

Werk aan de Wadden

Analyse van de invloed van de UNESCO werelderfgoed status op de sector toerisme op Ameland en Borkum

Auteur: Jesse Wermelink
Studentnummer: 2410915
Studie: Sociale Geografie & Planologie
Faculteit: Ruimtelijke wetenschappen
Onderwijsinstelling: Rijksuniversiteit Groningen
Begeleiders: drs. P.R. van Kampen & dr. F.J. Sijtsma
Datum: 15 juni 2015

Abstract

Sinds 2009 bezit het Nederlandse en het Duitse deel van de Waddenzee de UNESCO werelderfgoed status. In potentie kan de status bijdragen aan de ontwikkeling van toerisme. Dit onderzoek focust op de rol van de werelderfgoed status binnen de sector toerisme in het Waddengebied. Middels het afnemen en het analyseren van enquêtes onder toeristen en ondernemers op het Nederlandse Waddeneiland Ameland en het Duitse Waddeneiland Borkum is de invloed van de werelderfgoed status op de sector onderzocht. Het merendeel van de toeristen op beide eilanden heeft een positieve houding ten opzichte van de werelderfgoed status. Over het algemeen zijn zij bekend met de status en waarderen zij deze status. De toeristen op Borkum reageren echter positiever dan de toeristen op Ameland. De ondernemers op Borkum denken voordeel te kunnen behalen uit de werelderfgoed status, maar zij hebben tot op heden zelden de status gebruikt in hun bedrijfsvoering. Om de kansen die de werelderfgoed status geeft te benutten is een betere samenwerking tussen verschillende stakeholders wenselijk.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Probleemstelling	5
1.3 Opbouw van de thesis	6
2. Theoretisch kader	7
2.1 Demografie en toerisme	7
2.2 Toewijzing werelderfgoed status aan de Waddenzee	7
2.3 Beleidskader en implicaties van de werelderfgoed status voor het Waddengebied	8
2.4 Het belang van context	9
2.4.1 Directe impact van de werelderfgoed status	9
2.4.2 Motieven voor inschrijving	9
2.4.3 Situatieafhankelijkheid	10
2.4.4 Potentiële effecten van de werelderfgoed status op de sector toerisme	10
2.5 Bezoekersmotieven	11
2.6 Conceptueel model	12
3. Methodologie	13
3.1 Onderzoeksmethode	13
3.2 Geografische context	13
3.3 Ethiek	14
4. Resultaten	
4.1 Toeristen	15
4.1.1 Achtergrond resultaten toeristen	15
4.1.2 Bezoekredenen toeristen	15
4.1.3 Herkomst van de respondenten	18
4.1.4 De werelderfgoed status bekeken vanuit het perspectief van de toerist	19
4.1.4.1 Bekendheid werelderfgoed status	19
4.1.4.2 Waardering van de werelderfgoed status	20
4.1.4.3 Beeldvorming Waddengebied	21
4.1.4.4 Bezoekfrequentie toeristen	22
4.1.4.5 Potentiële rol van duurzame producten	23
4.1.4.6 Verantwoordelijkheid voor de bescherming van natuurlijke waarden	24
4.1.5 Samenvatting resultaten toeristen	25
4.1.5.1 Algemeen	25
4.1.5.2 Verschillen tussen Borkum en Ameland	26
4.2 Ondernemers Borkum	26
4.2.1 Achtergrond resultaten ondernemers	26
4.2.2 De werelderfgoedstatus bekeken vanuit het perspectief van de ondernemer	26
4.2.2.1 Werelderfgoed status als stimulans	26
4.2.2.2 Werelderfgoed status als onderdeel van de bedrijfsvoering	27
4.2.2.3 Commerciële voordelen op termijn	28
4.2.2.4 Belang van natuurlijke waarden	29
4.2.3 Samenvatting ondernemers Borkum	30
5. Conclusie	32
6. Discussie	33
Literatuurlijst	34

Bijlage I.
Bijlage II.
Bijlage III.
Bijlage IV.
Bijlage V.
Bijlage VI.

Nederlandse vragenlijst toeristen
Nederlandse vragenlijst ondernemers
Duitse vragenlijst toeristen
Duitse vragenlijst ondernemers
T-toets voor twee onafhankelijke steekproeven
Chi-kwadraat toets

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Aanleiding

In 2009 zijn zowel het Nederlandse als het Duitse deel van de Waddenzee door UNESCO aangewezen als werelderfgoedbestemming. Vijf jaar later, in 2014, kreeg ook het Deense deel de UNESCO werelderfgoed status (Common Wadden Sea Secretariat, 2014). Als gevolg kan de gehele Waddenzee tegenwoordig UNESCO werelderfgoed genoemd worden. De aanwijzing als werelderfgoed status betekent voor het gebied dat het wordt erkend als een gebied met universele ecologische waarden en dat deze ecologische waarden als zodanig beschermd dienen te worden (Kabat et al., 2009).

Volgens sommigen kan de werelderfgoed status een katalysator zijn voor sociaaleconomische ontwikkelingen in het gebied (Waddenvereniging, 2013; Common Wadden Sea Secretariat, 2014).

Anderen beweren weer dat de impact van de werelderfgoed status op het toerisme voor een bestemming verwaarloosbaar klein is (Prud'homme, 2014; PricewaterhouseCoopers LLP, 2008). Wat de invloed kan zijn van de 'jonge' werelderfgoed status op het Waddengebied is nog niet duidelijk en dit heeft de aanleiding gegeven om hier onderzoek naar te doen. In een publicatie van het 'Wadden Sea Long-Term Ecosystem Research (WaLTER)' project wordt erkend dat er informatiebehoefte is naar de invloed van de werelderfgoed status op recreatie en toerisme in het Waddengebied (Van Kleunen et al., 2015).

1.2 Probleemstelling

Enerzijds focust dit onderzoek zich op de percepties van de toeristen met betrekking tot de werelderfgoed status en anderzijds ligt de focus op de percepties van ondernemers in de sector toerisme en de rol van de werelderfgoed status in hun bedrijfsvoering. Het gebied is geografisch afgebakend door te focussen op de Waddeneilanden Ameland en Borkum. Verderop worden deze keuzes beargumenteerd.

Het doel van dit onderzoek is om na te gaan in hoeverre de UNESCO werelderfgoed status van de Waddenzee invloed heeft op de toeristische sector en op de toeristen op Ameland en Borkum. Om dit doel te bereiken staat de volgende hoofdvraag centraal in dit onderzoek:

"Wat is de invloed van de UNESCO werelderfgoed status op de sector toerisme op Ameland en Borkum?"

Deze hoofdvraag wordt beantwoord met behulp van de volgende deelvragen:

- "Wat is de beleidscontext omtrent toerisme en ecologisch beheer in het gebied?"
- "Wat zijn de voornaamste redenen voor toeristen om Ameland en Borkum te bezoeken?"
- "Hoe waarderen toeristen op Borkum en Ameland de status van werelderfgoed van het Waddengebied en leidt dit tot toenemend bezoek?"
- "Welke rol speelt de werelderfgoed status voor de ondernemers op Ameland en Borkum?"
- "Hoe waarderen de ondernemers op Ameland en Borkum de werelderfgoed status van de Waddenzee met betrekking tot de sector toerisme?"
- "Welke verschillen met betrekking tot het werelderfgoed zijn waar te nemen tussen Borkum en Ameland?"

1.3 Opbouw van de thesis

Dit onderzoek zal hierna als eerste een schets geven van de economische en demografische situatie op beide eilanden om daarna te vervolgen met een beschrijving over de totstandkoming van werelderfgoed status voor de Waddenzee. Vervolgens wordt beschreven wat de implicaties zijn van deze status voor het Waddengebied. De specifieke situatie voor het Waddengebied is door deze beschrijvingen gegeven. Hierna zal op basis van verscheidene rapporten en studies worden ingegaan op de werelderfgoed status in meer algemene zin. Verschillende aspecten die van belang zijn voor werelderfgoed bestemmingen worden hier besproken. Deze aspecten hebben met name betrekking op de context waarin een bestemming zich bevindt. Ook worden hier de potentiële effecten van de werelderfgoed status op een bestemming weergegeven en waar nodig wordt teruggekoppeld naar de specifieke situatie voor de Waddenzee.

Er wordt vervolgd met een beschrijving van de gebruikte methode voor dit onderzoek en de keuze voor het geografische gebied.

De resultaten van het onderzoek zijn in twee delen opgesplitst: de toeristen en de ondernemers. Hun perspectief met betrekking tot het werelderfgoed wordt afzonderlijk weergegeven en geanalyseerd. Na deze analyse zullen de resultaten voor zowel de toeristen als de ondernemers afzonderlijk worden samengevat. Vervolgens wordt afgesloten met de conclusie en de discussie.

Hoofdstuk 2: Theoretisch kader

2.1 Demografie en toerisme

Ameland

Op 1 januari 2014 bedroeg het inwoneraantal op Ameland 3.578 inwoners (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2014). Ameland kent een lichte bevolkingsstijging (Partoer, 2013). In totaal zijn er 470 bedrijven actief op Ameland die werkgelegenheid bieden voor 2.050 banen. De sector toerisme is de grootste sector op het eiland. Binnen de sector recreatie en toerisme zijn er 180 vestigingen op Ameland die samen goed zijn voor 810 banen (LISA, 2014)).

Ameland kent het hoogste aantal toeristische overnachtingen van alle Friese gemeenten en na Texel kent Ameland het grootste aantal bezoekersaantallen van de Nederlandse Waddeneilanden. Jaarlijks komen er zo'n 550.000 bezoekers naar Ameland, goed voor bijna 2 miljoen overnachtingen (Partoer, 2013). Ameland staat echter wel voor uitdagingen door onder andere een afname van het herhalingsbezoek. Ook neemt de het aandeel (jonge) gezinnen af, net als de vraag naar groepsaccommodaties. Terwijl het aandeel buitenlandse bezoekers gemiddeld voor alle Waddeneilanden afneemt, groeit het aandeel Duitse boekingen op Ameland. Daarentegen neemt het aandeel Nederlanders dat op vakantie gaat naar de Waddeneilanden af (Van Kleunen et al., 2015; Prospero, 2013). Ameland wil zich daardoor focussen op onder andere kwaliteitsverbetering, duurzaamheid en diversificatie, waarbij een belangrijke rol is weggelegd voor streekproducten.

Borkum

Borkum telt in 2012 5.157 inwoners. In de periode 1995-2010 is het aantal inwoners met 13% afgenomen (Partoer, 2013). Jaarlijks komen er zo'n 170.000 bezoekers naar het eiland en zijn er ongeveer 1.3 miljoen overnachtingen: een aanzienlijk verschil met Ameland. Echter trekt Borkum samen met Norderney wel de grootste bezoekersaantallen van alle Oost-Friese Waddeneilanden. 80% procent van de banen op Borkum heeft direct of indirect te maken met de toeristische sector. Dit aandeel is goed voor 195 bedrijven en 2.315 banen (Partoer, 2013).

2.2 Toewijzing werelderfgoed status aan de Waddenzee

Zoals eerder vermeld is het doel van dit onderzoek om na te gaan wat de rol is van de werelderfgoed status binnen de sector toerisme op Ameland en Borkum. De UNESCO werelderfgoed status heeft betrekking op verschillende gebieden en objecten over de gehele wereld. De status wordt toegewezen aan culturele of natuurlijke monumenten die beschikken over een 'Uitzonderlijke Universele Waarde' (Uuw). Dat is een cultureel of natuurlijk kenmerk dat zo uitzonderlijk is dat het landsgrenzen overstijgt en van belang is voor huidige en toekomstige generaties in de wereldgemeenschap (Common Wadden Sea Secretariat, 2014). Een gebied of object beschikt volgens het UNESCO World Heritage Centre (2013) over een Uuw indien zij voldoet aan:

- de vereisten voor bescherming en beheer;
- de vereisten van ongeschondenheid;
- één of meer werelderfgoed criteria.

Er bestaan tien werelderfgoed criteria, waarvan de Waddenzee er aan drie voldoet (viii, ix en x). Concreet en in het kort laat zich dit vertalen naar 1) de vele verschillende leefomgevingen in het gebied, 2) de continue aanpassing van natuur, dieren en planten aan de wisselende landschappen en 3)

het belang dat de Waddenzee heeft in de vertelling van de geschiedenis van de aarde (Rijksoverheid, 2009).

Ook voldoet de Waddenzee aan de overige twee vereisten die hiervoor zijn genoemd, waardoor het in 2009 in Duitsland en Nederland de status van werelderfgoed heeft verkregen, gevolgd door het Deense deel van de Waddenzee in 2014 (Common Wadden Sea Secretariat, 2014).

2.3 Beleidskader en implicaties van de werelderfgoed status voor het Waddengebied

De werelderfgoed status leidt niet direct tot beperkingen voor bewoners en gebruikers of tot extra bindende regels ten aanzien van de natuurbescherming in het gebied (van der Aa, 2004; Waddenvereniging, 2013). Wel heeft het Werelderfgoedcomité uitdrukkelijk verzocht een strategie te uit te werken die 'ten volle rekening houdt met het ongeschonden karakter en ecologische eisen van het gebied en die voorziet in een consistente benadering van toeristische activiteiten in het gebied' (Waddenvereniging, 2013; Common Wadden Sea Secretariat, 2014). Hier is in 2010 uiting aan gegeven tijdens de 11e Waddenzeeconferentie, waar besloten is een strategie te ontwerpen voor de ontwikkeling van duurzaam toerisme voor de gehele Waddenzee (Common Wadden Sea Secretariat, 2010; 2014). De strategie 'Duurzaam Toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee' is in 2014 gepubliceerd. Dit heeft geleid tot een actieplan waarin zowel de bescherming van de Uitzonderlijke en Universele Waarde van het Werelderfgoed Waddenzee als de sociaaleconomische en natuur- en milieuvoordelen centraal staan (Common Wadden Sea Secretariat, 2014).

Naast de indirecte implicaties die de werelderfgoed status met zich mee brengt, wordt het natuurbeleid in het Waddengebied steeds sterker bepaald door regelgeving uit Europa (Sijtsma & Werner, 2008). Het natuurgebied valt onder de 'Kaderrichtlijn Water' en is daarnaast in het kader van Natura 2000 grotendeels beschermd. Ook op nationaal niveau is het Waddengebied grotendeels een beschermd natuurgebied (in Nederland sinds de Derde Nota Waddenzee), een nationaal park (Duitsland) of een fauna- en natuurreservaat (Denemarken) (Kabat et al., 2009; Sijtsma et al., 2012; Vrom, 2007;). Ook zijn reeds in alle drie de landen beheerskaders ingesteld om de recreatieve activiteiten te sturen. Hierdoor wil men de negatieve gevolgen van toerisme op de ecosystemen in de Waddenzee beperken (Common Wadden Sea Secretariat, 2014).

