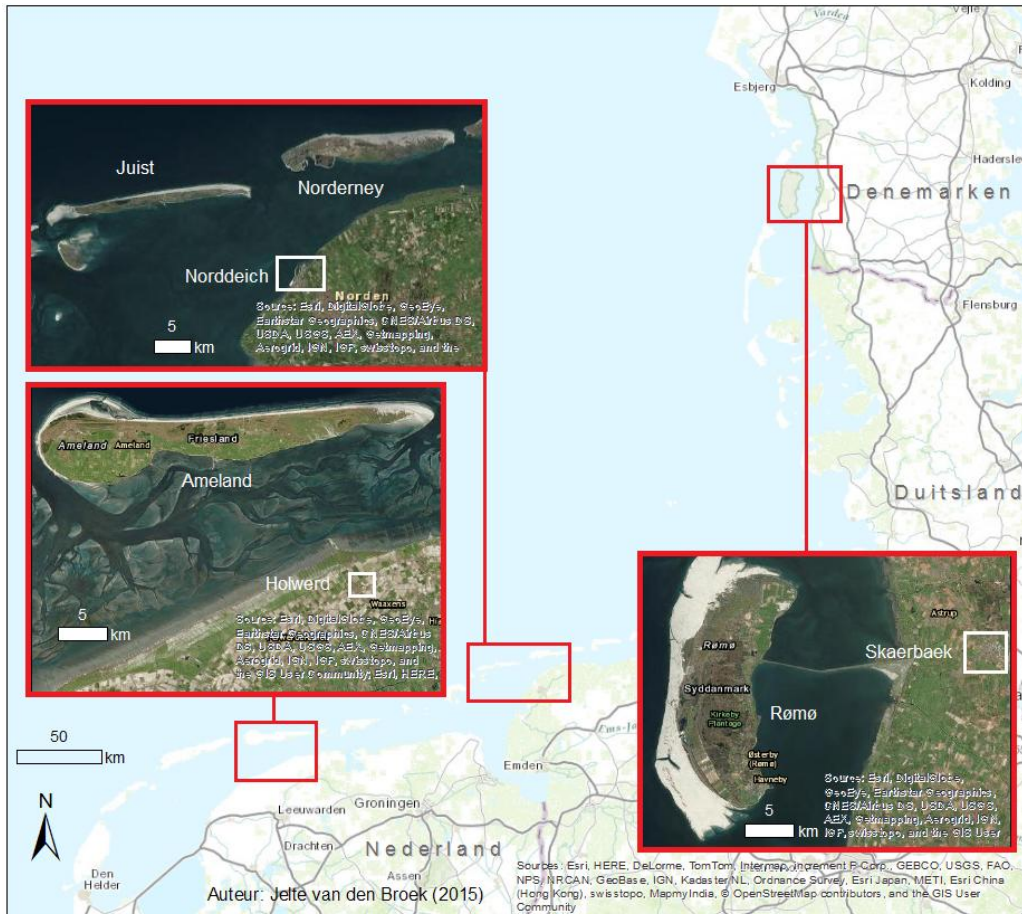


Het toeristische aanbod in kustplaatsen en op eilanden in het Waddengebied



Verschillen en overeenkomsten in samenstelling, doelgroep, governance en prestaties

Jelte van den Broek
s2352265

Bachelorscriptie
Juni 2015

Sociale geografie en Planologie
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen

Begeleider: Peter van Kampen

*Figuur voorkant: de onderzochte locaties van deze scriptie. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.
Design kaart gebaseerd op Harder et al. (2011, p.333).*

Voorwoord

Voor u ligt mijn bachelorscriptie over het toeristische aanbod in kustplaatsen en op eilanden in het Waddengebied. Deze scriptie is het afsluitende onderdeel van de bachelor Sociale Geografie en Planologie die ik de afgelopen drie jaar gevolgd heb aan de Rijksuniversiteit Groningen. Ik ben van februari tot en met juni 2015 bezig geweest met het onderzoek en het schrijven van de scriptie.

Een krantenartikel uit het dagblad Trouw van 20 februari 2015 vormde de aanleiding voor dit onderzoek. In dit artikel, dat te zien is in bijlage 7, beschrijft Karin Sitalsing het project Holwerd aan Zee. Dit moet van Holwerd een toeristische trekpleister maken, terwijl het nu slechts een doorvoerplaats is naar Ameland. Holwerd haalt veel inspiratie uit Duitse kustplaatsen aan de Waddenzee die dit voor elkaar krijgen. Daarom was ik benieuwd hoe het toeristische aanbod van kustplaatsen in het Waddengebied met een verbinding naar een eiland eruit ziet en hoe dit aanbod zich dan verhoudt tot het eiland. Hier ben ik onderzoek naar gaan doen en dat heeft uiteindelijk geleid tot deze scriptie. Ik hoop dat kustplaatsen met een eilandverbinding, zoals Holwerd, deze scriptie kunnen gebruiken bij het ontwikkelen van toeristisch aanbod.

Ik wil een aantal mensen bedanken die mij geholpen hebben bij het onderzoek en bij het schrijven van deze scriptie. Als eerste wil ik mijn ouders bedanken. Mijn vader voor het meedenken bij het onderzoek en het lezen van mijn teksten. Mijn moeder wil ik ook bedanken voor het meedenken, maar vooral voor het lenen van haar auto. Hier ben ik een aantal keren mee naar Duitsland geweest voor een interview. De interviews in Duitsland waren niet gelukt zonder Jessi en Julian, twee Duitse studenten die Duitse mails voor mij hebben opgesteld en mijn interviewvragen in het Duits hebben vertaald. Ik wil ook de verschillende respondenten bedanken voor hun participatie in een interview. Last but not least wil ik mijn begeleider, Peter van Kampen, bedanken voor de ondersteuning en feedback die hij heeft geleverd tijdens het hele proces.

Ik wens u veel leesplezier toe,

Jelte van den Broek

Groningen, 15 juni 2015

Samenvatting

Dit onderzoek is geïnspireerd op het initiatief Holwerd aan Zee, dat van Holwerd een toeristische kustplaats moet maken, terwijl het nu slechts een doorvoerplaats naar Ameland is. Dit onderzoek heeft gekeken naar het toeristische aanbod dat er moet komen in Holwerd en hoe dit zich gaat verhouden tot het toeristisch sterk ontwikkelde Ameland. Dit wordt vergeleken met toerisme in het Duitse en Deense Waddengebied. De doelstelling van dit onderzoek is om inzicht te verschaffen in het toeristische aanbod in de kustplaatsen en op de eilanden in het Waddengebied. Al deze zaken komen terug in de hoofdvraag:

Hoe verhouden de samenstelling, doelgroep, governance en prestaties van het toeristische aanbod van de kustplaatsen in het Deense, Duitse en Nederlandse Waddengebied zich tot die van de eilanden waar ze mee in verbinding staan?

Dit onderzoek heeft het toeristisch aanbod bestudeerd in drie onderzoekslocaties, in elk land één. Elke onderzoekslocatie bestaat uit een kustplaats die in verbinding staat met één of meer eilanden. Voor de eilanden en kustplaatsen is een secundaire dataverzameling gedaan naar de samenstelling van het aanbod. Vervolgens is de accommodatie ook in kaart gebracht. Daarnaast is er in elke bestemming een medewerker van het toerismebureau of de gemeente geïnterviewd.

De belangrijkste resultaten zijn dat de eilanden vooral aantrekkelijk zijn vanwege de natuur en kustplaatsen vooral vanwege de vele mogelijkheden die de toerist er heeft. Hierdoor verschillen ook de soorten toeristen er komen. Het voornaamste verschil in doelgroep tussen eiland en kustplaats zit in de inkomenscategorieën. De kustplaats richt zich meer op lagere inkomens, omdat de boot voor deze groepen een kostenbarrière blijkt. Een andere belangrijke constatering is dat familiebedrijven domineren op de bestemmingen. Dit werkt informele samenwerking in de hand. Opvallend is de vrij zwakke positie van reisbureaus en tour operators. Als laatste is in dit onderzoek bevestigd dat in de Duitse kustplaats het toerisme net zo sterk ontwikkeld is als op de eilanden. In de Nederlandse en Deense kustplaatsen komen echter nauwelijks toeristen.

Concluderend kan gezegd worden dat zowel op de eilanden als in kustplaatsen een sterk ontwikkeld toeristisch aanbod mogelijk is. Samenwerking tussen de verschillende actoren is een versterkend factor hierbij. Er moet rekening mee gehouden worden dat het aanbod voor de toeristen verschilt, net als de doelgroepen, tussen de eilanden en de kustplaatsen.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
Inhoudsopgave	5 t/m 6
1. Inleiding	7 t/m 8
1.1 Aanleiding	7
1.2 Probleemstelling	7
1.3 Opbouw	8
2. Theoretisch kader	9 t/m 17
2.1 Relevante theorieën en concepten	9
2.2 Bestaande kennis	13
2.3 Conceptueel model	16
2.4 Hypothesen	16
3. Methodologie	18 t/m 23
3.1 Onderzoekslocaties	18
3.2 Secundaire data	19
3.3 Primaire data	20
3.4 Ethische overwegingen	22
4. Resultaten	24 t/m 35
4.1 Samenstelling aanbod	24
4.2 Tussenconclusie deelvraag 1	29
4.3 Doelgroep	29
4.4 Tussenconclusie deelvraag 2	31
4.5 Governance	32
4.6 Tussenconclusie deelvraag 3	34
4.7 Prestaties	34
4.8 Tussenconclusie deelvraag 4	35

5. Conclusie en discussie	36 t/m 37
5.1 Conclusies	36
5.2 Discussie	37
Literatuurlijst	38 t/m 42
Bijlagen	42 t/m 58
Bijlage 1: Primaire dataverzameling en -analyse	43
Bijlage 2: Secundaire dataverzameling en -analyse	45
Bijlage 3: Algemene interview guide in het Nederlands	48
Bijlage 4: Algemene interview guide in het Engels	50
Bijlage 5: Algemene interview guide in het Duits	52
Bijlage 6: Interview guide voor medewerker van gemeente Ameland	54
Bijlage 7: Krantenartikel over Holwerd aan Zee	55

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

In het Waddengebied, dat zich uitstrekt van Nederland via Duitsland tot in Denemarken, speelt toerisme een belangrijke rol en dan vooral in de kustregio's (Brandt & Wollessen, 2009). In het Nederlandse Waddengebied is het toerisme geconcentreerd op de populaire Waddeneilanden (Raad voor de Wadden, 2008). In de kustgebieden is veel minder toeristische activiteit. Deze gebieden hebben het ook in algemeen opzicht moeilijk. Zo kampen ze met problemen als krimp en werkloosheid (Sijtsma et al., 2014; Van Dijk et al., 2009). Voor deze gebieden zou toerisme belangrijk kunnen zijn, aangezien het voor economische ontwikkeling kan zorgen (Williams, 2009).

In Holwerd is daarom het initiatief Holwerd aan Zee gestart om van de kustplaats een toeristische trekpleister te maken (Holwerd aan Zee, 2015a, b). Het plan is om de zeedijk door te breken en zo de Waddenzee te verbinden met de Friese meren. Dit moet van Holwerd niet alleen een doorvaartplaats naar Ameland maken, maar een toeristische bestemming. Dit kan gezien worden als een onderdeel van het voorstel van Atelier Fryslân (2012) om van de Nederlandse Waddenkust een aantrekkelijker gebied te maken.

Holwerd ziet het toerisme in de Duitse kustplaatsen in het Waddengebied als voorbeeld voor haar eigen ontwikkeling. Er wordt dus gekeken op het niveau van het complete internationale Waddengebied, een aanpak die terug te zien is bij veel onderzoeken en rapporten. Het Wadden Sea Long-Term Ecosystem Research (WaLTER) is hier een voorbeeld van (Sijtsma et al., 2014). Het is echter wel belangrijk dat al deze kennis over het Waddengebied verbonden wordt met beleid (Klostermann et al., 2009). Voor toerisme is het ook relevant om op een hoog schaalniveau te kijken, aangezien de internationale grenzen minder hard zijn geworden (Williams, 2009). De lokale omstandigheden moeten echter niet vergeten worden, omdat toerisme vaak heel *place-based* is. De bestemming zelf is dan ook nog steeds een belangrijk niveau voor toeristisch wetenschappelijk onderzoek (Haugland et al., 2011; Wesley & Pforr, 2010). Nu duidelijk is binnen welke kaders dit onderzoek is gesitueerd, zal in de volgende paragraaf de precieze richting ervan besproken worden.

1.2 Probleemstelling

Om een toeristische bestemming te worden zal Holwerd met een bepaald product of *aanbod* moeten komen (Song et al., 2013). Dit toeristische aanbod heeft een bepaalde samenstelling die sterk afhangt van de doelgroep (Williams, 2009). Dit aanbod zal geleverd moeten worden door verschillende actoren die daarover samen moeten werken, wat *governance* genoemd wordt (Song et al., 2013). Het is interessant om te onderzoeken hoe Holwerd zich gaat verhouden tot Ameland,

omdat Holwerd hier een directe verbinding mee heeft. Dit onderzoek besteedt ook aandacht aan de Duitse en Deense eilanden en kustplaatsen. De kustplaatsen zijn hier namelijk redelijk succesvol, met name de Duitse (Sijtsma et al., 2014). Op deze manier wordt ook op het niveau van het complete Waddengebied gekeken. Om een vergelijking te maken zal ook gekeken worden naar cijfers, zoals het aantal bezoekers en overnachtingen en de omzet (Williams, 2009). Daarnaast kan gekeken worden hoe ver een bestemming is in zijn ontwikkeling (Butler, 1980). Deze zaken zijn gebundeld onder *prestaties*. Het onderzoek zal plaatsvinden op het niveau van de bestemming en uiteindelijk een internationale vergelijking opleveren. Dit alles leidt tot de volgende doelstelling:

Inzicht krijgen in de verschillen en overeenkomsten in samenstelling, doelgroep, governance en prestaties van het toeristische aanbod tussen de kustplaatsen in het Deense, Duitse en Nederlandse Waddengebied en de eilanden waar ze mee in verbinding staan.

Op basis van het voorgaande is de volgende hoofdvraag geformuleerd:

Hoe verhouden de samenstelling, doelgroep, governance en prestaties van het toeristische aanbod van de kustplaatsen in het Deense, Duitse en Nederlandse Waddengebied zich tot die van de eilanden waar ze mee in verbinding staan?

Uit de hoofdvraag volgen vier deelvragen die de structuur van het onderzoek bepalen:

1. *Hoe ziet de samenstelling van het toeristische aanbod eruit in de kustplaatsen en op de eilanden?*
2. *Wat is de doelgroep van de toeristische sector in de kustplaatsen en op de eilanden?*
3. *Hoe ziet de governance van het toeristische aanbod eruit in de kustplaatsen en op de eilanden?*
4. *Wat zijn de prestaties van het toeristische aanbod in de kustplaatsen en op de eilanden?*

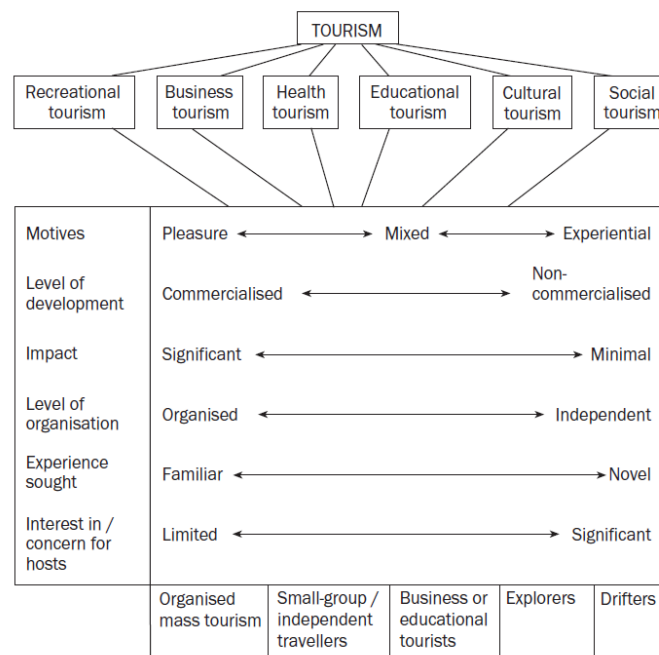
1.3 Opbouw

In het volgende onderdeel zal de theoretische basis van het onderzoek besproken worden. Na dit theoretische kader zal aandacht besteed worden aan de methodologie van het onderzoek. Vervolgens zullen de resultaten hiervan besproken worden. Uiteindelijk zal er in de conclusie en discussie een antwoord gegeven worden op de onderzoeksvragen en zullen er aanbevelingen gedaan worden voor verder onderzoek.

2. Theoretisch kader

2.1 Relevante theorieën en concepten

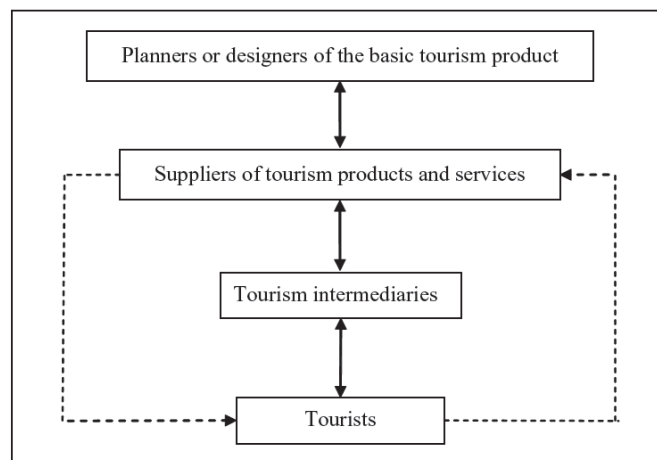
Toerisme kan gezien worden als de activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op een plek buiten hun gebruikelijke omgeving voor niet langer dan een jaar voor recreatie, zaken of andere doeleinden (WTO, 1994, in Gregory et al., 2009). De toerist probeert vaak tijdelijk te ontsnappen aan de routine van het dagelijkse leven, hoewel toerisme ook steeds meer onderdeel van het dagelijkse leven is geworden (Shaw & Williams, 2004; Williams, 2009). Er is echter niet één soort toerist of toerisme, zoals te zien is in figuur 1. Het soort toerisme wordt meestal getypeerd door middel van de belangrijkste activiteit van de trip, al zijn er natuurlijk reizen die draaien om meerdere activiteiten (Williams, 2009). De typologie van de toerist onderin het figuur is gebaseerd op de vierdeling van Cohen (1972). De *business or educational tourists* horen eigenlijk bij de *small-group/independent travellers*. Het belangrijkste verschil tussen de vier groepen is volgens Cohen in welke mate de toerist te *travel industry* gebruikt om zijn trip te structureren.



