten kijken of ze in het hoogseizoen nog meer toeristen willen.

R: Waarom is dat dan van belang?

I: Als ze meer toeristen willen kunnen ze duurzaamheid gebruiken om meer toeristen te trekken. Als Ameland voorop wil lopen op het gebied van duurzaamheid, moeten ze gedaan meer bekendheid aan geven. Ik denk dat 9 van de 10 toeristen er weinig van weten.

R: Nou ik heb toe ik aankwam enquêtes gehouden op de boot en die snel even doorgekeken, want ik was wel benieuwd en het leek of ongeveer de helft wel van de duurzame ontwikkelingen op Ameland had gehoord.

I: Nou dat had ik niet gedacht. En toch denk ik niet dat toeristen daarom voor Ameland hebben gekozen.

R: Dat denk ik eerlijk gezegd ook niet. Op wat voor manier denkt u dat er meer ruchtbaarheid aan gegeven moet worden?

I: Misschien meer info op die schermen op de boot of uuhm in de Amelander en misschien een standje over duurzaamheid tijdens activiteiten. Hoewel, als mensen op vakantie zijn hebben die daar vast geen zin in. Ik denk toch dat toeristen daar geen belang bij hebben of in ieder geval weinig belang bij hebben. Of maar heel weinig.

R: Dat is denk ik ook wel waar. Dan heb ik nog een statement en kunt u aangeven in hoeverre u het daar mee eens bent en waarom? Ik vind het belangrijk dat Ameland duurzaam is.

I: Daar ben ik het wel mee eens. Duurzaamheid heeft toch de toekomst, je kunt de tv niet aanzetten of het komt wel voorbij. Wat ik wel even kwijt wil, is dat ik echt geen windmolen op Ameland wil zien.

R: Nee, ik ook niet!

I: Duurzaamheid is prima maar het moet het imago van zon zee en strand niet schaden. Hoewel een paar wieken aan de vuurtoren misschien best veel energie opleveren. Maar dat moet je nergens noemen want straks breng ik mensen op ideeën.

R: Alleen mijn begeleiders lezen het, verder niemand.

I: Ooh dan is het geen probleem.

### **End of interview**

R: Nou meer vragen heb ik eigenlijk niet, alles is wel duidelijk. Heeft u nog vragen of suggesties?

I: Nee niet echt, ik vond het wel gezellig en leuk ook om te horen dat het bij studenten ook speelt.

R: Ja hartelijk bedank voor uw tijd, als u later nog vragen heeft dan kunt u altijd mailen.

I: Ja, heel fijn weekend nog, je hebt er mooi weer bij.

(We hebben nog even verder gepraat over het weekend en wat mijn plannen zijn dit weekend)

## Appendix 10 – Transcript respondent 6 – Tourist

Researcher (R): Lisa Schreuder

Interviewee (I): Viktor Boersma

Date: 8-5-2018

Place: Buren

### Introduction of research and researcher

(Wie ik ben, wat ik doe, doel van het interview, toestemming voor opnemen en REC formulier)

### Introduction respondent

R: Kunt u wat over uzelf vertellen?

I: Ik ben Viktor en ik ben 21 jaar oud ik volg een aantal opleidingen in Leeuwarden, namelijk docent wiskunde en natuurkunde en daar vermaak ik me erg mee.

R: En werk je ook nog?

I: Ja, ik werk in het familie bedrijf bij mijn ouders, met kermisattracties reizen wij door Nederland.

R: Ooh, dat is een keer wat anders, maar wel leuk denk ik. Hoe vaak bezoek je Ameland?

I: Met een goede vriendin ga ik wel eens naar Ameland toe, vaak is het een dagje, maar soms blijven we ook een paar nachtjes slapen. Ik denk drie tot vier keer per jaar.

R: En hoe lang doen jullie dat al?

I: Drie jaar ongeveer

### Identiteit van Ameland

R: Dan ken je het eiland ook wel een beetje inmiddels of niet?