Uit het voorgaande valt op te maken dat de kwaliteit van de natuurlijke waarden van het gebied van groot belang is voor de instandhouding van de ecologische processen in het gebied, die op zichzelf onderdeel zijn van grotere, soms mondiale, ecologische processen. Daarnaast is het toerisme in het gebied van zeer grote waarde voor de leefbaarheid van het gebied. Op de eilanden is toerisme de grootste economische sector en is het de grootste verschafter van werkgelegenheid (Partoer, 2013; Proserpi, 2013; Sijtsma & Werner, 2008). De hiervoor genoemde strategie wijst zowel op de potentiële sociaaleconomische voordelen als op de natuur -en milieuvoordelen die de werelderfgoed status kan hebben voor het Waddengebied. Er dient een versterkte focus te komen op het verduurzamen van de economische structuur van het gebied (Kabat et al., 2009). Het ontwikkelen van duurzame, regionale producten moet hier aan bijdragen en tevens zorgen voor een hogere belevingswaarde (Common Wadden Sea Secretariat, 2014). Deze belevingswaarde kan een grote rol spelen bij het aantrekken van een nieuwe doelgroep naar het Waddengebied. Door een goede samenwerking tussen overheden met betrekking tot de marketing en promotie van het werelderfgoed kan de beleving van de bezoeker verbonden worden met de kenmerken van het gebied. De Waddenvereniging (2013) concludeert in hun rapport echter dat deze samenwerking tot op heden verre van toereikend is en dat hierdoor kansen zijn blijven liggen.

Nu de specifieke beleidssituatie is geschetst en er is uitgewijd over de implicaties van de werelderfgoed status voor het Waddengebied, wordt er in de volgende paragraaf aandacht besteed aan het vormen van een algemeen kader met betrekking tot de werelderfgoed status

2.4 Het belang van context

2.4.1 Directe impact van de werelderfgoed status

Verscheidende studies als PricewaterhouseCoopers (2008), Prud'homme (2014) en Rebanks Consulting Ltd. (2009) zijn uitgevoerd om de impact van de werelderfgoed status voor de sector toerisme specifiek en voor de bestemming in het algemeen te onderzoeken. Over de directe impact van de toewijzing van de werelderfgoed status op het toerisme zijn deze studies gelijkgesteld: deze is onbeduidend. Op zichzelf genomen vormt de aanwijzing van de werelderfgoed status geen significante factor in het aantrekken van een hoger aantal toeristen voor een bestemming. Bezoekers hebben weinig besef van de werelderfgoed status van een bestemming (PricewaterhouseCoopers LLP, 2008). Vele andere factoren dan de toewijzing alleen spelen een rol bij de mate van succes van een werelderfgoed bestemming.

2.4.2 Motivaties voor inschrijving

PricewaterhouseCoopers (2008) concludeert onder andere dat de motieven die ten grondslag liggen aan het behalen van de werelderfgoed status sterk bepalen in welke mate de bestemming economisch profijt haalt uit de status. Deze conclusie betreft het vertrekpunt van Rebanks Consulting Ltd (2009) en zij onderscheiden als gevolg vier typen motieven voor werelderfgoed bestemmingen:

- de aanwijzing als beloning/ erkenning,
- de aanwijzing als SOS signaal,
- de aanwijzing als marketinglogo/ kwaliteitsmerk,
- de aanwijzing als katalysator voor economische ontwikkeling en fundamentele veranderingen binnen gemeenschappen en plaatsen.

De eerste twee motieven hebben niet het oogmerk om economisch gewin te halen uit te status, maar gebruiken de status als erkenning voor het al beschermde erfgoed of om een signaal uit te dragen dat hun erfgoed in een noodtoestand verkeerd. Als gevolg is het onderzoeken van de sociaaleconomische effecten van de werelderfgoed status op een bestemming zinloos als de bestemming niet uit is op het behalen van sociaaleconomische voordelen, zo concludeert Rebanks Consulting Ltd (2009). Het derde motief verschilt van de vierde in de zin dat een bestemming de status enkel gebruikt als marketinginstrument voor de ontwikkeling van toerisme, terwijl het vierde motief poogt grotere sociaaleconomische veranderingen teweeg te brengen dan ontwikkeling van het toerisme alleen. Het is hierdoor van belang om de motieven die ten grondslag liggen aan de inschrijving te achterhalen.

Uit de strategie 'Duurzaam Toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee' valt op te maken dat de motieven voor het verkrijgen van de status voor een deel economisch van aard zijn (Common Wadden Sea Secretariat, 2014). De eerste twee motieven hebben geen economische pijler: de aanwijzing als beloning of erkenning en de aanwijzing als 'SOS signaal' zijn hierdoor niet van toepassing op het Waddengebied. Het derde motief bevat een economische grondslag en focust voornamelijk op het toerisme door middel van marketing en 'branding'. Het vierde motief, de 'place making catalyst', streeft een grotere sociaaleconomische impact na alsmede fundamentele veranderingen binnen gemeenschappen (Rebanks Consulting Ltd, 2009).

Uit de strategie blijkt dat het natuurbeheer en de gemeenschap dienen te profiteren van de status. De focus wordt echter meer gelegd op het verduurzamen van het toerisme, de marketing en het vergroten van het kwaliteitsaanbod en niet op het verwezenlijken van fundamentele veranderingen binnen de gemeenschap. Het motief van de aanwijzing heeft hierdoor wel een aantal raakvlakken met sommige aspecten van de 'place making catalyst', maar het zwaartepunt wordt gelegd bij het teweegbrengen van veranderingen in toeristische sector.

2.4.3 Situatieafhankelijkheid

Naast de motieven voor de inschrijving is de invloed op het toerisme hoogst situatieafhankelijk. Het succes wordt mede bepaald door de aard van de lokale economie, bestuursstructuren, lokaal leiderschap en de hulpbronnen die de bestemming tot haar beschikking heeft (Hambrey Consulting, 2007). Het effect van de werelderfgoed status wordt daarmee grotendeels beïnvloed door de situatie vooraf aan de aanwijzing. Bestemmingen die vooraf aan de aanwijzing al beschikken over een krachtige toeristische sector met een sterke merknaam hebben minder profijt van de aanwijzing dan bestemmingen met een zwakke merknaam (PricewaterhouseCoopers LLP, 2008; Rebanks Consulting Ltd & Trends Business Research Ltd, 2009). Ameland beschikt over een sterke toeristische sector, maar uit het meerjaren plan blijkt dat Ameland een sterk merk ontbeert en dat deze versterkt dient te worden (Prosperi, 2013). Er wordt in het meerjarenplan nauwelijks gerept over de werelderfgoed status als instrument voor een sterkere merknaam. Ameland streeft meer naar het versterken van het merk 'Ameland' ten opzichte van de andere Waddeneilanden, dan naar het creëren van één merk voor het hele Waddengebied.

In een studie voorafgaand aan de werelderfgoed status van de Waddenzee concludeerden Van der Aa et al. (2004) al dat voor veel bestemmingen de maximale toeristen capaciteit al bereikt is vóór de aanwijzing en dat het aantrekken van meer toeristen naar het Waddengebied niet wenselijk is, omdat het resulteert in een versterking van de monocultuur van toerisme en een verdere beschadiging van het milieu.

2.4.4 Potentiële effecten van de werelderfgoed status op de sector toerisme

In potentie kan de aanwijzing een katalysator zijn in het bewerkstelligen van sociaaleconomische veranderingen binnen in het gebied. Het kan leiden tot een verandering van het bezoekersprofiel: cultureel georiënteerde toeristen die relatief meer besteden. Het profiel en het imago van de bestemming wordt verbeterd door de werelderfgoed status en verder trekt het in potentie investeerders voor diverse projecten aan (Hambrey Consulting, 2007). De werelderfgoed status biedt een bestemming een 'unique selling point'. Dit kan een potentieel hulpmiddel zijn bij het aantrekken van meer toeristen naar een gebied (van der Aa et al., 2004). Daarnaast kan het resulteren in een groter onderscheidend vermogen van een bestemming. De mate waarin dit zich voltrekt is echter zeer afhankelijk van de investeringen en acties van de lokale stakeholders (Rebanks Consulting Ltd & Trends Business Research Ltd, 2009). Rebanks Consulting Ltd. (2009) concludeert dat stakeholders zichzelf de vraag moeten stellen waarom hun plek uniek, speciaal en mondiaal belangrijk is. Dit biedt de basis voor een effectieve marketing van het toerisme, het aantrekken van investeringen en bedrijven, de creatie van toegevoegde waarde voor commerciële producten en diensten en het vormen van meer dynamische en trotsere gemeenschappen. De werelderfgoed status biedt een stimulans voor economische ontwikkeling indien de focus wordt gelegd op authenticiteit, eigenheid, identiteit en cultuur. Hierdoor wordt toegevoegde waarde gecreëerd voor uitgesproken producten en diensten op basis van het gebied van herkomst.

Erkend wordt dat er meer factoren en effecten zijn met betrekking tot de gevolgen voor een bestemming, zoals een versterkt gemeenschapsgevoel en een groter sociaal kapitaal. Echter worden hier de belangrijkste factoren en effecten genoemd die in een meer directe manier relateren aan het toerisme.

Een laatste, nog niet genoemde factor is het absolute aantal werelderfgoed bestemmingen. Een groter aantal werelderfgoederen resulteert in een hogere werelderfgoed 'geletterdheid'. De waarde van het werelderfgoed gaat omhoog, doordat het begrip van de mens ten opzichte van het werelderfgoed verbetert naarmate er meer werelderfgoed bestemmingen zijn. Dit wordt het 'netwerk effect' genoemd, wat resulteert in de komst van meer kapitaalkrachtige bezoekers (Rebanks Consulting Ltd & Trends Business Research Ltd, 2009). Niet volgens iedereen gaat deze factor op: Van der Aa et al. (2004) beweert dat de waarde van een werelderfgoed bestemming onderhevig is aan inflatie indien meer bestemmingen de status van werelderfgoed verkrijgen. Daarnaast neemt de lokale trots ook af, omdat het minder speciaal wordt om te leven in een werelderfgoed bestemming.

2.5 Bezoekersmotieven

De Waddenzee is een natuurlijk werelderfgoed en heeft op basis van de geldende criteria hiervoor de status verkregen. Dit betekent dat het gebied beschikt over 'Uitzonderlijke en Universele Waarden' (Uuw) (UNESCO World Heritage Centre, 2014). Deze natuurwaarden relateren dientengevolge direct aan de werelderfgoed status. Erkend wordt dat de motieven van bezoekers en de mate waarin natuurwaarden een rol spelen binnen het toerisme tot nu toe variabelen zijn die onvoldoende gemeten zijn (Van Kleunen et al., 2015). Het achterhalen van de bezoekredenen van de toeristen voor Ameland en Borkum is hierdoor meer dan relevant en daarom is de volgende deelvraag opgenomen in het onderzoek:

'Wat zijn de voornaamste redenen voor toeristen om Ameland en Borkum te bezoeken?'

Eerder onderzoek heeft uitgewezen dat de bezoekredenen voor de Nederlandse Waddeneilanden sterk gerelateerd zijn aan de fysieke omgeving (Waddenfederatie, 2008 in Sijtsma & Werner, 2008). Dit onderzoek is echter enkel gebaseerd op de Nederlandse Waddeneilanden en het is gepubliceerd voordat de Waddenzee de werelderfgoed status verkreeg. Uit dit onderzoek kwamen 'rust', 'natuur' en 'kust, strand en duinen' naar voren als meest aansprekende kenmerken om de Waddeneilanden te bezoeken. Verder stelden zij dat Duitse toeristen die naar de Nederlandse Waddeneilanden komen vooral worden aangetrokken door de kust en het water.

Volgens het (Common Wadden Sea Secretariat, 2014) zijn ook accommodatie en gastronomie twee belangrijke factoren bij het besluit van toeristen waar ze naar toe willen gaan. Gastvrijheid is geen belangrijk motief voor de bezoekers, omdat dit als vanzelfsprekend wordt ervaren en niet als extra (Prosperi, 2013).

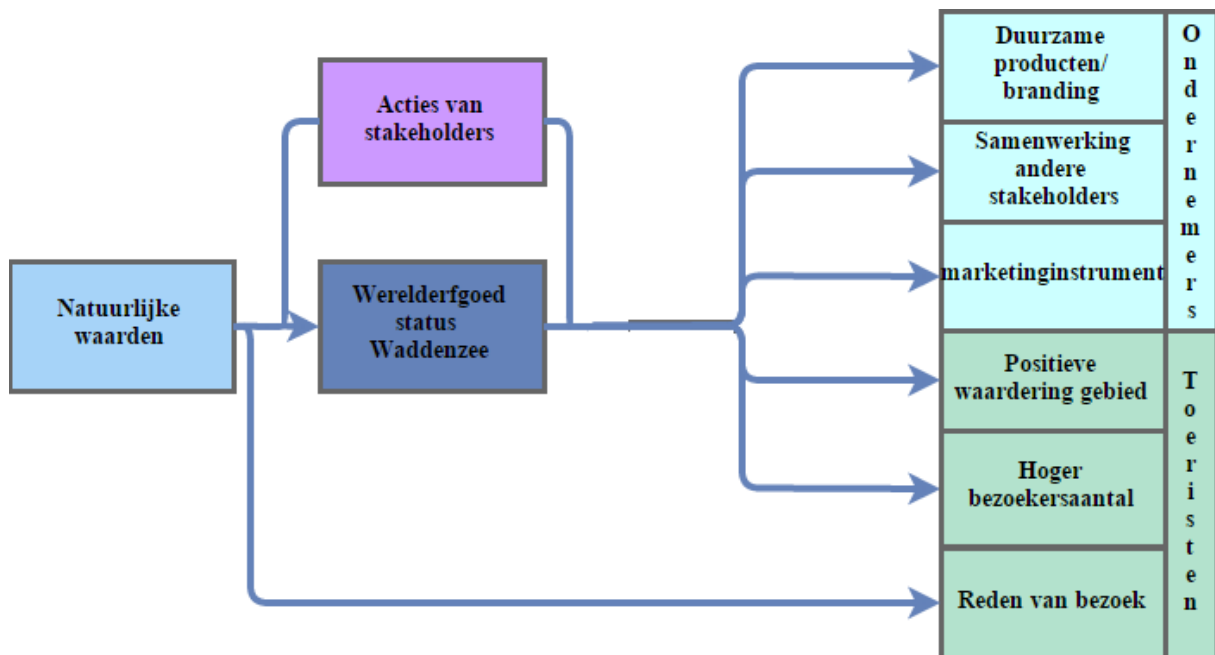
Van Kleunen et al. (2015) stellen dat structurele gegevens over de motieven van toeristen van essentieel belang zijn voor het ontwikkelen van duurzaam toerisme in het gebied. Het achterhalen van de herkomst van de toeristen kan hierbij volgens hen ook een belangrijke rol spelen. De aantrekkelijkheid van de wadden kan hierdoor op groter schaalniveau gemeten worden. Duitse toeristen komen vaak naar de Wadden, maar er is niet veel bekend over de regio waar zij vandaan komen.