Figuur 1: de verschillende soorten toerisme en toeristen. Bron: Williams (2009, p.15).

De verschillende groepen toeristen maken allemaal gebruik van bepaalde faciliteiten en diensten, deze worden geleverd door de *tourism industry*. Dit is echter geen normale sector, veel bedrijven binnen deze sector leveren namelijk ook goederen en diensten aan de lokale bevolking (Gregory et al., 2009). De sector kan onderverdeeld worden in vijf hoofdsegmenten: attracties en entertainment, accommodatie, transport, *destination management organizations* (DMO's) en

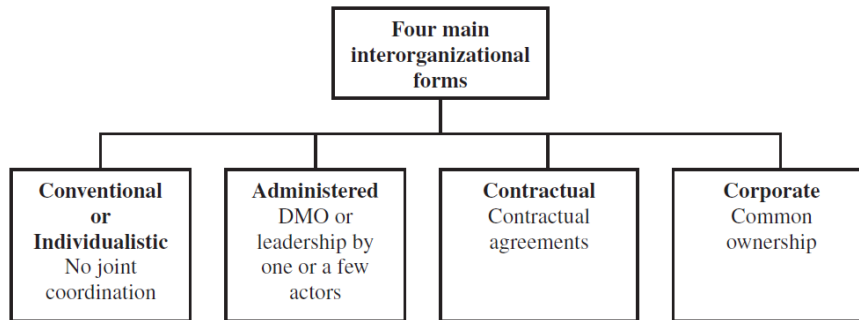
reisorganisaties (Eurostat/OECD/WTO/UN, 2001, in Nowak et al., 2010). Een andere manier om de tourism industry in beeld te brengen is via de *tourism value chain* (TVC), een concept gebaseerd op de *global value chain*. Laatstgenoemde geeft een beeld van de weg die een product aflegt van ontwerp tot eindgebruik en alle *value-adding* activiteiten die hier bij komen kijken (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011). Dit concept wordt nu ook toegepast op toerisme (bv. Erkus-Oztürk & Terhorst, 2010; Tejada, et al., 2011; Zhang et al., 2009). In figuur 2 zijn de actoren in de TVC te zien. De organisaties en bedrijven in de chain leveren samen het *tourism product* aan toeristen, alleen kan dit product niet verplaatst worden (Song et al., 2013). De bestemming is hierdoor een belangrijk schaalniveau bij toerisme.



Figuur 2: een model van de tourism value chain. De planner or designers zijn vaak de destination management organisaties (DMO's). Bij intermediaries moet worden gedacht aan reisbureaus, tour operators en booking sites. Bron: Song et al. (2013, p.16).

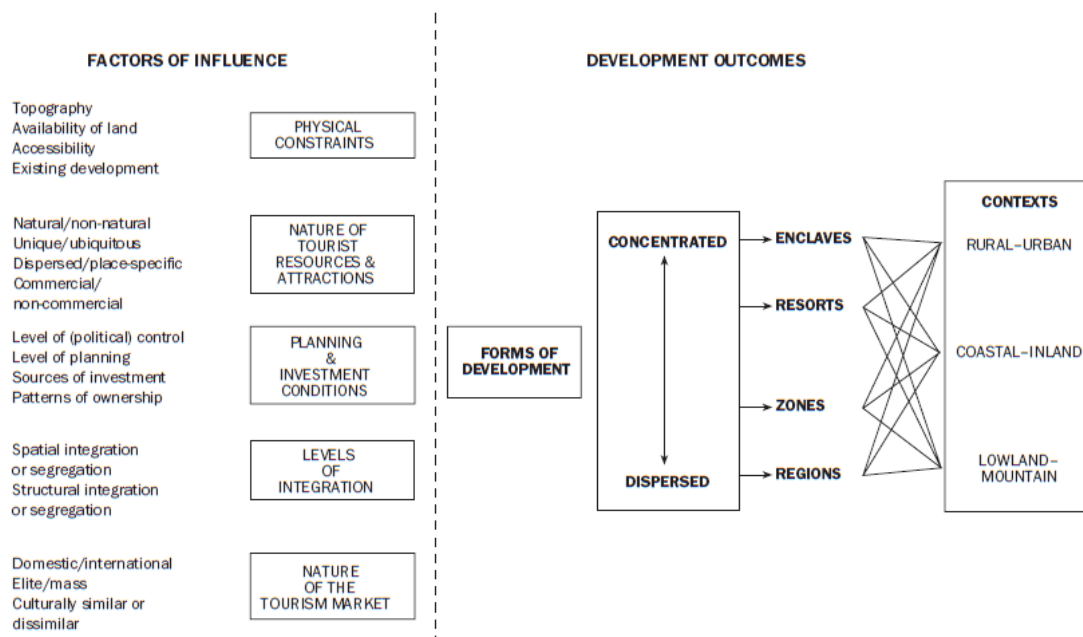
Verschillende auteurs wijzen op het cruciale belang van samenwerking tussen de verschillende actoren in een bestemming (bv. Beritelli, 2011; Jamal & Getz, 1995; Selin & Chavez, 1995). Volgens Zach & Racherla (2011) is het nodig om de overexploitatie van publieke resources te voorkomen en om de toerist een compleet product aan te kunnen bieden. Toeristen ervaren een bestemming namelijk als één product. De bedrijven moeten hun aanbod dus goed op elkaar afstemmen, maar zijn tegelijkertijd wel aan het concurreren met elkaar. Bovenstaande zaken kunnen ondergebracht worden bij de term *governance*, wat gaat over de manieren waarop actoren hun gemeenschappelijke zaken coördineren. (Weiss, 2000). Bij *governance* spelen de machtsverhoudingen altijd een rol (Gereffi & Lee, 2012). Binnen de TVC hebben de DMO's en *intermediaries* vaak een sterke positie (Song et al., 2013). Daarnaast spelen externe bedrijven vaak een grote rol in een bestemming, zeker als deze toeristisch sterk ontwikkeld is (Williams, 2009). Over het algemeen bestaat de sector echter vooral uit kleine, lokale bedrijven (Guzman et al., 2008). In figuur 3 zijn vier vormen van samenwerking binnen een bestemming te zien. Naast onderlinge

samenwerking, wijzen Haugland et al. (2011) erop dat het ook nuttig is om verbindingen te hebben met andere bestemmingen.

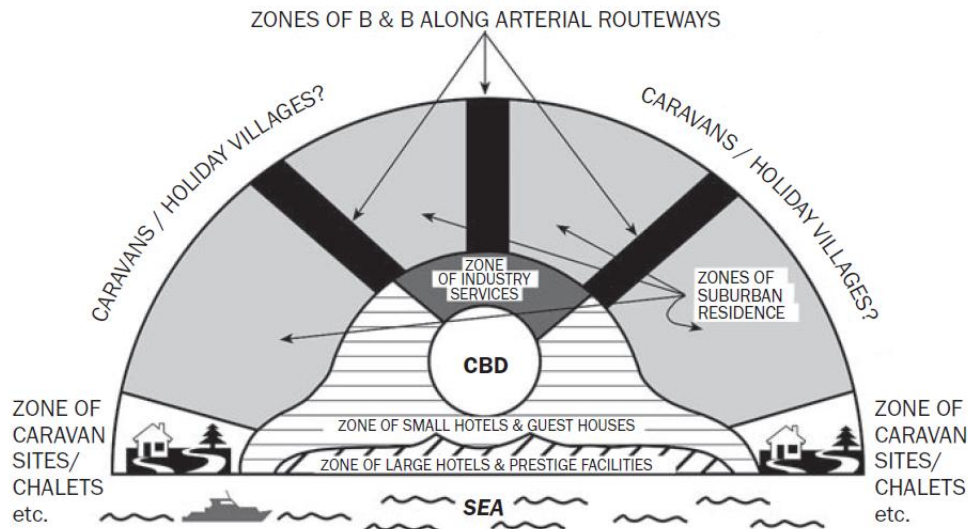


Figuur 3: vier verschillende vormen van samenwerking in een bestemming. Bij de administered form kan samenwerking zowel formeel als informeel zijn. Bron: Haugland et al. (2011, p.276).

Het product dat de actoren leveren kan ook wel het toeristische aanbod van een bestemming genoemd worden. Naast alles wat de tourism industry aanbiedt, kan er bij het aanbod ook gedacht worden aan bepaalde kenmerken van de bestemming waar toeristen op af komen (Williams, 2009). De samenstelling van het aanbod is erg afhankelijk van de doelgroep. Elke soort toerisme of toerist vraagt namelijk om andere faciliteiten en diensten. Het aanbod neemt een bepaalde ruimtelijke vorm aan die afhankelijk is van een aantal factoren (zie figuur 4). Doelgroep en governance zijn in dit model al te herkennen, ze zijn onder te brengen bij respectievelijk *market* en *planning & investment conditions*. Daarnaast is te zien dat het type attracties, de natuurlijke omstandigheden en mate van integratie van invloed zijn.

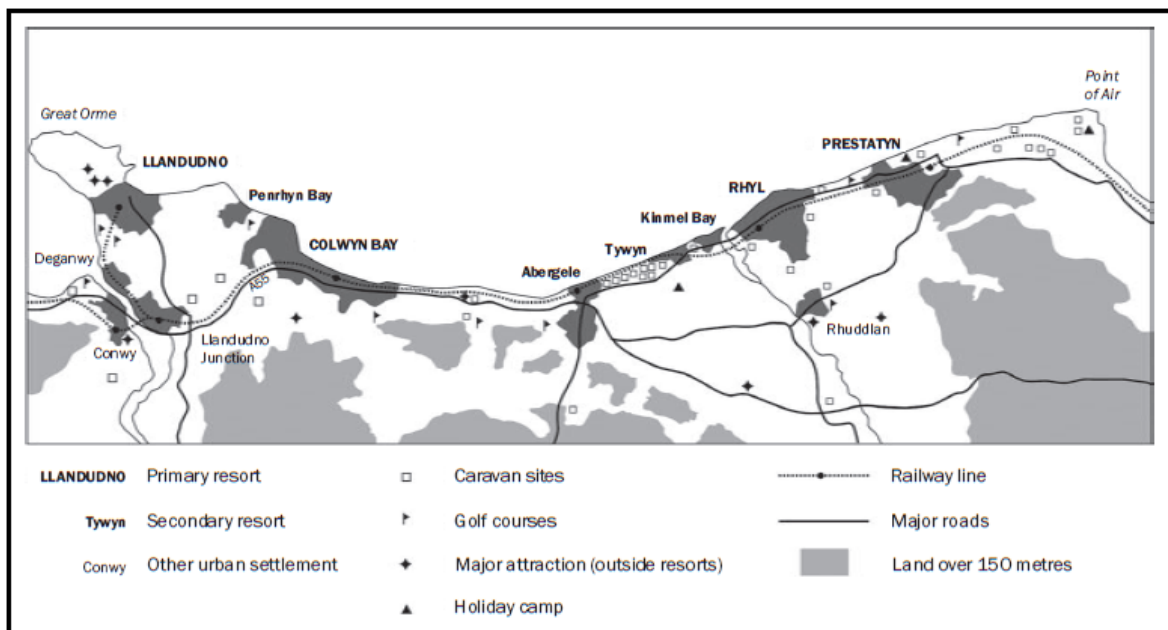


Figuur 4: links de factoren die van invloed op de (ruimtelijke) samenstelling van het toeristische aanbod in een bestemming en rechts vier ruimtelijke vormen die het toeristische aanbod aan kan nemen. Bron: Williams (2009, p.85).



Figuur 5: model van een resort aan de kust. Bron: Williams (2009, p.92).

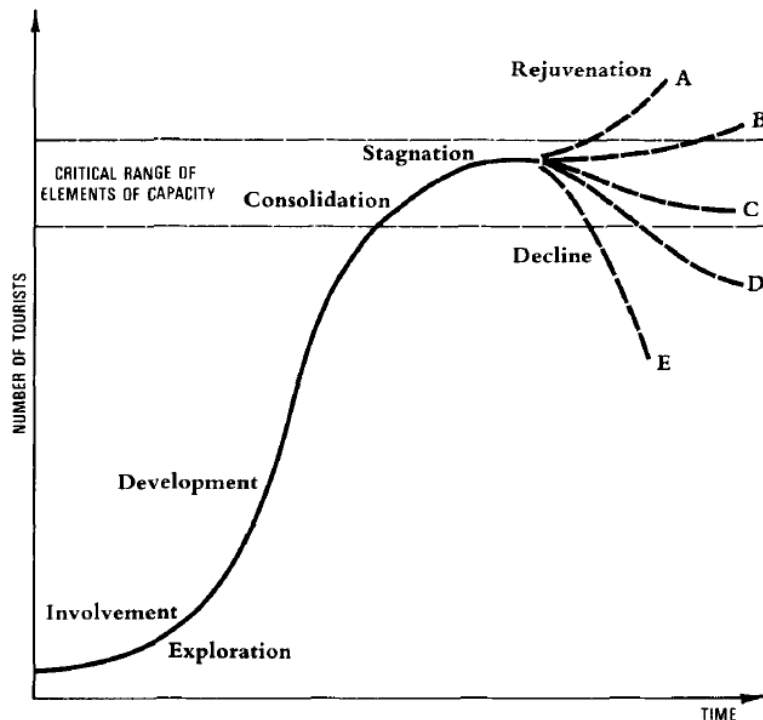
Van de vier ruimtelijke basisvormen die een bestemming kan aannemen, komen een resort en een zone het vaakst voor bij eilanden en kustplaatsen. In figuur 5 is een model van een resort te zien. Als voorbeeld voor een zone wijst Williams op de kust in Noord-Wales (zie figuur 6).



Figuur 6: voorbeeld van een zone aan de kust in Noord-Wales. Bron: Williams (2009, p.97).

Volgens Butler (1980) ontwikkeld het aanbod in een bestemming zich in bepaalde fases. Zijn model (zie figuur 7) beschrijft de evolutie van een bestemming, van ontwikkeling via consolidatie tot dat het wegzakt of zich juist weet te vernieuwen. Dit model is niet universeel geldig, maar is wel

nuttig om een algemeen beeld te krijgen van hoe een bestemming er voorstaat (Williams, 2009). Williams ondersteunt het model met cijfers, zoals het jaarlijkse aantal bezoekers en overnachtingen, maar ook financiële cijfers, zoals omzet. Dit alles scheidt een beeld van hoe een bestemming presteert.



Figuur 7: het model van Butler (1980), dat een hypothetische evolutie van een toeristische bestemming weergeeft. Bron: Butler (1980, p.7).

2.2 Bestaande kennis

Er is al veel onderzoek gedaan naar toerisme in het Waddengebied, vaak uitmondend in rapporten van kennisinstellingen of adviesbureaus. In deze literatuur is gekeken naar kennis die er al is over de samenstelling, doelgroep, governance en prestaties van het toeristische aanbod van de eilanden en kustplaatsen in het Waddengebied.

Het Waddengebied staat vooral bekend om haar unieke natuur en landschap (Sijtsma et al., 2008). De Waddenzee zelf behoort dan ook tot het UNESCO Werelderfgoed (Marencic & Frederiksen, 2013). Onderzoek met de zogenaamde Hotspotmonitor laat zien dat veel mensen aantrekkelijke plekken aanwijzen in het Waddengebied (Sijtsma et al., 2014). In Nederland bevinden deze zich echter vooral op de eilanden en niet op het vaste land (Sijtsma et al., 2012). De natuur, het landschap, het strand en de schone lucht zijn de belangrijkste redenen voor toeristen om naar het Waddengebied te komen (Europarc, 2012). Naast de kenmerken van het Waddengebied zelf, zijn er

ook attracties waar toeristen op af kunnen komen, een overzicht hiervan is te zien in tabel 1. Evenementen kunnen ook gebruikt worden om toeristen te trekken (Liburd & Hergesell, 2008).

Deel Waddengebied	Belangrijkste attracties
Deense	Zwembaden, vakantiecentra, winkelcentra, golfclubs en kastelen.
Duitse	Dorpen en steden, nationale parken, paleizen, parken en tuinen, kuuroorden, wellnesscenters, themaparken en aanbod voor medisch toerisme.
Nederlandse	Musea, wadexcursies, bezoekerscentra, cranberrybedrijven, strandactiviteiten, kuuroorden en zwembaden.

Tabel 1: de belangrijkste attracties in het Deense, Duitse en Nederlandse Waddengebied. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van Europarc (2012, p.20, 24, 27-29) en Sijtsma et al. (2008, p.20, 24, 42).

Op het gebied van accommodatie domineren in alle delen de campings en de vakantiewoningen (Europarc, 2012; Sijtsma et al., 2008). Daarna volgen de hotels, hostels, pensions, B&B, appartementen en groepsaccommodaties. De transportsector is ook onderdeel van de tourism industry. Dit onderzoek kijkt echter op het niveau van de bestemming, daarom wordt er niet gekeken naar het vervoer van en naar de plek. De verbinding tussen eiland en kustplaats is echter wel belangrijk in dit onderzoek. Sijtsma et al. (2008) wijzen erop dat een bootverbinding een aardige kostenpost kan zijn voor de toerist. Het aanbod blijft in ontwikkeling. Sijtsma et al. (2008) wijzen op de opkomst van attractieparken en luxe accommodatievormen. Daarnaast is er ook meer aandacht voor de natuur. Het toeristische aanbod in het Nederlandse Waddengebied is vooral geconcentreerd op de eilanden (Sijtsma et al., 2008). Het Duitse deel kent echter zowel sterk ontwikkelde eilanden als kustplaatsen, ook als deze een verbinding hebben met een eiland. In Denemarken hebben toeristisch sterke kustplaatsen vaak geen eilandverbinding. Over de (ruimtelijke) samenstelling van het aanbod op het niveau van de bestemming is weinig te vinden in de literatuur.