I: Jawel, we fietsen vaak over het hele eiland heen.

R: Dat is mooi, mijn volgende vraag was namelijk, waar je aan denk als ik Ameland zeg?

I: Uhm het Zwembad

R: Welk zwembad?

I: Het verlaten zwembad bij Buren of wat is het?

R: Ja, in de Vleijen

I: Ja precies! En ook de rustige omgeving als je naar de andere kant van het eiland fietst, maar dan wel als je door de duinen fietst en niet langs de weg.

(ondertussen worden we wat afgeleid door kinderen die met een bal gooien).

R: Is er nog meer waar je aan denkt?

I: (lange stilte) Nee, niet specifiek.

R: Oké, welke aspecten van Ameland bepalen voor jou de identiteit van het eiland?

I: Uhm... Ja, de rust over het hele eiland en nergens is stress te vinden. Daarnaast zit Ameland ook boordevol interessante verhalen.

R: Wat voor verhalen?

I: Over het zeehondje, dat standbeeldje in Buren en ik kan me nog herinneren dat we het over een vrouw hadden die haar zoon kwijt raakte zo op zee of zo.

R: Ritkse bedoel je?

I: ja die!

R: Ik weet zelf niet echt of dat nou waar is of niet, maar ach wat maakt het uit. Ga je specifiek naar Ameland voor de rust en geen stress?

I: Het is ook wel te vinden in de omgeving waar ik zelf woon, maar heeft Ameland toch dat kleine beetje extra rust die je niet vindt in de 'gewone wereld'.

R: Waarom is het niet de gewone wereld?

I: Van de rust en stilte en het voelt niet zoals de stress die we dagelijks meemaken, je kan alles even achter je laten op een heerlijk vakantieplek.

R: En wat betekent Ameland voor jou?

I: Het komt iedere keer weer terug bij hetzelfde, je kunt er helemaal tot rust komen. Maar op zich valt dat ook nog wel weer mee want we doen altijd van alles(gelach).

### **Duurzame ontwikkelingen**

R: Oké, ben je een beetje bekend met de duurzame ontwikkelingen op Ameland?

I: Ja, een heel klein beetje.

R: Geeft niks een klein beetje is ook genoeg. Waar ben je wel bekend mee?

I: De zonnepanelen, de elektrische bussen en ook wel dat ze hun stroom zelf willen voorzien.

R: Er zijn wel mensen die er minder vanaf weten. Wat is je mening over de duurzame ontwikkelingen?

I: Hoe bedoel je?

R: Vind je het goed of slecht of niet nuttig?

I: Ooh zo, ik denk dat het een hele goede toevoeging is voor het eiland en ik vind het een heel mooi idee dat ze zo goed met het milieu bezig zijn.

R: Ben je er zelf ook mee bezig als je op Ameland bent?

I: Uhm niet specifiek, alleen op Ameland, ik probeer altijd duurzaam te zijn door te fietsen als het kan, afval altijd weg te gooien en te scheiden, maar dat was het eigenlijk ook wel (gelach).

R: Wat betekent het dan voor jou, de duurzame ontwikkelingen?

I: Dat ik kan zorgen dat de volgende generatie een schonere aarde heeft.

R: Wat denk je dat de effecten zijn van de duurzame ontwikkelingen op Ameland voor het eiland zelf?

I: Het lijkt me dat ze erg zelfvoorzienend zijn.

R: Klopt, ze zijn in het laagseizoen zelfvoorzienend in hun stroom.

I: Ooh dat wist ik niet. Verder zou een mooi positief effect zijn dat die foei lelijke boortoren van de horizon verdwijnt.

R: Daar ben ik het ook wel mee eens. Heeft het nog effecten voor jezelf als je op het eiland bent?