De werelderfgoed status zelf heeft volgens PricewaterhouseCoopers (2008) een marginale invloed op de motieven van toeristen om een bestemming te bezoeken. Dit betekent dat de fysieke eigenschappen van een bestemming de toeristen reden geeft om de bestemming te bezoeken en dat dit niet versterkt

wordt door de status van werelderfgoed. Wang et al. (2015) concluderen zelfs dat toeristen natuurlijke bestemmingen vaak niet als werelderfgoed beschouwen, omdat het niet in verband staat met menselijk erfgoed.

2.6 Conceptueel model

Ter illustratie van de hiervoor vermelde theorieën en als richtsnoer voor het onderzoek is hieronder het conceptueel model opgenomen.



Model 1: Conceptueel model "Werelderfgoed status Waddenzee"

Hoofdstuk 3: Methodologie

3.1 Onderzoeksmethode

Voor de uitvoering van het onderzoek is gebruikt gemaakt van enquêtes. Deze methode is nuttig voor het bereiken van een groot aantal personen en het vergaren van informatie over de karakteristieken, percepties, houdingen en gedragingen van deze personen (Clifford et al., 2010). De focus van dit onderzoek heeft hier direct betrekking op. Rekening houdend met zowel het doel van dit onderzoek als de bijbehorende deelvragen zijn er twee vragenlijsten geconstrueerd: één vragenlijst voor toeristen en één vragenlijst voor bedrijven. De steekproef is hierdoor gehouden in de populatie van toeristen en ondernemers op Borkum en Ameland.

Toeristen die de Waddeneilanden bezoeken zijn het best te bereiken door op locatie de vragenlijsten af te nemen. Deze persoonlijke en directe aanpak wordt aangeduid met de term 'face-to-face interviews' en genereert een hoge ratio van respons alsmede betekenisvolle antwoorden, doordat de onderzoeker om opheldering kan vragen indien respondenten onduidelijke antwoorden geven (Clifford et al., 2010). Om dezelfde redenen is deze onderzoeksmethode gebruikt voor de vragenlijst voor ondernemers. Beide vragenlijsten zijn zowel in het Nederlands als in het Duits opgenomen in de bijlagen.

De vragenlijsten bestaan voornamelijk uit gesloten vragen en stellingen, waarbij de respondenten antwoord konden geven door middel van het invullen van een 5-punts Likertschaal. Deze methode is zowel eenvoudig te begrijpen voor de respondent als nuttig voor de data-analyse (Clifford et al., 2010).

Ter ondersteuning van de theorie is er een aantal interviews afgenomen met verschillende experts op het gebied van werelderfgoed en cultureel erfgoed. Het eerste interview is gehouden met mevrouw E. Klinkhammer. Mevrouw E. Klinkhammer heeft toestemming gegeven om haar naam te noemen. Onder haar voorzitterschap is de strategie 'Duurzaam Toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee' tot stand gekomen. De geluidsopname van dit interview kan op aanvraag worden verschaft. Het tweede gesprek is geweest met Peter Grootte, docent culturele geografie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Zijn specialisatie is cultureel erfgoed.

3.2 Geografische context

De geografische context van dit onderzoek heeft betrekking op het Nederlandse Waddeneiland Ameland en het Duitse Waddeneiland Borkum. Het toevoegen van deze internationale component biedt mogelijkheden tot een vergelijking tussen beide eilanden. Beide eilanden zijn sterk afhankelijk van de toeristische sector in het gebied en lenen zich daardoor goed voor dit onderzoek (Partoer, 2013). Overige kenmerken van de eilanden zijn reeds in het theoretisch kader beschreven. De vastelandsregio's binnen het Waddengebied zijn minder aangewezen op de sector toerisme als economische drijfveer dan de Waddeneilanden en het verkrijgen van voldoende data van respondenten in dit gebied zou hierdoor bemoeilijkt kunnen worden. Om deze reden is ervoor gekozen om het onderzoek niet te betrekken op het vasteland.

Het onderzoek beperkt zich tot Ameland en Borkum en niet tot meer Waddeneilanden om tijdtechnische redenen. Het doel van dit onderzoek is dan ook niet om te generaliseren over het gehele Waddengebied of alle Waddeneilanden. De data verschaffen enkel inzicht over Ameland en Borkum en dit is ook waar het onderzoek zich op focust.

3.3 Ethiek

De respondenten hebben vrijwillig deelgenomen aan het invullen van de vragenlijst. In de vragenlijst is aangegeven dat er vertrouwelijk wordt omgegaan met hun gegevens en dat de respondenten anoniem blijven. Waar nodig werd dit door de onderzoeker benadrukt. Tevens is in de vragenlijst aangegeven dat het om een onderzoek gaat van de Rijksuniversiteit Groningen. Hierdoor werd de onderzoeker beschouwd als een neutraal persoon met betrekking tot het onderwerp.

Hoofdstuk 4: Resultaten

4.1 Toeristen

4.1.1 Achtergrond resultaten toeristen

De vragenlijst voor toeristen is afgenomen onder 147 personen, waarvan 76 op Ameland en 71 op Borkum. Zowel op beide eilanden als op de veerboot zijn de vragenlijsten afgenomen. In deze vragenlijst is onder andere gevraagd naar de verschillende redenen van de toeristen om het Waddengebied te bezoeken. De respondenten hadden hierbij de mogelijkheid om meer antwoorden in te vullen. Tevens is er de optie gegeven tot het invullen van het antwoord 'anders, namelijk ...'. Vijftien keer werd bij deze optie 'werk' ingevuld als reden om het Waddengebied te bezoeken, waarvan vier op Ameland en elf op Borkum.

De definitie van toerisme volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) betreft de volgende: '[...] zaken en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht' (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2015). Gezien de aard van dit onderzoek: het schetsen van een correct beeld van de toeristen op Ameland en Borkum met betrekking tot het werelderfgoed is besloten om deze vijftien respondenten niet verder te betrekken in de verwerking van de data. Het aantal bruikbare respondenten is hierdoor teruggebracht van 147 naar 132: 72 op Ameland en 60 op Borkum.

Verder dient vermeld te worden dat waar gebruik is gemaakt van statische toetsing een betrouwbaarheidsinterval van 95% is gehanteerd. Voor de stellingen is gebruikt gemaakt van de t-toets voor twee onafhankelijke steekproeven. Deze toets kan uitgevoerd worden omdat de antwoordmogelijkheden door middel van een 5-punts Likertschaal zijn gegeven, waardoor deze behandeld kunnen worden op een interval meetschaal. Elke keer dat deze T-toets is uitgevoerd is daarnaast de Levene's test voor de gelijkheid van varianties uitgevoerd. In alle gevallen bleek de uitkomst van deze test niet significant. De variantie voor Ameland en Borkum is hierdoor gelijk voor alle uitgevoerde toetsen (zie bijlage).

4.1.2 Bezoekredenen toeristen

Reeds is vermeld dat de fysieke eigenschappen van de Nederlandse Waddeneilanden de grootste aantrekkingskracht hebben op toeristen (Waddenfederatie, 2008 in Sijtsma & Werner, 2008). Dit onderzoek is echter enkel gebaseerd op de Nederlandse Waddeneilanden en het is gepubliceerd voordat de Waddenzee de werelderfgoed status verkreeg. Om te kunnen bevestigen of de natuurwaarden op Ameland en Borkum daadwerkelijk verband houden met de redenen waarom toeristen deze eilanden bezoeken is de volgende vraag opgenomen in de vragenlijst:

'Wat is/zijn de reden(en) voor uw bezoek aan Ameland/Borkum?'

De volgende antwoordmogelijkheden, die in het theoretisch kader reeds beargumenteerd zijn, zijn beschikbaar gesteld voor de respondenten:

- Natuur
- Rust
- Kust, strand en duinen
- Gastvrijheid
- Gastronomie
- Anders, namelijk

De mogelijkheid 'anders, namelijk ...' werd 45 keer ingevuld, maar zoals gezegd zijn vijftien respondenten niet verder betrokken in het onderzoek. Elf verschillende type antwoorden werden ingevuld voor de resterende dertig keer dat de categorie 'anders' is omcirkeld. Om deze categorie overzichtelijk te houden zijn deze elf typen gecompriemd tot vier type antwoorden, bestaande uit: 'vakantie' (6), 'vrienden- en familiebezoek' (7), 'activiteiten' (15) en 'overig' (2). Ter verduidelijking is in tabel 1 deze antwoordcategorie opgenomen. Naast de absolute aantallen zijn in de tabel de percentages opgenomen. Deze percentages geven weer hoeveel procent van de respondenten op respectievelijk Ameland, Borkum en beide eilanden tezamen één van de vier typen heeft ingevuld als reden van bezoek.

Tabel 1: Bezoekredenen 'anders, namelijk...'

Bezoekredenen 'anders, namelijk'	Aantal Ameland (n=72)	Percentage Ameland (n=72)	Aantal Borkum (n=60)	Percentage Borkum (n=60)	Aantal beide eilanden (n=132)	Percentage bezoekredenen algemeen (n=132)
'Vakantie'	3	4.2%	3	5%	6	4.5%
'Vrienden- en familiebezoek'	7	9.7%	0	0.0%	7	5.3%
'Activiteiten'	14	19.4%	1	1.7%	15	11.4%
'Overig'	1	1.4%	1	1.7%	2	1.5%
Totaal	25	34.7%	5	8.3%	30	22.7%

Er is een verschil waar te nemen tussen beide eilanden indien er gekeken wordt naar het aantal keren dat de categorie is ingevuld, namelijk: 25 voor Ameland ten opzichte van 5 voor Borkum. Dit komt enerzijds door het verschil in aantal vrienden- en familiebezoeken tussen beide eilanden en anderzijds door het verschil in 'activiteiten' als bezoekredenen, waar het wadlopen op Ameland een groot aandeel in heeft (9 keer genoemd). Het wadlopen is een bijzondere activiteit, wat beter mogelijk is rond Ameland dan rond Borkum, maar uniek is voor het hele Waddengebied en direct relateert aan de Uuw van het gebied.

De categorie 'anders, namelijk ...' is samen met de andere antwoordmogelijkheden opgenomen in tabel 2. Hier zijn de percentages weergegeven voor Ameland en Borkum afzonderlijk. Ook zijn de percentages en aantallen toegevoegd uit het onderzoek van de Waddenfederatie (2008, in Sijtsma & Werner, 2008) naar de Nederlandse Waddeneilanden.

Tabel 2: Bezoekredenen respondenten

Bezoekredenen	Percentage Ameland (n=72)	Percentage Borkum (n=60)	Percentage Nederlandse Waddeneilanden (n=1.038)
Natuur	40.3%	63.9%	39%
Rust	27.8%	50.0%	43%
Kust, strand en duinen	65.2%	83.3%	34%
Gastvrijheid	6.9%	1.7%	-
Gastronomie	1.4%	3.3%	-
Anders	34.7%	8.3%	-

Op basis van deze tabel kan bevestigd worden dat de fysieke eigenschappen van de eilanden grote aantrekkingskracht hebben op de toeristen. Beide eilanden scoren met betrekking tot de kenmerken 'natuur' en 'kust, strand en duinen' hoger dan de percentages voor alle Nederlandse Waddeneilanden. Alleen het kernmerk 'rust' scoort met 27.8% ten opzichte van 43% lager voor Ameland.

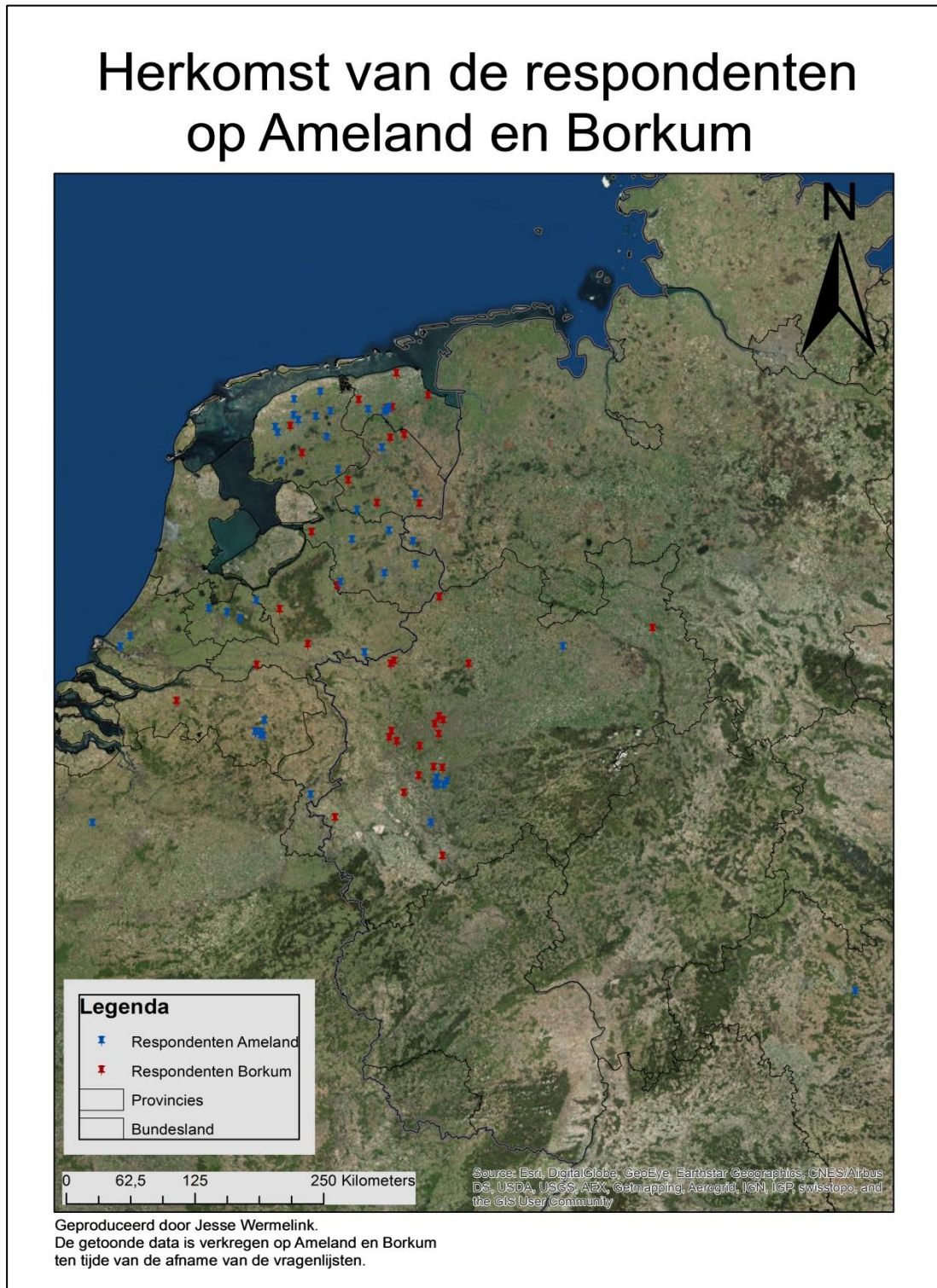
Opmerkelijk is dat de bezoekers van Borkum relatief vaker de fysieke kenmerken invullen als reden om het eiland te bezoeken dan de bezoekers van Ameland. Dit zou verklaard kunnen worden doordat bezoekers van Ameland vaker 'anders' hebben ingevuld, wat er op zou kunnen duiden dat bezoekers van Borkum hoofdzakelijk om de fysieke eigenschappen van het eiland het eiland bezoeken, terwijl bezoekers van Ameland naast de fysieke eigenschappen ook nog andere redenen hebben voor hun bezoek (wadlopen, zweefvliegen etc.).