Europarc (2012) en Sijtsma et al. (2008) besteden ook aandacht aan de doelgroepen van de toeristische sector in het Waddengebied, zoals te zien is in tabel 2. In lijn met het aanbod is natuurtoerisme erg belangrijk in het Waddengebied. Daarnaast komt *health*-toerisme veel voor, vooral in het Duitse deel. Daarnaast is opvallend dat de sector zich zowel focust op toerisme gericht op ontspanning als toerisme gericht op activiteiten. Naast het soort toerisme kijken Europarc en Sijtsma et al. ook naar de doelgroep met betrekking tot inkomens- en leeftijdscategorieën en herkomstland van de toerist. Er wordt echter niet gekeken op het niveau van de bestemming zelf, daardoor is het moeilijk verschillen aan te geven tussen eiland en kustplaats.

Soort doelgroep	Doelgroepen
Soort toerisme	Cultuurtoerisme, natuurtoerisme, ontspanningstoerisme, recreatief toerisme <i>health</i> -toerisme en zakelijk toerisme.
Leeftijdscategorieën	Gezinnen/families en senioren.
Inkomenscategorieën	In Duitsland bovenmodaal.
Herkomstgebieden	Voornamelijk uit de Waddenlanden zelf.

Tabel 2: de doelgroepen van het Waddengebied. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van Europarc (2012, p.27) en Prognos AG (2004, in Sijtsma et al., 2008, p.42).

Governance wordt door Van Dijk et al. (2009) als cruciaal gezien voor een duurzame ontwikkeling van het Waddengebied. Dit gaat over het behoud van de natuur, maar is volgens Van Dijk et al. ook van toepassing op economische, ruimtelijke en culturele vraagstukken. Ook voor toerisme is governance dus van belang, onder andere dus om als bestemming een compleet product aan te kunnen bieden. Hiervoor zijn de lokale toerismebureaus belangrijk, maar er zijn ook samenwerkingsverbanden op regionaal en nationaal niveau (Europarc, 2012). Ook de overheid bestaat uit meerdere lagen (Marencic & Frederiksen, 2013). Er is ook samenwerking op het niveau van het internationale Waddengebied, zogenaamde trilaterale samenwerking, wat vooral betrekking heeft op het Werelderfgoed (Revier & Postma, 2012). Over de bedrijvenstructuur wordt weinig gesproken in de literatuur, alleen dat in Denemarken de toeristische sector wordt gedomineerd door kleine bedrijven (Europarc, 2012). Sijtsma et al. (2008) wijzen verder op een toename van georganiseerde reizen via reisbureaus. Daarnaast gebruiken toeristen steeds vaker booking sites.

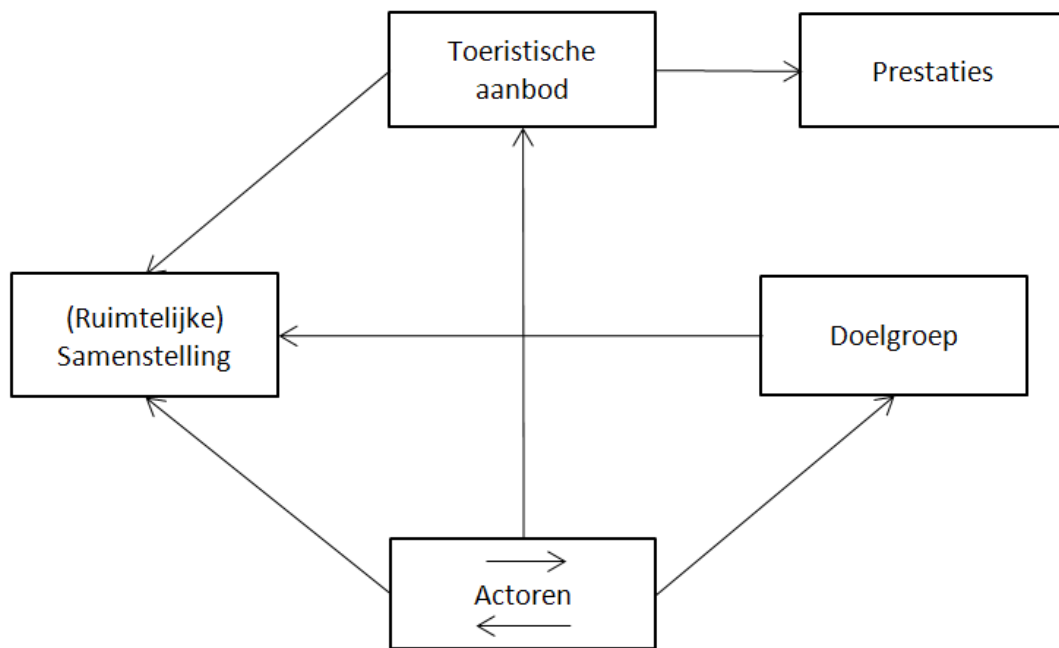
Over de prestaties van de toeristische sector in het Waddengebied zijn wel cijfers bekend, maar dan op een hoger schaalniveau (zie tabel 3). Sijtsma et al. (2008) wijzen wel op de verschillen tussen eilanden en kustplaatsen. In Nederland is toerisme op de eilanden erg sterk ontwikkeld, maar is de groei er wel af. Deze kunnen dus geplaatst worden in de laatste fasen van het model van Butler: *consolidation* of *stagnation*. Ditzelfde geldt voor de eilanden en kustplaatsen in het Duitse Waddengebied. Ook de eilanden in Denemarken en een aantal kustplaatsen zonder verbinding kunnen in deze fase geplaatst worden. Op deze locaties zou de massatoerist van Cohen kunnen domineren. Het Waddentoerisme draait echter erg om de natuur, wat vaak op gespannen voet staat met massatoerisme (Williams, 2009). Daarom zouden de *small groups* en *independent travellers* ook kunnen domineren. In de Nederlandse en Deense kustplaatsen met een eilandverbinding is toerisme minder ontwikkeld en is het onwaarschijnlijk dat hier massatoeristen te vinden zijn. Zelfs *drifters* en *explorers* zouden hier nog heen kunnen gaan. Deze kustplaatsen bevinden zich waarschijnlijk in de eerdere fasen van het Butler-model: *exploratory*, *involvement* of *development* fase.

Gebied	Bezoekers	Overnachtingen	Omzet
Gehele Waddengebied	5.6 miljoen	49.2 miljoen	€5.6 miljard
Deense Waddengebied	Niet bekend	6,6 miljoen	€358 miljoen
Duitse Waddengebied	3,8 miljoen	19,1 miljoen	€3,9 miljard
Nederlandse Waddengebied	4,8 miljoen	13,5 miljoen	€1,4 miljard

Tabel 3: een aantal cijfers over toerisme in het Waddengebied, de cijfers gaan over 2007. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van Brandt & Wollessen (2009, p.11).

2.3 Conceptueel model

Op basis van het theoretische kader en de deelvragen is een conceptueel model opgesteld (zie figuur 8). Dit model zal getest worden in drie kustplaatsen en op vier eilanden in het Waddengebied door middel van interviews en secundaire data. De precieze methodologie zal besproken worden in het volgende hoofdstuk.



Figuur 8: het conceptuele model van dit onderzoek, samengesteld op basis van de vier deelvragen en het theoretische kader. De pijlen boven en onder de actoren geven de onderlinge samenwerking weer, dit hele blokje is een weergave van de governance van het toeristische aanbod. Bron: Eigen bewerking (2015).

2.4 Hypothesen

Voordat overgegaan wordt op de methodologie van het onderzoek, is eerst voor elke deelvraag, op basis van het theoretische kader, een hypothese geformuleerd:

1. Het belangrijkste aanbod is de natuurlijke omgeving, aangevuld met attracties, voorzieningen en evenementen. De voornaamste accommodatievormen zijn campings en vakantiewoningen. In

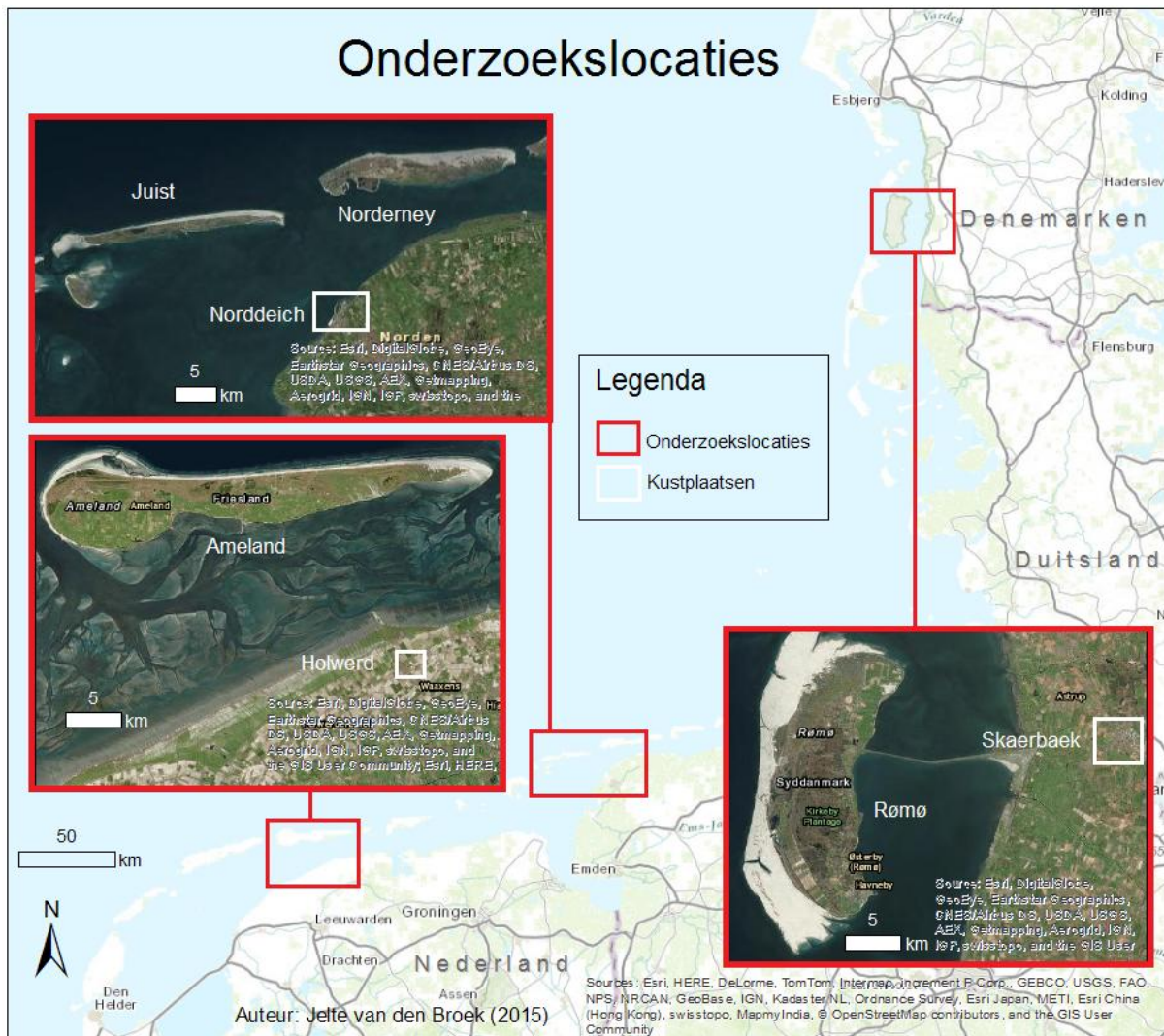
Duitsland is het aanbod zowel op de eilanden als in de kustplaatsen sterk ontwikkeld, terwijl in Denemarken en Nederland het aanbod is geconcentreerd op de eilanden.

- 2. In het Waddengebied domineert het natuur- en health-toerisme, wat vooral wordt gedaan door families en ouderen met gemiddelde tot hogere inkomens. Op de eilanden en in de Duitse kustplaatsen is de massatoerist of small group/independent traveller aanwezig, terwijl in de Nederlandse en Deense kustplaatsen zowel small group/independent travellers als drifters en explorers komen.*
- 3. Governance is cruciaal voor het Waddengebied om de natuur te onderhouden en om toeristen als bestemming één product aan te kunnen bieden. In de bestemmingen zijn de DMO's (overheden en toerismebureaus) en intermediaires (bookings sites en reisbureaus) erg belangrijk. De sector bestaat vooral uit kleine, lokale bedrijven, maar op de eilanden en in de Duitse kustplaatsen hebben externe bedrijven een sterke positie.*
- 4. De toeristen komen vooral naar de Waddeneilanden en de Duitse kustplaatsen, die in de consolidation en stagnation fase zitten. In Deense en Nederlandse kustplaatsen komen weinig toeristen en zij zitten in de exploratory, involvement of development fase.*

3. Methodologie

3.1 Onderzoekslocaties

In de aanleiding en het theoretische kader is duidelijk gemaakt dat de bestemming zelf erg belangrijk is bij toerisme en daarom richt dit onderzoek zich ook op dit schaalniveau. De relevante bestemmingen voor dit onderzoek zijn kustplaatsen en eilanden die met elkaar verbonden zijn. Omdat het onderzoek zich op kustgebieden richt, is uitgegaan van de afbakening van het Waddengebied uit Sijsma et al. (2014) bij het selecteren van de onderzoekslocaties. Zij blijven namelijk dichtbij de kust met hun afbakening. In de aanleiding is al verantwoord dat dit onderzoek zich op alle drie de landen wil richten en daarom is in elk land een onderzoekslocatie gekozen. Een onderzoekslocatie bestaat uit een kustplaats die in verbinding staat met één of meer eilanden, zie figuur 9 voor de gekozen locaties.



Figuur 9: de geselecteerde locaties voor dit onderzoek. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS. Design kaart gebaseerd op Harder et al. (2011, p.333).

In de aanleiding is duidelijk gemaakt dat het onderzoek kijkt vanuit het perspectief van de kustplaats. De onderzoekslocaties zijn daarom vooral geselecteerd op basis van de kustplaats. In Nederland is gekozen voor Holwerd in combinatie met het eiland Ameland. Door de ontwikkelingen in het kader van Holwerd aan Zee is Holwerd een interessante onderzoekslocatie. Vervolgens is in Duitsland en Denemarken naar vergelijkbare locaties gezocht. In Duitsland wordt onderzoek gedaan in Norddeich en op de eilanden Juist en Norderney. Voor Norddeich is gekozen omdat het een vergelijkbaar inwonerstal heeft als Holwerd, 1.705 om 1.520 (CBS, 2013; Stadt Norden, 2015). Daarnaast behoort het tot het op toeristisch gebied succesvolle Duitse Waddengebied (Sijtsma et al., 2008). Het heeft weliswaar een verbinding met twee eilanden, maar de kustplaats lijkt erg geschikt voor dit onderzoek. Het is bovendien interessant de situatie te vergelijken met kustplaatsen die een verbinding hebben met maar één eiland. In Denemarken is gekozen voor Skaerbaek dat een verbinding heeft met Rømø. De keuze is gevallen op Skaerbaek (3.062 inwoners), omdat de andere kustplaatsen met een eilandverbinding, Ribe en Esbjerg, groter zijn met respectievelijk 8.168 en 71.618 inwoners (Statistics Denmark, 2014). Dit maakt de vergelijking met Holwerd en Norddeich lastig en bovendien is de waarde van toerisme voor grotere steden vaak beperkt (Ashworth, 2009). Skaerbaek ligt niet direct aan de kust, wat te vergelijken is met de situatie in Holwerd. Skaerbaek heeft echter geen boot- maar een wegverbinding met Rømø. Het is interessant dit te vergelijken met de bootverbindingen van Holwerd en Norddeich. In de bovenstaande locaties is onderzoek gedaan naar de samenstelling, doelgroep, governance en prestaties van het toeristische aanbod. De uitkomsten moeten uiteindelijk een beeld geven van toerisme in de kustplaatsen en op de eilanden in het Waddengebied. Generalisatie is niet mogelijk, vanwege het beperkte aantal locaties. Het onderzoek bestond uit het verzamelen en analyseren van zowel primaire als van secundaire data (zie bijlagen 1 en 2 voor details). De secundaire dataverzameling zal nu eerst besproken worden, omdat hiermee een algemeen beeld is gekregen van het aanbod. Hier is vervolgens met primaire data dieper op ingegaan.

3.2 Secundaire data

De secundaire dataverzameling bestond uit het in beeld brengen van de (ruimtelijke) samenstelling van het toeristische aanbod, wat valt onder deelvraag één. Bij deze dataverzameling zijn voor elke locatie gegevens verzameld over de belangrijkste kenmerken van de bestemming en de aanwezige accommodatievormen, attracties en transportvoorzieningen. Volgens White (2010) kan met secundaire data goed een beeld gekregen worden van de karakteristieken van een bepaalde plek. De benodigde gegevens zijn gevonden op lokale toerismewebsites. De bovenstaande websites zijn hiervoor geschikt, omdat zij betrouwbare informatie aan toeristen moeten leveren. Daarnaast wordt

de samenstelling van het aanbod ook in de primaire dataverzameling onderzocht. Op basis van de verzamelde gegevens is in Excel een overzicht gemaakt van het aanbod.

Daarnaast is met ArcGIS een kaart gemaakt om een beeld te krijgen van de ruimtelijke samenstelling van het aanbod. Er is gekozen om alleen de accommodatievormen in kaart te brengen, omdat attracties en transportvoorzieningen zich niet altijd op één vaste plek bevinden. Een hardlooptwistrijd kan bijvoorbeeld een attractie zijn en een complete weg een transportvoorziening. De accommodaties zijn in kaart gebracht door het geocoderen van verzamelde adressen. Doordat er hier meer en gedetailleerdere informatie benodigd was, zijn de databases van de ANWB (vaak in samenwerking met booking.com) gebruikt ter controle van en als aanvulling op de lokale websites. Binnen de accommodatievormen zijn twee categorieën in beeld gebracht, zoals te zien in tabel 4. Er is gekozen vakantiewoningen buiten beschouwing te laten, omdat hier geen goede databases voor te vinden zijn. Dit komt doordat veel vakantiewoningen privaat bezit zijn. In het model van een resort dat in het theoretische kader wordt gegeven is te zien dat accommodatiecomplexen in en rond het centrum van een toeristische plaats liggen en de accommodatieparken aan de rand. Daarom zijn deze twee accommodatievormen naar verwachting voldoende om de voornaamste concentraties van het aanbod in kaart te brengen.

Hoofdcategorie	Onderliggende categorieën
Accommodatieparken	Bungalowparken, campings en stacaravanparken.
Accommodatiecomplexen	Appartementencomplexen, Bed & Breakfast, groepsaccommodaties, hotels, hostels/jugendherbergen, pensions, vakantieboerderijen.

