

## *Bachelorproject*

# De UNESCO-status als reismotief voor Amelandbezoekers?

Een onderzoek over de invloed van de UNESCO-status op de motieven van toeristen om Ameland te bezoeken.



Sandra van der Kooi  
S3202488  
13-06-2019

Sociale Geografie & Planologie  
Rijksuniversiteit Groningen  
Bernadette Boumans

---

## Samenvatting

---

Het Waddengebied is uitgeroepen tot werelderfgoed om zijn unieke natuurlijke waarden. Er is aandacht voor de promotie van Ameland met de UNESCO-status. Dit zorgt voor een groei in het aantal bezoekers dat zich bewust is van de status. De waardering voor de natuurlijke waarden neemt hierdoor toe. De natuur is een motief voor veel Amelandbezoekers. De UNESCO-status speelt echter nauwelijks een rol als motief. Wel zorgt de status voor meer bewustzijn voor de bescherming van de natuur in het Waddengebied. Dit onderzoek kijkt of Amelandbezoekers bekend zijn met de UNESCO-status in het Waddengebied, wat hun motieven zijn om Ameland te bezoeken en of hun motieven verschillen wanneer zij op de hoogte zijn van de UNESCO-status. Dit is gedaan door kwantitatief onderzoek met behulp van enquêtes.

---

## Inhoudsopgave

---

<b>1. Introductie</b>	<b>4</b>
1.1 Achtergrond	4
1.2 Onderzoeksprobleem	5
<b>2. Theoretisch kader</b>	<b>6</b>
2.1 Werelderfgoed	6
2.2 Natuur, erfgoed en natuurbeleving	6
2.3 Beïnvloeding motieven door UNESCO-status	7
2.4 Bewustzijn van UNESCO-status	8
2.5 Massatoerisme op Ameland	8
2.6 Duurzaam toerisme	9
2.7 Tourist gaze	10
2.8 Promotie met de UNESCO-status	10
2.9 Conceptueel model	12
<b>3. Methodologie</b>	<b>13</b>
3.1 Datacollectie en analyse	13
<b>4. Resultaten</b>	<b>15</b>
4.1 De sample	15
4.2 Motieven	16
4.3 Bewustzijn van het werelderfgoed	17
4.4 Rol UNESCO-status in de motieven	18
<b>5. Conclusies</b>	<b>21</b>
5.1 Reflectie en aanbevelingen	21
Literatuurlijst	22
<b>Bijlagen</b>	<b>26</b>
Bijlage 1: Enquête	26
Bijlage 2: Umfrage	29
Bijlage 3: Survey	32
Bijlage 4: UNESCO-selectiecriteria	35

---

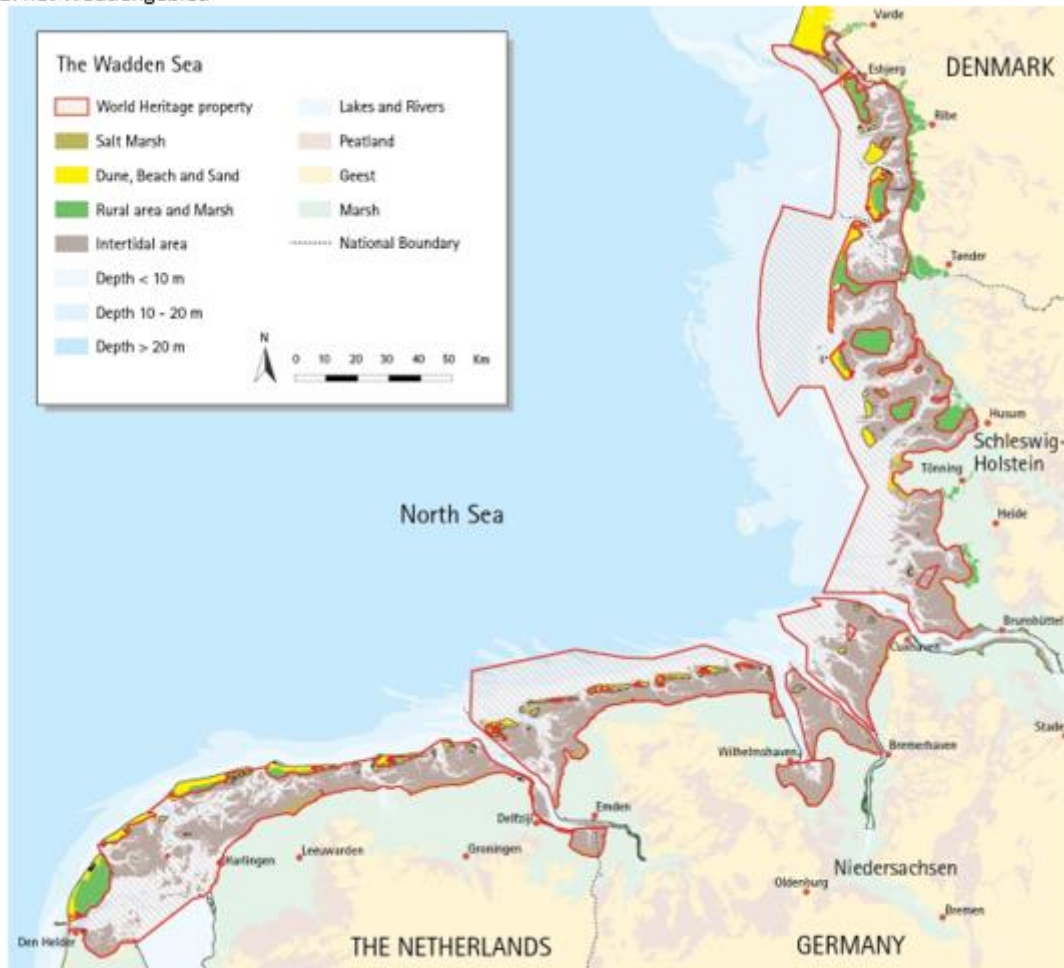
# 1. Introductie

---

## 1.1 Achtergrond

Het Waddengebied strekt zich uit, zoals te zien is in figuur 1, over Nederland, Duitsland en Denemarken (UNESCO, 2016). Het gebied biedt veel voor toeristen en is een populaire toeristische bestemming (Sijtsma, et al., 2012). Meer dan 10 miljoen mensen overnachten er jaarlijks en daarnaast zijn er zo'n 35 miljoen dagjesmensen (Westrik, 2012). De meeste toeristen komen uit Nederland, Duitsland en België (Sijtsma, et al., 2012). Zij hebben verschillende motieven om het gebied te bezoeken. In 2009 werd de Waddenzee uitgeroepen tot werelderfgoed. Het is 's werelds grootste aaneengesloten systeem van modder- en zandvlakten die tijdens laagtij droogliggen. Natuurlijke processen blijven functioneren terwijl de ecosystemen droogvallen. Daarnaast is er een hoge soortenrijkdom. Het gebied bevat getijdengeulen, zandbanken, wadden en duinen (Unesco Nederlandse Commissie, 2018). De Nederlandse Waddeneilanden vallen grotendeels buiten het UNESCO-gebied. Alleen de kwelders en duinen zijn onderdelen hiervan (VVV Ameland, 2019). Toch worden toeristen voornamelijk door de eilanden aangetrokken om het Waddengebied te bezoeken (Westrik, 2012)

Figuur 1: het Waddengebied



Bron: Common Wadden Sea Secretariat (2016).

Er is weinig bekend over welk belang werelderfgoed speelt voor toeristen (Kaufman & Weaver, 2007). Dit maakt het interessant om te kijken in hoeverre toeristen zich bewust zijn van de UNESCO-status wanneer zij het Waddengebied bezoeken. Daarnaast wordt onderzocht of deze status meespeelt in hun motieven. Volgens Huybers (2003) is het belangrijk om de voorkeuren en motieven van toeristen

te kennen. Agentschappen, de toerismebranche en planners kunnen deze meenemen in de ontwikkeling van Ameland ten behoeve van toerisme. Ook kan de branding van het gebied op de voorkeuren aangepast worden om zo meer toeristen te trekken (Ibid.). Als toeristen bewust zijn van de status, wordt er aandacht besteed aan waarom het belangrijk is om het gebied te behouden. Bij een gebrek aan kennis van de UNESCO-status wordt een grotere waardering voor het gebied belemmert. Bezoekers kennen dan de universele natuurlijke waarden niet (Halpenny & King, 2014). In dat geval liggen er kansen voor Ameland om zichzelf met de status te promoten. Zo kan deze deel worden van de zogenoemde 'tourist gaze'; het beeld dat toeristen bij een plek hebben. Dit beeld beïnvloedt hoe zij de plek ervaren (Prideaux, 2010).

Het onderzoek neemt Ameland als case. Ameland staat bekend als de vakantieplek in het Waddengebied. Toeristen ervaren hier de rust en natuur van het Waddengebied (Leeuwarder Courant, 2018). De UNESCO-status kan het aantal bezoekers aanzienlijk verhogen. Maar hiervoor is het nodig dat de toeristen de status kennen. De vrees voor een vergrote druk op de bevolking en omgeving door toeristen groeit (Bramwell & Lane, 2014; Stoddard, et al., 2008). Het is de vraag of grootschalig toerisme gecombineerd kan worden met het behoud van de natuur (Macnaught, 1982).

## 1.2 Onderzoeksprobleem

Het onderzoeksdoel is tweeledig. Als eerste heeft het onderzoek als doel te achterhalen of Amelandbezoekers zich bewust zijn dat het Waddengebied de UNESCO-status heeft. De bezoekers van Ameland zijn de onderzoeksgroep. Daarnaast wordt er gekeken of de UNESCO-status meespeelt in de motieven van Amelandbezoekers. De informatie over het bewustzijn van de status wordt gecombineerd met de motieven. Zo wordt er gekeken of de status meespeelt in de motieven. Het kan zijn dat mensen de natuur als motief hebben, zonder dat zij weten dat het gebied hiervoor de UNESCO-status heeft gekregen. Voor het onderzoek is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd;

*“In hoeverre beïnvloedt de UNESCO-status van de Waddenzee de motieven van toeristen om Ameland te bezoeken?”*

De deelvragen die helpen om de hoofdonderzoeksvraag te beantwoorden zijn;

- *Wat houdt de UNESCO-status in?*
- *Wat zijn de motieven van toeristen om Ameland te bezoeken?*
- *In hoeverre zijn Amelandbezoekers zich ervan bewust dat het Waddengebied werelderfgoed is?*

De eerste deelvraag wordt beantwoord door middel van literatuuronderzoek. De andere twee deelvragen worden beantwoord door kwantitatief onderzoek met behulp van enquêtes.