Opvallend is dat 'gastronomie' zeer weinig is ingevuld als bezoekredenen, met respectievelijk 1.4% en 3.3% voor Ameland en Borkum. Hieruit kan worden opgemaakt dat gastronomie een minder belangrijke rol speelt dan de fysieke eigenschappen wanneer men besluit waar ze naar toe willen gaan. Tevens wordt bevestigd dat 'gastvrijheid' geen extra reden is om het gebied te bezoeken.

De aantrekkingskracht van de fysieke eigenschappen van de eilanden op toeristen is in eerder onderzoek aangetoond en wordt in dit onderzoek bevestigd. De U UW van de Waddenzee, erkent door de werelderfgoed status, is van grote rol bij het aantrekken van toeristen naar de eilanden. Op basis van de data kan echter niet geconcludeerd worden dat de sterkere vertegenwoordiging van de fysieke eigenschappen in dit onderzoek ten opzichte van het onderzoek van de Waddenfederatie een gevolg is van de werelderfgoed status.

4.1.3 Herkomst respondenten

Eerder is vermeld dat het achterhalen van de herkomst van de toeristen op de Wadden een belangrijke rol kan spelen bij de ontwikkeling naar een duurzaam toerisme (Van Kleunen et al., 2015). Dit onderzoek beoogt hierin een toevoeging te zijn. De herkomst van de respondenten kon met behulp van een Geografisch Informatie Systeem (GIS) achterhaald worden door de postcodes van de respondenten te verwerken in een kaart. De kaart wordt hieronder in figuur 1 weergegeven.



Figuur 1: Herkomst van de respondenten op Ameland en Borkum.

De Nederlandse respondenten bezoeken beide eilanden, maar Ameland wordt iets meer bezocht door de respondenten dan Borkum. De Duitse respondenten bezoeken voornamelijk Borkum, maar ook zij bezoeken Ameland. Opvallend is dat alle Duitse respondenten (op één respondent na) woonachtig zijn in Nordrhein-Westfalen. Binnen deze deelstaat komen de meeste respondenten uit het Ruhrgebied. Geen enkele respondent komt uit Niedersachsen, wat opmerkelijk te noemen is aangezien deze deelstaat van alle deelstaten het dichtste bij Ameland ligt en Borkum zelfs behoort tot deze deelstaat. Dit is des te meer opmerkelijk, omdat dit patroon niet terug te vinden is bij de Nederlandse respondenten. In tegenstelling: de Nederlandse respondenten komen voornamelijk uit de noordelijke en oostelijke provincies en naarmate er richting de zuidelijke en westelijke provincies wordt bewogen nemen zij in aantal af.

Het waargenomen patroon in Nederland kan verklaard worden doordat de mensen uit de westelijke provincies geneigd zijn om naar Texel te gaan als zij de Waddeneilanden willen bezoeken, omdat dit voor hen dichterbij is.

Mogelijk kan het lage aantal respondenten uit Niedersachsen verklaard worden doordat het Oostzeegebied ook op goed bereisbare afstand ligt voor personen uit Niedersachsen. Zij hebben daardoor meer mogelijkheden om waterrijke gebieden te bezoeken. Daarnaast duurt de bootreis vanuit Duitsland (Emden) naar Borkum zo'n 2.5 uur, terwijl de boot vanuit Nederland (Eemshaven) naar Borkum slechts 50 minuten doet over de tocht (Partoer, 2013). Hierdoor zouden personen uit Niedersachsen er wellicht eerder voor kiezen om een andere bestemming te zoeken, bijvoorbeeld de vastelandskust van de Waddenzee.

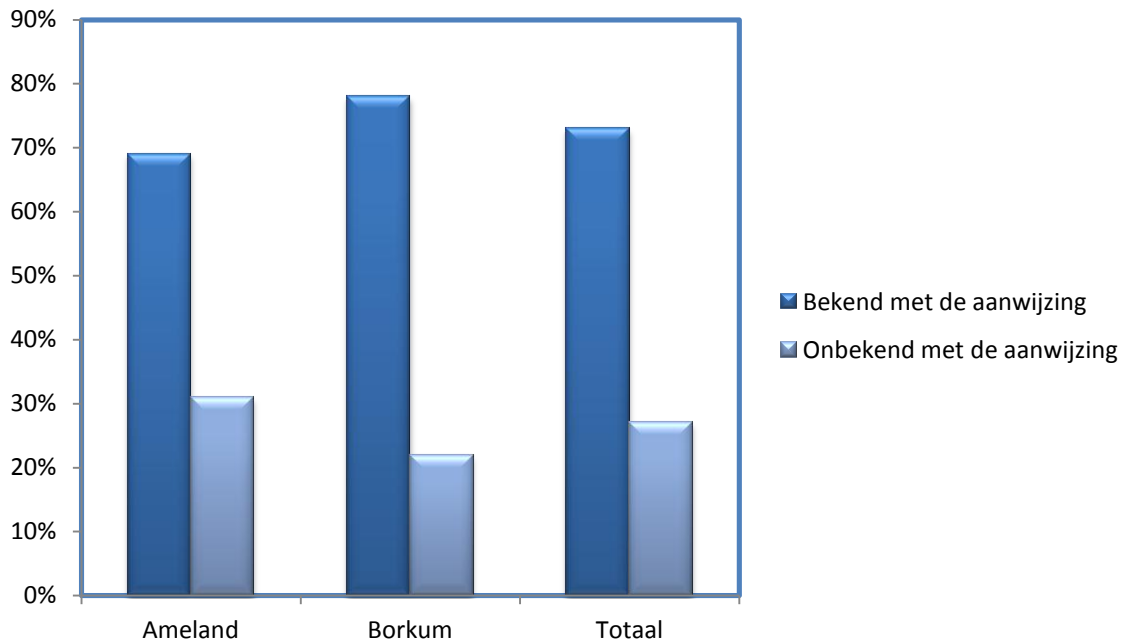
4.1.4 De werelderfgoed status bekeken vanuit het perspectief van de toerist

De respondenten op Ameland en Borkum hebben verschillende vragen en stellingen voorgelegd gekregen met betrekking tot het werelderfgoed, teneinde een beeld te kunnen vormen van hun waardering van de werelderfgoed status. De volgende vragen en stellingen zijn aan hen voorgelegd en deze zullen hierna afzonderlijk geanalyseerd worden:

- Bent u bekend met de aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed?
- Ik hecht veel waarde aan de aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed.
- De UNESCO werelderfgoed status van de Waddenzee draagt bij aan een positieve beeldvorming van het Waddengebied.
- De aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed geeft mij reden om het Waddengebied vaker te bezoeken.
- Ik ben bereid om meer geld uit te geven aan duurzame producten tijdens een vakantie op één van de Waddeneilanden.
- Ik ben bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden in het gebied.

4.1.4.1 Bekendheid werelderfgoed status Waddenzee

De mate van bekendheid van de werelderfgoed status van het Waddengebied geeft in zekere mate aan in hoeverre het predicaat leeft onder de respondenten. Er is notie van gemaakt dat de respondenten die de Waddeneilanden bezoeken waarschijnlijk meer besef hebben van de status dan mensen die dit niet doen. Figuur 2 geeft afzonderlijk voor Ameland en Borkum weer hoeveel procent van de respondenten bekend is met de aanwijzing.



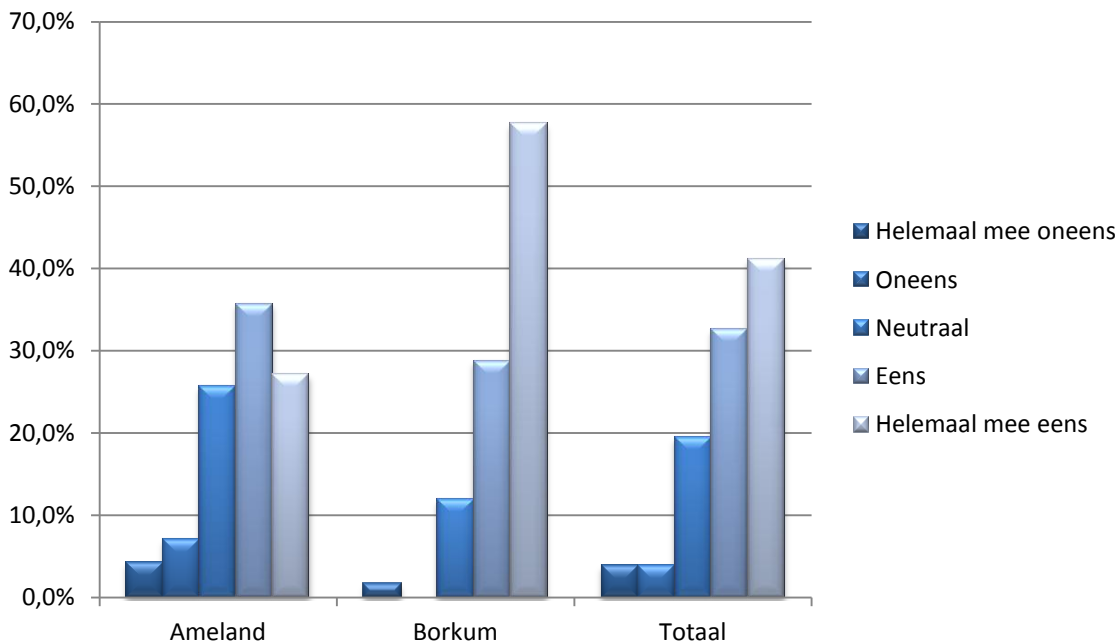
Figuur 2: "Bent u bekend met de aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed?"

In totaal heeft 73% van de respondenten kennis van de aanwijzing. Eerder is vermeld dat bezoekers weinig besef hebben van de werelderfgoed status van een bestemming als zij deze bezoeken (PricewaterhouseCoopers LLP, 2008). De bevindingen in dit onderzoek wijzen in tegengestelde richting. Er zijn geen vergelijkende data beschikbaar om dit te toetsen, echter is de werelderfgoed status bij bijna driekwart van de respondenten bekend, wat duidt op een grote bekendheid van de status.

De respondenten op Borkum hebben een grotere kennis van de aanwijzing (78%) dan de respondenten op Ameland (69%). Met behulp van de data is middels een Chi-kwadraat toets (zie bijlage) onderzocht of de gevonden verschillen in de steekproef significant zijn voor de populatie en dit blijkt niet het geval te zijn (p -waarde: 0.324). Er is geen verband tussen de locatie en tussen de bekendheid met de aanwijzing. Geconstateerde verschillen in antwoorden bij de volgende stellingen kunnen hierdoor niet gerelateerd worden aan een verschil in bekendheid van de werelderfgoed status, omdat deze niet geldt voor de gehele populatie.

4.1.4.2 Waardering van de werelderfgoed status

De stelling 'Ik hecht veel waarde aan de aanwijzing van de Waddenzee als werelderfgoed' was de eerste in vijf achtereenvolgende stellingen in de vragenlijst. Deze konden allen beantwoord worden op een 5-punts Likertschaal, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 5 = helemaal mee eens. Hieronder is figuur 3 opgenomen met de resultaten weergegeven in percentages.



Figuur 3: "Ik hecht veel waarde aan de aanwijzing van de Waddenzee als werelderfgoed."

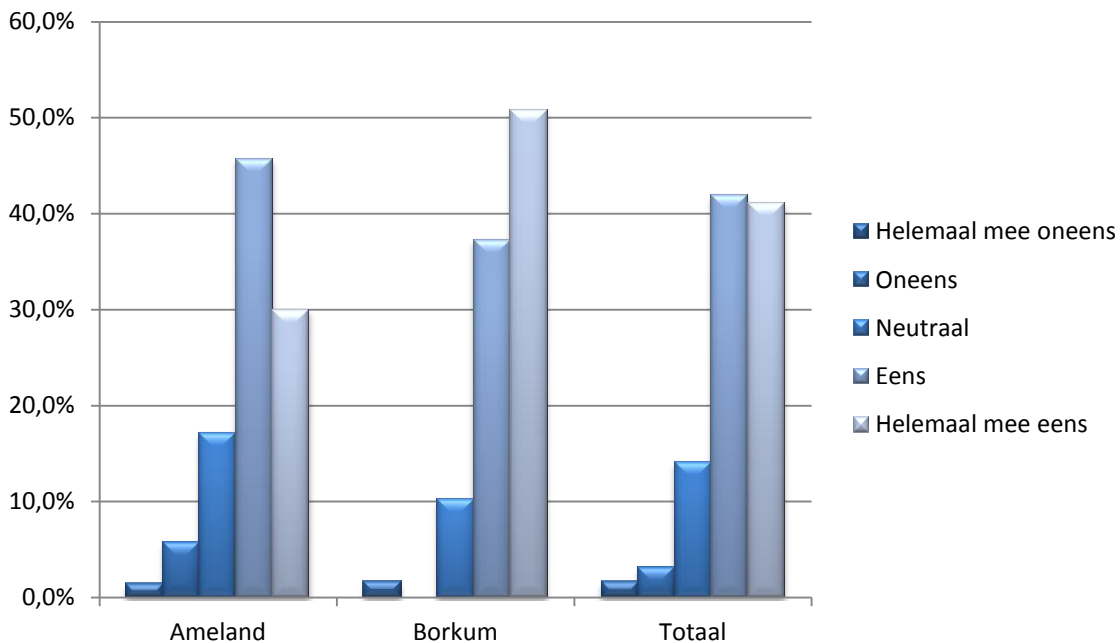
Het percentage respondenten dat een positief antwoord (eens & helemaal mee eens) heeft gegeven op deze stelling is 73%. Hiertegenover staat een percentage van 7.8% van de respondenten die een negatief antwoord heeft gegeven op de stelling (oneens & helemaal mee oneens). 19.4% heeft de stelling neutraal beantwoord. Toeristen hechten in hoge mate waarde aan de werelderfgoed status.