Tabel 4: de categorieën gebruikt bij het in kaart brengen van de accommodatie. De eerste categorie omvat parken met losse accommodatie units, de tweede categorie omvat gebouwen en complexen met daarin meerdere accommodatie units. De hoofdcategorieën kennen veel diversiteit in de onderliggende categorieën, omdat moeilijk onderscheid te maken is tussen deze accommodatievormen. Bron: Eigen bewerking (2015).

3.3 Primaire data

De primaire data is gebruikt om inzicht te krijgen in de samenstelling, doelgroep, governance en prestaties van het lokale aanbod. Alle vier de deelvragen zijn hier dus behandeld. De dataverzameling bestond uit het afnemen van zeven interviews. Er is voor deze methode gekozen, omdat er dan diep op de thema's kan worden ingegaan (Longhurst, 2010). Hierdoor kan er een goed beeld van het aanbod gevormd worden. Er is niet gekozen voor enquêtes, omdat de antwoorden dan vaak oppervlakkig blijven (McLafferty, 2010). Met enquêtes kunnen wel meer respondenten bereikt worden. Generalisatie was echter niet het doel van deze dataverzameling. Er is voor gekozen om via zogenaamde *semi-structured* interviews met de juiste personen een gedetailleerd beeld van het aanbod te krijgen. Semi-structured interviews hebben een van tevoren bepaalde structuur, maar hier is van af te wijken tijdens het interview. Daarnaast heeft de interviewer de mogelijkheid door te

vragen. Deze vorm is gekozen zodat een respondent vrij kan vertellen, maar dat wel de thema's van dit onderzoek behandeld worden. Voor deze interviews is een interview guide opgesteld (in het Engels, Duits en Nederlands) die de vier bovenstaande thema's behandelt (zie bijlagen 3, 4 en 5).

De interviews zijn gehouden met medewerkers van toerismebureaus en gemeentes (zie tabel 5), omdat zij overzicht hebben over het toerisme in hun gebied. Voor Ameland is zowel het toerismebureau als de gemeente geïnterviewd. Bij het interview met het toerismebureau zijn alle punten aan bod gekomen. Daarom is in het interview met de gemeente gefocust op twee specifieke onderwerpen. Het eerste onderwerp was Werelderfgoed, omdat dit in het Waddengebied een grote rol speelt en veel raakvlakken heeft met alle vier de thema's. Daarnaast ging het interview over de rol van de overheid binnen toerisme, wat aansluit bij het thema governance. Op basis van de ervaringen uit deze eerste twee interviews is er voor gekozen in de overige locaties voor de interviews te concentreren op de lokale toerismebureaus. In Holwerd is de gemeente geïnterviewd, omdat het geen toerismebureau heeft. Skaerbaek en Rømø zijn in één interview behandeld, aangezien beide locaties onder hetzelfde toerismebureau vallen. Hier was een live-interview helaas niet mogelijk vanwege een taalbarrière en agendatechnische redenen. Dit is opgelost door de vragen schriftelijk te laten beantwoorden via email. In de overige interviews zijn alle thema's behandeld. Een kanttekening is dat er maar één persoon per bestemming is geïnterviewd en dat zijn/haar uitspraken niet te controleren zijn met een ander interview. De respondenten waren echter ervaren medewerkers van gemeentes en toerismebureaus. Aangenomen mag worden dat ze betrouwbare informatie verschaffen aan toeristen en burgers.

Instelling	Locatie(s)
VVV Ameland	Ameland
Gemeente Ameland	Ameland
Staatsbad Norderney	Norderney
Kurverwaltung Norden-Norddeich	Norddeich
Gemeente Dongeradeel	Holwerd
Touristbureau Rømø-Tønder	Rømø en Skaerbaek
Kurverwaltung Juist	Juist

Tabel 5: informatie over de gehouden interviews, elke rij gaat over één interview, in totaal zijn er dus zeven interviews afgenomen. De tabel geeft de instelling die de respondent vertegenwoordigde en de locatie waarover het interview ging. De volgorde van de tabel is in lijn met de volgorde waarin de interviews afgenomen zijn. Bron: Eigen bewerking (2015).

De belangrijke stukken uit de interviews zijn getranscribeerd en vervolgens geanalyseerd door middel van coderingen. Volgens Cope (2010) is coderen een geschikte methode voor het analyseren van interviews, omdat het de onderzoeker in staat stelt patronen te zien in de data. Voor het coderen is het programma Atlas/ti gebruikt, wat volgens Van Hoven (2010) geschikt is voor het

coderen van interviews. Cope raadt aan bij het coderen de belangrijke thema's te volgen. Voor dit onderzoek zijn dan ook binnen de vier thema's codes opgesteld (zie tabel 6). De codes zelf zijn *analytical codes*, omdat ze gebaseerd zijn op het theoretische kader.

Thema's	Codes
(Ruimtelijke) samenstelling	Het toeristische aanbod of product van een bestemming wordt geleverd door de suppliers van de tourism industry, deze kunnen onderverdeeld worden in attracties en entertainment, accommodatie en transport (Eurostat/OECD/WTO/UN, 2001, in Nowak et al., 2010; Song et al., 2013). Transport heeft in dit onderzoek alleen betrekking op het transport binnen de bestemming. Daarnaast kunnen de kenmerken van een bestemming gezien worden als een onderdeel van het aanbod, aangezien dit pull factors zijn waar toeristen op af komen. Sijtsma et al. (2008) laten zien dat er nog veel nieuwe ontwikkelingen zijn met betrekking tot het aanbod. Als laatste heeft dit aanbod een bepaalde ruimtelijke weerslag (Williams, 2009). Dit zal echter vooral in de secundaire dataverzameling en analyse onderzocht worden, hier wordt gefocust op de hoe rekening gehouden wordt met de natuurlijke omstandigheden bij de planning van toeristisch aanbod.
Doelgroep	Williams (2009) typeert toerisme door middel van het soort toerisme en wijst op de vier verschillende soorten toeristen van Cohen (1972). Daarnaast typeren Europarc (2012) en Sijtsma et al. (2008) de doelgroep door middel van inkomens- en leeftijdscategorieën en het herkomstland van de toerist.
Governance	Bij governance spelen de machtsverhoudingen tussen de verschillende partijen een belangrijke rol (Song et al., 2013). Samenwerking over en coördinatie van het toeristische aanbod vindt plaats binnen de bestemming , maar ook met andere bestemmingen (Haugland et al., 2011).
Prestaties	Door middel van het Butler-model (Butler, 1980) kan aangegeven worden hoe ver een bestemming is in zijn ontwikkeling. Williams (2009) ondersteunt dit door middel van cijfers, zoals het aantal overnachtingen en bezoekers . Daarnaast gebruikt Williams cijfers op financieel gebied , zoals omzet en banen, om een beeld te geven van de prestaties van een toeristische bestemming.

Tabel 6: de thema's van dit onderzoek met de daarbij de gebruikte codes (dikgedrukt) voor de interviewanalyse.
Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van de bronnen die in de tabel vermeld worden.

3.4 Ethische overwegingen

Bij een onderzoek moet rekening gehouden worden met ethische vraagstukken (Cope, 2010). Ten eerste is de achtergrond van de onderzoeker zelf van invloed op de opzet en uitkomsten van het onderzoek, dit wordt *positionality* genoemd (Van Hoven & Meijering, 2011). Ik woon zelf niet in een kustplaats of eiland in het Waddengebied, dus ik ben geen insider. Ik ben echter wel een Nederlander, waardoor ik wellicht de neiging heb mij meer te focussen op de Nederlandse plekken.

Doordat dit onderzoek in elk land hetzelfde model wil testen en dus overal dezelfde data nodig heeft, is de aandacht bewust eerlijk verdeeld over de drie landen.

Smith (2010) wijst op problemen die kunnen ontstaan bij het doen van onderzoek in andere culturen. Bij Nederland, Duitsland en Denemarken zijn vooral de taalverschillen relevant. Deze spelen zowel bij de interviews als bij de secundaire dataverzameling. Om misinterpretaties te voorkomen zijn de standpunten van de respondenten steeds herhaald na een thema of onderwerp, zodat zij deze eventueel konden corrigeren. Drie interviews zijn in het Duits gedaan en daarbij hebben twee Duitse studenten geholpen met vertalen. Bij de secundaire dataverzameling was de belangrijke databron lokale websites voor toeristen die in het Nederlands of Engels waren en in twee gevallen in begrijpelijk Duits.

Daarnaast is er rekening gehouden met de ethische voorschriften van Hay (2010) bij het afnemen van interviews. De respondenten zijn met respect behandeld. Ze zijn eerst geïnformeerd over het onderzoek, er is om toestemming gevraagd voor het opnemen van het interview en ze mochten anoniem blijven. De verkregen data is vertrouwelijk behandeld.

Uiteindelijk moet het onderzoek geen schade toebrengen aan mensen of gebieden (Hay, 2010). Er bestond het gevaar het stereotype van Noord-Nederland als achtergesteld gebied te versterken. Dit onderzoek is echter bedoeld om de kustgebieden vooruit te helpen en het besteedt ook aandacht aan kansrijke initiatieven van de lokale bevolking om de situatie te verbeteren, zoals Holwerd aan Zee. Tot slot sluiten de GIS-kaarten zo dicht mogelijk aan bij de werkelijkheid, zodat geen verkeerd beeld van een gebied gegeven wordt. Nu de methodologie besproken is, kan er gekeken worden naar de resultaten.

4. Resultaten

4.1 Samenstelling aanbod

De resultaten zullen nu per deelvraag besproken worden. Eerst zullen de bevindingen in de onderzoekslocaties besproken worden. Er zal voor elke deelvraag steeds een tussenconclusie gegeven worden met de belangrijke resultaten. Hier zal ook naar raakvlakken met de literatuur uit het theoretische kader gekeken worden.

Het aanbod van beide Nederlandse locaties, Ameland en Holwerd, is op dit moment moeilijk te vergelijken. Holwerd heeft nu namelijk weinig te bieden voor de toerist (zie figuur 11). Ameland heeft juist een sterk ontwikkeld aanbod. Toeristen komen naar Ameland voor de natuur, de schone lucht en het eilandgevoel. Ameland is net even wat anders dan het vaste land door de rust en overzichtelijkheid. Er zijn ook meerdere sportevenementen waar toeristen op af komen. Op dit moment zijn er verregaande plannen om het aanbod te verbreden met een wellnesscentrum. Zoals te zien is in figuur 10, kan Ameland gezien worden als een toeristische zone met daarin vier resorts. Buiten de resorts liggen de vakantieparken en de vele groepsverblijven. De meest voorkomende accommodatievorm, losse bungalows, is echter niet meegenomen in deze kaart. In Holwerd zijn vooral de toekomstplannen interessant. Om de dichtslibbende vaargeul naar Ameland periodiek schoon te spoelen, moet er een binnendijks buffermeer komen. Dit vormt de basis voor het project Holwerd aan Zee. Rond het meer is ruimte voor horeca, een haven, boulevard, Waddeninformatiecentrum en wellnesscentrum. Het is de bedoeling dat het dorp daarvan gaat profiteren en daarom worden oude woningen opgeknapt om gebruikt te worden als vakantiewoningen. Daarom komen geen grote complexen buiten het dorp, er is alleen ruimte voor twee terpen in het meer met bungalows. De natuur rond het meer, maar ook de buitendijkse kwelders, vormen een belangrijke aantrekkingsbron. Ook het historische karakter van Holwerd moet mensen gaan trekken. Daarnaast heeft de toerist vanuit Holwerd veel mogelijkheden; men kan een dag naar Ameland, maar ook Leeuwarden en Groningen zijn bereikbaar, daarnaast komt er een waterverbinding met de Friese Meren.



Figuur 10: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie op Ameland. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.

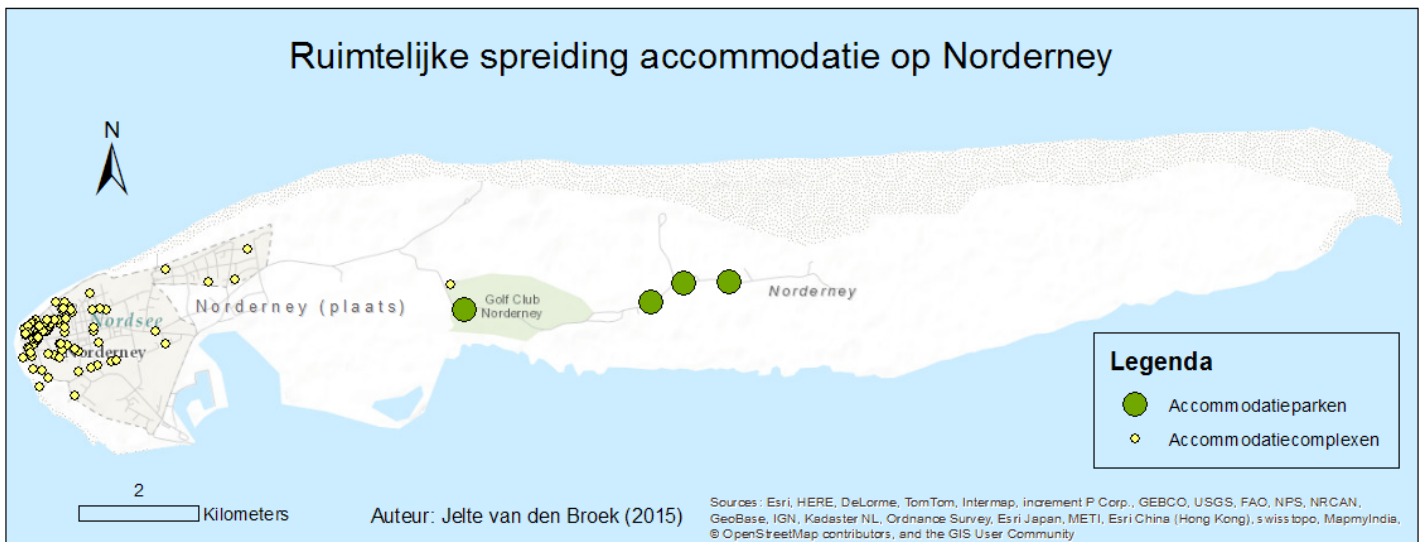


Figuur 11: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie in Holwerd. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.

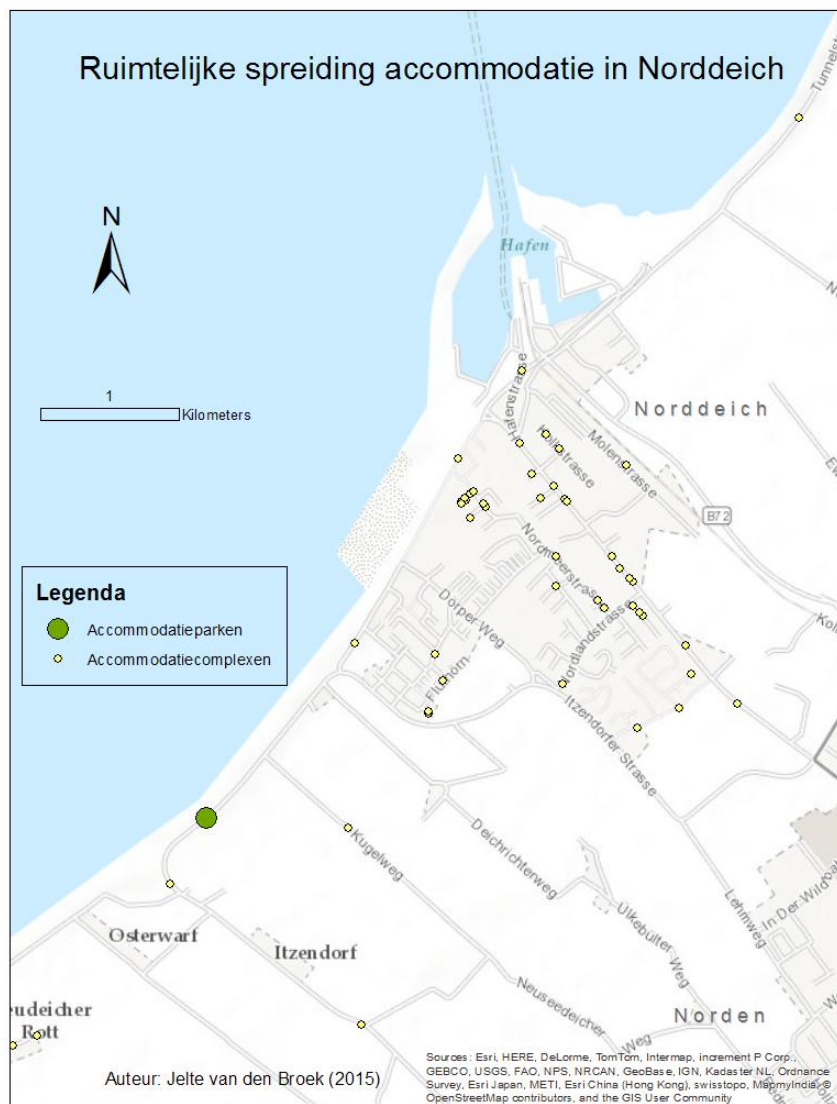
In de Duitse onderzoekslocatie is de natuur voor Juist en Norderney het belangrijkste aanbod, met name de stranden worden genoemd. Norderney beseft dat alle Waddeneilanden prachtige natuur hebben en zet zich daarom vooral neer als kuuroord, gespecialiseerd in Thalasso-therapie, dat is wellness die gebruikt maakt van de zee, zoals modderbaden. Norderney organiseert verder veel evenementen. Juist doet ook aan Thalasso-therapie, maar de meeste toeristen komen voor de rust, omdat Juist een autovrij eiland is. Op het gebied van accommodatie domineren de vakantiewoningen, met daarnaast een breed aanbod van hotels en pensions. Doordat in de natuur niet gebouwd mag worden, is de accommodatie geconcentreerd in één resort (zie figuur 12 en 13). Nieuwe ontwikkelingen vinden plaats binnen dit resort, Juist en Norderney bouwen hier bijvoorbeeld allebei aan een nieuw hotel. Norderney en Juist zijn via een boot te bereiken vanuit Norddeich, dat zelf ook een omvangrijk aanbod heeft. Norddeich is net als de eilanden aantrekkelijk vanwege de schone lucht en het strand. Ook hier is een wellnesscentrum. De natuur is echter niet het belangrijkste aanbod, toeristen komen vooral voor de vele mogelijkheden. Vanuit Norddeich kan je een dag naar eiland, maar ook naar steden in de omgeving. Ook Norddeich zelf heeft een aantal attracties, zoals het Seehundstation en een surfschool. Ook in Norddeich zijn er vooral vakantiewoningen, zij beslaan 70% van het aanbod. De accommodatie bevindt zich vooral in het dorp zelf (zie figuur 14), waardoor het dus een resort genoemd kan worden. Dit aanbod groeit nog steeds doordat oude, kleine huizen gesloopt worden en vervangen worden door nieuwe. Daarnaast zijn er plannen om een parkeerterrein in het centrum te vervangen door een hotel.