---

## 2. Theoretisch kader

---

### 2.1 Werelderfgoed

Wat houdt het in dat de Waddenregio is uitgeroepen tot werelderfgoed? De Organisatie der Verenigde Naties voor Onderwijs, Wetenschap en Cultuur, afgekort UNESCO, heeft criteria opgesteld waaraan plekken moeten voldoen om werelderfgoed te worden (Cotte, 2015). Nomineren wordt gedaan door landen en internationale organisaties en comités. Het Intergouvernementele Comité voor de bescherming van Wereld Cultureel en Natuurlijk Erfgoed maakt de uiteindelijke keuze. Het selecteert plekken met culturele of natuurlijke eigenschappen die van universele waarde zijn (Drost, 1996). Dit is de belangrijkste voorwaarde voor een UNESCO-erkenning. Daarnaast moet een plek tenminste aan een van de 10 selectiecriteria voldoen (zie bijlage 4) (UNESCO, 2016). Deze criteria onderscheiden cultureel en natuurlijk erfgoed. De adviserende instituties ICOMOS voor cultureel erfgoed en IUCN voor natuurlijk erfgoed evalueren of een plek voldoet aan de criteria (Cotte, 2015). De Waddenzee is werelderfgoed geworden omdat het als uniek natuurgebied wordt gezien. Het voldoet aan drie van de vier natuurlijke erfgoedcriteria (Cotte, 2015):

- *“Een belangrijke fase in de wereldgeschiedenis van aanzienlijke, voortdurende geologische processen bij de ontwikkeling van landvormen*
- *Voortdurende ecologische en biologische processen*
- *Een plaats van in-situ behoud van biologische diversiteit (Ibid., p.122).”*

Het gebied is ‘s werelds grootste ononderbroken systeem van zand- en slikplaten. Het beslaat 10.000 vierkante kilometer in Nederland, Duitsland en Denemarken (IUCN, 2009). 66% van de Waddenregio is werelderfgoed geworden (Bazelmans, et al., 2012). Het omvat grotendeels de Waddenzee en biedt een scala aan planten- en diersoorten (Alberts, 2015). *“Het in- en uitspoelende zeewater, zand en slib vormen continu nieuwe geulen en platen. Door de onderscheiding tot werelderfgoed, wordt er een impuls gegeven aan het beschermen en behouden van het gebied voor deze generatie en die in de toekomst”* (IUCN, 2009). Nederland, Duitsland en Denemarken werken samen voor de bescherming van het landschap en de ecosystemen (Alberts, 2015).

Hiermee is de eerste onderzoeksvraag beantwoord; ‘wat houdt werelderfgoed in?’. In het onderzoek wordt er gekeken of Amelandbezoekers de UNESCO-status kennen en of deze meespeelt in hun motieven.

### 2.2 Natuur, erfgoed en natuurbeleving

Het Waddengebied is werelderfgoed geworden vanwege zijn unieke natuurlijke waarden. Wat zijn natuurlijke waarden? En hoe staan deze in relatie tot het onderscheid in cultureel en natuurlijk erfgoed?

Rond 1900 groeide de aandacht voor natuurbehoud. Om de natuur te beschermen werd hier erfgoed van gemaakt. Tegenwoordig wordt natuur niet meer als ‘wildernis’ gezien, maar als landschap. Natuur op zichzelf is wildernis maar het wordt beïnvloed door de mens. Hierdoor ontstaat er een cultureel landschap (Sundin, 2005). In ‘ruwe’ natuur zijn geen menselijke invloeden aanwezig. Als deze aanwezig zijn, is de natuur kunstmatig gemaakt door onderlinge afspraken (Williams, 1983; part 4, H:1). Er is geen eenzijdige definitie van een cultureel landschap. Het onderzoek houdt de definitie van Elder, et al. (1998; part 4, H:6) aan; *cultuur is alles wat door de mens bedacht, gemaakt of beïnvloed wordt*. Natuur wordt gezien als hulpbron voor het vervullen van menselijke behoeften. Hierdoor verandert men de natuur (Liu, 2016). De mens kiest collectief wat we natuur noemen (Castree, 2005). Hierdoor is er geen duidelijke definitie van natuur, maar is het een cultureel concept. Volgens Williams (1983; part 4, H:1) zijn natuur en cultuur nauw verbonden. Ze kunnen niet los van elkaar gezien worden.



De vage scheiding maakt het lastig om te onderscheiden of een gebied cultureel of natuurlijk werelderfgoed is. Bovendien is het een menselijke keuze om natuur tot werelderfgoed uit te roepen. De vraag is waar natuur begint en waar cultuur eindigt, en andersom (Williams, 1983; part 4, H:1). Dit is ook het geval voor het Waddengebied. Vaak krijgen gebieden de UNESCO-status voor zowel culturele als natuurlijke redenen (Krauss, 2005). Het Waddengebied voldoet aan drie natuurlijke UNESCO-criteria. Het wordt gezien als uitzonderlijk natuurgebied. De oorspronkelijke, ongerepte natuur van het gebied heeft prioriteit gekregen ten opzichte van het culturele landschap dat is gevormd door de mens (Ibid.).

Het Waddengebied omvat verschillende natuurgebieden, zoals de wadden, kwelders of duinen. Hierdoor zijn er veel mogelijkheden voor natuurbeleving. De natuur is toegankelijk en er is aandacht voor natuurexcursies en natuurarrangementen, bijvoorbeeld robbentochten of wadlopen (Engelsman, 2011). In figuur 2 staan de soorten bezoekers aan het Nederlandse Waddengebied. Meer dan 80% van deze bezoekers valt onder de eerste drie categorieën. Zij komen voor natuur- en landschapsbeleving (Ibid.).

Figuur 2: De soorten bezoekers aan het Nederlandse Waddengebied.

- badgasten, die het strand bezoeken, maar ook de natuur in trekken.
- mensen die willen wandelen en fietsen met de natuur als decor
- echte natuurliefhebbers die komen voor het observeren van soorten en de dynamiek van het gebied
- watersporters, die de Waddenhavens willen bezoeken
- wadvaarders, die tussen de platen doorvaren en af en toe willen droogvallen
- wadlopers
- badgasten, die vrijwel uitsluitend komen voor strandvermaak en uitgaan
- recreanten en toeristen, die uit zijn op allerlei vermaak
- bezoekers van evenementen

Bron: Engelsman (2011).

Vaak wordt een natuurbezoek gecombineerd met recreatieve activiteiten. De volgende sectie gaat over de motieven om Ameland te bezoeken.

### 2.3 Beïnvloeding motieven door UNESCO-status

Het Waddengebied is een welbezochte toeristische bestemming (Alberts, 2015). Er wordt verondersteld dat toeristen worden beïnvloed in hun keuze voor een vakantiebestemming door de UNESCO-status (Sijtsma, et al., 2012). Het bezoeken van het Waddengebied biedt kansen om de unieke natuur te ervaren (Westrik, 2012). Echter waarderen toeristen vooral de Waddeneilanden in plaats van de Waddenzee, terwijl het UNESCO-gebied in Nederland voornamelijk uit zeegebied bestaat en slechts voor kleine delen uit de Waddeneilanden (Sijtsma, et al., 2012). Hierdoor bezoeken toeristen grensgebieden van het UNESCO-gebied (Westrik, 2012).

Veel toeristen komen voor recreatieve activiteiten naar het Waddengebied (Westrik, 2012). Dit zijn niet per se activiteiten die gedaan worden als gevolg van de UNESCO-status. Recreatie wordt gezien als activiteiten voor ontspanning, vermaak en plezier. Het trekt toeristen aan en is meestal niet aan één plek gebonden (Amalu, et al., 2018). Toch zijn veel toeristische activiteiten in het Waddengebied gerelateerd aan de UNESCO-status. Naast recreatieve motieven zoals terrasjes, noemen Amelandbezoekers ook wadlopen en de flora en fauna als motieven (Alberts, 2015). Dit zijn voorbeelden van motieven die gerelateerd zijn aan de UNESCO-criteria over biodiversiteit en een dynamische kuststreek.

Revier & Postma (2012) onderzochten de motieven van toeristen om het Waddengebied te bezoeken. Fietsen, wandelen, strandbezoek, het duinlandschap en de authentieke atmosfeer van het gebied kwamen naar voren als belangrijke motieven. Het onderzoek kijkt of dit soort motieven van Amelandbezoekers worden beïnvloed door de UNESCO-status van het Waddengebied.

## 2.4 Bewustzijn van UNESCO-status

Onderscheiding tot werelderfgoed is de hoogste status die een gebied kan ontvangen. Het veronderstelt dat het gebied hoort tot de beste culturele of natuurlijke plekken ter wereld. De UNESCO-status wordt gebruikt om toeristen te trekken (Halpenny & King, 2014). Het biedt de mogelijkheid om het aantal bezoekers, ook vanuit buiten Nederland, Duitsland en België, aanzienlijk te verhogen (Sijtsma, et al., 2012).

De vraag is of toeristen zich bewust zijn van het feit dat zij een UNESCO-gebied bezoeken. Halpenny & King (2014) onderzochten dit voor Queensland en Hawaii Volcanoes National Park. In Queensland wist 56% van de ondervraagden dat zij werelderfgoed bezochten. In Hawaii was dit 13%. Het verschil wordt verklaard door de mate waarin een gebied de UNESCO-status gebruikt als promotiemateriaal om toeristen te trekken (Ibid.). Toeristen die een UNESCO-gebied bezoeken, weten vaak niet dat dit gebied de UNESCO-status heeft (Poria, et al., 2012). De status is van weinig belang in hun keuze om een gebied te bezoeken. Er is geen effect tussen de UNESCO-status en de wens om een gebied te bezoeken. Ervaringen en gevoelens van toeristen bij een plek zijn belangrijker dan de UNESCO-status (Ibid.). Hoe dit zit voor het Waddengebied, is niet bekend. Zijn mensen zich bewust van de unieke natuur? En weten zij dat deze natuur werelderfgoed is? En als zij dit weten, speelt dit dan een rol in hun keuze om het gebied te bezoeken? Deze vragen worden in het onderzoek onderzocht.

## 2.5 Massatoerisme op Ameland

Het Waddengebied is een populaire toeristische bestemming (Alberts, 2015). Is er op Ameland sprake van massatoerisme? En wat zijn de gevolgen voor de natuur?

*“Massatoerisme is een fenomeen van grootschalig aanbod van gestandaardiseerde vrijetijdendiensten tegen vaste prijzen voor verkoop aan een massaklantenkring”* (Poon, 1993, p.22). Er wordt vanuit gegaan dat alle toeristen hetzelfde willen, namelijk het consumeren van vakantie. De lokale cultuur of natuur speelt geen rol. Massatoerisme kan zorgen voor sociale, culturele, economische en ecologische rampen (Ibid.). Onderzoek naar massatoerisme op de Pacifische eilanden wees echter uit dat de toerismebranche gebruikmaakt van historische, culturele en landschappelijke diversiteit in de wereld (Macnaught, 1982).

Zomers zijn er meer toeristen dan eilanders op Ameland. Toerisme vormt een belangrijke inkomstenbron. Sinds 1945 worden toeristische voorzieningen op Ameland continu uitgebreid (De kanon fan de Fryske skiednis, 2013). Het Waddengebied is uitgeroepen tot werelderfgoed vanwege zijn unieke natuur (Cotte, 2015). De definitie van massatoerisme past bij het Waddengebied omdat de natuur wordt aangeboden aan de toeristenmassa (Ibid.). De definitie klopt niet wat betreft het gestandaardiseerde vakantieaanbod. Het Waddengebied maakt gebruik van de eigen diversiteit. Zoals Mallorca een massabestemming is door zon en strand, zo is het Waddengebied bekend om zijn unieke natuur. Natuur is nauw verbonden met massatoerisme. Toeristen willen het ervaren en bezoeken (Font, 2000). De vraag is of grootschalig toerisme gecombineerd kan worden met het behoud van deze natuur (Macnaught, 1982).