Op Ameland gaf 62.8% van de respondenten een positief antwoord op deze stelling, tegenover 86.4% op Borkum. 11.4% van de respondenten beantwoordde de stelling negatief op Ameland, terwijl 1.7% van de respondenten op Borkum de stelling negatief heeft beantwoord. Door middel van statistische toetsing is gekeken of de waargenomen verschillen ook gelden in de populatie. Uit de toetsing blijkt dat er inderdaad een significant verschil is ($p < 0.0005$) tussen Ameland en Borkum als het gaat om de waarde die gehecht wordt aan de werelderfgoed status. Een verklaring van de gevonden verschillen tussen Ameland en Borkum wordt verderop in een afzonderlijke paragraaf gegeven.

4.1.4.3 Beeldvorming Waddengebied

Welk effect de werelderfgoed status van de Waddenzee heeft op de beeldvorming van het gebied is door middel van volgende stelling opgenomen in de vragenlijst: "De UNESCO werelderfgoed status van de Waddenzee draagt bij aan een positieve beeldvorming van het Waddengebied."

Het resultaat van deze stelling is opgenomen in figuur 4.



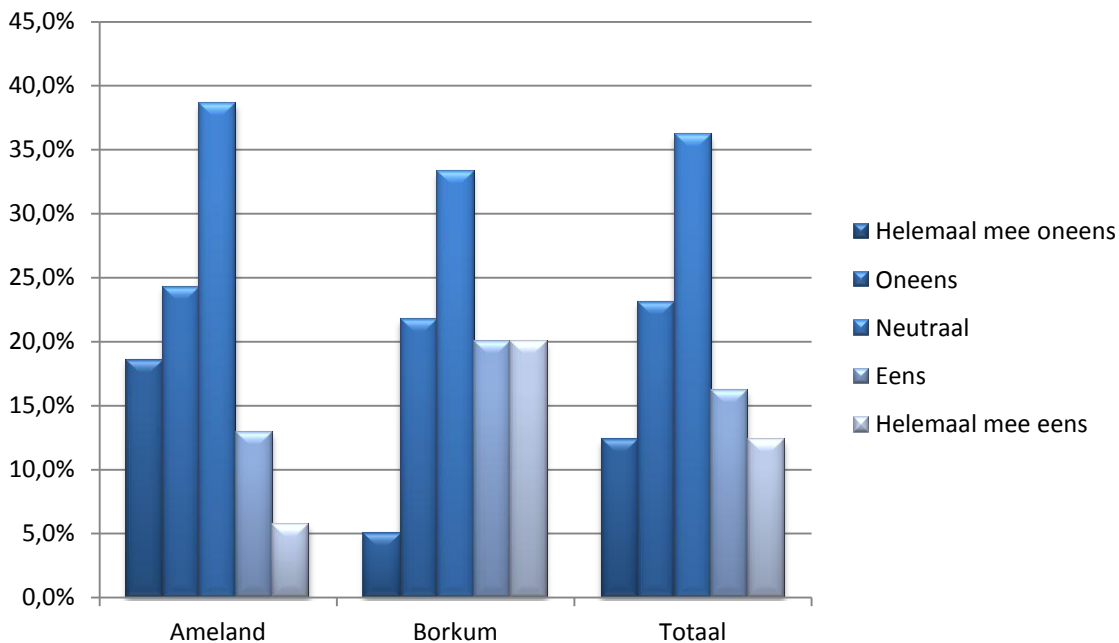
Figuur 4: "De UNESCO werelderfgoed status van de Waddenzee draagt bij aan een positieve beeldvorming van het Waddengebied."

Het percentage respondenten dat positief geantwoord heeft op deze stelling bedraagt in totaal 81,4%. Een percentage van 4,7% heeft negatief geantwoord op de stelling en 14% antwoordde neutraal. Aangezien meer dan 80% van de respondenten positief antwoord heeft gegeven op deze stelling, kan worden onderschreven dat de werelderfgoed status positief bijdraagt aan de beeldvorming van het gebied. Daarmee stroken deze bevindingen met de eerdergenoemde bevindingen uit de studie van Hambrey Consulting (2007). Een meer positieve beeldvorming van het Waddengebied door de werelderfgoed status zou kunnen leiden tot een hogere belevingswaarde en het aantrekken van een nieuwe doelgroep naar het gebied.

De stellingname van respondenten op Borkum verschilt enigszins met die van de respondenten op Ameland. 88,1% van de respondenten op Borkum antwoordt positief, tegenover 75,7% op Ameland. Met name het verschil in keuze tussen beide positieve mogelijkheden is opmerkelijk. Respectievelijk voor Ameland en Borkum wordt de stelling negatief beantwoord door 7,1% en 1,7% van de respondenten. Na statistische toetsing blijkt er een significant verschil aanwezig te zijn (p-waarde: 0,013) tussen beide eilanden met betrekking tot deze stelling. Hieruit kan worden afgeleid dat de toeristen op Borkum positiever zijn dan de toeristen op Ameland met betrekking tot de stelling dat de status bijdraagt aan een positieve beeldvorming van het gebied.

4.1.4.4 Bezoekfrequentie toeristen

Met betrekking tot de bezoekfrequentie van de toeristen naar Ameland of Borkum in relatie tot de werelderfgoed status is de volgende vraag opgenomen in de vragenlijst: "De aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed geeft mij reden om het Waddengebied vaker te bezoeken.". De resultaten zijn opgenomen in figuur 5.



Figuur 5: "De aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed geeft mij reden om het Waddengebied vaker te bezoeken."

28,5% van de respondenten antwoordt positief tegenover 35,4% negatief. Het percentage respondenten dat de voorkeur geeft aan een neutraal antwoord is 36,2%. De uitkomst kan verschillend geïnterpreteerd worden: enerzijds wordt in tegenstelling tot voorgaande stellingen deze stelling minder positief beantwoordt door de respondenten, anderzijds geeft toch bijna 30% van de respondenten aan vaker het Waddengebied te willen bezoeken door de werelderfgoed status. Dit zou betekenen dat de bezoekersaantallen kunnen stijgen en dat het herhalingsbezoek toeneemt. Er kan uit deze stelling niet worden opgemaakt of mensen ook reden zien om de eilanden juist minder vaak te bezoeken vanwege de werelderfgoed status. Het heeft de respondenten er in ieder geval niet van weerhouden om ten tijde van de dataverzameling Ameland of Borkum te bezoeken.

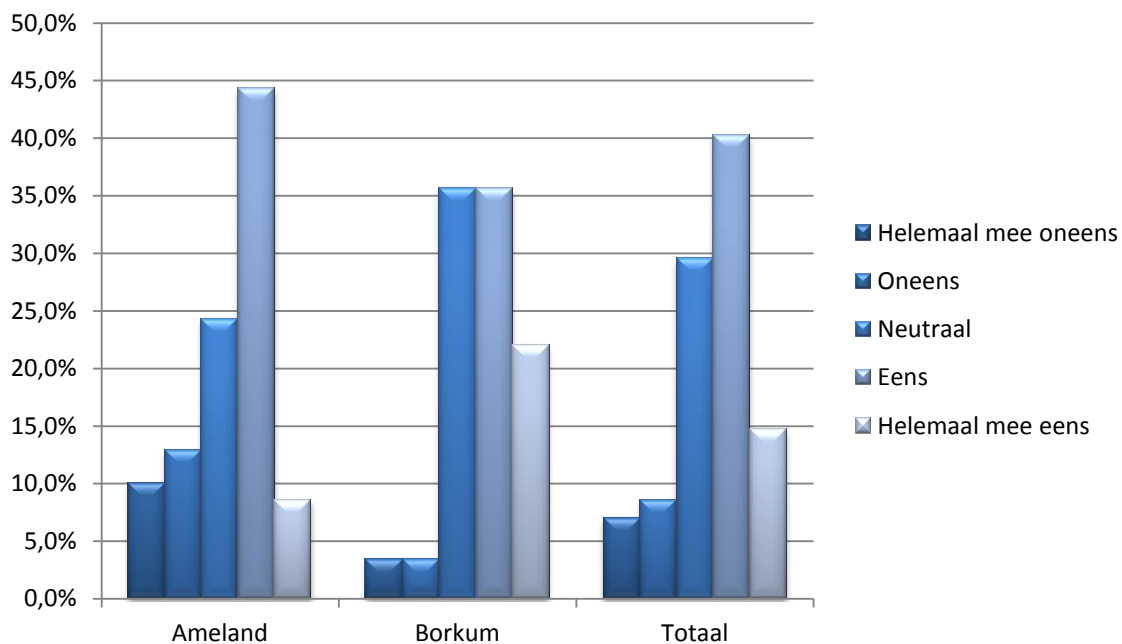
Als de werelderfgoed status in werkelijkheid leidt tot meer bezoek naar de Waddeneilanden kan er getwist worden over de wenselijkheid hiervan. Eerder is vermeld dat het herhalingsbezoek voor de Waddeneilanden onder druk is komen te staan. Daarnaast is ook vermeld dat het aantrekken van meer toeristen naar de Waddeneilanden niet wenselijk is, omdat het de monocultuur van toerisme enkel versterkt (van der Aa et al., 2004).

De respondenten op Borkum kiezen echter wel om de stelling positiever te beantwoorden dan de respondenten op Ameland, respectievelijk 40,0% en 18,8%. 26,7% van de respondenten op Borkum beantwoordt de stelling negatief, tegenover 42,9% op Ameland. Na statistische toetsing blijkt er een significant verschil te zijn (p-waarde: 0,001) tussen Ameland en Borkum met betrekking tot deze stelling. De toeristen op Borkum hebben meer reden om het Waddengebied vaker te bezoeken door het werelderfgoed dan de respondenten op Ameland.

4.1.4.5 Potentiële rol van duurzame producten

De volgende stelling is in de vragenlijst opgenomen: "Ik ben bereid om meer geld uit te geven aan duurzame producten tijdens een vakantie op één van de Waddeneilanden." Deze stelling is in tegenstelling tot de vorige stellingen enkel indirect gerelateerd aan het werelderfgoed. Dit maakt de stelling echter niet minder relevant, aangezien duurzame producten relateren aan de ontwikkeling naar

een duurzame vorm van toerisme, wat wordt gezien als een vereiste voor werelderfgoed bestemmingen. Dit is reeds naar voren gekomen in de literatuur, maar wordt hier benadrukt. De resultaten worden weergegeven in figuur 6.



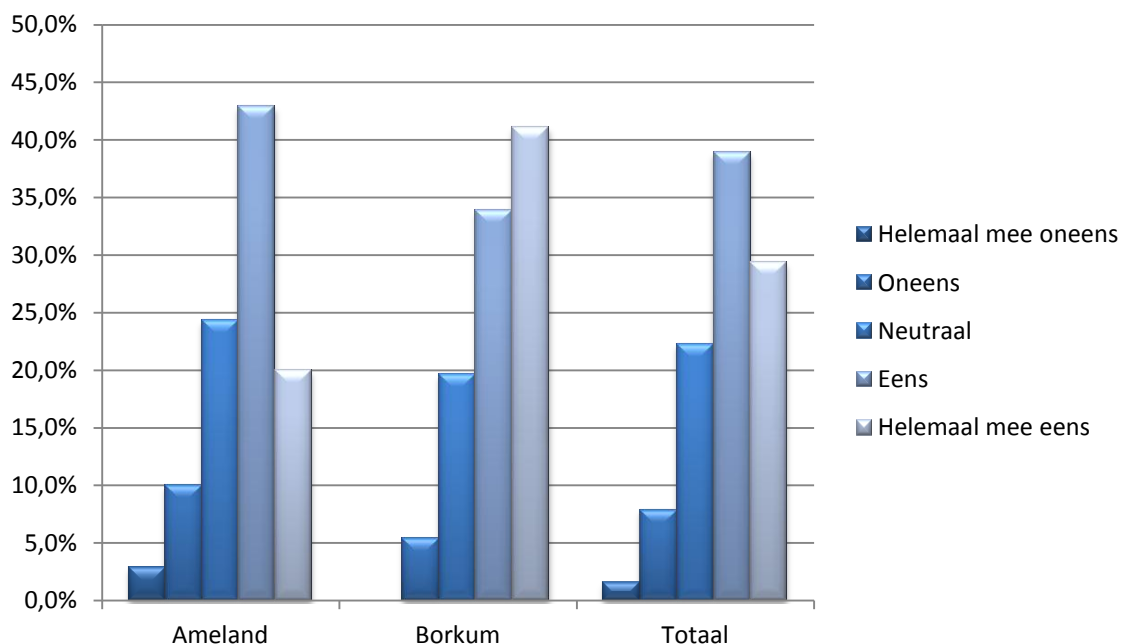
Figuur 6: "Ik ben bereid om meer geld uit te geven aan duurzame producten tijdens een vakantie op één van de Waddeneilanden."

Het percentage positieve antwoorden bedroeg voor beide eilanden samen 55,0%, tegenover 15,5% negatieve antwoorden. 29,5% van de respondenten heeft 'neutraal' ingevuld als antwoord. Meer dan de helft van de respondenten is daarmee bereid meer geld uit te geven aan duurzame producten. Enige voorzichtigheid in het trekken van conclusies is geboden, omdat de stelling kan inspelen op het geweten van de respondent en zij daardoor positiever antwoorden dan reëel is.