I: Nou ja dat ik het fijn vind dat het een soort erkenning is dat anderen er ook mee bezig zijn. En dat geeft mij meer motivatie om er bewuster mee bezig te zijn. Het fijne is dat wanneer je de auto niet meeneemt, wat wij nooit doen, is dat je of met de fiets of een elektrische bus kan.

R: Ben je er op Ameland dan nog meer mee bezig dan thuis?

I: Ik denk het wel omdat je er op Ameland meer aan herinnerd wordt.

R: Ben je daarom ook tevreden met de duurzame ontwikkelingen?

I: Ja, iedereen zou dat moeten doen, het heeft bijna alleen maar positieve effecten en het is goed voor moedernatuur.

### **Plaats identiteit**

R: Dan heb ik ook nog een paar vragen die gaan over de identiteit van Ameland. Vind je dat de duurzame ontwikkelingen het beeld en de identiteit van Ameland beïnvloeden?

I: Mijn beeld of het beeld in het algemeen?

R: Eerst maar voor jezelf.

I: Eerlijk gezegd na het interview kan ik me het wel beter voorstellen, wel een beetje ja. Maar daarvoor niet zo want ik was me er maar een beetje bewust van.

R: Dat kan de identiteit van een plek kan veranderen voor een persoon. En denk je dat het in het algemeen het beeld beïnvloedt?

I: Ik denk dat dat sterk van de persoon zelf afhangt, in hoe betrokken en geïnteresseerd ze zijn.

R: Ja, daar ben ik het ook wel mee eens. Denk je of beter gezegd, vind je dat het belangrijk is dat meer mensen zich bewust worden van de duurzaamheid op Ameland?

I: Aan de ene kant wel. Ik denk dat het net zo is als de verhalen op Ameland, als je er bewust van wordt kun je het erg waarderen, maar het stoort niet als je de kennis er niet van hebt. Het zou ook wel zonde zijn als het een super de luxe dure eco-bestemming zou worden.

R: Waarom is dat jammer want het zou misschien wel milieu vriendelijker zijn.

I: Ja, dat is waar maar dan is de hele sfeer wel weg van caravan en kleine duinhuisjes.

### **Statements**

R: Als laatste heb ik nog twee stellingen die ook in de enquête voorbij kwamen.

I: Moet ik ook nog eentje invullen?

R: Nee, dat deel is al helemaal klaar.

I: Oke, ik had het graag voor je gedaan

R: Uhm de eerste stelling was of is: ik vind het belangrijk dat Ameland Duurzaam is.

I: (korte stilte) Ja.

R: Waarom?

I: Want uiteindelijk moet de hele wereld duurzaam worden en door met Ameland te beginnen heb je een goed begin.

R: Wat maakt het dat een goed begin is.

I: Omdat het kleinschalig is en het verder ook een beetje afgesloten is van Nederland.

R: Vind je dan dat er ook meer gedaan moet worden aan de promotie van Duurzaam Ameland?

I: Ja, vind ik wel. Want zonder bijvoorbeeld dit interview wist ik er nog minder over. Naar mijn mening zou de promotie wel iets beter kunnen.

R: Heb je zelf ideeën over hoe het beter kan?

I: Informatie op de boot via die tv's zeg maar, want daar kijkt uiteindelijk iedereen wel op. En het is ook anders op Ameland want dan word je er op een andere manier mee geconfronteerd dan wanneer er zo iemand aan de deur komt bellen, dan vallen ze je zo lastig.

### **End of interview**

R: Oke, dat waren alle vragen van mijn kant. Heb jij nog vragen of opmerkingen die je graag kwijt wilt?

I: Neuh, het was wel weer genoeg over duurzaamheid (gelach).

R: Nou in dat geval hartelijk bedankt voor je tijd.

I: Graag gedaan, ik vond het leuk om je te helpen en succes met je opdracht.

(nog wat nagepraat over zijn en mijn paar dagen op Ameland.)