Figuur 12: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie op Juist. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.

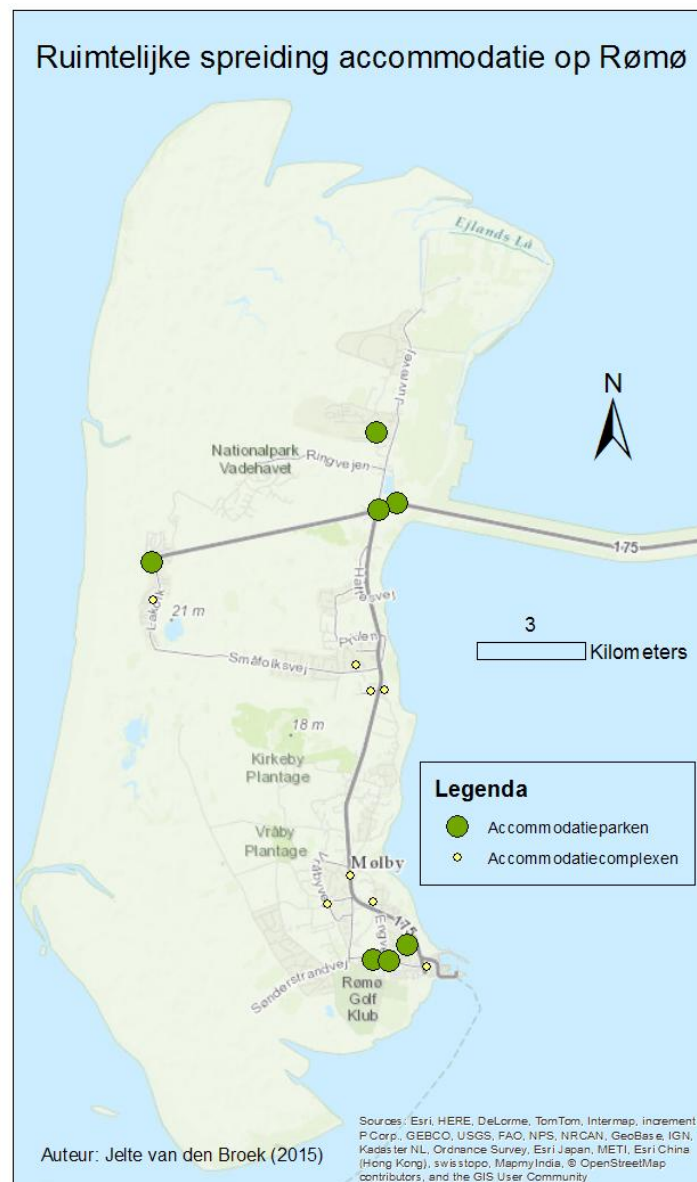


Figuur 13: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie op Norderney. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.



Figuur 14: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie in Norddeich. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.

De situatie in de Deense onderzoekslocatie lijkt erg op die in de Nederlandse. Er is op dit moment namelijk bijna geen aanbod in Skaerbaek. Dit is terug te zien in de figuur 15. Toch zijn er weldegelijk attracties in Skaerbaek, zoals een vrijetijdscentrum, (openlucht)musea en een oude kerk. Plannen voor nieuw toeristisch aanbod kwamen niet naar voren in het interview. Rømø kent een omvangrijker aanbod, figuur 16 geeft hier een indicatie van. In dit figuur is te zien dat Rømø het meest weg heeft van een zone met daarin een aantal resorts, waarvan Mølby de grootste is. De accommodatie wordt ook hier gedomineerd door vakantiewoningen. Toeristen komen vooral af op de natuurlijke omgeving, zoals de meren en het strand. Daarnaast beschikt Rømø over een wellnesscentrum, museum en oude kerk. Rømø en Skaerbaek zijn met elkaar verbonden via een weg over een dam.



Figuur 16: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie op Rømø. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.



Figuur 15: de ruimtelijke spreiding van de accommodatie in Skaerbaek. Bron: Eigen bewerking (2015), gemaakt met ArcGIS.

4.2 Tussenconclusie deelvraag 1

De natuurlijke omgeving is het belangrijkste aanbod van Waddeneilanden. Denk bij de natuurlijke omgeving aan de natuur zelf, maar ook het strand en de zee. Daarnaast zijn er vaak wellnesscentra. Dit kwam ook naar voren in de onderzoeken van Europarc (2012) en Sijsma et al. (2008). Van de kustplaatsen heeft Norddeich op dit moment als enige veel mogelijkheden voor de toerist. Dit is een voordeel van een kustplaats ten opzichte van het eiland, omdat de bootverbinding een barrière is. Dit voordeel heeft Skaerbaek niet, omdat hier een wegverbinding is met Rømø. In elke bestemming domineren de vakantiewoningen, wat ook in lijn is met Europarc en Sijsma et al., alleen de rol van campings is kleiner dan verwacht. Op ruimtelijk gebied zijn alle bestemmingen erg compact georganiseerd, wat ook verwacht werd op basis van Williams (2009). Dit komt doordat meestal niet gebouwd mag worden in de natuur. Dit kan ook de reden zijn voor het beperkte aandeel van campings.

4.3 Doelgroep

In de tabellen 7 t/m 9 zijn de doelgroepen van de bestemmingen te zien. Er is gekeken naar dezelfde doelgroepcategorieën als in tabel 2 in het theoretische kader, aangevuld met de soort toerist.

De doelgroepen kunnen vaak gekoppeld worden aan het aanbod, zo komt bij Ameland de natuur terug. Verder is wellness onder te brengen bij health-toerisme. Wellness trekt vaak ouderen aan en mede daardoor is de gemiddelde leeftijd van de toerist aan het stijgen op Ameland. De lagere inkomens komen er eigenlijk niet. De medewerker van de VVV Ameland geeft aan dat dit komt door de boot die een kostenbarrière vormt. De doelgroepen in Holwerd hebben betrekking op de ideeën

hierover in het plan over Holwerd aan Zee. Op veel gebieden is hier nog geen beeld van, omdat het een initiatief is van lokale ondernemers die gewoon zijn begonnen met dit project en kijken hoe het uitpakt. De medewerker van de gemeente Ameland wijst erop dat 'je het nooit van iets speciaals als een eiland kan winnen'. Holwerd zal zich daarom op een andere doelgroep moeten richten. Bij het soort toerisme is toch overlap te zien, alleen cultuurtoerisme is een doelgroep specifiek voor Holwerd.

	Ameland	Holwerd
Soort toerisme	Actief en gezond toerisme (bijv. wandelen, fietsen en sportevents), strandtoerisme, health-toerisme en natuurtoerisme.	Cultuurtoerisme, natuurtoerisme, actief toerisme (bijv. fietsen en wandelen) en health-toerisme.
Soort toerist	Small groups en independent travellers.	Nog niet van toepassing.
Leeftijdscategorieën	Oudere en jongere stellen zonder kinderen, families, jongeren voor sportevenementen en ouderen voor wellness.	Nog niet naar gekeken.
Inkomenscategorieën	(Boven)modaal.	Alle inkomenscategorieën.
Herkomstgebieden	Noord-Nederland en Utrecht, Noordwest-Duitsland en Vlaanderen.	Nog geen beeld bij, naar verwachting Duitsland.

Tabel 7: de doelgroepen van Ameland en Holwerd. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van interviews met medewerkers van de VVV Ameland en gemeente Dongeradeel.

	Juist	Norderney	Norddeich
Soort toerisme	Duurzaamheidstoerisme, natuurtoerisme, recreatief toerisme, healthtoerisme.	Natuurtoerisme, health toerisme, recreatief toerisme, eventstoerisme.	Recreatief toerisme, ontspanningstoerisme en healthtoerisme.
Soort toerist	Small groups en independent travellers.	Small groups en independent travellers.	Small groups en independent travellers.
Leeftijdscategorieën	Families, ouderen en jonge LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability).	Jongeren voor events, families met kinderen in de zomer, ouderen voor wellness.	Families met kinderen, ouderen en stellen of alleenstaanden zonder kinderen.
Inkomenscategorieën	Hogere inkomensklassen.	Vooraf hogere inkomensklassen.	Middelste en lagere inkomensklassen.
Herkomstgebieden	90% Duitsland (Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Baden-Württemberg, Bayern), Zwitserland en Oostenrijk.	95% Duitsland, Zwitserland, Benelux, Oostenrijk, VS en Japan.	>70% Duitsland (Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen), Zwitserland en Oostenrijk.

Tabel 8: doelgroepen van Juist, Norderney en Norddeich. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van interviews met medewerkers van Staatsbad Norderney, Kurverwaltung Juist en Kurverwaltung Norden-Norddeich.

De medewerker van het Staatsbad Norderney gaf aan dat Norddeich een andere doelgroep heeft dan de eilanden, wat ook terug te zien is in de resultaten. De eilanden hebben een sterke focus op natuurtoerisme, terwijl Norddeich zich meer richt op toeristen die willen ontspannen met af en toe een activiteit. Norderney heeft een sterke focus op health-toerisme, terwijl Juist heel erg inzet op duurzaamheid. Een ander verschil is te zien bij de inkomenscategorieën. De eilanden richten zich op hogere inkomens, terwijl Norddeich heel sterk is bij lagere inkomens. Ook hier wordt aangegeven dat de boot een kostenbarrière vormt, maar ook dat alles op het eiland wat duurder is.

	Rømø en Skaerbaek
Soort toerisme	Recreatief en healthtoerisme.
Soort toerisme	Small groups en independent travellers.
Leeftijdscategorieën	Ouderen (>40) zonder kinderen, families en jonge stellen zonder kinderen.
Inkomenscategorieën	Hogere en middelste inkomensklassen.
Herkomstgebieden	Denemarken, Duitsland, Noorwegen, Zweden en Nederland.

Tabel 9: de doelgroepen van Rømø en Skaerbaek. Er is geen onderscheid gemaakt tussen eiland en kustplaats, omdat in het interview antwoord is gegeven voor de hele regio (Tønder Kommune). Aangezien het interview via de email plaats heeft gevonden, kon er niet doorgevraagd worden naar de specifieke doelgroepen van Rømø en Skaerbaek. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van een interview met een medewerker van Tourisbureau Rømø- Tønder.

Rømø en Skaerbaek vallen onder hetzelfde Touristbureau en deze heeft een aantal doelgroepen voor het hele gebied. Natuurtoerisme staat hier niet bij, maar kan op basis van het aanbod wel toegevoegd worden. Ondanks het ontbreken van de kostenbarrière van de boot, richt Rømø zich niet op lagere inkomensklassen. De herkomstregio's vallen ook op, omdat er een aantal Scandinavische landen tussen zitten.

4.4 Tussenconclusie deelvraag 2

Europarc (2012) en Prognos AG (2004, in Sijtsma et al., 2008) identificeerden een aantal doelgroepen van het Waddengebied die terugkomen in de resultaten (zie tabel 2). Bij het soort toerisme zijn dit recreatief, natuur-, en health-toerisme. Williams (2009) gaf aan dat massatoerisme problemen op kan leveren met de natuur, in de interviews kwam ook naar voren dat de eilanden zich daarom niet op de massatoerist richten. In Norddeich werd het relatief kleine aantal hotels als beperkende factor gezien. In de Duitse onderzoekslocatie hebben de eilanden en kustplaats verschillende doelgroepen, iets wat Holwerd ook als doel heeft. Bij de herkomstlanden domineren de Waddenlanden zelf, wat Prognos AG ook aangaf. Wel verrassend is dat in Duitsland weinig Nederlanders en Denen komen, terwijl de Nederlandse en Deense plekken zich wel op Duitsers richten.

4.5 Governance

Bij governance is eerst gekeken naar de structuur van de sector en belangrijke actoren daarin, samengevat onder machtsverhoudingen. Daarnaast is gekeken naar de samenwerking tussen deze actoren binnen de bestemming, maar ook de contacten met andere plekken. Deze punten zijn per onderzoekslocatie uiteengezet in de tabellen 10 t/m 12.

In Ameland wordt de toeristische sector gedomineerd door familiebedrijven. Dit leidt op Ameland tot veel informele samenwerking. Verder is het opvallend dat de reisbureaus en tour operators een zwakke positie hebben op Ameland. Een belangrijke rol is weggelegd voor de VVV, die de gezamenlijke marketing doet. Bij Holwerd heeft governance betrekking op het project Holwerd aan Zee. Dit project is bijzonder omdat het een initiatief van de lokale bewoners is om de verpaupering tegen te gaan. Hier is een werkgroep voor gevormd, waarbij de gemeente zich heeft aangesloten. Doordat het door lokale bewoners wordt gedaan, is de sfeer altijd zeer informeel. Ameland en Holwerd hebben veel contact met elkaar en zien elkaar niet als concurrenten. In Norddeich gaven ze echter aan dat het aanbod in de kustplaats is ontstaan doordat eilandgasten in Norddeich gingen verblijven in plaats van op de eilanden.

	Ameland	Holwerd
Machtsverhoudingen	Dominantie familiebedrijven, wel aantal grote partijen (Landal, Roompot). VVV Ameland belangrijk voor marketing, overheid voor regulering en infrastructuur, booking sites voor hotelmarkt.	Holwerd aan Zee initiatief van lokale bewoners, gestuurd door werkgroep met lokale ondernemers en gemeente. Praten met de provincie, het Rijk, waterschap en natuurorganisaties. Ook met grote bedrijven voor ontwikkeling aanbod.
Samenwerking binnen bestemming	Veel informele samenwerking door familiebedrijven. VVV en Horecavereniging formele samenwerkingsverbanden.	Gesprekken altijd in informele sfeer.
Samenwerking met andere bestemmingen	Vooral met Nederlandse, maar ook met Duitse Waddeneilanden. Positief ten opzichte van Holwerd aan Zee.	Contact met Ameland. Excursie naar Duitse kustplaatsen die inspiratiebron vormen.

Tabel 10: de governance in Ameland en Holwerd. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van de interviews met medewerkers van de VVV Ameland, gemeente Ameland en gemeente Dongeradeel.

De familiebedrijven domineren ook op Juist en Norderney en in Norddeich. Wederom valt op dat de intermediaries vrij zwak zijn, op de booking sites na. Er is veel informeel overleg tussen verschillende actoren, de medewerker van de Kurverwaltung Juist geeft aan dat toerisme een samenspel is tussen alle actoren. Elke bestemming heeft een zogenaamde Kurverwaltung die gaat over de toeristische zaken. In Norderney en Norddeich is er elk jaar een bijeenkomst waar alle actoren met elkaar overleggen. De eilanden en kustplaats zijn onderdeel van een groter

samenwerkingsverband, de Staatsbadmedewerker geeft aan dat er echter geen specifieke samenwerking is tussen Norderney en Norddeich.

	Juist	Norderney	Norddeich
Machtsverhoudingen	Dominantie familiebedrijven. Kurverwaltung/Gemeinde voor toeristische zaken. Regulering hogere overheden voor nationale parken. Bookings sites belangrijk.	Dominantie familiebedrijven. Staatsbad private instantie voor toeristische zaken, daarnaast Gemeinde. Regulering hogere overheden voor nationale parken. Bookings sites belangrijk.	Dominantie familiebedrijven. Kurverwaltung, onderdeel Gemeinde Norden, voor toeristische zaken. Grote bezienswaardigheden veel invloed. Booking sites belangrijk.
Samenwerking binnen bestemming	Veel informele samenwerking, toerisme samenspel alle actoren.	Veel informele samenwerking, elk jaar bijeenkomst met alle actoren.	Veel informele samenwerking, gestimuleerd door belangrijke actoren. Elk jaar bijeenkomst met alle actoren.
Samenwerking met andere bestemmingen	Samenwerkingsverband tussen zeven Ostfriesische eilanden (plus Norddeich).	Samenwerkingsverband tussen zeven Ostfriesische eilanden (plus Norddeich).	Samenwerkingsverband tussen zeven Ostfriesische eilanden (plus Norddeich).

Tabel 11: de governance in Juist, Norderney en Norddeich. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van interviews met medewerkers van Kurverwaltung Juist, Staatsbad Norderney en Kurverwaltung Norden-Norddeich.

	Rømø en Skaerbaek
Machtsverhoudingen	Kleine, Deense ondernemingen. Touristbureau Rømø-Tønder en VisitDenmark belangrijk voor marketing, reisbureaus voor Duitse markt.
Samenwerking binnen bestemming	Lopende en naar tevredenheid.
Samenwerking met andere bestemmingen	Rømø en Skaerbaek onderdeel zelfde gemeente: Tønder Kommune. Deze werkt weer samen met Varde, Esbjerg en Fanø. Ook samenwerking met Duitse gemeente Nordfriesland voor EU-programma.

Tabel 12: de governance in Rømø en Skaerbaek. De governance is bekeken voor de bestemming samen, omdat ze onder dezelfde gemeente en Touristbureau vallen. Aangezien het interview via de email plaats heeft gevonden, kon er niet doorgevraagd worden naar de governance in Rømø en in Skaerbaek. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van een interview met een medewerker van Touristbureau Rømø- Tønder.

In Rømø en Skaerbaek domineren de kleine bedrijven uit eigen land. Zowel eiland als kustplaats vallen onder hetzelfde Touristbureau, dat verantwoordelijk is voor toerisme in de hele Tønder Kommune. Zij hebben een eigen booking site, waardoor externe booking sites hier niet als belangrijk worden gezien. Verder zijn reisbureaus hier wel belangrijk, vooral voor de Duitse markt. Over samenwerking kwam in het interview alleen naar voren dat deze naar tevredenheid verloopt.