68,6 % van de respondenten op Borkum antwoordde positief, tegenover 52,9% op Ameland. Daarnaast antwoordde 6,8% van de respondenten op Borkum negatief. Op Ameland bedroeg dit percentage 22,9%. Respondenten op Borkum kozen vaker om neutraal te antwoorden, namelijk 35,6% tegenover 24,3% op Ameland. Statistische toetsing heeft uitgewezen dat het gevonden verschil tussen respondenten ook voor de populatie een significant verschil oplevert (p -waarde: 0,30). De toeristen op Borkum zijn meer bereid om geld uit te geven aan duurzame producten dan de toeristen op Ameland.

4.1.4.6 Verantwoordelijkheid voor de bescherming van natuurlijke waarden

De laatste stelling uit beide steekproeven betrof de volgende: "Ik ben bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden in het gebied.". De antwoorden van de respondenten met betrekking tot deze stelling worden in percentages weergegeven in figuur 7.



Figuur 7: "Ik ben bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden in het gebied."

In totaal werd er positief geantwoord door 68.3% van de respondenten. Van de overige respondenten antwoordde 9.5% negatief op de stelling en 22.2% neutraal. Een groot aandeel van de respondenten blijkt op een verantwoordelijke manier om te willen gaan met de natuurlijke waarden in het gebied. Een uitkomst die wellicht niet heel opmerkelijk is, aangezien zij ook in hoge mate waarde hechten aan het werelderfgoed en tevens de fysische eigenschappen van de eilanden zien als belangrijkste reden van bezoek.

De respondenten op Ameland verschillen enigszins van mening ten opzichte van de respondenten op Borkum. Op Borkum antwoordt slechts 5,4% van de respondenten negatief, tegenover 12,9% op Ameland. 75,0% van de respondenten op Borkum antwoordt positief ten opzichte van 62,9% op Ameland. Statistische toetsing wijst uit dat de gevonden verschillen in de steekproef significant zijn voor de populatie (p-waarde: 0,013). De toeristen op Borkum zijn meer bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden dan de toeristen op Ameland.

4.1.5 Samenvatting resultaten toeristen

4.1.5.1 Algemeen

Op basis van de afgenomen vragenlijsten onder toeristen kan gesteld worden dat de natuurwaarden in het Waddengebied een belangrijke factor vormen bij het besluit om het gebied te bezoeken. Gastronomie en gastvrijheid worden daarentegen amper aangemerkt als reden om het Waddengebied te bezoeken.

De respondenten zijn goed bekend met de werelderfgoed status van de Waddenzee: 73% van de respondenten was hiervan op de hoogte. Daarnaast hechten zij ook veel waarde aan deze aanwijzing en stellen zij dat deze status bijdraagt aan een positieve beeldvorming van het Waddengebied. De antwoorden van de respondenten op deze stellingen (die een directe relatie hadden met het werelderfgoed) waren positief. Minstens 70% van de respondenten antwoordde positief op deze

stellingen. Op de vraag of zij vaker het Waddengebied wilden bezoeken door de status van werelderfgoed werd minder positief gereageerd (bijna 30%). Deze verdient stelling een andere interpretatie dan de andere stellingen, omdat een toename in het herhalingsbezoek van 30% onder deze respondenten kan worden gezien als een vrij grote toename die direct gerelateerd kan worden aan de werelderfgoed status.

De stellingen die minder direct gerelateerd zijn aan het werelderfgoed worden iets minder positief beantwoord ten opzichte van de stellingen die een direct verband hielden met het werelderfgoed. Maar ook deze stellingen werden door de meeste respondenten positief beantwoord. Zo is 68.3% van de respondenten bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden in het gebied en is 55% van de respondenten bereid om meer geld uit te geven aan duurzame en regionale producten.

4.1.5.2 Verschillen tussen Borkum en Ameland

De antwoorden van de respondenten op Ameland en Borkum zijn statistisch getoetst voor de gehele populatie. De toeristen op Borkum antwoorden op alle stellingen significant positiever dan de toeristen op Ameland. De verschillen tussen beide eilanden zijn niet terug te leiden naar de nationaliteit van de populatie. Statistische toetsing tussen Nederlanders en Duitsers bleek voor geen enkele stelling significant. De waargenomen verschillen zijn hierdoor alleen terug te leiden tot de locatie: Borkum en Ameland.

Een verklaring voor de significant getoetste verschillen kan worden gevonden in het verschil tussen Nederland en Duitsland met betrekking tot de omvang van de marketingorganisaties in beide landen. De 'Nordseemarketing' in Duitsland kent geen Nederlandse equivalent (Interview met mevrouw E. Klinkhammer). Verschillen met betrekking tot de beeldvorming van de Waddenzee en de waardering van het werelderfgoed kunnen hierop worden teruggeleid. Observaties op beide eilanden hebben tevens uitgewezen dat de promotie van het werelderfgoed meer zichtbaar is op Borkum dan op Ameland.

4.2 Ondernemers Borkum

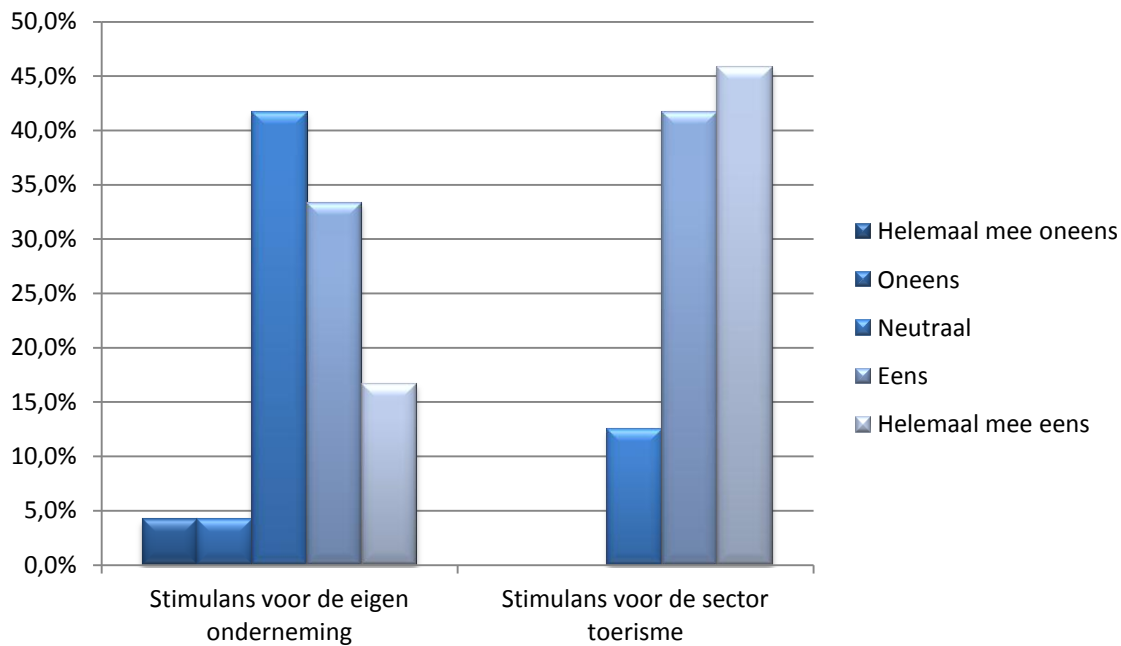
4.2.1 Achtergrond resultaten ondernemers

De vragenlijst voor ondernemers is afgenomen onder 29 personen, waarvan 24 op Borkum en 5 op Ameland. Het geringe aantal respondenten op Ameland heeft geleid tot het besluit om deze 5 respondenten niet mee te nemen in de data-analyse. Zowel bij het gezamenlijk analyseren van de eilanden als bij het afzonderlijk analyseren van beide eilanden zou er een onjuist beeld kunnen ontstaan, doordat het aantal respondenten op Ameland niet representatief is voor Ameland.

4.2.2 De werelderfgoed status bekeken vanuit het perspectief van de ondernemer

4.2.2.1 Werelderfgoed status als stimulans

De eerste twee stellingen hebben betrekking op de mate waarin de respondenten de werelderfgoed status zien als stimulans voor 1) hun eigen onderneming en 2) de toeristische sector op Borkum. Zij konden hun standpunt aangeven op een 5-punts Likertschaal, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 5= helemaal mee eens. De resultaten voor beide stellingen worden weergegeven in figuur 8.



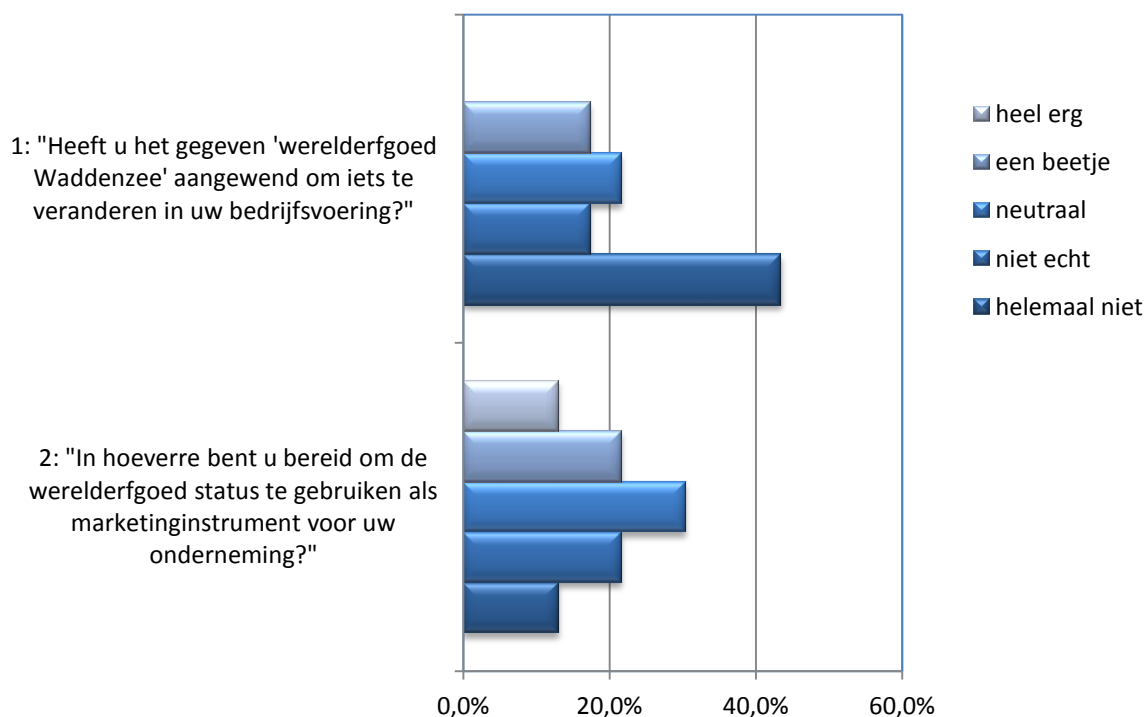
Figuur 8: "De werelderfgoed status is een stimulans voor de eigen onderneming/ de sector toerisme."

Met betrekking tot de eigen onderneming antwoordden de meeste respondenten neutraal of positief. Slechts twee respondenten antwoordden negatief. Met betrekking tot de sector toerisme antwoordde geen enkele respondent negatief en hier lag ook het aantal neutrale antwoorden een stuk lager dan bij de andere stelling. Van de 24 respondenten gaven 21 respondenten aan de werelderfgoed status te zien als een stimulans voor de sector toerisme. Ondanks het geringe aantal respondenten kan gesteld worden dat de ondernemers op Borkum het werelderfgoed als stimulans beschouwen voor hun eigen onderneming en des te meer voor de sector toerisme in zijn geheel. Deze bevindingen stemmen overeen met eerdergenoemde literatuur, waarin wordt gesteld dat de werelderfgoed status sociaaleconomische kansen biedt voor de ondernemers werkzaam in de sector toerisme (Waddenvereniging, 2013).

4.2.2.2 Werelderfgoed status als onderdeel van de bedrijfsvoering

De respondenten hebben een aantal vragen voorgelegd gekregen die eveneens beantwoord konden worden op een 5-punts Likertschaal met twee extremen: 1 = helemaal niet tot 5 = heel erg.

De resultaten van twee vragen worden hieronder weergegeven. Wat de ondernemer gedaan heeft of in de toekomst zou willen doen met het werelderfgoed staat in deze vragen centraal. De resultaten worden in figuur 9 getoond.



Figuur 9: Twee vragen over de relatie tussen de onderneming en het werelderfgoed als instrument

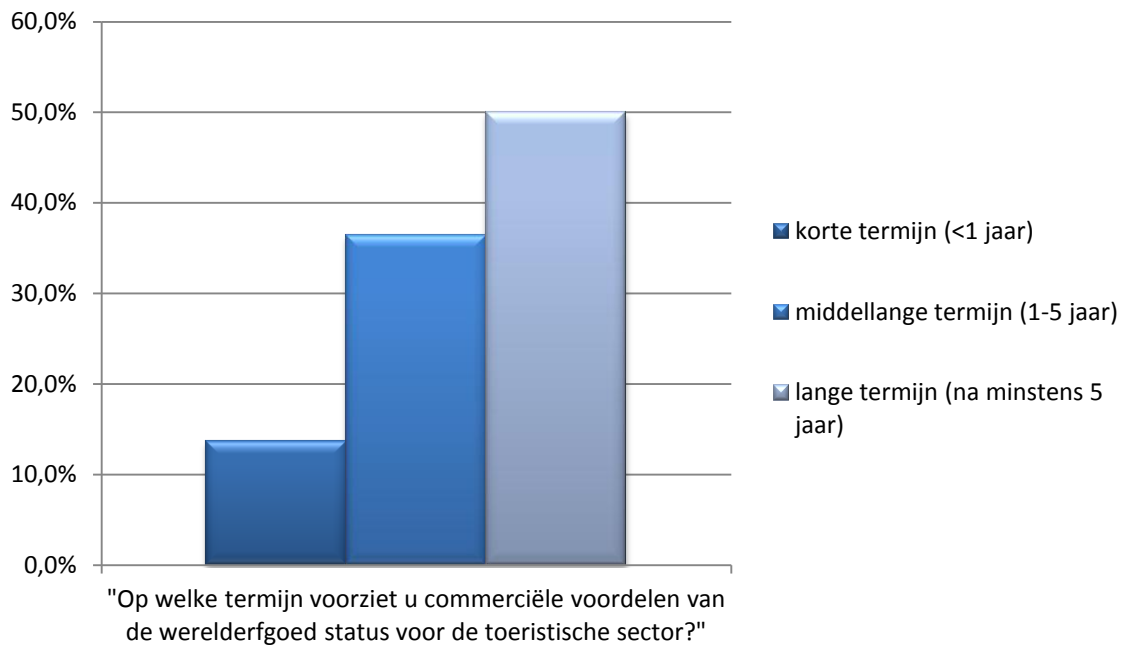
De respondenten geven aan dat ze het gegeven van 'werelderfgoed Waddenzee' niet zozeer hebben aangewend om iets te veranderen in hun bedrijfsvoering. Slechts vier respondenten (17,4%) geven aan dat ze het 'een beetje' hebben gebruikt. De overige respondenten antwoorden 'neutraal' (21,7%), 'niet echt' (17,4%) en 'helemaal niet' (43,5%). Geen enkele respondent geeft aan dat ze het gegeven 'heel erg' hebben aangewend om iets in hun bedrijfsvoering te veranderen.