## Appendix 11 – Scans letters of consent



university of  
 groningen

faculty of spatial sciences

research ethics committee

### Agreement to participate - Research Ethics Committee (REC)

in bachelor research project:

Title: The perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments.

*Op Ameland is een verandering gaande om duurzamer te worden, als het gaat om vervoer, watergebruik en energiegebruik, en de gemeente ziet graag dat duurzaamheid een prominenter plek inneemt in identiteit van Ameland. Het doel van dit onderzoek is om te kijken in hoeverre toeristen zich hiervan bewust zijn en hoe inwoners en toeristen tegen deze verandering aankijken.*

- I have read and I understand the information sheet of this present research project.
- I have had the opportunity to discuss this study. I am satisfied with the answers I have been given.
- I understand that taking part in this study is voluntary and that I have the right to withdraw from the study up to three weeks after interview, and to decline to answer any individual questions in the study.
- I understand that my participation in this study is confidential. Without my prior consent, no material, which could identify me will be used in any reports generated from this study.
- I understand that this data may also be used in articles, book chapters, published and unpublished work and presentations.
- I understand that all information I provide will be kept confidentially either in a locked facility or as a password protected encrypted file on a password protected computer.

Please circle YES or NO to each of the following:

I consent to my interview being audio-recorded

YES /  NO

I wish to remain anonymous for this research

YES / NO

If YES

My first name can be used for this research

YES /  NO

OR

A pseudonym of my own choosing can be used in this research

YES / NO

Nathalie

**"I agree to participate in this individual interview and acknowledge receipt of a copy of this consent form and the research project information sheet."**

Signature of participant: \_\_\_\_\_

Date: 12-04-18

**"I agree to abide by the conditions set out in the information sheet and I ensure no harm will be done to any participant during this research."**

Signature of researcher: \_\_\_\_\_

Date: 12-4-2018

Please fill in the following information. It will only be used in case you want to be sent a copy of interview notes so that you have the opportunity to make corrections.

Address:

Email:



**Agreement to participate - Research Ethics Committee (REC)**

in bachelor research project:

Title: The perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments.

*Op Ameland is een verandering gaande om duurzamer te worden, als het gaat om vervoer, watergebruik en energiegebruik, en de gemeente ziet graag dat duurzaamheid een prominentere plek inneemt in identiteit van Ameland. Het doel van dit onderzoek is om te kijken in hoeverre toeristen zich hiervan bewust zijn en hoe inwoners en toeristen tegen deze verandering aankijken.*

- I have read and I understand the information sheet of this present research project.
- I have had the opportunity to discuss this study. I am satisfied with the answers I have been given.
- I understand that taking part in this study is voluntary and that I have the right to withdraw from the study up to three weeks after interview, and to decline to answer any individual questions in the study.
- I understand that my participation in this study is confidential. Without my prior consent, no material, which could identify me will be used in any reports generated from this study.
- I understand that this data may also be used in articles, book chapters, published and unpublished work and presentations.
- I understand that all information I provide will be kept confidentially either in a locked facility or as a password protected encrypted file on a password protected computer.

Please circle YES or NO to each of the following:

I consent to my interview being audio-recorded YES / ~~NO~~

I wish to remain anonymous for this research YES / ~~NO~~

**If YES**

My first name can be used for this research Jet YES / NO

**OR**

A pseudonym of my own choosing can be used in this research YES / ~~NO~~

**“I agree to participate in this individual interview and acknowledge receipt of a copy of this consent form and the research project information sheet.”**

Signature of participant: [Signature] Date: 7 april 2018

**“I agree to abide by the conditions set out in the information sheet and I ensure no harm will be done to any participant during this research.”**

Signature of researcher: [Signature] Date: 7-4-2018

Please fill in the following information. It will only be used in case you want to be sent a copy of interview notes so that you have the opportunity to make corrections.

Address:

Email:



**Agreement to participate - Research Ethics Committee (REC)**

in bachelor research project:

Title: The perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments.