4.6 Tussenconclusie deelvraag 3

Hoewel de toeristische sector vooral bestaat uit kleine, lokale bedrijven, geeft Williams (2009) aan dat de externe, grote bedrijven vaak een grote rol spelen. Daarnaast zouden intermediaries erg belangrijk zijn (Song et al., 2013). In de onderzochte bestemmingen domineren echter de familiebedrijven en is de positie van intermediaries, op booking sites na, vrij zwak. De belangrijke rol van de DMO's kwam echter wel terug in de resultaten. De samenwerking was vaak informeel met in een aantal bestemmingen formele overlegstructuren. Dit past in de *administered* en *contractual* vorm van samenwerking uit het model van Haugland et al. (2011). Laatstgenoemden wijzen ook op samenwerking tussen bestemmingen, dit deden de eilanden en kustplaatsen vooral met andere plekken uit eigen land. Uit de interviews bleek dat samenwerking op het niveau van het complete Waddengebied bijna altijd gaat over het Werelderfgoed.

4.7 Prestaties

De prestaties zijn te vergelijken door middel van cijfers, deze zijn te zien in tabel 10. De respondenten vonden het vaak lastig om met precieze financiële cijfers te komen. Naast de cijfers is er ook naar de fase in het Butler-model gekeken.

Locatie(s)	Bezoekers	Overnachtingen	Trend
Ameland	600.000	1,9 miljoen	+ 2/3%
Holwerd	-	-	-
Juist	115.000	1 miljoen	Gelijkblijvend
Norderney	513.000	3,5 miljoen	+ 4%
Norddeich	240.000	1,7 miljoen	+ 3/4%
Rømø en Skaerbaek	-	1,4 miljoen	+ 5%

Tabel 10: cijfers over toerisme in de onderzoekslocaties. De cijfers voor Norddeich zijn voor het gebied Norden-Norddeich, de cijfers voor Rømø en Skaerbaek zijn voor het gebied van de Tønder Kommune. Bron: Eigen bewerking (2015), samengesteld op basis van de interviews met medewerkers van de VVV Ameland, gemeente Dongeradeel, Kurverwaltung Juist, Staatsbad Norderney, Kurverwaltung Norddeich en Touristbureau Rømø-Tønder.

Om te beginnen met Ameland, hier komt de groei door het toenemende aantal toeristen in het naseizoen, in aantal bedden mag Ameland namelijk niet meer groeien. Ongebreidelde groei van

het toerisme is hier dus niet meer mogelijk. Ameland zit momenteel dan ook in een fase van consolidatie. Ameland moet zich wel blijven vernieuwen om aantrekkelijk te blijven. Holwerd zit juist in de beginfase van het model met plannen voor *development*. Holwerd wil uiteindelijk naar een jaarlijks aantal van 600.000-850.000 overnachtingen, wat het niveau van de Duitse kustplaatsen is.

Juist zit momenteel aan zijn limiet, omdat er weinig ruimte is voor ontwikkeling. Het kan zich alleen nog in de randseizoenen verbeteren. Het kan daardoor in de *consolidation* of zelfs *stagnation* fase geplaatst worden. Norderney bevindt zich in een vergelijkbare situatie als Juist, maar de Staatsbadmedewerker benadrukt wel dat Norderney zich blijft vernieuwen om aantrekkelijk te blijven. Ook Norddeich bevindt zich op een hoog niveau. De cijfers in de tabel zijn inclusief de stad Norden, maar gezien het aanbod heeft Norddeich hier aanzienlijk deel van. Norddeich groeit nog steeds, ook in het aantal bedden. Norddeich is wel bang is voor de (post-)stagnatiefase en zegt een impuls nodig te hebben om attractief te blijven.

Voor Rømø en Skaerbaek is helaas geen specifieke data kunnen achterhalen. Gezien het aanbod en de literatuur is het waarschijnlijk dat Rømø een behoorlijk aandeel heeft in de overnachtingen en Skaerbaek een klein aandeel. Skaerbaek bevindt zich waarschijnlijk in de onderste fasen van het model en de medewerker van het Touristbureau Rømø-Tønder noemde geen nieuwe ontwikkelingen. Rømø bevindt zich waarschijnlijk in de bovenste fasen van het model. Aangezien een groot deel van het eiland een nationaal park is, zal het eiland richting zijn limiet gaan.

4.8 Tussenconclusie deelvraag 4

Het bovenstaande beeld is in overeenstemming met de bevindingen van Sijtsma et al. (2008). Zij concluderen dat in Nederland de eilanden en in Duitsland eilanden en kustplaatsen op een hoog niveau zitten, met weinig groei. Zij kunnen in de consolidation- en stagnationfase geplaatst worden. De financiële prestaties werden in de interviews als goed bestempeld, met op de eilanden een grote afhankelijkheid van toerisme. Holwerd en Skaerbaek bevinden zich echter in de onderste fasen, met alleen in Holwerd plannen voor development. In Holwerd wordt gewerkt aan investeringen voor het project. Over de financiële prestaties van Rømø en Skaerbaek is helaas geen informatie verzameld. Het beeld in Denemarken komt ook overeen met Sijtsma et al. die aangeven dat Deens toerisme zich concentreert op eilanden en in kustplaatsen zonder eilandverbinding.

5. Conclusie en discussie

5.1 Conclusies

Op basis van de resultaten kan nu een antwoord worden gegeven op de onderzoeksvragen. De antwoorden zijn gegeven op basis van de onderzochte locaties en moeten als indicatie gezien worden voor het toeristische aanbod in kustplaatsen en op eilanden in het Waddengebied.

Het belangrijkste aanbod van de eilanden is de natuurlijke omgeving en het feit dat het iets anders is dan het vaste land. De kustplaatsen zijn vooral aantrekkelijk vanwege de vele mogelijkheden. Dit is vooral het geval bij een bootverbinding met het eiland. Bij kustplaatsen met een wegverbinding geldt dit niet of nauwelijks. Verder specialiseren bestemmingen zich vaak op een bepaalde attractie, zoals wellness. De accommodatie bestaat zowel op de eilanden als in de kustplaatsen vooral uit vakantiewoningen. Dit komt overeen met de bevindingen van Europarc (2012) en Sijtsma et al. (2008), alleen de marginale rol van campings wijkt af. Het aanbod is ruimtelijk erg compact georganiseerd vanwege de kwetsbare natuur. Hierdoor domineren de resort uit het model van Williams (2009), hoewel de eilanden soms een zone zijn met meerdere resorts.

Een kustplaats bedient vaak andere doelgroepen dan het eiland. Het voornaamste verschil zit in de inkomenscategorieën. In de kustplaats komen de lagere inkomens die niet naar het eiland gaan vanwege de hoge kosten van de boot. In de onderzochte locaties komt de massatoerist van Cohen (1972) niet voor, zelfs niet op de eilanden en in de kustplaatsen met een sterk ontwikkeld aanbod. Dit komt vooral doordat het niet samen gaat met de natuur.

Op de hoogtoeristische eilanden domineren nog steeds de familiebedrijven, net als in de toeristisch sterk ontwikkelde kustplaats. De DMO's spelen ook een belangrijke rol. De intermediaries hebben echter weinig invloed. Er was een grotere rol van externe bedrijven en intermediaries verwacht (Song et al., 2013; Williams, 2009). Er vindt veel informeel overleg plaats op het eiland, soms aangevuld met formele overlegstructuren. De eilanden en kustplaatsen overleggen vooral met andere bestemmingen binnen het eigen land.

De Waddeneilanden en Duitse kustplaats zit op een hoog niveau en in de bovenste fases van het model van Butler (1980). De Nederlandse en Deense kustplaatsen bevinden zich echter in de onderste fasen van het model.

Concluderend kan gezegd worden dat zowel op de eilanden als in de kustplaatsen een sterk ontwikkeld toeristisch aanbod mogelijk is. Samenwerking tussen de verschillende actoren is een versterkende factor hierbij. Er moet rekening mee gehouden worden dat het aanbod voor de toeristen verschilt, net als de doelgroepen, tussen de eilanden en de kustplaatsen.

5.2 Discussie

Dit onderzoek kan geen universeel model leveren voor toerisme in kustplaatsen en op eilanden. Reden hiervoor is het contextafhankelijke karakter van toerisme en de beperkte schaal van dit onderzoek. Het doel van dit onderzoek was daarom niet om te generaliseren, maar meer een kwalitatieve verkenning te bieden welke vormen toerisme aan kan nemen in het Waddengebied. Hiermee kan het onderzoek wel een indicatie geven voor toerisme in het Waddengebied en voegt daarmee wat toe aan de toeristische literatuur.

Er zijn nog veel mogelijkheden voor verder onderzoek om meer en betere data te verzamelen. Enerzijds door het kwalitatieve onderzoek te verbreden en anderzijds door de kwalitatieve gegevens aan te vullen met kwantitatieve methodes. Ten eerste in Denemarken, waar alleen een schriftelijk interview mogelijk was. Verder zijn er, vooral in Duitsland, nog meer kustplaatsen met een eilandverbinding. Hier zou ook nog verder onderzoek gedaan kunnen worden. Dat geldt ook voor kustplaatsen zonder eilandverbinding of van een grotere omvang dan de kustplaatsen in dit onderzoek. Het kan ook interessant zijn om de kustgebieden in het Waddengebied te gaan vergelijken met andere kustgebieden in de wereld. Dit onderzoek richtte zich op de aanbodkant, maar er is ook nog de vraagkant, de toerist zelf, die onderzocht kan worden.

Het is de bedoeling dat kustplaatsen met een eilandverbinding, zoals Holwerd, dit onderzoek kunnen gebruiken bij het ontwikkelen en managen van toeristisch aanbod. Het onderzoek heeft laten zien dat er kansen liggen voor de ontwikkeling van toerisme in de kustplaatsen. De kustplaatsen bieden vele mogelijkheden en zijn aantrekkelijk voor de lagere inkomens. Samenwerking met het eiland ligt voor de hand. De eilanden hebben nauwelijks ruimte om uit te breiden, maar ze willen wel nieuwe voorzieningen en attracties om (extra) bezoekers te trekken. Door de kustplaatsen te gebruiken als uitvalsbasis en via aantrekkelijke arrangementen te koppelen aan eilandbezoek is een win-win situatie te bereiken. Met name omdat de kustplaats ook in staat is toeristen met een lager inkomen te trekken en toeristen die niet alleen komen voor de natuur en het 'eilandgevoel'. Door samen te werken kunnen kustplaats en eiland elkaar sterker maken.

Literatuurlijst

Ashworth, G.J. (2009). Questioning the urban in urban tourism. In G. Maciocco & S. Serreli (Red.), *Enhancing the city: new perspectives for tourism and leisure* (pp.207-220). New York: Springer.

Atelier Fryslân (2012). *Waddenland aan zee: de Nederlandse Waddenkust ontwaakt*. Leeuwarden: Atelier Fryslân.

Beritelli, P (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2): 607-629

Brandt, A.C. & Wollesen, A. (2009). *Tourism and recreation*. Quality Status Report 2009, Thematic Report No. 3.4. Wilhelmshaven: Common Wadden Sea Secretariat/Trilateral Monitoring and Assessment Group.

Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.

CBS (2013). *Kerncijfers wijken en buurten 2013 (Holwerd)*. Geraadpleegd op 21 mei 2015 via <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=82339NED&D1=3&D2=745,751&HDR=T&STB=G1&VW=T>

Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.

Cope, M. (2010). Coding transcripts and diaries. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.440-452). Londen: Sage.

Dijk, J. van, Folmer, H., Broersma, L., Heide, M. van der, Heijman, W., Horlings, I., Ivanova, O., Jonkhoff, W., Koops, O., Sijtsma, F. & Veen, A. van der (2009). *Analyse van sociaal-economische problemen in het waddengebied*. Leeuwarden: Waddenacademie.

Erkus-Oztürk, H. & Terhorst, P. (2010). Variety of modes of governance of a global value chain: the case of tourism from Holland to Turkey. *Tourism geographies*, 12(2), 217-245.

Europarc (2012). *Facts and figures of the Wadden Sea region. Part I of the baseline study for the strategy for sustainable tourism in the Wadden Sea*. Regensburg: Europarc Consulting.

Gereffi, G. & Fernandez-Stark, K. (2011). *Global value chain analysis: a primer*. Durham, N.C: Center on Globalization, Governance & Competitiveness.

Gereffi, G. & Lee, J. (2012). Why the world suddenly cares about global supply chains. *Journal of Supply Chain Management*, 48(3), 24-32.

Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M.J. & Whatmore, S. (2009). *The dictionary of human geography*. 5^e editie. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Guzman, J., Moreno, P. & Tejada, P. (2008). The tourism SMEs in the global value chains: the case of Andalusia. *Service Business*, 2(3), 187-202.

Harder, C., Ormsby, T. & Balstrøm, T. (2011). *Understanding GIS: an ArcGIS project workbook*. Redlands, CA: Esri Press.

Haugland, S. A., Ness, H., Grønseth, B-O. & Aarstad, J. (2011). Development of tourism destinations: an integrated multilevel perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 268-290.

Hay, I. (2010). Ethical practice in geographical research. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.35-48). Londen: Sage.

Holwerd aan Zee (2015a). *Het project Holwerd aan Zee*. Geraadpleegd op 3 mei 2015 via <https://www.holwerdaanzee.nl/nld/over-haz/project/>.

Holwerd aan Zee (2015b). *Holwerd aan Zee: impuls voor (Noordoost) Fryslân*. Geraadpleegd op 3 mei 2015 via <https://www.holwerdaanzee.nl/nld/over-haz/project/pijler-4-recreatie-en-toerisme>.

Hoven, B. van (2010). Computer Assisted Qualitative Data Analysis. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.453-465). Londen: Sage.

Hoven, B. van & Meijering, L. (2011). On the ground. In V.J. Del Casino, M.E. Thomas, P. Cloke & R. Panelli (Eds.), *A companion to social geography* (pp.161-180). Malden: Blackwell Publishing Ltd.

- Jamal, T. B. & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
- Klostermann, J.E.M., Revier, H. & Berg, E. van den (2009). *Je hebt nooit genoeg kennis: onderzoek naar de kennisehoeftte in het Waddengebied*. Leeuwarden: Waddenacademie.
- Liburd, J.J. & Hergesell, A. (2008). *Enhancing the Quality of Life through Cultural Events: The Case of the Danish Wadden Sea Festival*. Izmir: BEST EN Think Tank VIII.
- Longhurst, R. (2010). Semi-structured interviews and focus groups. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.103-116). Londen: Sage.
- Marencic, H. & Frederiksen, J. (2013). *Sustainable tourism in the Wadden Sea. World Heritage Destination*. Wilhelmshaven: Common Wadden Sea Secretariat.
- McLafferty, S.L. (2010). Conducting questionnaire surveys. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.77-88). Londen: Sage.
- Nowak, J.J., Petit, S. & Sahli, M. (2010). Tourism and globalization: the international division of tourism production. *Journal of Travel Research*, 49(2), 228-245.
- Raad voor de Wadden (2008). *Identiteit als troef. Waddenlandschap vol verrassingen*. Leeuwarden: Raad voor de Wadden.
- Revier, H. & Postma, A. (2012). Badgasten in een werelderfgoed; de ontwikkeling van het toerisme in het Nederlandse waddengebied nader beschouwd. *Vrijetijdstudies*, 30(3), 17-25.
- Selin, S., & Chavez, D. (1995). Developing an evolutionary tourism partnership model. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 844-856.
- Shaw, G. & Williams, A.M. (2004). *Tourism and tourism spaces*. London: Sage.
- Sijtsma, F.J., Broersma, L., Daams, M.N., Mehnen, N., Oostra, M. & Sietses, A.M. (2014). *A socio-economic analysis of the international Wadden area*. URSI Report 345. Groningen: Wadden Sea Long-Term Ecosystem Research (WaLTER)/University of Groningen/Waddenacademie.

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 attractiveness of nature in the Dutch Wadden area. *Ocean & Coastal Management*, 68(SI), 138-148.

Sijtsma, F.J., Werner, G.J. & Broersma, L. (2008). *Recreatie en toerisme in het Waddengebied. Toekomstige ontwikkelingsmogelijkheden en hun effecten op economie duurzaamheid en identiteit*. Leeuwarden: Raad voor de Wadden.

Smith, F.M. (2010). Working in different cultures. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.157-172). Londen: Sage.

Song, H., Liu, J. & Chen, G. (2013). Tourism value chain governance: review and prospects. *Journal of Travel Research*, 52(2), 15-28.

Stadt Norden (2015). *Zahlen & daten*. Geraadpleegd op 21 mei 2015 via <http://www.norden.de/index.phtml?NavID=549.20&La=1>.

Statistics Denmark (2014). *Population 1. January by urban areas (Esbjerg, Ribe & Skaerbaek)*.

Geraadpleegd op 21 mei 2015 via

<http://www.statistikbanken.dk/statbank5a/SelectOut/PxSort.asp?file=201561411504159654248BEF44&PLanguage=1&MainTable=BEF44&MainTablePretext=Population%201.%20January&potsize=3>.

Tejada, P., Santos, F.J. & Guzmán, J. (2011). Applicability of global value chains analysis to tourism: issues of governance and upgrading. *The Service Industries Journal*, 31(10), 1627-1643.

Weiss, T.G. (2000). Governance, good governance and global governance: conceptual and actual challenges. *Third World Quarterly*, 21(5), 795-814.

Wesley, A. & Pforr, C. (2010). The governance of coastal tourism: unravelling the layers of complexity at Smiths Beach, Western Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 773-792

White, P. (2010). Making use of secondary data. In N. Clifford, S. French & G. Valentine (Red.), *Key methods in geography* (pp.61-76). Londen: Sage.

Williams, S. (2009). *Tourism geography: a new synthesis*. 2^e editie. Londen: Routledge.

Zach, F. & Racherla, P. (2011). Assessing the value of collaborations in tourism networks: a case study of Elkhart County, Indiana. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(1), 97-110.

Zhang, X., Song, H. & Huang, G.Q. (2009). Tourism supply chain management: a new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358.

Bijlage 1: Primaire dataverzameling en -analyse

Dataverzameling

Deze dataverzameling bestond uit het houden van semi-structured interviews met toerismebureau en gemeentes op de eilanden en in de kustplaatsen. Er zijn in totaal zeven interviews gehouden, in elke kustplaats en op elk eiland minimaal één. In de onderstaande tabel is te zien met medewerkers van welke instellingen interviews gehouden zijn. Daarnaast is te zien in welke taal het interview is gedaan en op welke manier. Alle interviews zijn opgenomen nadat toestemming is gegeven door de respondent. Alle respondenten gaven hier toestemming voor en daarom zijn alle interviews opgenomen, bij het interview per email is dit vanzelfsprekend niet van toepassing. Dit interview is gedaan door een email te sturen met de vragen in de bijlage. De respondent heeft vervolgens de vragen beantwoord en teruggemaïld als bijlage. Een aantal respondenten gaven aan anoniem te willen blijven. Het is onduidelijk als sommige respondenten wel bij naam worden genoemd en andere niet, daarom is ervoor gekozen alle respondenten te benoemen als medewerker van de instelling die zij vertegenwoordigden bij het interview.