De respondenten zijn minder eenstemmig als het gaat om de vraag of zij de werelderfgoed status als marketinginstrument willen gebruiken voor hun onderneming. 30,4 procent van de respondenten antwoorden hier neutraal. Het percentage respondenten dat 'een beetje' of 'niet echt' antwoord is gelijk: 21,7%. Ook het percentage respondenten dat 'helemaal niet' of 'heel erg' antwoord' is gelijk: 13,0%.

Uit deze twee vragen valt op te maken dat een redelijk aantal respondenten wel bereid is om de werelderfgoed status te gebruiken als marketinginstrument, maar dat zij tot op heden de werelderfgoed status niet of nauwelijks hebben gebruikt als instrument binnen hun onderneming. Deze resultaten komen overeen met de eerdergenoemde bevindingen van de Waddenvereniging (2013). Zij stellen dat de werelderfgoed status nog nauwelijks als marketinginstrument wordt gebruikt.

4.2.2.3 Commerciële voordelen op termijn

Aansluitend op de vorige twee vragen is de vraag gesteld aan de respondenten op welke termijn zij commerciële voordelen van de werelderfgoed status voorzien voor de toeristische sector. De antwoorden van de respondenten worden in percentages weergegeven in figuur 10.



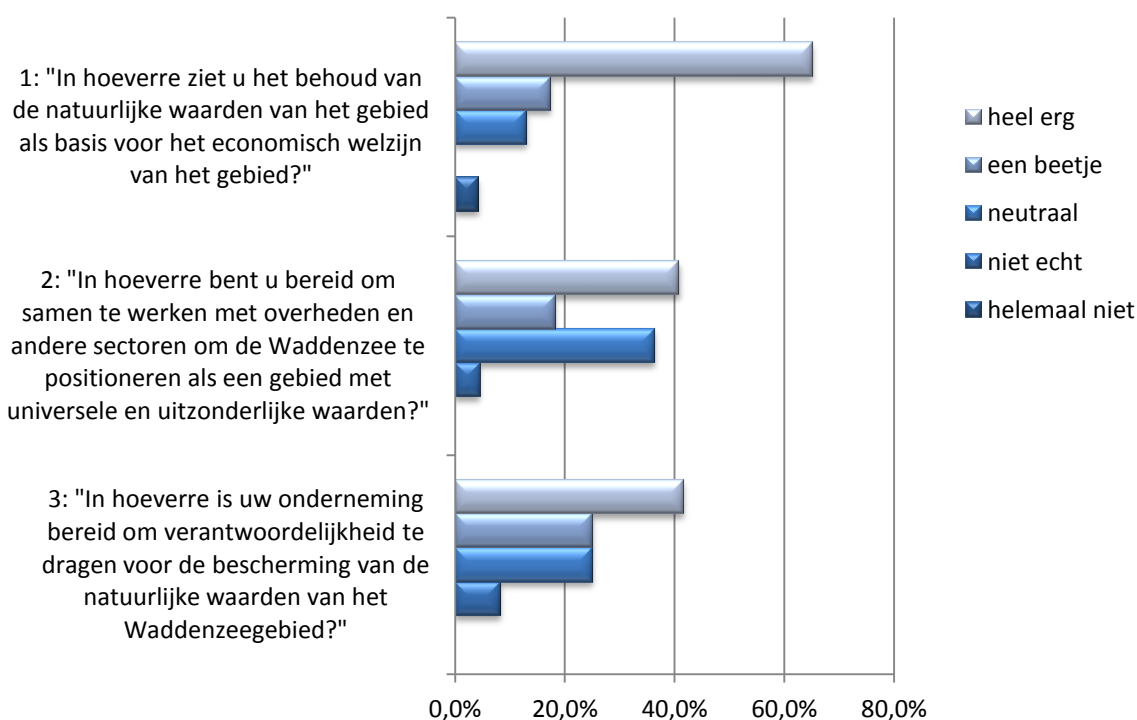
Figuur 10: "Op welke termijn voorziet u commerciële voordelen van de werelderfgoed status voor de toeristische sector?"

In de antwoordmogelijkheden werd ook een optie 'helemaal niet' gegeven. van deze mogelijkheid is geen enkele keer gebruik gemaakt en daarom staat deze mogelijkheid niet aangegeven in de grafiek. 50% van de respondenten geeft aan dat de toeristische sector pas over minstens 5 jaar voordeel zal ondervinden van de werelderfgoed status. 36,4% geeft aan commerciële voordelen te zien voor de toeristische sector over 1 tot 5 jaar. 13,6% van de respondenten geeft aan dat de toeristische sector al binnen een jaar commerciële voordelen zal behalen.

Opvallend is dat geen enkele respondent de optie 'helemaal niet' heeft aangekruist. Elke respondent verwacht dat er op termijn voordelen zijn te halen uit de werelderfgoed status. Dit strookt enerzijds met de antwoorden die de respondenten hebben gegeven op de vragen of zij de werelderfgoed status zien als stimulans voor de eigen onderneming of de toeristische sector. Anderzijds verwachten de respondenten dat deze stimulans zich pas na een aantal jaren gaat vertalen naar commerciële voordelen.

4.2.2.4 Belang van de natuurlijke waarden

Vervolgens zijn drie vragen gesteld met betrekking tot het belang van de natuurlijke waarden voor het economisch welzijn van het gebied, de mate waarin ondernemers willen samenwerken om hun gebied te positioneren als een gebied met 'uitzonderlijke en universele waarde' en in hoeverre zij verantwoordelijkheid willen dragen voor de bescherming ervan. De antwoorden van de respondenten zijn verwerkt in figuur 11.



Figuur 11: Drie vragen over de relatie tussen de onderneming en de natuurlijke waarden

Slechts één respondent (4.3%) geeft aan dat hij of zij de natuurlijke waarden van het gebied niet als basis ziet voor het economisch welzijn in het gebied. 13% van de respondenten antwoordt neutraal op deze vraag. De meeste respondenten geven zelfs aan dat zij de natuurlijke waarden 'heel erg' als basis voor het economisch welzijn van het gebied zien (65,2%).

Met betrekking tot de tweede vraag geven de meeste respondenten aan dat ze samen willen werken om de Waddenzee te positioneren als een gebied met universele en uitzonderlijke waarde (UUW). Zoals vermeldt is deze UUW kenmerkend voor de Waddenzee en een belangrijk criterium voor het verkrijgen van de werelderfgoed status. Slechts 1 respondent geeft hier 'niet echt' als antwoord. De rest antwoordt neutraal (36,4%) of geeft een positief antwoord (59,1%).

De meeste respondenten geven ook aan in zekere mate verantwoordelijkheid te willen dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden in het gebied. Twee respondenten (8.3%) geven aan hier geen verantwoordelijkheid voor te willen dragen. De overige respondenten antwoorden neutraal (25%) of geven een positief antwoord (66.7%).

Deze drie vragen maken duidelijk dat de natuurlijke waarden van het gebied zeer belangrijk zijn voor het economisch welzijn van het gebied. Daarnaast zijn de meeste respondenten ook bereid om het gebied als zodanig te profileren en willen zij verantwoordelijkheid dragen voor de bescherming ervan. Deze bevindingen kunnen worden gerelateerd aan de bezoekersmotieven van de toeristen. De toeristen zagen de natuurwaarden als belangrijke reden om de eilanden te bezoeken en de toeristen zijn de belangrijkste inkomstenbron voor de ondernemers. De instandhouding van de fysieke kenmerken van de eilanden is hierdoor voor de ondernemers van groot belang.

4.2.3 Samenvatting ondernemers Borkum

De ondernemers op Borkum zien de werelderfgoed status in zekere mate als een stimulans voor hun eigen onderneming en des te meer als stimulans voor de sector toerisme in zijn geheel. Zij hebben tot op heden de werelderfgoed status vrijwel niet aangewend om iets te veranderen in hun bedrijfsvoering.

De respondenten antwoorden verdeeld bij de vraag of zij de werelderfgoed status willen gebruiken als marketinginstrument voor hun onderneming. Daarnaast voorzien de meeste respondenten geen voordelen op korte termijn, maar pas op middellange- of lange termijn. Uit deze antwoorden kan opgemaakt worden dat ze de werelderfgoed status wel als iets positiefs zien, maar dat ze nog niet helemaal weten hoe ze het kunnen gebruiken in hun eigen bedrijf. Deze bevindingen stroken met de eerdergenoemde conclusie van de Waddenvereniging (2013). Zij zagen kansen om het werelderfgoed te gebruiken in de marketing en promotie van het gebied, maar concludeerden dat deze kansen nog grotendeels onbenut zijn gelaten.

Hoofdstuk 5: Conclusie

De status van UNESCO werelderfgoed alleen heeft geringe direct aanwijsbare gevolgen voor de toeristische sector op een bestemming (Rebanks Consulting Ltd, 2009; Prud'homme, 2014). Ook heeft de status geen directe gevolgen voor de natuurbescherming in een gebied: UNESCO heeft geen legitieme macht om een gebied te onderwerpen aan extra bindende regels (van der Aa, 2004; Waddenvereniging, 2013). In potentie biedt de werelderfgoed status wel nieuwe kansen voor een bestemming met betrekking tot de ontwikkeling van de toeristische sector (Waddenvereniging, 2013). In welke mate deze kansen benut (kunnen) worden hangt af van vele factoren, die per bestemming een verschillende uitwerking hebben (Hambrey Consulting, 2007). De status biedt voor het Waddengebied met name een kans om de bestemming op een duurzame manier te vermarkten (Common Wadden Sea Secretariat, 2014).

Het ontwikkelen van duurzame (streek)producten onder één gezamenlijk merk is een manier om het Waddengebied te vermarkten. Toeristen zijn bereid zijn om meer geld uit te geven voor duurzame producten op de Waddeneilanden. De gastronomie op een eiland geeft echter geen aanleiding om het eiland te bezoeken. De fysieke kenmerken van de Waddeneilanden geeft de toeristen reden om een bezoek te brengen aan deze eilanden. De rol van deze natuurwaarden als motief voor toeristen is belangrijk voor de ontwikkeling naar een duurzame vorm van toerisme (Van Kleunen et al., 2015).

De werelderfgoed status wordt positief beleefd door toeristen. Hambrey Consulting (2007) concludeerde dat de werelderfgoed status bij kan dragen aan een positief imago van de bestemming. De bevindingen in dit onderzoek onderschrijven dit: een ruime meerderheid van de respondenten vindt dat de status bijdraagt aan een positieve beeldvorming. De conclusie kan getrokken worden dat de toeristen op de Waddeneilanden in hoge mate bekend zijn met de status en dat zij veel waarde hechten aan deze status. Dit betwist de bevindingen van PricewaterhouseCoopers (2008): zij stellen dat toeristen weinig besef hebben van de werelderfgoed status.

De status genereert in zekere zin een 'unique selling point': bijna 30% van de respondenten ziet de status als reden om het Waddengebied vaker te bezoeken. In potentie kan de status leiden tot een verhoogd bezoekersaantal zo beschrijven Van der Aa et al. (2004). Zij menen dat dit niet per definitie wenselijk is voor het Waddengebied.

Dit onderzoek concludeert dat het wenselijker is om de werelderfgoed status te benutten bij het creëren van een 'sterker merk' voor het Waddengebied. De toegevoegde waarde die de werelderfgoed status kan genereren voor producten en diensten is een kwalitatieve vooruitgang. Dit draagt bij aan een verhoogde belevingswaarde voor de toerist (Common Wadden Sea Secretariat, 2014).

Om dit te bereiken dient er meer samengewerkt te worden tussen verschillende actoren in het gebied. De Waddenvereniging (2013) concludeerde dat de samenwerking nog tekort schiet. Hier liggen kansen voor het gebied. De ondernemers op Borkum zijn bereidwillig om samen te werken met overheden en andere sectoren. Zij zien in de werelderfgoed status kansen voor hun eigen onderneming en de toeristische sector in zijn geheel. Daarnaast wil een deel van de ondernemers de werelderfgoed status gebruiken als marketinginstrument. Zij hebben echter tot op heden de werelderfgoed status nauwelijks aangewend om iets te veranderen in hun bedrijfsvoering. De werelderfgoed status moet op dit vlak beter benut kunnen worden.

Hoofdstuk 6: Discussie

Op zowel Borkum als Ameland werd door toeristen over het algemeen positief gereageerd op de stellingen met betrekking tot het werelderfgoed. De mate waarin positieve antwoorden gegeven werden door de toeristen verschilde echter wel tussen beide eilanden. De toeristen op Borkum reageerden op elke stelling significant positiever dan de toeristen op Ameland. Dit onderzoek stelt dat de werelderfgoed status positief bevonden wordt in het Waddengebied, maar dat er aanvullend onderzoek nodig is om te achterhalen waarom toeristen op de ene locatie positiever tegen de werelderfgoed status aan kijken dan op de andere locatie.

Aanvullend onderzoek naar de herkomst van de respondenten is gewenst. Opvallende verschillen in het ruimtelijk patroon van de herkomst van Nederlandse en Duitse respondenten zijn opgemerkt in figuur 1. Het is opmerkelijk dat de Duitse respondenten slechts afkomstig zijn uit één deelstaat: Nordrhein-Westfalen.

Dit onderzoek kent een beperking doordat de verzamelde data over de ondernemers op Ameland ontoereikend is bevonden. Meer gegevens over de percepties van ondernemers met betrekking tot het werelderfgoed is wenselijk om de werelderfgoed status doeltreffend te kunnen benutten.