Er is verdeeldheid over de invloed van toerisme op natuur. Bioloog Dekkers (Ameland Actueel, 2013) denkt dat massatoerisme de natuur negatief beïnvloedt. De zee is werelderfgoed en wordt daardoor beschermd, maar de eilanden niet. Amelanders hebben toerisme-inkomsten nodig, maar zien in de winter de aangerichte schade (Ibid.). Volgens Krozer (2011) vormt massatoerisme op Ameland geen risico voor natuurlijke achteruitgang. Ameland presenteert zichzelf als een eiland met hoge natuurwaarden. Er zijn regels opgesteld voor de bescherming van deze natuur. Daarnaast biedt Ameland een verscheidenheid aan diensten waardoor toerisme met natuurbehoud te combineren is (Ibid.). Prosperi, directeur van VVV Ameland, denkt dat Ameland afhankelijk is van toerisme maar dat er geen sprake is van massatoerisme; *“Je kunt op de eilanden ook in de zomer een rustig plekje*



*vinden. ... Vergelijk dat eens met Hollandse stranden*” (Ameland Actueel, 2013). Hij erkent de grenzen aan toerisme maar denkt dat deze nog niet bereikt zijn (Ibid.). Er is dus verdeeldheid over of de grenzen van toerisme zijn bereikt en wat de gevolgen hiervan zijn op de natuur. Of Ameland het toerisme met natuurbehoud kan combineren, is een discussiepunt.

Ondanks de verdeeldheid is er continu aandacht voor de negatieve effecten van toerisme op de natuur (Raad van de Wadden, 2018). Toeristen worden beïnvloed in hun keuze voor een vakantiebestemming door de UNESCO-status (Sijtsma, et al., 2012). Er worden meer bezoekers verwacht. Daarom wordt er nagedacht over hoe een vergrote druk op de natuur beperkt kan blijven. Dit onderwerp krijgt aandacht in de volgende sectie.

## **2.6 Duurzaam toerisme**

Naast dat het Waddengebied een belangrijk natuurgebied is, is het een welbezochte bestemming voor toeristen. Het gebied wordt beschermd tegen een overvloed aan toeristen door de duurzame toerismestrategie van Nederland, Duitsland en Denemarken (Alberts, 2015).

Duurzaam toerisme wordt in het onderzoek gedefinieerd als; *het zoeken naar een mate van toeristische activiteit die ook op langere termijn blijft bijdragen aan de economie, natuur, cultuur en maatschappij zonder dat er een vergrote druk op het gebied of de bevolking komt te liggen* (Bramwell & Lane, 2014; Stoddard, et al., 2008). Het concept duurzaam toerisme leidt tot een groeiend bewustzijn van de potentiële schade in het Waddengebied die wordt aangericht door toeristen. Er wordt gezocht naar een balans tussen de bescherming van het gebied, de economische welvaart en het sociale welzijn (Ibid.). Toeristen worden hiervan bewust gemaakt zodat zij hun impact op het gebied en de bevolking proberen te minimaliseren (Bramwell & Lane, 2014).

Beschermde gebieden zijn altijd populaire bestemmingen geweest voor toeristen die natuur willen ervaren (Tonga, 2015). Het Waddengebied is zo'n gebied. Daarom heeft UNESCO een duurzaam toerismestrategie opgelegd. Zo draagt de UNESCO-status bij aan het behoud van de unieke identiteit van het gebied (Waddensea Worldheritage, 2019). Overeenkomend met de definitie, richt deze strategie zich op zowel natuurbehoud als de maatschappij en economie (Ibid.). Om een vergrote druk op het gebied en de bevolking te voorkomen, wordt er samengewerkt met lokale stakeholders. Dit zorgt voor duurzame producten en activiteiten die bijdragen aan het behoud van de natuur. Daarnaast wordt er met grensoverschrijdende stakeholders samengewerkt om toeristen bewust te maken van het natuurbehoud (Waddensea Worldheritage, 2016).

Het beperken van een vergrote druk op de natuur krijgt steeds meer aandacht in de streekplannen en het gemeentelijk recreatiebeleid van de eilanden. Er wordt ingespeeld op duurzaam toerisme. Dit bestaat onder andere uit schonere motoren voor de veerboten, duurzame accommodaties en elektrische taxi's (Raad van de Wadden, 2018). Volgens Krozer (2011) kunnen duurzame innovaties op Ameland bijdragen aan het natuurbehoud. Ze maken het mogelijk om toerisme te combineren met de natuurbescherming in het Waddengebied. *“Duurzame innovaties maken het mogelijk om inkomen te genereren maar verminderen het risico voor het milieu en de natuur”* (Maria, 2010, p.20). Bezoekers worden bewust gemaakt van de mogelijke schade die zij aanrichten. Zij passen daardoor hun handelen aan zodat het natuurgebied niet achteruitgaat (Tonge et al., 2015). Ondanks dat de status meer toeristen kan aantrekken, biedt het ook kansen om bewustzijn te creëren voor natuurbescherming (Revier & Postma, 2012).

Dit onderzoek kijkt naar de invloed van de UNESCO-status op toeristen. Het is hierbij belangrijk om rekening te houden met de gevolgen van toerisme op de natuur. De Waddenzee wordt beschermd door de UNESCO-status, maar de eilanden niet.

## 2.7 Tourist gaze

Maakt de Waddenregio gebruik van de UNESCO-status om toeristen te trekken? De toerisme-industrie beïnvloedt ervaringen van bezoekers en vormt een tourist gaze. *“De industrie en al zijn componenten organiseert en structureert het beeld en de opvattingen van bezoekers op deze plek: de tourist gaze. ... Het beïnvloedt hoe de bezoekers de plek begrijpen, wat zij van de plek leren en hoe zij interacteren met de plek”* (Prideaux, 2010, p.48). De tourist gaze wordt gevormd door de mens en verschilt per cultuur en door de tijd (Urry, 1992).

De tourist gaze zorgt ervoor dat een plek zich onderscheidt van andere plekken. Dit trekt toeristen op twee manieren aan. Ten eerste worden toeristen aangetrokken door een romantische gaze. Hierbij wordt er gefocust op een persoonlijke band tussen toerist en de plek. Toeristen willen de plek alleen bezoeken en zien andere toeristen als verstoorders van hun beleving. Daarnaast bestaat de collectieve gaze. Hier dragen andere toeristen bij aan de specifieke sfeer op een plek en aan elkaars beleving. De aanwezigheid van toeristen geeft aan dat dit de ‘place to be’ is (Urry, 1992).

Eenzijds is het Waddengebied een ‘place to be’ en kan het worden gezien als een collectieve gaze. Doordat toeristen het unieke Waddengebied willen bezoeken, groeit het aantal bezoekers (Ibid.). Er zijn veel mensen die aangeven dat het aantal bezoekers niet verder moet groeien om succesvolle belevingen te handhaven. Zo wordt Ameland voor sommige bezoekers steeds meer een romantische gaze (Ibid.).

Toeristen in het Waddengebied willen de natuur visueel consumeren en de schoonheid van de omgeving zien (Ibid.). Natuur-consumerend toerisme komt veel voor in de Waddenregio; *“niet-materiële voordelen die mensen verkrijgen door ecosystemen en natuur te bezoeken. Dit door spirituele verrijking, cognitieve ontwikkeling, recreatie en ervaringen”* (Kim, et al., 2019, p.1). Sinds de 19<sup>de</sup> eeuw wordt natuur vaker gerelateerd aan vrije tijd en plezier. Natuur is entertainment geworden voor toeristen. De toerismebranche speelt hierop in om zo gewenste toeristische voorzieningen te realiseren (Urry, 1992).

Het onderzoek test in hoeverre de UNESCO-status bekend is onder Amelandbezoekers en of de status deel is van de Amelandse tourist gaze. Dit wordt gedaan door te kijken of toeristen de UNESCO-status van het Waddengebied kennen. Verder wordt er gekeken naar of toeristen vinden dat de UNESCO-status wordt gebruikt voor de promotie van het Waddengebied.

## 2.8 Promotie met de UNESCO-status

Het Waddengebied is natuurlijk erfgoed. In hoeverre gebruikt Ameland de UNESCO-status om zichzelf te promoten?

In Nederland is de UNESCO-status relatief onbekend. Kansen die de status biedt voor promotie worden, in tegenstelling tot Duitsland, nauwelijks benut door ondernemers en lokale overheden (Revier & Postma, 2012). In 2012 is er onderzoek gedaan onder Amelandbezoekers. Slechts 46% wist dat het Waddengebied deze status had gekregen. 60% vond de status een extra reden om het Waddengebied te bezoeken (Ibid.). Volgens Engelsman (2012) liggen er kansen om het Waddengebied met de status te promoten door op natuurbeleving te focussen.

De UNESCO-status is door ondernemers sceptisch ontvangen. Zij zien de status niet als argument om het Waddengebied te bezoeken (Pretwerk, 2013). Zij noemen strand, natuur en soortenrijkdom als toeristische waarden (Ibid.). Er wordt gepromoot met de natuurlijke waarden van het gebied, maar niet met de status zelf. Uit analyse van de sites van VVV Ameland (2019), Ameland-site (2019) en Op-Ameland (2019) is in figuur 3 de promotie van Ameland gevisualiseerd. De natuur is goed

vertegenwoordigd. Er wordt daarnaast ingespeeld op recreatieve activiteiten en het eiland- en familiegevoel.

Figuur 3: Een postcard die presenteert waarmee Ameland wordt gepromoot aan toeristen



Bron: VVV Ameland, Ameland-site, Op-Ameland, bewerkt door de auteur (2019)

De UNESCO-status biedt een nieuwe manier van promoten. Sinds 2016 bereiden de eilanden zich gezamenlijk voor om het Waddengebied te promoten met de UNESCO-status. Het doel is een grotere herkenbaarheid van het werelderfgoed (Programma naar een rijke Waddenzee, 2017). Hiervoor worden initiatieven van de duurzaam toerismestrategie gevolgd. De promotie en de strategie worden op elkaar afgestemd (Stuurgroep Waddenprovincies, 2019). Het promotieprogramma gebruikt verhalen en foto's om de Waddenbeleving en het Waddenaanbod te verbeteren (Investeringskader Waddengebied, 2019). Het programma kwam in 2018 op de markt en loopt tot 2025 (Investeringskader Waddengebied, 2018). Een voorbeeld is het gebruik van het UNESCO-logo. Echter werkt dit alleen als er verschillende branding-strategieën gevolgd worden, zoals een herhaald en consistent logogebruik (Halpenny & King, 2014). Door gebruik te maken van de duurzaam toerismestrategie, worden toeristen getrokken die zich bewust zijn van de noodzaak van de natuurbescherming. De eilanden hopen zo toerisme en natuur in balans te brengen (Programma naar een rijke Waddenzee, 2017).

Het promotieprogramma is positief ontvangen. De eerste resultaten worden eind 2019 verwacht (Investeringskader Waddengebied, 2019). Dan begint de evaluatie van de resultaten van het promotieprogramma. Deze evaluatie wordt in 2021 gepresenteerd (Meerjarenprogramma Investeringskader Waddengebied, 2019).