*Op Ameland is een verandering gaande om duurzamer te worden, als het gaat om vervoer, watergebruik en energiegebruik, en de gemeente ziet graag dat duurzaamheid een prominenter plek inneemt in identiteit van Ameland. Het doel van dit onderzoek is om te kijken in hoeverre toeristen zich hiervan bewust zijn en hoe inwoners en toeristen tegen deze verandering aankijken.*

- I have read and I understand the information sheet of this present research project.
- I have had the opportunity to discuss this study. I am satisfied with the answers I have been given.
- I understand that taking part in this study is voluntary and that I have the right to withdraw from the study up to three weeks after interview, and to decline to answer any individual questions in the study.
- I understand that my participation in this study is confidential. Without my prior consent, no material, which could identify me will be used in any reports generated from this study.
- I understand that this data may also be used in articles, book chapters, published and unpublished work and presentations.
- I understand that all information I provide will be kept confidentially either in a locked facility or as a password protected encrypted file on a password protected computer.

Please circle YES or NO to each of the following:

I consent to my interview being audio-recorded  YES / NO

I wish to remain anonymous for this research YES /  NO

**IF YES**

My first name can be used for this research  YES / NO

**OR**

A pseudonym of my own choosing can be used in this research YES / NO

**“I agree to participate in this individual interview and acknowledge receipt of a copy of this consent form and the research project information sheet.”**

Signature of participant:  Date: 8 mei 2018

*Viktor*

**“I agree to abide by the conditions set out in the information sheet and I ensure no harm will be done to any participant during this research.”**

Signature of researcher:  Date: 8-5-18

Please fill in the following information. It will only be used in case you want to be sent a copy of interview notes so that you have the opportunity to make corrections.

Address:  
Email:



interview participant 1 - inhabitant

**Agreement to participate - Research Ethics Committee (REC)**

in bachelor research project:

Title: The perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments.

*Op Ameland is een verandering gaande om duurzamer te worden, als het gaat om vervoer, watergebruik en energiegebruik, en de gemeente ziet graag dat duurzaamheid een prominenter plek inneemt in identiteit van Ameland. Het doel van dit onderzoek is om te kijken in hoeverre toeristen zich hiervan bewust zijn en hoe inwoners en toeristen tegen deze verandering aankijken.*

- I have read and I understand the information sheet of this present research project.
- I have had the opportunity to discuss this study. I am satisfied with the answers I have been given.
- I understand that taking part in this study is voluntary and that I have the right to withdraw from the study up to three weeks after interview, and to decline to answer any individual questions in the study.
- I understand that my participation in this study is confidential. Without my prior consent, no material, which could identify me will be used in any reports generated from this study.
- I understand that this data may also be used in articles, book chapters, published and unpublished work and presentations.
- I understand that all information I provide will be kept confidentially either in a locked facility or as a password protected encrypted file on a password protected computer.

Please circle YES or NO to each of the following:

I consent to my interview being audio-recorded

YES /  NO

I wish to remain anonymous for this research

YES / NO

**If YES**

My first name can be used for this research

YES /  NO

**OR**

A pseudonym of my own choosing can be used in this research

YES /  NO

**"I agree to participate in this individual interview and acknowledge receipt of a copy of this consent form and the research project information sheet."**

Signature of participant: \_\_\_\_\_

Date: 7-4-18

**"I agree to abide by the conditions set out in the information sheet and I ensure no harm will be done to any participant during this research."**

Signature of researcher: \_\_\_\_\_

Date: 7-4-2018

Please fill in the following information. It will only be used in case you want to be sent a copy of interview notes so that you have the opportunity to make corrections.

Address: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_



interview participant 1 - tourist.

**Agreement to participate - Research Ethics Committee (REC)**

in bachelor research project:

Title: The perceived identity of Ameland by tourists and inhabitants in terms of the sustainable developments.