Literatuurlijst

- Van der Aa, B.J.M. (2004). *Preserving the heritage of humanity? Obtaining world heritage status and the impacts of listing.*
- Van der Aa, B.J.M., Groote, P.D. & Huigen, P.P.P. (2004). World Heritage as NIMBY? The Case of the Dutch part of the Wadden Sea. *Current Issues in Tourism*, 7(4-5), pp.291–302.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2014). *Demografische kerncijfers per gemeente 2014*. Den Haag/Heerlen.
- Clifford, N., French, S. & Valentine, G. (2010). *Key Methods in Geography* second edi., London: Sage.
- Common Wadden Sea Secretariat (2014). *Duurzaam Toerisme in de Bestemming Werelderfgoed Waddenzee*. Wilhelmshaven.
- Common Wadden Sea Secretariat (2010). *Sylt Declaration. Ministerial Council Declaration of the Eleventh Trilateral Governmental Conference on the Protection of the Wadden Sea*, Wilhelmshaven.
- Hambrey Consulting (2007). *Social, Economic and Environmental Benefits of World Heritage Sites, Biosphere Reserves, and Geoparks*. Available at: [http://www.snh.org.uk/pdfs/publications/commissioned_reports/Report No248.pdf](http://www.snh.org.uk/pdfs/publications/commissioned_reports/Report%20No248.pdf).
- Kabat, P. et al. (2009). *Kennis voor een duurzame toekomst van de Wadden: Integrale Kennisagenda van de Waddenacademie*.
- Van Kleunen, A. et al. (2015). *Thema dossier: Toerism*. WaLTER Wadden sea Long Term Ecosystem Research.
- Partoer (2013). *Sociaal economische analyse en best practices van Nederlandse, Duitse en Deense Waddeneilanden*. Leeuwarden.
- PricewaterhouseCoopers LLP (2008). *The Costs and Benefits of World Heritage Site Status in the UK*,
- Prosperi, C. (2013). *Meerjaren Marketing & Promotie Strategie*. VVV Ameland.
- Prud'homme, R. (2014). World heritage Listing and Economic development.
- Rebanks Consulting Ltd & Trends Business Research Ltd (2009). The Economic Gain: Research and Analysis of the Socio Economic Impact Potential of UNESCO World Heritage Site Status. p.106. Available at: <http://icomos.fa.utl.pt/documentos/2009/WHSTheEconomicGainFinalReport.pdf>.
- Sijtsma, F.J. & Werner, G.J. (2008). *Recreatie en toerisme in het Waddengebied*. Raad voor de Wadden.
- UNESCO World Heritage Centre (2013). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*.
- VROM (2007). Ontwikkeling van de wadden voor natuur en mens. Deel 4 van de planologische kernbeslissing Derde Nota Waddenzee, tekst na parlementaire instemming. , pp.1–50.

Waddenvereniging (2013). Werelderfgoed Waddenzee biedt kansen. Een rapport op basis van gesprekken met ondernemers in het Waddengebied.

Wang, Z. et al. (2015). Is it better for a tourist destination to be a World Heritage Site? Visitors' perspectives on the inscription of Kanas on the World Heritage List in China. *Journal for Nature Conservation*, 23, pp.19–26. Available at:
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1617138114001137>.

Websites:

Centraal Bureau voor de Statistiek (2015).
Available at: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm?ConceptID=3205>.

LISA (2014). Werkgelegenheid recreatie en toerisme Ameland.
Available at: <http://www.lisa.nl/data/gratis-data-recreatie-toerisme/overzicht-lisa-data-r-t-sector-per-gemeente>.

Rijksoverheid (2009). Waddenzee op Unesco-werelderfgoedlijst geplaatst.
Available at: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/persberichten/2009/06/26/waddenzee-op-unesco-werelderfgoedlijst-geplaatst.html>.

UNESCO World Heritage Centre (2014). Wadden Sea.
Available at: <http://whc.unesco.org/en/list/1314/>.



Enquête Werelderfgoed Waddenzee

1. Wat is/zijn de reden(en) voor uw bezoek aan Ameland?

- natuur
- rust
- kust, strand en duinen
- gastvrijheid
- gastronomie
- overig, namelijk:.....

2. Wat is de duur van uw verblijf?

- één dag, zonder overnachting
- één overnachting
- twee of drie overnachtingen
- vier overnachtingen of meer

3. Bent u bekend met de aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed?

- ja
- nee

Omcirkel bij de volgende vragen steeds het antwoord wat voor u het meest van toepassing is, waarbij:

1 = helemaal mee oneens

2 = oneens

3 = neutraal

4 = eens

5 = helemaal mee eens

n.v.t. = niet van toepassing

4. Ik hecht veel waarde aan de aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed.

1 2 3 4 5 n.v.t.

5. De UNESCO werelderfgoed status van de Waddenzee draagt bij aan een positieve beeldvorming van het Waddengebied.

1 2 3 4 5 n.v.t.

6. Ik ben bereid om meer geld uit te geven aan duurzame producten tijdens een vakantie op één van de Waddeneilanden.

1 2 3 4 5

7. De aanwijzing van de Waddenzee als UNESCO werelderfgoed geeft mij reden om het Waddengebied vaker te bezoeken.

1 2 3 4 5 n.v.t.

8. Ik ben bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden in het Waddengebied.

1 2 3 4 5

9. Het huidige toerisme op Ameland vormt een bedreiging voor het behoud van de natuurlijke waarden in het Waddengebied.

1 2 3 4 5

Persoonlijke gegevens

Uw gegevens blijven anoniem en zullen vertrouwelijk behandeld worden.

1. Geslacht

Man Vrouw

2. Leeftijd

..... Jaar

3. Huishoudelijk inkomen, per jaar

Minder dan €20.000 €20.000-€40.000 €40.000-€60.000 €60.000-80.000 €80.000 of meer

4. Postcode

.....

Opmerkingen

--

Hartelijk dank voor uw medewerking!



Enquête werelderfgoed Waddenzee

1. Hoe lang is uw onderneming gevestigd op Ameland?

- minder dan één jaar
- tussen één en vijf jaar
- tussen vijf en tien jaar
- tien jaar of langer

2. Binnen welk van de volgende sectoren valt uw onderneming?

- logiesverstrekking
- cultuur, recreatie en amusement
- horeca
- sport
- vervoer
- overig

Wat is uw standpunt met betrekking tot de volgende twee stellingen?

3. 'De plaatsing van de Waddenzee op de werelderfgoedlijst is een stimulans voor uw onderneming.'

- zeer mee oneens
- oneens
- neutraal
- mee eens
- zeer mee eens

4. 'De plaatsing van de Waddenzee op de werelderfgoedlijst is in zijn geheel een stimulans voor de toeristische sector op Borkum.'

- zeer mee oneens
- oneens
- neutraal
- mee eens
- zeer mee eens

Omcirkel bij de volgende vragen steeds het antwoord wat voor u het meest van toepassing is, waarbij:

1 = helemaal niet

2 = niet

3 = neutraal

4 = wel

5 = helemaal wel

5. In hoeverre is uw onderneming gebonden aan nieuwe regels met betrekking tot de bescherming van het werelderfgoed?

1 2 3 4 5

6. In hoeverre is uw onderneming bereid om verantwoordelijkheid te dragen voor de bescherming van de natuurlijke waarden van het Waddengebied?

1 2 3 4 5

7. In hoeverre ziet u het behoud van de natuurlijke waarden van het gebied als basis voor het economisch welzijn van het gebied?

1 2 3 4 5

8. In hoeverre bent u bereid om samen te werken met andere sectoren en overheden om de Waddenzee te positioneren als een gebied met universele en uitzonderlijke waarden?

1 2 3 4 5

9. Heeft uw onderneming het gegeven 'werelderfgoed Waddenzee' aangewend om iets in uw bedrijfsvoering te veranderen?

1 2 3 4 5

Kunt u aangeven wat?

.....

10. In hoeverre bent u bereid om de aanwijzing van het Waddengebied als werelderfgoed te gebruiken als marketinginstrument voor uw onderneming?

1 2 3 4 5

11. Op welke termijn voorziet u commerciële voordelen van de werelderfgoed status voor de toeristische sector?

- op korte termijn (<1 jaar)
- op middellange termijn (tussen 1 en 5 jaar)
- op lange termijn (na minstens 5 jaar)
- helemaal niet

Persoonlijke gegevens

Uw gegevens blijven anoniem en zullen vertrouwelijk behandeld worden.

1. Geslacht

Man Vrouw

2. Leeftijd

..... Jaar

Opmerkingen

--

-----Hartelijk dank voor uw medewerking!-----



Umfrage zum Weltnaturerbe Wattenmeer

1. Was sind die Gründe für Ihren Besuch des Wattenmeer?

- Natur
- Ruhe
- Küste, Strand und Dünen
- Gastfreundschaft
- Gastronomie
- Andere, nämlich:.....

2. Wie lange haben Sie vor zu bleiben?

- Einen Tag, ohne Übernachtung
- Eine Übernachtung
- Zwei oder Drei Übernachtungen
- Vier oder Fünf Übernachtungen
- Fünf Übernachtungen und mehr

3. Wussten Sie, dass das Wattenmeer (seit 2009) UNESCO Weltnaturerbe ist?

- Ja
- Nein

Kreisen Sie bitte bei den folgenden Fragen jeweils die Antwort ein, die am ehesten auf Sie zutrifft:

1 = trifft gar nicht zu

2 = trifft eher nicht zu

3 = neutral

4 = trifft eher zu

5 = trifft voll und ganz zu

k.A. = Keine Angabe

4. Mir ist der Status des Wattenmeeres als UNESCO Weltnaturerbe wichtig.

1 2 3 4 5 k.A.

6. Ich bin der Meinung, dass der Status als UNESCO Weltnaturerbe einen positiven Effekt auf Wahrnehmung des Wattenmeeres in der Öffentlichkeit.

1 2 3 4 5 k.A.

7. Während meines Urlaubs auf einer der Nordseeinseln im Wattenmeer bin ich bereit, um extra Geld auszugeben für nachhaltige und regionale Produkte.

1 2 3 4 5

8. Der Status des Wattenmeeres als UNESCO Weltnaturerbe ist für mich ein extra Grund, um dieses Gebiet öfter zu besuchen.

1 2 3 4 5 k.A.

9. Um die Schönheit und die Natur im Gebiet de Wattenmeers zu schützen, bin ich bereit, um selbst Verantwortung zu übernehmen.

1 2 3 4 5

Persönliche Daten

Ihre Daten bleiben anonym und werden selbstverständlich vertraulich behandelt!

1. Geschlecht

Mann Frau

2. Alter

.....

3. Jahreseinkommen in Ihrem Haushalt

Weniger als €20.000 €20.000-€40.000 €40.000-€60.000 €60.000-80.000 €80.000 oder
mehr

4. Postleitzahl

.....

Sonstige Anmerkungen oder Kommentar

Vielen Dank für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung!



Umfrage zum Weltnaturerbe Wattenmeer

1. Wie lange gibt es Ihr Unternehmen bereits auf Borkum?

- < 1 Jahr
- 1 – 5 Jahre
- 5 – 10 Jahre
- > 10 Jahre

2. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

- Hotelbranche
- Kultur, Erholung und Vergnügen
- Essen und Trinken
- Sport
- Beförderungsgewerbe
- andere

Inwiefern stimmen sie mit den folgenden zwei Behauptungen überein?

3. „Die Ernennung des Wattenmeeres zu einem UNESCO Weltnaturerbe hatte einen positiven Effekt auf Ihr Unternehmen.“

- Ich stimme überhaupt nicht zu
- Ich stimme eher nicht zu
- neutral
- Ich stimme eher zu
- Ich stimme voll und ganz zu

4. „Die Ernennung des Wattenmeeres zu einem UNESCO Weltnaturerbe hatte einen positiven Effekt auf die Tourismusbranche auf Borkum.“

- Ich stimme überhaupt nicht zu
- Ich stimme eher nicht zu
- neutral
- Ich stimme eher zu
- Ich stimme voll und ganz zu

Kreisen Sie bitte bei den folgenden Fragen jeweils die Antwort ein, die am ehesten auf Sie zutrifft:

1 = gar nicht

2 = eher nicht

3 = neutral

4 = ein wenig

5 = sehr

5. In welchem Umfang ist Ihr Unternehmen an neue Regeln und Gesetze zum Schutze des Weltnaturerbes gebunden?

1 2 3 4 5

6. Inwieweit ist ihr Unternehmen bereit um Verantwortung zu übernehmen um die Natur des Wattenmeeres zu schützen?

1 2 3 4 5

7. Inwiefern sehen Sie den Erhalt der natürlichen Werte des Wattenmeeres als Grundlage der ökonomischen Gesundheit des gesamten Gebiets?

1 2 3 4 5

8. Inwieweit sind Sie bereit, um zusammen mit anderen Unternehmen und/oder (politischen) Institutionen das Wattenmeer als ein Gebiet mit außergewöhnlichen und einzigartigen Werten zu positionieren?

1 2 3 4 5

9. Hat Ihr Unternehmen den Status des Weltnaturerbes verwendet, um etwas in der Unternehmensführung zu verändern?

1 2 3 4 5

So ja, mögen Sie darüber berichten?

.....
.....

10. Inwiefern sind Sie/ist Ihr Unternehmen bereit, den Status des Weltnaturerbes des Wattenmeeres als Marketinginstrument für Ihr Unternehmens zu verwenden?

1 2 3 4 5

11. In welchem Zeitraum, nach der Ernennung des Wattenmeeres zum Weltnaturerbe, werden Ihrer Meinung nach ökonomische Veränderungen für die Tourismusbranche wahrnehmbar?

- Kurzer Zeitraum (<1 Jahr)
- Mittlerer Zeitraum (zwischen 1 – 5 Jahren)
- Langer Zeitraum (minestens 5 Jahre)
- Gar nicht

Persönliche Daten

Ihre Daten bleiben anonym und werden selbstverständlich vertraulich behandelt!

1. Geschlecht

2. Alter

3. Postleitzahl

Mann

Frau

.....

.....

Sonstige Anmerkungen oder Kommentar

Vielen Dank für Ihre Zeit und Ihre Unterstützung!

Bijlage VI: Chi-kwadraat toets

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Locatie_enquête * Kennis van de aanwijzing van de Waddenzee als werelderfgoed	131	99,2%	1	0,8%	132	100,0%

Locatie_enquête * Kennis van de aanwijzing van de Waddenzee als werelderfgoed Crosstabulation

Count

		Kennis van de aanwijzing van de Waddenzee als werelderfgoed		Total
		ja	nee	
Locatie_enquête	Borkum	46	13	59
	Ameland	50	22	72
Total		96	35	131

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,203 ^a	1	,273		
Continuity Correction ^b	,807	1	,369		
Likelihood Ratio	1,215	1	,270		
Fisher's Exact Test				,324	,185
Linear-by-Linear Association	1,194	1	,275		
N of Valid Cases	131				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,76.

b. Computed only for a 2x2 table