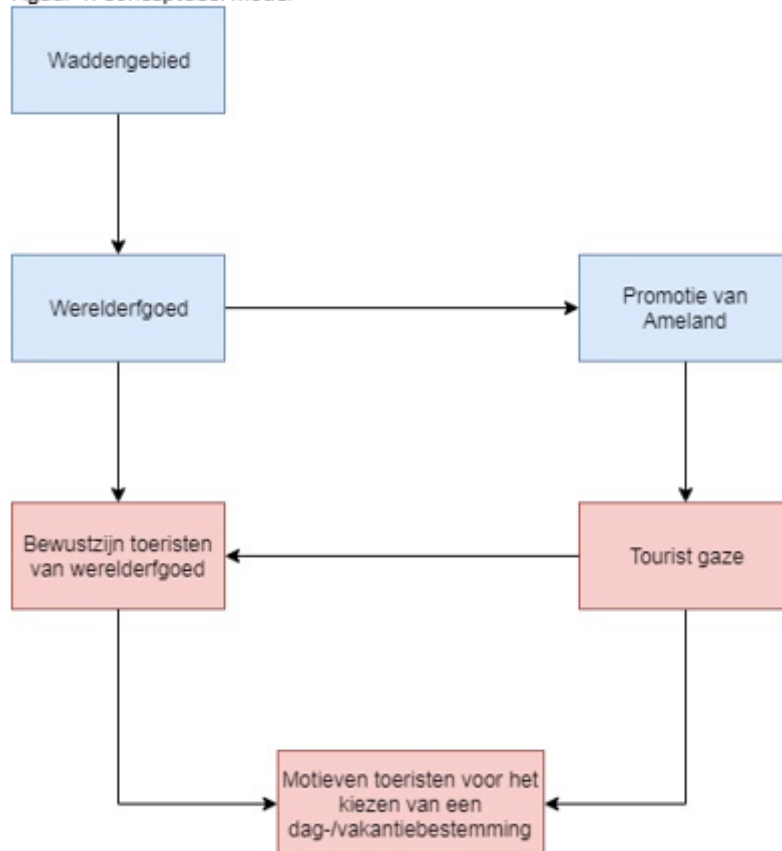
Ameland erkent de promotiekansen van de UNESCO-status (VVV Ameland, 2017). Het Waddengebied als geheel wordt sterk gepromoot, maar de eilanden afzonderlijk niet. Ameland wil zichzelf als merk promoten. Uit onderzoek blijkt dat Ameland dit het beste kan doen met de waarden uniek, actief en sympathiek (VVV Ameland, 2017). Deze zijn te herkennen in figuur 3. De waarde uniek past bij de 'unieke natuur' van het UNESCO-gebied. Actief wordt ook aan de UNESCO-status gerelateerd. Om bekend te raken met de UNESCO-status, worden activiteiten als kitesurfen en fietsen gepromoot (Pretwerk, 2013). Sympathiek past minder goed bij de UNESCO-status. De sympathieke waarde past bij een andere ontwikkeling op Ameland, namelijk zorgtoerisme (Ibid.). Inspelen op het familiegevoel sluit hierbij aan (figuur3).

De manier van promoten beïnvloedt de tourist gaze (Prideaux, 2010). Dit onderzoek test in hoeverre de status bekend is onder bezoekers. Hiernaast wordt er gekeken of de status invloed heeft op de motieven van Amelandbezoekers. Als dit bekend is, kan de promotie van Ameland inspelen op de motieven van toeristen (Huybers, 2003).

## 2.9 Conceptueel model

In figuur 4 zijn de besproken concepten en hun relaties tot elkaar grafisch weergegeven in een conceptueel model.

Figuur 4: Conceptueel model



Bron: Auteur (2019)

---

### 3. Methodologie

---

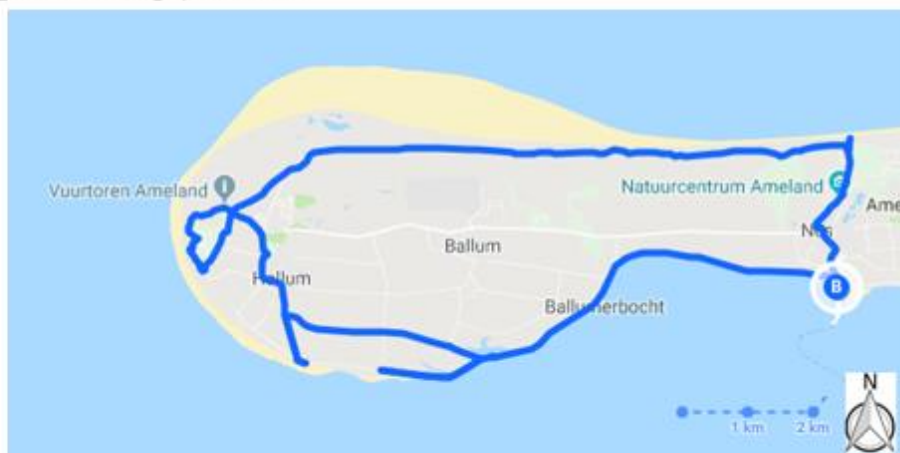
In dit onderzoek zijn er Nederlandse, Engelse en Duitse enquêtes afgenomen (zie bijlagen). Door te enquêteren is er in korte tijd veel informatie verzameld (Punch, 2015). Het onderzoek richt zich op de motieven van bezoekers van Ameland. Daarvoor zijn Amelandbezoekers geënquêteerd. Bezoekers zijn gesorteerd op het wel of niet kennen van de UNESCO-status van het Waddengebied. Kwalitatief onderzoek kan verdieping van de kwantitatieve gegevens geven (De Graauw, 2019). Toch is ervoor gekozen om geen interviews af te nemen. Door de langere tijdsduur van interviews wordt er minder relevante data verzameld. Daarnaast zal de respons door de langere tijdsduur lager zijn. Tenslotte kunnen er met statistische analyses verbanden worden gevonden tussen het kennen van de UNESCO-status en de motieven (Ibid.). Toeristen weten niet of hun motieven verschillen wanneer zij de UNESCO-status wel of niet zouden kennen. Kwantitatief onderzoek zoekt relaties tussen de concepten door hier variabelen van te maken (Punch, 2015). De toeristen geven hun motieven aan en kruisen aan of zij de UNESCO-status van het Waddengebied kennen.

Om de privacy van de respondenten te garanderen, worden zij in de enquête geïnformeerd over het onderzoek, de anonimiteit van de enquête, het feit dat zij zich op elk moment kunnen terugtrekken en hun mogelijkheid om vragen over te slaan.

#### 3.1 Datacollectie en analyse

Er zijn 91 bruikbare enquêtes afgenomen op 14 april 2019 langs de gemarkeerde route in figuur 5. Deze datum was door externe factoren de enige mogelijkheid. De respondenten zijn zowel dagjesmensen als mensen die Ameland langere tijd bezoeken. Zij vormen de sample van dit onderzoek en geven een representatief beeld van de toeristenpopulatie in deze tijd van het jaar. De enquêtes zijn op papier afgenomen zodat alle bezoekers deze kunnen invullen. De enquête is vertaald in het Engels en Duits, zodat buitenlandse toeristen worden meegenomen in het onderzoek. Respondenten hebben de enquête zelf ingevuld zodat hun input niet beïnvloed wordt door de onderzoeker. Bij het interpreteren van de resultaten moet er rekening worden gehouden met de seizoensgebondenheid van het onderzoek. De motieven in april-mei kunnen verschillen van die in het hoofdseizoen. Daarnaast kan het zijn dat er in het voorjaar een ander publiek Ameland bezoekt. Dit beïnvloedt of zij de UNESCO-status kennen.

Figuur 5: Route waarlangs respondenten zijn benaderd. De route loopt niet langs de grote weg midden over het eiland (door Ballum) maar langs de fietspaden, bij het wad en de duinen. Hier worden meer toeristen (op bankjes, etc.) verwacht dan fietsend langs een hoofdweg op het eiland.



Bron: Google My Maps, bewerkt door de auteur (2019)



Door respondenten rechtstreeks te benaderen ontstaat er een ‘convenience sample’. Hierbij wordt er gesampeld met een doel in gedachten; het vinden van toeristen. Een nadeel is dat het onderzoek afhankelijk is van ‘toevallige ontmoetingen’ tussen onderzoeker en toeristen (Punch, 2015). Het voordeel is dat het onderzoek in een relatief korte tijd kan worden voltooid. Het resultaat zal nauwelijks afwijken van een random sampling. Hierbij is de onderzoeksgroep representatief voor toeristen op Ameland (Ibid.).

Na het verzamelen van primaire data, zijn de enquêteresultaten geanalyseerd. De manier van analyseren is weergegeven in figuur 6. De literatuur (figuur 4) en de resultaten (figuur 6) zijn gecombineerd om de onderzoeksvragen te beantwoorden.

Figuur 6: Data-analyse onderzoek invloed UNESCO-status op motieven



Bron: Auteur, (2019)



---

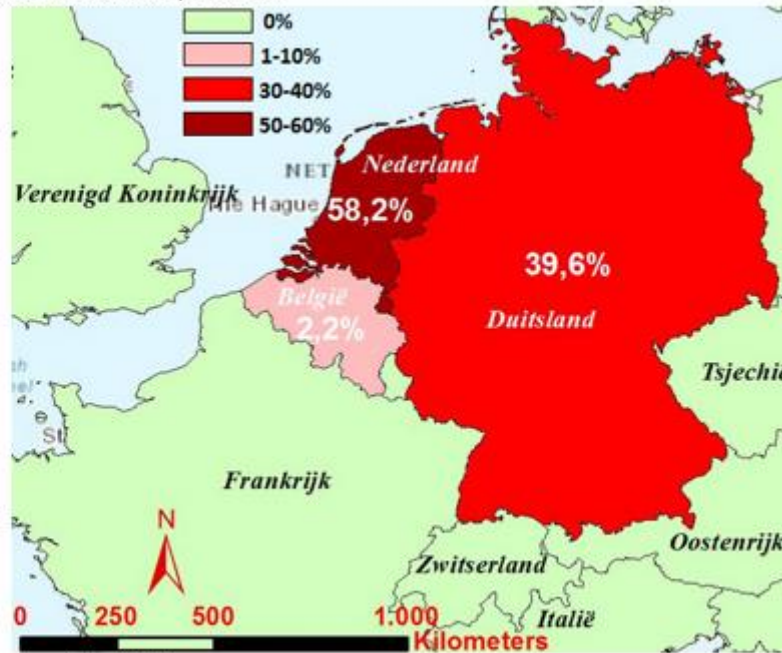
## 4. Resultaten

---

### 4.1 De sample

Figuur 7 weergeeft de landen waaruit de respondenten komen. Dit komt overeen met de studie van Sijtsma et al. (2012) dat de meeste toeristen op de Waddeneilanden uit Nederland, Duitsland en België komen.

Figuur 7: Land van herkomst van de respondenten

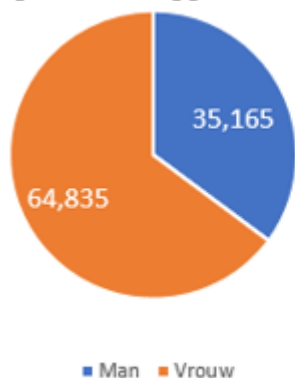


Bron: Esri, bewerkt door auteur (2019)

De meeste respondenten kwamen uit Nederland. Het percentage Duitsers zou hoger zijn geweest als er meer Duitse enquêtes waren geweest. Hierdoor is de sample minder representatief voor de toeristenpopulatie op Ameland.