Instelling	Locatie(s)	Datum	Taal	Methode
VVV Ameland	Ameland	10 april 2015	Nederlands	In persoon op Ameland
Gemeente Ameland	Ameland	13 april 2015	Nederlands	In persoon in Leeuwarden
Staatsbad Norderney	Norderney	15 april 2015	Engels	In persoon op Norderney
Kurverwaltung Norden-Norddeich	Norddeich	7 mei 2015	Engels/Duits	In persoon in Norddeich
Gemeente Dongeradeel	Holwerd	11 mei 2015	Nederlands	In persoon in Dokkum
Touristbureau Rømø-Tønder	Rømø en Skaerbaek	12 mei 2015	Duits	Per email
Kurverwaltung Juist	Juist	13 mei 2015	Engels/Duits	Telefonisch

Tabel 11: informatie over de gehouden interviews, elke rij gaat over één interview, in totaal zijn er dus zeven interviews afgenomen. Van elke instelling is één medewerker geïnterviewd, hiervoor is aangegeven voor welke locatie het was, op welke datum het interview plaats heeft gevonden, in welke taal en op welke manier. Bron: Eigen bewerking (2015).

Data-analyse

De delen van de interviews die relevant waren voor dit onderzoek zijn uitgetypt in Microsoft Word 2007. Deze transcripten zijn vervolgens opgeslagen als een RTF-bestand. Bij het interview per email waren de vragen al beantwoord in een docx-bestand, dit hoefde alleen nog maar omgezet te worden naar een RTF-bestand. Deze RTF-bestanden zijn vervolgens ingeladen in Atlas/ti 7.5.4. Atlas/ti is

gebruikt voor het coderen van de transcripten. Er zijn eerst codes opgesteld op basis van het theoretische kader, deze zijn te zien in tabel 6 in de methodologie. Deze codes zijn in Atlas/ti gezet via de *code manager*. De codes zijn vervolgens ondergebracht bij een *family*. De vier thema's van dit onderzoek (samenstelling, doelgroep, governance, prestaties) zijn elk een family. In de eerdergenoemde tabel 6 is te zien welke codes bij welke thema's horen. Vervolgens zijn relevante stukken tekst in de zeven transcripten geselecteerd en is hier een code aan vastgeplakt. Vervolgens is voor elke code een *output* gecreëerd. Een output bestaat uit een RTF-bestand waarin alle *quotations* van een bepaalde code achter elkaar worden gezet, dit zijn de gecodeerde passages uit alle zeven transcripten. In dit output-bestand staat dan alle relevante informatie over een bepaald onderwerp. Hiermee kan per bestemming gekeken worden wat over een subthema gezegd wordt. Daarnaast kunnen de bestemmingen goed met elkaar vergeleken worden, doordat een output-bestand relevante passages van alle interviews bevat.

Bijlage 2: Secundaire dataverzameling en -analyse

Dataverzameling

Deze dataverzameling bestond uit het voor elke locatie verzamelen van gegevens over de belangrijkste kenmerken van de bestemming, attracties, accommodatievormen en transportmogelijkheden. Deze gegevens zijn verzameld op lokale toerismewebsites. Voor de accommodatie is ook de website van de ANWB (soms in samenwerking met booking.com) gebruikt. Voor bepaalde accommodatievormen zijn ook adressen verzameld, zie tabel 4 in de methodologie voor welke vormen precies. Er zal nu een overzicht gegeven worden van de gebruikte bronnen. De algemene websites die voor alle bestemmingen zijn gebruikt worden eerst gegeven, dit zijn de databases van de ANWB. Daarna zullen per locatie de gebruikte lokale websites gegeven worden. Voor de accommodatie zal een directe link naar de gebruikte database gegeven worden, omdat hier gedetailleerdere informatie vandaan is gehaald. Voor de andere vormen is er ook niet één database gebruikt, dit staat verspreid over de gebruikte sites. Daarom zal hiervoor de hoofdpagina van de site gegeven worden.

Algemene websites

ANWB/booking.com (accommodatie):

<http://www.booking.com/index.nl.html?aid=301132;sid=5c83004b9d37677fe48d985fb8209ab2;dcid=1>

ANWB (accommodatie):

<http://www.bungalows.nl/lib/modules/bungalow/partner/anwb/> en <http://www.anwbcamping.nl/>

Ameland:

VVV Ameland: <https://www.vvvameland.nl/>.

VVV Ameland (accommodatie): <https://www.vvvameland.nl/overnachten/>.

Holwerd:

Holwerd Online: <http://www.holwerdonline.nl/toerisme/index.htm>.

Holwerd Online (accommodatie): <http://www.holwerdonline.nl/toerisme/verblijf.htm>.

Juist:

Juist.de: <http://www.juist.de/>.

Juist.de (accommodatie): <http://gastgeber.juist.de/modules/gastgeberverzeichnis/index.php>.

Norddeich:

Norddeich.de: <http://www.norddeich.de/>.

Norddeich.de (accommodatie): <http://www.norddeich.de/unterkuenfte-in-norddeich/unterkunft-norddeich/privatzimmer-in-norddeich/> en <http://unterkunft.norddeich.de/norddeich/de/accommodation/list?customHeader=true&AspxAutoDetectCookieSupport=1>.

Norderney:

Norderney.de: <http://www.norderney.de/>.

Norderney.de (accommodatie): http://www.norderney.de/norderney_bookingandmore/de/accommodation/list?customHeader=true.

Rømø:

Visit Rømø & Tønder: <http://www.romo.dk/en/home/>.

Visit Rømø & Tønder (accommodatie): <http://www.romo.dk/en/my-holiday-guide/>.

Skaerbaek:

Visit Rømø & Tønder: <http://www.romo.dk/en/home/>.

Visit Rømø & Tønder (accommodatie): <http://www.romo.dk/en/my-holiday-guide/>.

Data-analyse (1)

De verzamelde gegevens zijn verwerkt in Microsoft Excel 2007. Dit is gedaan door voor elke kustplaats en eiland een lijst te maken van de kenmerken van de bestemming en de aanwezige attracties, accommodatie en de transportmogelijkheden. Deze gegevens geven een beeld van de samenstelling van het aanbod in een bestemming. De accommodatie is ook nog in kaart gebracht, daarom zijn hiervoor nog aanvullende gegevens verzameld. Deze stap van de analyse wordt in de volgende paragraaf besproken.

Data-analyse (2)

Bij de accommodatie zijn voor de accommodatieparken en -complexen ook het adres, de postcode, stad en het land verzameld en verwerkt in Excel. De accommodatie is vervolgens voor elke kustplaats en eiland apart in kaart gebracht met ESRI ArcGIS 10.2.2, om specifiek te zijn met de component ArcMap. Als eerste is de Exceltabel met de adressen in de *table of contents* gezet. Door middel van *geocoding addresses* zijn de adressen in deze tabel omgezet in coördinaten. Voor het geocoderen is de *ArcGIS World Geocoding Service* gebruikt. Het resultaat van het geocoderen is een *shapefile* met

punten, waarin elk punt een accommodatiepark of -complex is. De accommodatiecomplexen en -parken zijn in aparte tabellen gezet en dus ook los van elkaar gegeocodeerd. Dit is gedaan omdat het aparte categorieën zijn. De shapefiles worden meteen na geocoderen automatisch toegevoegd aan de table of contents. Om het aanbod te relateren aan de omgeving is een *basemap* toegevoegd. Er is gekozen voor de *topographic map*, omdat hier een duidelijk verschil tussen bebouwing en natuur te zien is, daarnaast zitten er op deze kaart ook labels voor plaatsen en gebieden. Er is voor de volgende opmaak van de punten gekozen:

- Bij de accommodatieparken is gekozen voor de kleur *tarragon green*, dit past bij een camping of huisjespark. De punten zijn relatief groot gemaakt (*size 15*), omdat parken vaak groter van oppervlak zijn. De rand van de punten is wat dunner gedaan (*0,8*), omdat de parken anders te veel gaan opvallen ten opzichte van de complexen.
- Bij de accommodatiecomplexen is gekozen voor de kleur *autinute yellow*, dit is namelijk een duidelijk kleur, maar niet zo dominerend als rood. De punten zijn kleiner gemaakt (*size 6*), omdat complexen vaak kleiner zijn dan parken. Daarnaast zijn er vaak behoorlijk veel complexen in een bestemming en gaan punten overlappen als ze te groot zijn. De rand van de punten is gewoon op standaard laten staan (*1*), hierdoor vallen de complexen niet weg ten opzichte van de parken.

Vervolgens is in de *layout view* een kaart gemaakt van de bestemming. Er is gekozen voor de *orientation* die de bestemming het best in beeld brengt. Bij Ameland, Juist, Norderney en Skaerbaek was dit *landscape*, omdat deze bestemmingen vrij lang waren van west naar oost gezien. Bij Holwerd, Norddeich en Rømø is gekozen voor *portrait*, omdat deze bestemming meer lengte hebben in de noord-zuid richting. Om de kaart compleet te maken is een titel, schaalbalk, noordpijl en legenda toegevoegd. Soms moesten er plaatsnamen in de kaart gezet worden door middel van een tekstvak. De kaart is uiteindelijk via *export map* opgeslagen als PNG. Op deze kaart is uiteindelijk gekeken naar de ruimtelijke samenstelling van de verschillende bestemmingen.

Bijlage 3: algemene interview guide in het Nederlands

Samenstelling aanbod

- Hoe ziet het aanbod van de toeristische sector eruit in de kustplaats/op het eiland?
 - o Welke accommodatiemogelijkheden zijn er aanwezig voor toeristen?
 - o Waar komen de toeristen op af en worden ze mee aangetrokken?
 - o Wat is de invloed van de natuurlijke omstandigheden op de ruimtelijke samenstelling van het aanbod?
 - o Wat zijn de transportmogelijkheden voor toeristen?
 - o In hoeverre is er nieuw aanbod in ontwikkeling?

Doelgroep

- Op welke soort toeristen richt de toeristische sector in de kustplaats/op het eiland zich?
 - o In hoeverre richt de toeristische sector zich op toeristen binnen een bepaalde leeftijdscategorie?
 - o In hoeverre richt de toeristische sector zich op toeristen binnen een bepaalde inkomenscategorie?
 - o Richt de toeristische sector zich op *mass tourists, small-group/independent travellers, business or educational tourists, explorers of drifters*?
 - o In hoeverre richt de toeristische sector zich op toeristen uit bepaalde landen?
- Op welke soort toerisme richt de toeristische sector zich?
 - o Richt de toeristische sector zich op *recreational, business, health, educational, cultural or social tourism* of op een andere niet genoemde subvorm?

Prestaties

- Hoe succesvol is de toeristische sector in de kustplaats/op het eiland?
 - o Wat is het huidige jaarlijkse aantal bezoekers en overnachtingen en wat is de (verwachte) ontwikkeling hiervan?
 - o Hoe ziet de financiële situatie (omzet, winst, faillissementen en banen) van de toeristische sector eruit en wat is de verwachte ontwikkeling hiervan?
 - o In welke stage van het Butler model (*exploratory, involvement, development, consolidation, stagnation, post-stagnation*) bevindt de toeristische plaats zich?

Governance

- Hoe liggen de machtsverhoudingen tussen de verschillende actoren binnen de toeristische sector in de kustplaats/op het eiland?
 - o Hoe ziet de structuur van de toeristische sector eruit?
 - o Wat is precies de rol van de overheid bij het toerisme?
 - o Wat is precies de rol van de tourist information bij toerisme?
 - o Hoe belangrijk zijn de *intermediaries* voor toerisme?
 - o Welke actoren kunnen als *lead firms* gezien worden?
- Hoe ziet de samenwerking tussen de verschillende actoren van de toeristische sector in de kustplaats/op het eiland eruit?
 - o In hoeverre wordt het aanbod van de verschillende actoren op elkaar afgestemd?
 - o In hoeverre is er sprake van een overkoepelende strategie op het gebied van toerisme?
 - o In hoeverre is er overleg over hoe het aanbod eruit moet zien?
 - o In hoeverre wordt er samengewerkt bij de ontwikkeling van nieuw aanbod?
 - o In hoeverre is er sprake van overleg tussen de verschillende actoren over toeristische vraagstukken?
- Hoe is de samenwerking tussen eiland/kustplaats en (andere) eilanden en kustplaatsen?
 - o In hoeverre wordt het aanbod van eiland en kustplaats op elkaar afgestemd?
 - o In hoeverre is sprake van overleg tussen eiland/kustplaats en (andere) eilanden en kustplaatsen over toeristische vraagstukken?
 - o In hoeverre wordt samengewerkt op het niveau van het complete Waddengebied?

Bijlage 4: algemene interview guide in het Engels

Composition of supply

- How does the supply of the touristic sector look like in the coastal town/on the island?
 - For what are the tourists coming and with what are they attracted?
 - Which types of accommodation are available for tourists?
 - What is the influence of the natural environment on the spatial distribution of the supply of the tourism sector?
 - Which forms of transport are available for tourists?
 - To what extent are there new developments in the touristic supply?

Target group

- Which types of tourists are the main focus of the touristic sector in the coastal town/on the island?
 - To what extent does the touristic sector targets tourists in certain age groups?
 - To what extent does the touristic sector targets tourists in certain income classes?
 - Does the touristic sector targets *mass tourists, small-group/independent travellers, business or educational tourists, explorers or drifters*?
 - To what extent does the touristic sector targets tourists from certain countries?
- Which types of tourism are the main focus of the touristic sector in the coastal town/on the island?
 - Does the touristic sector focuses on *recreational, business, health, educational, cultural or social tourism* or another not mentioned form?

Performance

- How does the performance from the touristic sector in the coastal town/on the island look like?
 - What is the annual amount of visitors and overnight stays and what is the (expected) development of these amounts?
 - How does the financial situation (turnover, profit, bankruptcies and jobs) look like and what is the (expected) development of this?
 - In which stage of the Butler-model (*exploratory, involvement, development, consolidation, stagnation, post-stagnation*) can the touristic destination be placed?

Governance

- How does the balance of power between the different actors in the touristic sector in the coastal town/on the island look like?
 - o How does the structure of the touristic sector look like?
 - o What is the role of the government in tourism?
 - o What is the role of the tourist information office in tourism?
 - o What is the role of *intermediaries* in tourism?
 - o Which actors can be seen as *lead firms*?
- How does the cooperation between the different actors in the touristic sector in the coastal town/on the island look like?
 - o To what extent do the different actors coordinate their supply together?
 - o To what extent is there an overarching strategy for tourism?
 - o To what extent is there deliberation between different actors about how the supply should look like?
 - o To what extent is there cooperation by the development of new supply?
 - o To what extent is there deliberation between different actors about touristic matters?
- How does the cooperation between island/coastal town and (other) islands and coastal towns look like?
 - o To what extent do island and coastal town coordinate their supply together?
 - o To what extent is there deliberation between island/coastal town and (other) islands and coastal towns about touristic matters?
 - o To what extent is there cooperation on the level of the whole Wadden Area?

Bijlage 5: algemene interview guide in het Duits

Zusammensetzung der Angebote

- Was kann der Tourismussektor in der Küstenstädte/auf die Insel den Touristen bieten?
 - o Weshalb kommen Touristen in die Küstenstadt und auf die Insel?
 - o Was gibt es für Unterkünfte für Touristen?
 - o Was ist der Einfluss der Natürliche Umgebung auf Tourismus?
 - o Welche Transport Möglichkeiten gibt es für Touristen?
 - o Was gibt es in diesem Bereich für Entwicklungen?

Zielgruppe

- Auf was für Touristen konzentriert sich der Tourismussektor in der Küstenstädte/auf die Insel?
 - o Welche Altersgruppen sind die Zielgruppen?
 - o Was sind die Zielgruppen in Bezug auf Einkommensklassen?
 - o Konzentriert sich der Tourismussektor auf *Massentourismus, Kleingruppen oder unabhängige Reisende, Geschäfts- oder Bildungstouristen, Entdecker oder Bummler?*
 - o Konzentriert sich der Tourismussektor auf Touristen aus bestimmten Ländern?
- Auf welche Art von Tourismus konzentriert sich der Tourismussektor in der Küstenstädte/auf die Insel?
 - o Konzentriert sich der Tourismussektor auf *Erholungs-, Geschäfts-, Gesundheits-, Bildungs-, Kultur-, Sozialtourismus* oder eine andere Form?

Leistungen

- Was sind die Leistungen des Tourismussektors in der Küstenstädte/auf die Insel?
 - o Wie hoch ist der Besucheranzahl und Zahl der Übernachtungen pro Jahr und wie sind die Prognosen hierfür?
 - o Wie hoch ist die Wirtschaftskraft (Umsatz, Gewinn, Insolvenzen, Arbeitsplätze) des Tourismussektors?
 - o In welchem Schritt von dem Butler-Modell (*Erkundung, Erschließung, Entwicklung, Konsolidierung, Stagnation, Post-Stagnation*) befindet die Küstenstadt/die Insel sich?

Governance

- Wie sind die Machtverhältnisse zwischen den verschiedenen Akteuren im Tourismussektor in der Küstenstädte/auf die Insel?

- Wie ist die Struktur des Tourismussektors?
- Was ist die Rolle der Regierung im Tourismus?
- Was ist die Rolle der Kurverwaltung im Tourismus?
- Was ist die Rolle der *Intermediaries* im Tourismus?
- Welche Akteure können als *lead firms* gesehen würden?
- Was gibt es für Kooperationen zwischen verschiedenen Akteuren im Tourismusbereich in der Küstenstädte/auf die Insel?
 - Wie ist die Koordination der Angebote zwischen den verschiedenen Akteuren?
 - Inwieweit gibt es einen übergreifende Strategie für Tourismus?
 - Inwieweit gibt es Konsultation über das Angebot?
 - Inwieweit gibt es Kooperationen zur Entwicklung neuer Angebote?
 - Inwieweit gibt es Konsultation zwischen verschiedenen Akteuren über Tourismusthemen?
- Was gibt es für Kooperationen zwischen Insel/Küstenstadt und (anderen) Inseln und Küstenstädten?
 - Wie ist die Koordination des Angebotes zwischen Insel und Küstenstadt?
 - Inwieweit gibt es Kooperationen zwischen Insel/Küstenstadt und (anderen) Inseln und Küstenstädten über Tourismusthemen?
 - Inwieweit gibt es Kooperationen auf der Ebene des Internationalen Wattenmeers?