*Op Ameland is een verandering gaande om duurzamer te worden, als het gaat om vervoer, watergebruik en energiegebruik, en de gemeente ziet graag dat duurzaamheid een prominentere plek inneemt in identiteit van Ameland. Het doel van dit onderzoek is om te kijken in hoeverre toeristen zich hiervan bewust zijn en hoe inwoners en toeristen tegen deze verandering aankijken.*

- I have read and I understand the information sheet of this present research project.
- I have had the opportunity to discuss this study. I am satisfied with the answers I have been given.
- I understand that taking part in this study is voluntary and that I have the right to withdraw from the study up to three weeks after interview, and to decline to answer any individual questions in the study.
- I understand that my participation in this study is confidential. Without my prior consent, no material, which could identify me will be used in any reports generated from this study.
- I understand that this data may also be used in articles, book chapters, published and unpublished work and presentations.
- I understand that all information I provide will be kept confidentially either in a locked facility or as a password protected encrypted file on a password protected computer.

Please circle YES or NO to each of the following:

I consent to my interview being audio-recorded

YES /  NO

I wish to remain anonymous for this research

YES / NO

**If YES**

My first name can be used for this research

YES /  NO

**OR**

A pseudonym of my own choosing can be used in this research

YES / NO fleur

**"I agree to participate in this individual interview and acknowledge receipt of a copy of this consent form and the research project information sheet."**

Signature of participant: \_\_\_\_\_

Date: 7-4-2018

**"I agree to abide by the conditions set out in the information sheet and I ensure no harm will be done to any participant during this research."**

Signature of researcher: \_\_\_\_\_

Date: 7-4-2018

Please fill in the following information. It will only be used in case you want to be sent a copy of interview notes so that you have the opportunity to make corrections.

Address:

Email:

## Appendix 12 – Peer review

<b>Algemeen</b>	
Is de opbouw van de thesis duidelijk?	Ja, duidelijke structuur en opbouw.
Is de samenhang tussen de verschillende onderdelen duidelijk?	Ja
Is de meerderheid van de bronnen wetenschappelijk? Zo niet, is daar een goede reden voor?	Ja
Is de gebruikte literatuur recent? Zo niet, is daar een goede reden voor	Ja, vrijwel alle gebruikte bronnen na 2000
Zijn alle gebruikte bronnen vermeld in de literatuurlijst?	Ja
Worden bronnen correct geciteerd?	Ja, maar kijk nog even naar: (González Santa-Cruz and López-Guzmán, 2017). Gonzalez voornaam? <i>It was not completely clear if it was his first or surname in this article, but in another one it was left out as part of his last name.</i>  Paginanummer hoeft er niet bij in de tekst: (Kavaratzis and Hatch, 2013 p. 82). (Cohen, 1974, p. 533). <i>in the Harvard document it said that quotes needed a page number. I was not sure if this is also the case for articles, but to be save I did not delete the number.</i>
Wordt correct verwezen naar bronnen, volgens het Harvard systeem?	Ja
Verduidelijken gebruikte figuren en tabellen de tekst?	Ja
Zijn figuren en tabellen correct genummerd en wordt ernaar verwezen in de tekst?	Figure 3 nog niet naar verwezen in de tekst. Je noemt de tabellen Tabel* - Is dat niet Nederlands? <i>Yes, it is Dutch. I changed it to Table.</i>
Is de tekst duidelijk en leesbaar?	Ja
Hoe is de opbouw van de zinnen?	Goed
Zijn de spelling, grammatica, en interpunctie correct?	Ja
<b>Vragen/ Opmerkingen</b>	

<b><i>Samenvatting</i></b>	
Worden de belangrijkste elementen uit het onderzoek besproken?	Abstract geeft een duidelijk beeld van het onderzoek
Worden onderwerp, doelstelling, onderzoeksvragen, methoden, resultaten en conclusies samengevat?	Een samenvatting van het gehele onderzoek met conclusies is te lezen in het abstract By reviewing Bob's thesis I found out I missed the research question in the summary so I incorporated that.
<b><i>Vragen/ Opmerkingen</i></b>	