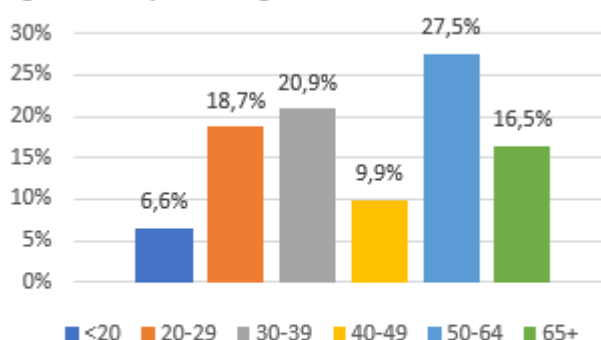
In figuur 8 is de verdeling man-vrouw te zien. Het percentage vrouwen is hoger dan mannen. Dit komt overeen met de observaties op Ameland; er waren meer groepen vrouwen dan mannen. Dit verschilt met de cijfers van het CBS (2017). Mannen gaan gemiddeld vaker op korte vakanties dan vrouwen. Voor lange vakanties is er geen verschil (Ibid.). De gegevens gaan alleen over Nederlandse toeristen en gaan niet specifiek over Ameland. Dit kan het verschil verklaren. Om inzicht te krijgen in de sample, staat de leeftijdsverdeling in figuur 9. Gemiddeld verbleef men 4,6 dagen op Ameland. Sinds 2011 (4,4 dagen) neemt de gemiddelde verblijfsduur af (VVV Ameland, 2017). Toch is 4,6 dagen langer dan de gemiddeld 3,8 dagen in 2016. Dit kan komen doordat het aantal overnachtingen buiten het hoofdseizoen toeneemt (Ibid.). Tien van de 91 respondenten waren dagjesmensen.

Figuur 8: Verdeling geslacht



Bron: Auteur, (2019)

Figuur 9: Leeftijdsverdeling



Bron: Auteur, (2019)

## 4.2 Motieven

In de enquête konden bezoekers motieven aankruisen. In figuur 10 staat hoe zwaar motieven voor de bezoekers meetellen. Er moet rekening worden gehouden met dat sommige motieven, bijvoorbeeld surfen, lager scoren doordat het onderzoek in het voorjaar heeft plaatsgevonden.

Figuur 10: De motieven van bezoekers van Ameland.

\*De overige motieven om Ameland te bezoeken die respondenten benoemden, waren de mogelijkheid tot autorijden en de ruimte voor honden op het eiland.

Motieven	Percentages	Motieven	Percentages
Wadlopen	17,6%	Natuur	85,7%
Zee	93,4%	Zeehonden spotten	26,4%
Duinen	91,2%	Vogels spotten	33,0%
Strand	94,5%	Rust	44,0%
Wadden	42,9%	Landschap	55,0%
Getijdenwerking	22,0%	Vuurtoren	44,0%
Hoge soortenrijkdom	33,0%	Museums	7,69%
Werelderfgoed status	8,8%	Vliegveld	1,10%
Eilandgevoel	82,4%	Paardrijden	12,09%
Ontspanning	85,7%	Surfen	1,10%
Vakantiegevoel	75,8%	Vissen	0%
Fietsen	61,5%	Nachtleven	2,20%
Zwemmen	6,6%	Restaurants/terrasjes	41,76%
Varen	4,4%	Vrienden/familie	12,09%
Wandelen	72,5%	Anders, namelijk ... *	3,30%

Bron: Auteur, (2019)

Toeristen hebben meerdere motieven om een plek te bezoeken. Zoals Urry (1992) beweert, wordt het bezoeken van de natuur steeds vaker gecombineerd met vrije tijd, recreatie en plezier. Dit is te zien aan de hoge scores van natuur, zee, duinen, strand maar ook van ontspanning, fietsen en restaurants/terrasjes. Krozer (2011) beweert dat Ameland naast zijn natuur een verscheidenheid van diensten aanbiedt. Dit blijkt uit de verscheidenheid van aangekruiste motieven. Paardrijden is bijvoorbeeld vaak aangekruist samen met natuur-gerelateerde motieven.

Ondanks dat Engelsman (2011) beweert dat Ameland aandacht richt op natuurexcursies, zoals robbentochten of wadlopen, scoren deze activiteiten niet hoog. Dit getal kan in het hoofdseizoen hoger zijn. Meer dan 80% van de bezoekers komen voor het strand en de natuur, fietsen en wandelen in de natuur of voor de soorten en dynamiek in het gebied (Ibid.). Dit is zichtbaar in de enquêteresultaten. Strand scoort bijvoorbeeld hoog met 94,5%.

Natuur, strand, zee en duinen zijn onderdeel van het werelderfgoed (Unesco Nederlandse Commissie, 2018). Ondanks dat deze motieven hoog scoren, scoort de UNESCO-status zelf laag. Slechts 8,8% vond dit een reden om Ameland te bezoeken. Er wordt verondersteld dat motieven van toeristen beïnvloed worden door de UNESCO-status. Zij willen de unieke natuurlijke waarden ervaren (Sijtsma, et al., 2012 & Westrik, 2012). Uit de motieven blijkt dat toeristen worden aangetrokken door de unieke natuurlijke waarden op Ameland, maar nauwelijks door de status. Zij waarderen en bezoeken de natuur ook zonder de UNESCO-status. Dit komt overeen met Poria's studie (2012) dat er geen effect is tussen de status en de redenen om een UNESCO-gebied te bezoeken.

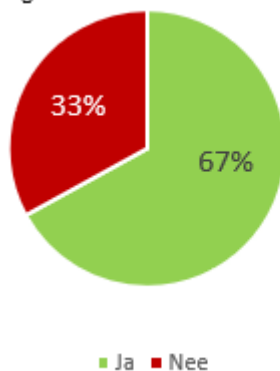
De status beïnvloedt toeristen nauwelijks. Dit blijkt ook uit dat 87,9% van de respondenten het eiland belangrijker vindt dan de Waddenzee. Slechts 12,1% vindt de Waddenzee belangrijker. Dit komt overeen met Sijtsma's studie (2012). Toeristen waarderen de eilanden meer ondanks dat het UNESCO-gebied voornamelijk uit zeegebied bestaat. De eilanden trekken toeristen. Zij bezoeken hiermee grensgebieden van het UNESCO-gebied (Westrik, 2012).

Tenslotte scoren het eiland- en vakantiegevoel hoog. Ameland staat bekend als de vakantieplek in het Waddengebied (Leeuwarder Courant, 2018). Hierbij spelen het vakantie- en eilandgevoel een rol. Dit geeft het gevoel 'echt van huis te zijn' dat respondenten vaak benoemden. Het gevoel bij een plek is belangrijk voor toeristen (Poria et al., 2012). 44% van de bezoekers vindt de rust op het eiland belangrijk. Hiermee wordt het belang van de discussie over de grenzen van toerisme aangegeven. Verschillende respondenten benoemen de angst voor te veel bezoekers in de toekomst.

#### 4.3 Bewustzijn van het werelderfgoed

Van de respondenten kende 67% de UNESCO-status van het Waddengebied (figuur 11). Dit percentage is aanzienlijk hoger dan de 46% die dit wist in het onderzoek van Revier & Postma uit 2012. Ook scoort het Waddengebied hoog vergeleken Queensland (56%) en Hawaii Valcanoes (13%) (Halpenny & King, 2014). Poria et al. (2012) concluderen dat toeristen vaak UNESCO-gebieden bezoeken zonder de kennis dat het gebied werelderfgoed is. Dit geldt voor slechts tweederde van de Amelandbezoekers.

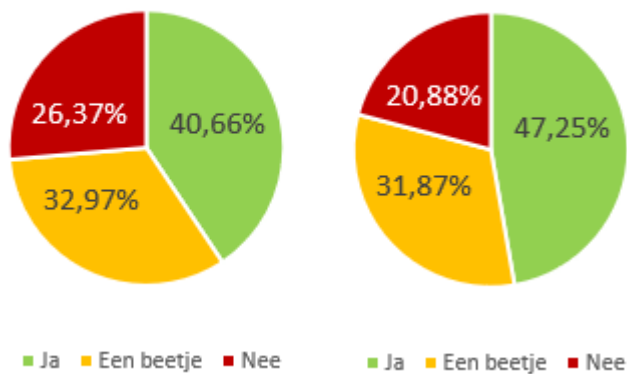
Figuur 11: Bekendheid onder de bezoekers met de UNESCO-status in het Waddengebied.



Bron: Auteur, (2019)

In 2016 is het promotieprogramma van de Waddeneilanden begonnen om het gebied te promoten met de UNESCO-status (Programma naar een rijke Waddenzee, 2017). De vruchten van deze samenwerking lijken zich af te werpen. Sinds 2012 is de bekendheid met de UNESCO-status met 21% gegroeid. Een andere verklaring is dat er in het voorjaar een ander publiek Ameland bezoekt, een publiek dat de status kent. De mate waarin mensen bekend zijn met de UNESCO-status wordt beïnvloed door de mate waarin de status wordt gebruikt in de promotie (Ibid.). In figuur 12 is te zien in hoeverre de bezoekers vinden dat het Waddengebied en Ameland zichzelf promoten met de status. De niet-UNESCO-kenners maakten een inschatting.

Figuur 12: Promotie van het Waddengebied (links) en van Ameland (rechts) met de werelderfgoed status volgens de bezoekers op Ameland.



Bron: Auteur, (2019)

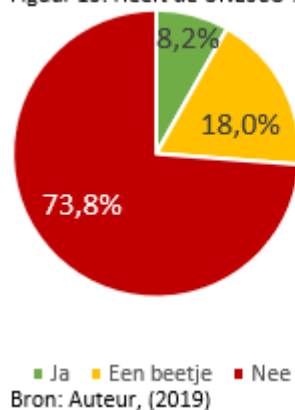
Er is verdeeldheid onder de bezoekers over de mate van promoten met de UNESCO-status. De conclusie van VVV Ameland (2017) dat het Waddengebied als geheel meer gepromoot wordt dan de eilanden afzonderlijk, geldt niet voor de status. De promotiestrategie van Ameland wil het eiland zelf promoten in plaats van alleen gepromoot te worden als ‘onderdeel van het Waddengebied’ (Ibid.). Deze promotieactie vormt een verklaring waarom de promotie van Ameland hoger wordt ingeschat dan van het Waddengebied.

De promotie met de UNESCO-status wordt redelijk hoog ingeschat. Maar de UNESCO-status is niet per se onderdeel van Ameland’s tourist gaze. Veel mensen die de UNESCO-status van het Waddengebied niet kenden, hebben toch ingevuld dat het gebied zichzelf promoot met de status. De tourist gaze is gericht op de consumptie van de natuur en niet op de status zelf (Kim, et al., 2019). Dit betekent niet dat de status door de promotie op den duur geen onderdeel wordt van de tourist gaze. Dit is een onderwerp voor vervolgonderzoek.

#### 4.4 Rol UNESCO-status in de motieven

Van de respondenten kende 67% de UNESCO-status van het Waddengebied. De meeste mensen ervaren de status niet als bijdrage voor hun bezoek. Het is voor slechts 8,2% een bijdrage en voor 18% een kleine bijdrage om Ameland te bezoeken (zie figuur 13). Dit is aanzienlijk lager dan de 60% in 2012 die de status als extra reden zag om Ameland te bezoeken (Revier & Postma, 2012). Dit verschil kan komen doordat meer mensen door de promotie bekend zijn met de status, terwijl dit niet per se een extra motief vormt om Ameland te bezoeken.

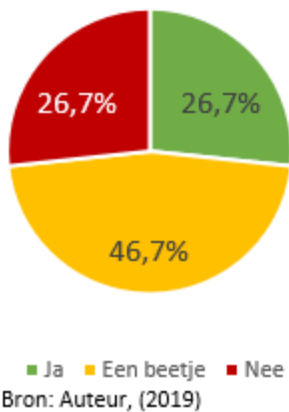
Figuur 13: Heeft de UNESCO-status bijgedragen aan de keuze om het Waddengebied te bezoeken?



Bron: Auteur, (2019)

Figuur 14 weergeeft of niet-UNESCO-kenners de status als extra motief zien indien zij hadden geweten dat het Waddengebied werelderfgoed is.

Figuur 14: Als u wist dat het Waddengebied werelderfgoed is, was dit dan een extra impuls geweest om het gebied te bezoeken?



Deze uitkomst verschilt met figuur 13. Slechts 26,7% denkt dat de status niet zou bijdragen indien ze dit hadden geweten. Het verschil kan komen doordat de informatievergarig van de UNESCO-status van het Waddengebied voor een onverwachts effect zorgt. De verwachtingen worden bijgesteld (Reisenzein, 2000). Mensen horen tijdens het enquêteren dat het gebied werelderfgoed is. Dit zorgt op dat moment voor een overschatte waardering waardoor ze de status sneller als bijdrage zien. Verder moet er rekening worden gehouden met de seizoensgebondenheid. Het kan zijn dat bezoekers in het voorjaar de status sneller als bijdrage zien.

De motieven van Amelandbezoekers zijn beschreven. In hoeverre heeft de UNESCO-status invloed hierop? In figuur 15 staan de resultaten van 29 logistische regressies. De motieven zijn de afhankelijke variabelen. Het wel of niet bekend zijn met de UNESCO-status van het Waddengebied is de onafhankelijke variabele. De controlevariabelen zijn geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en verblijfsduur.

Figuur 15: De invloed van het wel/niet bekend zijn met de UNESCO-status in het Waddengebied op de motieven om Ameland te bezoeken. Voor vissen is er geen uitkomst doordat dit motief niet is benoemd. Voor het vliegveld, surfen en nachtleven ontbreekt een Exp(B) doordat de motieven nauwelijks voorkomen.

Motief	Sig.	Exp(B)	Motief	Sig.	Exp(B)
Wadlopen	0,921	0,931	Natuur	0,816	1,201
Zee	0,854	1,251	Zeehonden spotten	0,230	2,643
Duinen	0,800	0,787	Vogels spotten	0,083	6,856
Strand	0,141	44,391	Rust	0,508	1,500
Wadden	0,405	1,628	Landschap	0,978	1,016
Getijden	0,715	1,300	Vuurtoren	0,593	1,339
Soortenrijkdom	0,235	2,237	Museums	0,510	2,304
UNESCO	0,841	1,290	Vliegveld	0,999	0,000
Eilandgevoel	0,728	1,285	Paardrijden	0,639	0,665
Ontspanning	0,181	2,978	Surfen	0,986	0,000
Vakantiegevoel	0,300	0,485	Vissen	-----	-----
Fietsen	0,120	0,405	Nachtleven	0,997	0,000
Zwemmen	0,433	2,427	Restaurant/terras	0,853	0,903
Varen	0,483	0,423	Vrienden/familie	0,237	0,383
Wandelen	0,587	1,394	-----	-----	-----
			-		

Bron: Auteur, (2019)

Alle uitkomsten zijn insignificant (voor elk motief geldt;  $p > 0,05$ ). Dit betekent dat het bewustzijn van de UNESCO-status van het Waddengebied geen invloed heeft op de motieven van toeristen. Er is geen significant verschil tussen of Amelandbezoekers wel of niet bekend zijn met de UNESCO-status wanneer zij een motief noemen. Zoals Poria et al. (2018) beweren, is er geen effect tussen de UNESCO-status en de motieven om een gebied te bezoeken.

Omdat de testen insignificant zijn, gelden de volgende resultaten enkel voor de sample en niet voor de toeristenpopulatie op Ameland. Verder onderzoek kan leiden tot resultaten die gelden voor de populatie. Exp(B) laat zien dat de motieven zee, wadden, getijden, soortenrijkdom, UNESCO, zeehonden spotten, vogels spotten, landschap en strand meer kans hebben om genoemd te worden door UNESCO-kenners. Het strand heeft zelfs 44,391 keer meer kans om genoemd te worden door UNESCO-kenners. Deze motieven zijn onderdeel van de unieke natuur van het Waddengebied. Het blijkt dat mensen die afweten van de status, meer kans hebben om deze unieke natuurlijke waarden te benoemen als motieven. Duinen vormen een uitzondering. Toeristen worden beïnvloed in hun keuze voor een vakantiebestemming door de UNESCO-status (Sijtsma, et al., 2012). UNESCO-kenners hechten meer waarde aan de unieke natuurwaarden in hun motieven dan niet-UNESCO-kenners.

De UNESCO-status creëert bewustzijn voor het beschermen van de natuur op Ameland door de duurzaam toerismestrategie (Revier & Postma, 2012; Programma naar een rijke Waddenzee, 2017). Natuur wordt 1,2 keer en rust 1,5 keer meer gewaardeerd door UNESCO-kenners. Zij lijken zich bewust te zijn van de unieke natuur en de bescherming tegen schade veroorzaakt door bezoekers (Tonge et al., 2015). In dat geval creëert de status inderdaad meer bewustzijn voor de bescherming van het gebied.

Uit de sample blijkt dat toeristen, naast de natuurlijke waarden, voor recreatie naar het Waddengebied komen (Westrik, 2012). UNESCO-kenners noemen natuurlijke waarden vaker als motieven. Daarnaast hebben zij meer kans om het eilandgevoel en ontspanning als motief te noemen. Hieruit blijkt dat veel UNESCO-kenners natuur combineren met plezier, zoals Urry (1992) beweert. UNESCO-kenners noemen vaker de recreatieve motieven musea, vuurtoren en zwemmen. Niet-UNESCO-kenners noemen het vakantiegevoel, fietsen, varen, paardrijden en restaurant/terrasjes vaker. Er zit een verschil in het soort recreatie dat UNESCO-kenners en niet-UNESCO-kenners als motieven zien om Ameland te bezoeken.



---

## 5. Conclusies

---

Toeristen hebben verschillende motieven om het Waddengebied te bezoeken. Natuur wordt vaak met ontspanning gecombineerd (Urry, 1992). Dit blijkt uit het hoge percentage respondenten dat zowel de motieven natuur, zee, duinen en strand als ontspanning, fietsen en restaurants/terrasjes noemt. Daarnaast komen toeristen voor recreatieve activiteiten naar het Waddengebied (Westrik, 2012). UNESCO-kenners in de sample zijn geïnteresseerd in musea, de vuurtoren en zwemmen. Niet-UNESCO-kenners noemen paardrijden, restaurants/terrasjes, varen en fietsen vaker als motieven. Deze uitkomst kan niet generaliseerd worden voor alle Amelandbezoekers.

Relatief veel mensen zijn zich bewust van de UNESCO-status in het Waddengebied. 67% is aanzienlijk hoger dan de 46% in 2012 (Revier & Postma, 2012). Ook vergeleken Queensland (56%) en Hawaii Volcanoes (13%) scoort het Waddengebied hoog (Halpenny & King, 2014). Dit kan het resultaat zijn van het Wadden-brede promotieprogramma dat in 2018 van start is gegaan. Echter is dit niet met zekerheid te zeggen omdat het effect van het promotieprogramma nog niet geëvalueerd is.

In hoeverre speelt de UNESCO-status een rol in de motieven om Ameland te bezoeken? Bezoekers willen de natuur ervaren (Westrik, 2012). Dit blijkt uit dat de natuurwaarden veelgenoemde motieven zijn. De UNESCO-status zelf scoort laag; slechts 8,8% van de respondenten ziet de status als motief. Dit komt overeen met Poria's onderzoek (2012) dat de status nauwelijks invloed heeft als motief om een gebied te bezoeken.

Sijtsma et al. (2012) beweren dat de UNESCO-status de motieven om een plek te bezoeken beïnvloed. Voor de toeristen uit deze sample zorgt de status voor meer waardering van de natuurlijke waarden. Deze uitkomst is niet te generaliseren voor de populatie. Er is geen significant verschil tussen of Amelandbezoekers wel of niet bekend zijn met de UNESCO-status wanneer zij een motief noemen. Wel zorgt de status voor meer bewustzijn over het beschermen van de unieke natuur.

### 5.1 Reflectie en aanbevelingen

Een zwakte van dit onderzoek is dat het volledig is uitgevoerd in het voorjaar. Dit kan tot andere uitkomsten leiden doordat motieven anders meewegen vergeleken in de zomer, zoals zwemmen. Daarnaast kan het zijn dat er in de zomer een ander publiek Ameland bezoekt. Om deze gevolgen van seizoensgebondenheid te voorkomen, kan het onderzoek gedurende het hele jaar ondernomen worden. Daarnaast zorgde het tekort aan Duitse enquêtes voor minder Duitse respondenten. Sterk aan dit onderzoek is dat er 29 motieven zijn meegenomen in de analyse. Hierdoor is er een volledig beeld gevormd van de motieven van Amelandbezoekers en de invloed van de UNESCO-status hierop.

Dit onderzoek kan nogmaals in het hoofdseizoen of gedurende het hele jaar uitgevoerd worden om te kijken of dit andere uitkomsten oplevert. Ook kan toekomstig onderzoek zich richten op de mate waarin de UNESCO-status deel uitmaakt van de tourist gaze. Het onderzoek beveelt aan om te blijven promoten met de UNESCO-status, omdat dit samengaat met de duurzaam toerismestrategie in het Waddengebied. UNESCO-kenners zijn zich meer bewust van de noodzaak om de natuur te beschermen. De promotiestrategie van de Waddeneilanden lijkt te werken doordat aanzienlijk meer mensen de UNESCO-status kennen vergeleken met 2012.