<b><i>Inleiding</i></b>	
Is het onderwerp duidelijk afgebakend?	Ja
Wordt de relevantie van het onderwerp duidelijk uiteengezet?	Ja
Wat is het doel van het onderzoek, geformuleerd in je eigen woorden?	Het doel is om te ontdekken of de verschillende duurzame ontwikkelingsstrategien (beleid) op Ameland verschillend worden gewaardeerd door de mensen die er komen. De focus ligt voornamelijk op toeristen omdat daar nog geen data van beschikbaar is.
Zijn het doel en de onderzoeksvragen ingebed in wetenschappelijke literatuur?	Ja
Wekt de inleiding je interesse op? Waardoor (niet)	Ja, de aanleiding en inleiding geven een goed beeld van wat er speelt. Het is duidelijk wat het doel is mbt duurzame ontwikkeling en het wekt daarom mijn interesse.
<b><i>Vragen/ Opmerkingen</i></b>	

<b>Theoretisch kader</b>	
Vormen de besproken theoretische inzichten een relevante basis voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag/-vragen?	Ja
Worden de theoretische inzichten op een begrijpelijke manier uiteengezet?	Ja
Wordt verwezen naar relevante internationale wetenschappelijke literatuur? (artikelen uit wetenschappelijke tijdschriften en wetenschappelijk boeken)	Ja
Is het theoretisch kader logisch opgebouwd?	Ja
Sluit het conceptueel model aan bij de onderzoeksvragen en theorie?	Ja
<b>Vragen/ Opmerkingen</b>	
Theoretisch kader is goed	

<b>Methodologie</b>	
Wordt de keuze voor de gebruikte methoden van dataverzameling en data-analyse goed toegelicht?	Ja
Sluiten de manieren van dataverzameling en data-analyse aan bij doelstelling en onderzoeksvragen?	Ja
Zijn de gebruikte vragenlijsten, lijsten met observatiepunten, etc. opgenomen in bijlagen?	Ja
Wordt duidelijk uitgelegd hoe te werk is gegaan bij het verzamelen en analyseren van de gegevens?	Ja, alles is zeer duidelijk
Wordt gereflecteerd op de kwaliteit van de verzamelde gegevens?	Ja
Is voldoende uiteengezet welke ethische vraagstukken in het onderzoek relevant zijn, en hoe hiermee is omgegaan?	Ja
Zijn de paragrafen over methodologie logisch opgebouwd?	Ja
<b>Vragen/ opmerkingen</b>	



<b>Resultaten</b>	
Worden de meest relevante resultaten besproken?	Ja
Worden de resultaten grondig geanalyseerd (en niet alleen beschreven)?	Ja, op verschillende manieren
Worden de resultaten in verband gebracht met de onderzoeksvragen?	Ja
Zijn de paragrafen met resultaten logisch opgebouwd?	Ja
<b>Vragen/ opmerkingen</b>	

<b>Conclusie/discussie</b>	
Worden de onderzoeksvragen beantwoord?	Ja
Worden de resultaten in een breder theoretisch perspectief geplaatst?	Ja
Worden de resultaten vergeleken met andere onderzoeksresultaten?	Ja
Worden aanbevelingen gedaan voor toekomstig onderzoek?	Ja, recommendations
<b>Vragen/ opmerkingen</b>	
<p>Volgens mij heb je je scriptie al volledig geschreven met dit peer review formulier als leidraad. Vandaar dat ik er weinig op aan te merken heb! Het is naar mijn mening een erg goed opgebouwd onderzoek. Het doel en de theorie zijn duidelijk en relevant. De onderzoeksmethode sluit goed aan, en de resultaten zijn duidelijk weergegeven. Ook de conclusie heb ik niets op aan te merken, gewoon goed.</p>	