---

## Literatuurlijst

---

- Alberts, H.C. (2015). The Wadden Sea: an intertidal ecosystem of global importance. *Focus on Geography*, 58(1), 27-35.
- Amalu, T.E., Otop, O.O., Ojugbo, P.A., Omeje, V.U. & Duluora, E.I. (2012). Recreation centre potentials for tourism development in Calabar, Cross River State Nigerio. *Geojournal*. 41(1), 1-17.
- Ameland Actueel (2013). *Midas Dekkers: Waddeneilanden gaan gewoon hun eigen gang*. Geraadpleegd op 06-03-19 via <http://ameland-actueel.nl/mobile/pages/nieuws-detail.aspx?id=aed96646-c140-4020-b542-e372b8da27b0>
- Ameland-site (2019). *Over Ameland*. Geraadpleegd op 06-06-19 via <https://www.ameland-site.nl/nl/over-ameland>
- Bazelmans, J., Meier, D., Nieuwhof, A., Spek, T. & Vos, P. (2012). Understanding the cultural historical value of the Wadden Sea region. The co-evolution of environment and society in the Wadden Sea area in the Holocene up until early modern times (11,700 BC-1800 AD): An outline. *Ocean & coastal management*. 68, 114-126.
- Bramwell, B. & Lane, B. (2014). The “critical turn” and its implications for sustainable tourism research. *Journal of Sustainable Tourism*. 22(1), 1-8.
- Castree, N. (2005). *Nature*. London: Routledge
- CBS (2017). *Deelname korte en lange vakanties; persoonskenmerken*. Geraadpleegd op 29-05-19 via <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82348NED/table?ts=1559126085732>.
- Common Wadden Sea Secretariat (2016). *Wadden Sea World Heritage Site Publications*. Geraadpleegd op 05-03-19 via <http://www.waddensea-secretariat.org/management/whs/whs.html>
- Cotte, M. (2015). How can UNESCO World Heritage Criteria be applied to the “Windows to the Universe” Sites? *Proceedings of the International Astronomical Union*. 11, 121-123.
- De kanon fan de Fryske skiednis (2013). *Toerisme op het Wad*. Geraadpleegd op 07-03-19 via <http://www.11en30.nu/de-canon-vensters/toerisme-op-het-wad>
- Drost, A. (1996). Developing sustainable tourism for World Heritage Sites. *Annals of Tourism Research*. 23(2), 479-492.
- Elder, G., Wolch, J. & Emel, J. (1998). Le Pratique sauvage: Race, Place, and the Human-Animal Divide. In T. Oakes & P.L. Price (Red.) *The cultural geography reader* (pp. 241-249). Hoboken: Taylor & Francis.
- Engelsman, S. (2011). *Adviesrapport Natuurbeleving in het Waddengebied*. Leeuwarden: s.n.
- Font, A.R. (2000). Mass tourism and the demand for protected natural areas: a travel cost approach. *Journal of environmental economics and management*, 39(1), 97-116.

Graauw, C., de. (2019). *Vragenlijst als onderzoeksmethode: Voor- en nadelen*. Geraadpleegd op 04-06-2019 via <https://www.claudiadegraauw.nl/vragenlijst-als-onderzoeksmethode-voor-en-nadelen/>

Halpenny, E.A. & King, L.M. (2014). Communicating the World Heritage brand: visitor awareness of UNESCO's World Heritage symbol and the implications for sites, stakeholders and sustainable management. *Journal of Sustainable Tourism*. 22(5), 768-786.

Huybers, T. (2003). Domestic tourism destination choices – a choice modelling analysis. *International Journal of Tourism Research*. 5, 445-459.

Investeringskader Waddengebied (2019). *Lancering 'Visit Wadden' mijlpaal in samenwerking stakeholders*. Geraadpleegd op 09-06-19 via <https://www.investeringskaderwaddengebied.nl/2019/04/05/lancering-visit-wadden-mijlpaal-in-samenwerking-stakeholders/>

Investeringskader Waddengebied (2019). *Meerjarenprogramma Investeringskader Waddengebied 2019 en verder*. Leeuwarden: s.n.

Investeringskader Waddengebied (2018). *Programma Vermarkten Werelderfgoed Waddenzee*. Leeuwarden: s.n.

Investeringskader Waddengebied (2019). *Provincies investeren tientallen miljoenen in Waddengebied*. Geraadpleegd op 09-06-19 via <https://www.investeringskaderwaddengebied.nl/2019/04/05/provincies-investeren-tientallen-miljoenen-in-waddengebied/>

IUCN (2009). *UNESCO roept Waddenzee uit tot werelderfgoed*. Geraadpleegd op 28-02-19 via <https://www.iucn.org/nl/content/unesco-roept-waddenzee-uit-tot-werelderfgoed>

Kaufman, T.J. & Weaver, P.A. (2007). Heritage tourism: a question of age. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 11(2), 135-146.

Kim, Y., Kim, C., Lee, D.K., Lee, H. & Andrada, R.T. (2019). Quantifying nature-based tourism in protected areas in developing countries by using social big data. *Tourism Management*. 72, 249-256.

Krauss, W. (2005). The natural and cultural landscape heritage of Northern Friesland. *Journal of heritage studies*. 11(1), 39-52.

Krozer, Y. (2011). An essay on tourism and natural resources: a cause of political conflicts. *Teoría y Praxis*. 10, 99-110.

Leeuwarder Courant (2018). *Zit er nog rek in het toerisme op Ameland? (+video)*. Geraadpleegd op 03-03-19 via [https://www.lc.nl/friesland/Zit-er-nog-rek-in-het-toerisme-op-Ameland-video-22924088.html?harvest\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.lc.nl/friesland/Zit-er-nog-rek-in-het-toerisme-op-Ameland-video-22924088.html?harvest_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)

Liu, J. (2016). What is nature? – ziran in early Daoist thinking. *Asian Philosophy*. 26(3), 265-279.

Maria, P. (2010). *Towards Islands of Sustainability*. Rapport 2010:10. Lund: *International Institute for Industrial Environmental Economics* (University of Lund).

Macnaught, T.J. (1982). Mass tourism and the dilemmas of modernization in Pacific Island communities. *Annals of tourism research*, 9(3), 359-381.

Op-Ameland (2019). *Sfeerfoto's*. Geraadpleegd op 06-06-19 via <https://op-ameland.nl/>

Poria, Y., Reichel, A. & Cohen, R. (2012). Tourists perceptions of World Heritage Site and its designation. *Tourism Management*. 35, 272-274

Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. 2<sup>e</sup> editie. Wallingford: C.A.B. International.

Pretwerk (2013). *Waddengebied profiteert onvoldoende van Unesco-label*. Geraadpleegd op 09-06-19 via <https://pretwerk.nl/topnieuws/waddengebied-profiteert-onvoldoende-van-unesco-label/22784>

Prideaux, B. & McNamara, K.E. (2010). Experiencing 'natural heritage'. *Current issues in tourism*. 14(1), 47-55.

Programma naar een rijke Waddenzee (2017). *Duurzaam Waddenzee*. Leeuwarden: s.n.

Punch, K.F. (2013). *Introduction to social research*. 3<sup>rd</sup> edition. London: Sage Publications Ltd.

Raad van de Wadden (2018). *Recreatie en toerisme in het Waddengebied*. Rapport 2008/05. Eisterein: Van der Eems.

Reisenzein, R. (2000). The subjective experience of surprise. In H. Bless & J.P. Forgas (Red.), *The message within: the role of subjective experience in social cognition and behaviour* (pp. 262-279). Philadelphia: Psychology Press.

Revier, H. & Postma, A. (2012). Badgasten in een werelderfgoed: de ontwikkeling van het toerisme in het Nederlandse waddengebied nader beschouwd. *Vrijetijdstudies*. 30, 17-26.

Rijkswaterstaat (1991). *DWW 705 04a Ameland NoordWest luchtfoto ID333254*. Geraadpleegd op 13-05-19 via [https://beeldbank.rws.nl/MediaObject/Details/DWW\\_705\\_04a\\_Ameland\\_NoordWest\\_luchtfoto\\_333254](https://beeldbank.rws.nl/MediaObject/Details/DWW_705_04a_Ameland_NoordWest_luchtfoto_333254)

Sijtsma, F.J., Daams, M.N., Farjon, H. & Buijs, A.E. (2012). Deep feelings around a shallow coast. A spatial analysis of tourism jobs and the attractivity of nature in the Dutch Wadden area. *Ocean & coastal management*. 68, 138-148.

Stoddard, J.E., Evans, M. R. & Davé, D.S. (2008). Sustainable tourism: the case of the blue ridge national heritage area. *Cornell Hospitality Quarterly*. 49(3), 245-257.

Stuurgroep Waddenprovincies (2019). *Programma Versterken Werelderfgoed Waddenzee*. Leeuwarden: s.n.

Sundin, B. (2006). Nature as heritage: the Swedish case. *International journal of heritage studies*. 11(1), 9-20.

Tonge, J., Ryan, M.M., Moore, S.A. & Beckely, L.E. (2015). The effect of place attachment on pro-environment behavioural intentions of visitors to coastal natural area tourist destinations. *Journal of Travel Research*. 54(6), 730-743.

UNESCO (2016). *The criteria for selection*. Geraadpleegd op 28-02-19 via <https://whc.unesco.org/en/criteria/>

Unesco Nederlandse Commissie (2018). *Waddenzee*. Geraadpleegd op 01-03-19 via <https://www.unesco.nl/nl/erfgoed/waddenzee>

Urry, J. (1992). The tourist gaze "revisited". *Theory, Culture & Society*. 9, 1-26.

VVV Ameland (2019). *Ameland altijd anders*. Geraadpleegd op 06-06-19 via <https://www.vvvameland.nl/uploads/brochure-nl.pdf>

VVV Ameland (2017). *Meerjaren Marketing & Promotie Strategie VVV Ameland 2018 t/m 2021*. Nes: VVV Ameland.

VVV Ameland (2019). *Waddenzee werelderfgoed*. Geraadpleegd op 29-05-19 via <https://www.vvvameland.nl/algemeen/wetenswaardigheden/waddenzee-werelderfgoedlijst>.

Waddensea Worldheritage (2016). *Strategie voor duurzaam toerisme*. Geraadpleegd op 04-06-19 via <https://www.waddensea-worldheritage.org/nl/strategie-voor-duurzaam-toerisme>

Waddensea Worldheritage (2019). *Sustainable tourism in the Wadden Sea*. Geraadpleegd op 04-06-19 via <https://www.waddensea-worldheritage.org/prowad>

Westrik, C. & Engels, B. (2012). Sustainable development in a Dutch-German world heritage site: the Wadden Sea Germany and the Netherlands. In UNESCO (Red.), *World heritage: benefits beyond borders* (279-289). Cambridge: UNESCO.

Williams, R. (1983). Nature. In T. Oakes & P.L. Price (Red.) *The cultural geography reader* (pp. 207-211). Hoboken: Taylor & Francis.

---

## Bijlagen

---

### Bijlage 1: Enquête

Beste meneer/mevrouw,

Mijn naam is Sandra van der Kooi en ik ben momenteel bezig met mijn bachelor scriptie voor de opleiding Sociale Geografie en Planologie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hiervoor doe ik door middel van enquêtes onderzoek naar de motieven van toeristen om Ameland te bezoeken. De resultaten van deze enquête zullen vertrouwelijk behandeld worden en zullen binnen de RUG blijven. De enquête heeft **16 vragen**, is anoniem en zal ongeveer 5 minuten van u tijd kosten. Als u nog vragen heeft, stel ze gerust en mocht u later nog contact willen opnemen dan kan dat via het e-mailadres; [s.k.van.der.kooi.1@student.rug.nl](mailto:s.k.van.der.kooi.1@student.rug.nl)

*Alvast bedankt voor het invullen van de enquête!*

1. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

 jaar

3. Wat is uw opleidingsniveau?

- Basisonderwijs
- Voortgezet onderwijs
- MBO
- HBO
- WO

4. Wat is uw woonplaats?

5. Hoe lang gaat u naar Ameland?

 dag(en)

6. Waarom bezoekt u Ameland? / wat vindt u aantrekkelijk aan het eiland Ameland?

7. Bent u bekend met de UNESCO-werelderfgoed status?

- Ja
- Nee

8. Weet u dat de Waddenzee is uitgeroepen tot werelderfgoed?

- Ja (u kunt vraag 12 overslaan)
- Nee (u kunt vraag 11 overslaan)

9. Waarom denkt u dat de Waddenzee is uitgeroepen tot werelderfgoed?



10. Heeft de werelderfgoed status bijgedragen aan de keuze om het Waddengebied te bezoeken?
- Ja
  - Een beetje
  - Nee
11. Als u wist dat het Waddengebied werelderfgoed is, was dit dan een extra impuls geweest om het gebied te bezoeken?
- Ja
  - Een beetje
  - Nee
12. Vindt u dat het eiland Ameland zichzelf promoot met de werelderfgoed status?
- Ja
  - Een beetje
  - Nee
13. Vindt u dat het Waddengebied zichzelf promoot met de werelderfgoed status?
- Ja
  - Een beetje
  - Nee
14. Kruis de begrippen aan die deel uitmaken van uw motieven om Ameland te bezoeken:
- Om te wadlopen
  - De zee
  - De duinen
  - Het strand
  - De wadden
  - De getijdenwerking
  - De hoge soortenrijkdom van planten en dieren
  - De werelderfgoed status
  - Het eilandgevoel: even helemaal weg van thuis
  - Ontspanning
  - Vakantiegevoel
  - Fietsen
  - Zwemmen
  - Varen
  - Wandelen
  - De natuur
  - Zeehonden spotten
  - Vogels spotten
  - De rust
  - Het landschap op Ameland
  - De vuurtoren
  - Museums
  - Het vliegveld
  - Paardrijden
  - Surfen
  - Vissen
  - Het nachtleven
  - De restaurants en terrasjes
  - Vrienden/familie bezoek
-

- Anders namelijk ...,

15. Wat weegt voor u zwaarder mee aan uw keuze om Ameland te bezoeken?

- Het eiland zelf
- De Waddenzee

16. Geef op een schaal van 1 t/m 10 aan in hoeverre de volgende zaken meespelen in uw keuze om Ameland te bezoeken. 1 = totaal niet; 10 = volledig

De duinen:

Totaal niet    1       2       3       4       5       6       7       8       9       10    Volledig

Het strand:

Totaal niet    1       2       3       4       5       6       7       8       9       10    Volledig

De zee:

Totaal niet    1       2       3       4       5       6       7       8       9       10    Volledig

De hoge soortenrijkdom op het eiland:

Totaal niet    1       2       3       4       5       6       7       8       9       10    Volledig

De werelderfgoed status:

Totaal niet    1       2       3       4       5       6       7       8       9       10    Volledig

Het vakantiegevoel en eilandgevoel:

Totaal niet    1       2       3       4       5       6       7       8       9       10    Volledig

*Bedankt voor het invullen van de enquête!*

## Bijlage 2: Umfrage

Sehr geehrter Herr / Frau,

Ich heiße Sandra van der Kooi und arbeite an meiner Bachelorarbeit für das Studium der Sozialgeographie und Raumplanung an der Universität Groningen. Dazu mache ich Umfragen zu den Motiven der Touristen, um Ameland zu besuchen. Die Ergebnisse dieser Umfrage werden vertraulich behandelt und verbleiben im RUG. Die Umfrage besteht aus **16 fragen**, ist anonym und dauert ungefähr 5 Minuten. Wenn Sie Fragen haben, können Sie diese gerne stellen. Wenn Sie uns später kontaktieren möchten, können Sie dies über die E-Mail-Adresse tun. s.k.van.der.kooi.1@student.rug.nl

*Vielen Dank im Voraus für Ihre Teilnahme an der Umfrage!*

1. Was ist Ihr Geschlecht?

- Mann
- Ehefrau

2. Wie alt sind Sie?

Jahre

3. Was ist Ihr Bildungsniveau?

- Grundbildung
- Sekundarbildung
- Berufsbildende mittlere Schule
- Höhere berufsbildende Schule
- Wissenschaftlicher Unterricht

4. Was ist Ihr Wohnort?

5. Wie lange gehst du nach Ameland?

Tag(e)

6. Warum besuchen Sie Ameland? / Was finden Sie auf der Insel Ameland attraktiv?

7. Kennen Sie den Status des UNESCO-Weltkulturerbe?

- Ja
- Nein

8. Wissen Sie, dass das Wattenmeer zum Weltkulturerbe erklärt wurde?

- Ja (Frage 12 kann übersprungen werden)
- Nein (Frage 11 kann übersprungen werden)

9. Warum ist das Wattenmeer nach Ihnen Meinung Weltkulturerbe erklärt?

10. Hat der Status des Welterbes für Ihr beigetragen das Wattenmeer zu besuchen?

- Ja
- Ein bisschen
- Nein

11. Wenn Sie wüssten, dass das Wattenmeer ein Weltkulturerbe ist, wäre es ein zusätzlicher Anreiz gewesen, das Gebiet zu besuchen?
- Ja
  - Ein bisschen
  - Nein
12. Finden Sie, dass die Insel Ameland sich mit dem Status des Weltkulturerbes bewirbt?
- Ja
  - Ein bisschen
  - Nein
13. Finden Sie, dass das Wattenmeer sich mit dem Status des Weltkulturerbes bewirbt?
- Ja
  - Ein bisschen
  - Nein
14. Kreuzen Sie die Bedingungen an, die zu Ihren Motiven für einen Besuch auf Ameland gehören:
- Erkundung des Wattenmeer (wadlopen)
  - Das Meer
  - Die Dünen
  - Der Strand
  - Das Wattenmeer
  - Die Gezeitenwirkung: Ebbe und Flut
  - Die hohe Artenvielfalt von Pflanzen und Tieren
  - Welterbe-Status
  - Inselgefühl
  - Entspannung
  - Urlaubsgefühl
  - Radfahren
  - Schwimmen
  - Bootfahren
  - Anderes, nämlich ...,
  - Wandern
  - Natur
  - Siegel entdecken
  - Vögel entdecken
  - Der Rest
  - Die Landschaft auf der Insel
  - Der Leuchtturm
  - Museum
  - Der Flughafen
  - Pferd reiten
  - Surfen
  - Fischen
  - Das Nachtleben
  - Die Restaurants und Terrassen
  - Freunde / Familienbesuch

15. Was ist für Sie wichtiger, wenn Sie Ameland besuchen möchten?

- Die Insel selbst
- Das Wattenmeer

16. Geef op een schaal van 1 t/m 10 aan in hoeverre de volgende zaken meespelen in uw keuze om Ameland te bezoeken. 1 = totaal niet; 10 = volledig

Die Dünen:

Überhaupt nicht    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    volledig

Der Strand:

Überhaupt nicht    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    volledig

Das Meer:

Überhaupt nicht    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    volledig

Die hohe Artenvielfalt von Pflanzen und Tieren:

Überhaupt nicht    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    vollständig

Welterbe-Status

Überhaupt nicht    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    vollständig

Insel- und Urlaubgefühl

Überhaupt nicht    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    vollständig

*Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Umfrage*

### Bijlage 3: Survey

Dear Sir/Madam,

My name is Sandra van der Kooi and I am currently working on my bachelor thesis for the study of Social Geography and Spatial Planning at the University of Groningen. For this, I conduct surveys to investigate the motives of tourists to visit Ameland. The results of this survey will be treated confidentially and will remain within the RUG. The survey consists of **16 questions**, is anonymous, and will take approximately 5 minutes of your time. If you have any questions, feel free to ask them and if you want to contact me later, you can do so via the e-mail address; s.k.van.der.kooi.1@student.rug.nl

*Thanks in advance for completing the survey!*

1. What is your gender?

- Man
- Woman

2. What is your age?

 years

3. What is your educational level?

- Primary school
- Secondary school
- Secondary vocational education
- Higher Professional Education
- University Education
- Master's of PhD

4. What is your residence?

5. How long are you going to Ameland?

 day(s)

6. Why are you visiting Ameland? / What do you find attractive on the island of Ameland?

7. Are you common with the UNESCO world heritage status?

- Yes
- No

8. Do you know that the Wadden Sea has been declared to a World Heritage Site?

- Yes
- No

9. Why do you think the Wadden Sea has been declared to a World Heritage Site?

10. Has the World Heritage status contributed to your choice to visit the Wadden area?

- Yes
- A bit



- No
11. If you knew that the Wadden area is a world heritage site, would it have been an extra incentive to visit the area?
- Yes
  - A bit
  - No
12. Do you think the island of Ameland promotes itself with the world heritage status?
- Yes
  - A bit
  - No
13. Do you think the Wadden Sea region promotes itself with the world heritage status?
- Yes
  - A bit
  - No
14. Choose the terms that are part of your motives for visiting Ameland:
- Exploring the mudflats
  - Sea
  - Dunes
  - Beach
  - Mudflats
  - Tidal effects
  - The high species diversity of plants and animals
  - World Heritage Sites
  - The island feeling: away from home
  - Relaxing
  - Holiday feeling
  - Cycling
  - Swimming
  - Sailing
  - Others, namely ...
  - Running
  - Nature
  - Spotting seals
  - Spotting birds
  - The rest
  - The scenery of Ameland
  - Lighthouse
  - Museums
  - Airport
  - Horse riding
  - Surfing
  - Fishing
  - Nightlife
  - Restaurants and terraces
  - Friends/family visits

15. What is more important for you in your choice to visit Ameland?

- The Island Ameland
- The Wadden Sea

16. Indicate on a scale of 1 to 10; to what extent did the following matters play a role in your choice to visit Ameland? 1 = not at all; 10 = complete

The dunes:

Not at all    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 Complete

The beach:

Not at all    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 Complete

The sea:

Not at all    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 Complete

The high species diversity of plants and animals:

Not at all    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 Complete

World Heritage Status:

Not at all    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 Complete

Holiday and island feeling:

Not at all    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 Complete

*Thank you for filling in the survey!*

## Bijlage 4: UNESCO-selectiecriteria

### “Selectie criteria

- Een representatie van een meesterwerk van een creatief menselijk genie;
- Een belangrijke interactie van menselijke waarden, gedurende een bepaald tijdsbestek of in een cultureel gebied in de wereld, voor ontwikkelingen in architectuur, technologie, monumentale kunsten, stadsplanning of landschapsinrichting;
- Een unieke, of op zijn minst een exceptionele getuigenis van een culturele traditie of een huidige of een verdwenen samenleving;
- Een bijzonder voorbeeld van type gebouw, architectuur of technologisch geheel of landschap wat significante stappen in de menselijke geschiedenis laat zien;
- Een bijzonder voorbeeld van een traditionele menselijke nederzetting, landgebruik of zee gebruik wat representatief is voor een cultuur of meerdere culturen of menselijke interactie met het milieu. Voornamelijk wanneer dit milieu kwetsbaar is door de impact van onomkeerbare veranderingen;
- Direct of zijdelings geassocieerd met gebeurtenissen of levende tradities, met ideeën of met geloof, met artistiek en literair werk van buitengewone universele waarde;
- Hoogstaande natuurlijke verschijnselen of gebieden van buitengewone natuurlijke schoonheid en esthetisch belang;
- Buitengewone voorbeelden die belangrijke fasen van de wereldgeschiedenis representeren, inclusief het verslag van het leven, significante voortdurende geologische processen bij de ontwikkeling van landvormen of significante geomorfische of fysiografische kenmerken;
- Buitengewone voorbeelden die significante voortdurende ecologische en biologische processen in de evolutie en ontwikkeling van aardse, water, kust en zee-ecosystemen en gemeenschappen van planeten en dieren representeren;
- De meest belangrijke en significante natuurlijke habitats voor in-situ behoud van biologische diversiteit, inclusief bedreigende soorten van buitengewone universele waarde vanuit het oogpunt van de wetenschap of instandhouding.”

*Vertaald citaat van (UNESCO, 2016)*