Bijlage 6: interview guide voor medewerker gemeente Ameland

Werelderfgoed (samenstelling aanbod, doelgroep, governance, prestaties)

- Wat heeft het Werelderfgoed te bieden voor toeristen (samenstelling aanbod)?
 - o Hoe wordt de Werelderfgoed status gebruikt om toeristen te trekken?
- Welke soort toeristen komen af op het Werelderfgoed (doelgroep)?
- In hoeverre is er een duidelijk effect zichtbaar op toerisme na de aanwijzing tot Werelderfgoed (prestaties)?
- In hoeverre wordt er samengewerkt over het Werelderfgoed in het Waddengebied (governance)?
 - o Hoe ziet de samenwerking met Denemarken en Duitsland over het Werelderfgoed eruit?
 - o Welke partijen spelen een rol bij het Werelderfgoed?

Rol overheid (governance)

- Wat is de rol van de gemeente bij toerisme?
- Hoe ziet het beleid voor het toeristische aanbod eruit?
 - o Wat zijn de speerpunten van de gemeente op het gebied van de gemeente?
 - o Welke regels legt de overheid op aan de toeristische sector?
- In hoeverre wordt er met andere belangrijke partijen binnen de toeristische sector samengewerkt?
 - o Wat zijn belangrijke partijen binnen de toeristische sector?
 - o In hoeverre is er sprake van overleg met deze partijen over toeristische vraagstukken?
- Hoe ziet de samenwerking met hogere overheden eruit?
 - o Op welke manier heeft de gemeente te maken met de provincie?
 - o Op welke manier heeft de gemeente te maken met het Rijk?
- In hoeverre wordt er samengewerkt met overheden uit het Deense en Duitse Waddengebied?
 - o In hoeverre wordt er samengewerkt op het niveau van het Waddengebied als geheel?
 - o In hoeverre wordt er samengewerkt met overheden uit een bepaald gebied?

Bijlage 7: krantenartikel over Holwerd aan Zee

Zoals aangegeven in het voorwoord, vormde een krantenartikel over Holwerd aan Zee de aanleiding voor dit onderzoek. Dit artikel stond op 20 februari in het dagblad Trouw en is geschreven door Karin Sitalsing. Het artikel is hieronder te zien.

4 deVerdieping

VRIJDAG 20 FEBRUARI 2015 **Trouw**

Midweekje Holwerd aan Zee

De eerste scheiding van tafel en bed

déjà vu Paul van der Steen

Regeringspartijen VVD en PvdA vinden dat de wet op de alimentatie simpeler en eerlijker moeten worden. Hoe waren die regels vroeger, toen scheiden – veel meer dan nu – als een schande werd gezien?

Wilhelmus Meers en Agatha Lenaerts waren bijna negentien jaar getrouwd en hadden zes kinderen toen in september 1794 een kerkelijke rechter in Maastricht hun scheiding van tafel en bed uitsprak. Het waren roerige tijden. De Fransen rukten op. In oktober 1795 werden de streken rond Maastricht door Parijs geannexeerd. Een klein jaar later profiteerde Lenaerts van de nieuwe Franse regelgeving. Zonder dat haar man kwam opdagen, werd hun breuk geregistreerd bij de burgerlijke stand in Maastricht. Meers en Lenaerts waren de eerste Nederlanders die voor de wet scheidden.

De Bijbel is duidelijk over scheiden. 'Gij zult niet echtbreken' luidt een van de Tien Geboden. "Wat God verbonden heeft, mag een mens niet scheiden", staat er in het Evangelie volgens Matteüs. Elders staan niettemin toch wat bepalingen over de wenselijke gang van zaken bij het uit elkaar gaan van man en vrouw (volgens Jezus niet omdat het Gods wil is, maar vanwege de hareloosheid van mensen). Geen woord echter over de onderhoudspflicht voor (ex-)gehuwden of het zou de passage in 1 Timotheüs moeten zijn, waarin staat dat iemand die zijn huisgenoten niet verzorgt, zijn geloof verloorhart en onnut.

alsof het nooit had bestaan. In 'Hollandse Consultatiën', waarin juridische adviezen en gerechtelijke uitspraken werden verzameld, stond begin zeventiende eeuw nog het volgende: "Een getrouwde vrouw door defect der Nature tot den echten staat onbequaem zijnde staat den man vrij hem by een andere vrouw te vervoegen by 't leven van de eerste vrouw."

Bij het ontbreken van nationale en internationale registraties van mensen was het bovendien doodeenvoudig om te verdwijnen. Wie naar andere streken vertrok, ging min of meer op in het niets. Op deze manier verlieten dan ook de nodige mannen en vrouwen hun echtgenoten en kinderen.

Ondanks de duidelijke teksten in de Bijbel regelde de kerk toch het een en ander in het canonieke recht. Zeker bij 'kwaadwillige verlaten' diende de man zijn ex-vrouw te onderhouden. In deze voorschriften weerklonk de echo van de passage in 1 Timotheüs die de zorgverzuimer gelijk stelde aan een ongelovige, want de Kerk dreigde mannen die hun ex en eventuele nakomelingen niet financieel ondersteunden te excommuniceren.

Gedurende de negentiende en een groot deel van de twintigste eeuw bood de Nederlandse wet wel mogelijkheden om te scheiden, maar was de procedure nogal omslachtig. Scheiden was letterlijk lijden. Wie van elkaar af wilde, moest bovendien gegronde redenen hebben. Veel echtelieden namen daarom noodgedwongen een loopje met de waarheid. Ze namen hun trouwrecht tot 'de Grote Loozen', bakenden

Velen kennen Holwerd als het ingeslapen

zorgt, zijn geloof verloochent en gelijk staat aan een ongelovige. Maar hier zit ruimte voor interpretatie: is een voormalige echtgenote een huisgenoot?

In andere culturen bestonden in oud-tentische tijden al wel regels over de onderhoudsplicht. De Babylonische Code van Hammurabi schreef bijna vierduizend jaar geleden al voor dat een man na zijn scheiding muntstukken moest betalen en bovendien de bruidsschat moest teruggeven. Het woord alimentatie komt van het Latijnse woord 'alere' dat 'zorgen voor' betekent. Toch hadden de Romeinen alleen gebruiken op dit gebied. Het Romeinse recht zweeg over zorgplicht.

In de Middeleeuwen bleef het juridische scharmergebied bestaan. Het huwelijk werd weliswaar gezien als een heilige verbintenis, toch was om het te beëindigen lang niet altijd een echtscheiding nodig. Als een huwelijk niet geconsumeerd werd, kon het zomaar nietig worden verklaard.

Alimentatie werd pas in 1971 losgekoppeld van gedrag. Overspelige vrouwen kregen ook geld.

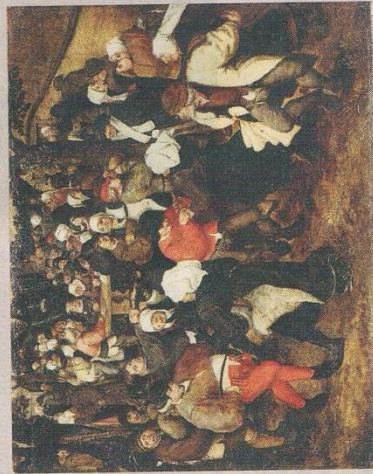
toevlucht tot 'de Grote Leugen', bekenden buitenechtelijke relaties die er nooit waren geweest.

Alimentatie was ook een verkapte schuldbekentenis. Als een vrouw schuldig was aan de echtscheiding, had ze nergens recht op. Het vooruitzicht van een zware armoede-vaal betekende dat veel echtgenotes maar lederen leven met hun niet-functionerende huwelijk. Dat bood hen tenminste financiële zekerheid.

Pas in 1971 werd de wet gemoderniseerd. Voortaan kon duurzame ontwijking van het huwelijk ook een reden zijn om uit elkaar te gaan. Alimentatie werd losgekoppeld van gedragingen. Ook overspelige vrouwen hadden recht op geld. En de emancipatie liet haar sporen na: een financieel sterke vrouw kon verplicht worden tot het onderhouden van haar minder vermogende ex-man.

Vooral christelijke partijen worstelden met de aangepaste wetten. Een groot deel van de Nederlanders was wel anders gaan denken over echtscheidingen. Het aantal liep op van 15.000 per jaar in 1972 via bijna 26.000 (1980) tot 30.000 à 35.000 sinds de jaren negentig.

In het midden van dat decennium beperkte het Nederlandse parlement de onderhoudsplicht in de tijd: alimentatie duurde voortaan maximaal twaalf jaar.



Boerenbrúloft, Pieter Breughel, ca. 1567. BEELD GERMANISCHES NATIONALMUSEUM

Friese dorpje waar de doot naar Amerland vertrekt. Dat moet anders, vinden bewoners. Hun idee: de dijk doorbreken zodat Holwerd wordt verbonden met de zee.

TEKST **Karin Sitalsing, Holwerd (Fr.)**

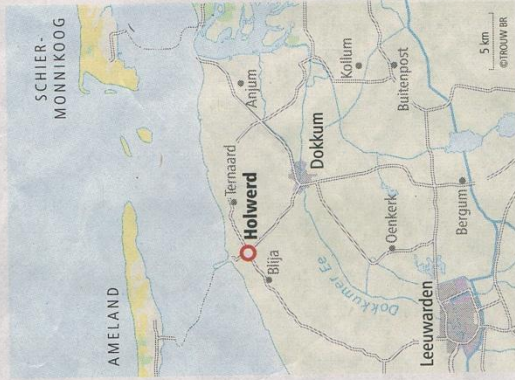
Maa een gat in de dijk, bedachten vier mannen uit Holwerd, en verbind zo de Waddenzee met de Friese binnenwateren. Goed voor de pleziervaart en het toerisme. Theo Boersma, Hessel Hiddema, Marco Verbeek en Jan Zijlstra pakten er een hele zwik eerdere gemaakte plannen en ideeën bij en combineerden die tot het project-Holwerd aan Zee. De werkgroep is er inmiddels in geslaagd het plan hoog op de agenda te krijgen. En nu blijken de plannen ook nog eens haalbaar, zo concluderden onderzoekers vorige week.

De vier kennen elkaar uit het dorp: akkerbouwer Hiddema, supermarketeigenaar Verbeek, gemeentebestuurder Zijlstra en Boersma die bij de Voedsel- en Warenautoriteit werkt. Boersma en Hiddema zaten eens bij een presentatie van dorpsplannen. De avond herkauwend aan de keukentafel bedachten ze: een dijkdoorbraak, beek was ook al bezig met hoe Holwerd op de kaart te zetten, en vanuit de gemeente kwam Zijlstra bij het groepje.

Grofweg bestaat Friesland uit twee grote toeristische trekpleisters, zegt Verbeek (33): de Friese meren en de Waddeneilanden. "Vanuit het zuiden trekken toeristen niet snel naar de eilanden en andersom, omdat er niks leukers in het midden ligt. Maar als je daar een aantrekkelijke plek maakt waar je leuk kunt verblijven en verpozen, wordt dat alles anders."

Tussen de locals

En dus moet in Holwerd een strand komen, wordt de doorgaande weg door het dorp een



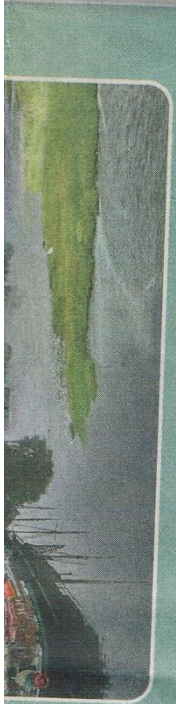
boulevard, komt er een jachthaven en moeten er meer mogelijkheden ontstaan voor watersporters. En o ja, de poppige huisjes in de dorpskern die nu leeg staan, en die te klein zijn voor een gezin om in te wonen, worden omgebouwd tot recreatiewoningen. Toeristen die in het dorp slapen, midden tussen de locals, allemaal ambassadeurs van Holwerd.

Door de dijkdoorbraak ontstaat een nieuwe overgang tussen zoet en zout water; achter de dijk komt een valmeer – een brakke zone, uitstekend voor vismigratie. Er komt een spuipeul

*Bijeffect: als het dorp gezelliger wordt,
willen mensen er ook weer wonen*



EN BURRO HARRO



© TROUW, BR

die het mogelijk maakt de vaargeul naar Ameland geregeld door te spoelen, zodat die minder vaak hoeft te worden uitgebaggerd en er minder bagger hoeft te worden gedumpt op het wad.

De mannen presenteerden hun plannen en kregen alle partijen mee. Op applaus uit het dorp volgde dat van de bestuurders. Gedeputeerde Johannes Kramer van de Frysk Nasjonale Partij zei: "Moast wol mei lûel goede argumenten komme om iijtr tsjin te wêzen", je moet wel met heel goede argumenten komen om hier tegen te zijn. De Dienst Landelijk Gebied, onderdeel van het ministerie van economische zaken, noemde het project 'een oplossing voor de krimp', glundert Verbeek. "Een oplossing! Dat wordt niet snel gezegd over een project."

Ga zo door

Als er weerstand was, zou die komen van de natuurclubs, verwachten de mannen: het Waddengebied zit verstrikt in richtlijn zus en beschermd vogelgebied zo. Maar tijdens het eerste gesprek met directeur Arjan Berkhuyzen van de Waddenvereniging bleek juist het omgekeerde, lacht Theo Broersma (46). "Hij onderbrak me: 'Dus je bedoelt dat je zo gaat doen?' Ik zei: 'ja', en dacht: o jee, nu zullen we het hebben. Maar hij zei: 'Fantastisch, ga zo door!'"

Puntje van kritiek: is het eentje om 148 miljoen euro in Holwerd aan Zee te steken, terwijl in dezelfde regio bijvoorbeeld het ziekenhuis van Dokkum failliet is? Ja, denken de mannen. Sterker: Holwerd aan Zee kan juist wel eens de redding zijn van het ziekenhuis. Immers: meer bezoekers en bewoners vormen ook weer meer ziekenhuislandzite. Van meer bedrijvigheid, meer traffic, wordt iedereen blij.

Volgens Hiddema (48) tekent dit kritiekpunt het kortetermijndenken van de krimp aanpak tot nu toe. "Lapmiddelen zijn het. Je kunt wel eenmalig geld in voorzieningen stoppen om ze boven water te houden, maar zolang er geen mensen zijn om die voorzieningen te gebruiken, is het weggegooid geld. Wij zetten in op dertig jaar, maar over honderd jaar staat dit er wat het oplevert."

Enerzijds komt er geld binnen omdat er toeristen komen die eten, slapen, varen, fietsen huren en op terrasjes zitten. Maar er is ook een spin-off: als het dorp gezelliger wordt, willen mensen er ook weer wonen. En tegelijkertijd wordt er geld bespaard. Neem de geul: als die kan worden doorgespoeld, hoeft er minder vaak te worden gebaggerd.

De vier mannen zagen het in Duitsland. Verbeek: "Daar bieden de kustplaatsen een perfectie aanvulling op de eilanden, en andersom. Zo willen we het hier ook. De eilanden kennen bijvoorbeeld nauwelijks slechtweervoorzieningen. Ameland kan zijn jachthaven niet uitbreiden. Stacaravans worden gesloopt, er komen huisjes voor terug, maar daarmee neemt de capaciteit af. Hier hebben we ruimte genoeg voor boten, voor slaapplekken. Het is win-win."

De kracht van Holwerd aan Zee is dat er verschillende opgaven bij elkaar komen, vertelt Verbeek. "Het versterken van de weg, het aanpakken van de krimp, het hele natuurvraagstuk. Tot nu toe werd altijd alles 'los' gedaan. Dan liet de gemeente de weg versterken, en dacht het leidingenbedrijf: o, de leidingen moeten aangepakt, en legde vervolgens de weg weer open. Nu komt er één ingreep. Zo kunnen we meer doen met hetzelfde geld."

Bovendien, zeggen de vier: niets doen kost ook geld, en levert niks op – nou ja, behalve dan meer leegstand en verdere verpaupering. Volgens berekeningen kost de krimp het dorp 23 miljoen euro aan waardevermindering per decennium.

Megaproject

Harde cijfers tot achter de komma hebben ze niet, het is lastig om in geld uit te drukken wat het megaproject het dorp gaat brengen, zeggen ze. Maar het doet nu al iets bijzonders met de inwoners, er gaat iets rond, een buzz die niet te stoppen is. Ze merken het als ze door het dorp lopen, lachen ze, de vaste rondjes door de supermarkt duren ineens twee keer zo lang.

Mensen krijgen er langzaam weer vertrouwen in, zegt Hiddema. Je merkt het aan de jon-

geren, de starters, die voorzichtig weer huisjes kopen in het dorp, terwijl ze vijf jaar geleden nog gillend wegreiden. "En aan mensen van een jaar of vijftig, zestig die van klussen houden en nu zeggen: weet je? We kopen zo'n paandje, knappen het op en gaan het verhuren."

Ook andere dorpen krijgen de kriebels. Het nabijgelegen Hantum maakt plannen om de vaart te verbreden, burgemeester Wil van den Berg van buurgemeente Ferwerderadeel zei: "Als het bij jullie regent, druppelt het bij ons."

Holwerd aan Zee wil nadrukkelijk een aanjagerproject zijn, zegt Hiddema. "Dit zou langs de hele kustlijn, van Harlingen tot Delfzijl, ontwikkeld moeten worden. In het hele gebied kunnen we 6000 extra bedden hebben."

Die regionale buzz is hard nodig, zeggen ze, want de noordostoek van Friesland krijgt het flink voor z'n kiezen. Het gebied is al sinds jaar en dag een van de armste gebieden van Nederland.

Supermarkteigenaar Verbeek: "Dit gebied is afgeschreven. Het gevoel dat het bij landelijk beleid alleen maar om de vier grote steden gaat en wij er niet toe doen, dat leeft hier heel sterk. Dit project geeft een opleving. Mensen zijn enthousiast."

Hoe nu verder? Momenteel wordt gezocht naar geld voor nader onderzoek naar de cijfers: het exacte aantal beschikbare bedden, de precieze besparing door het doorspoelen van de geul. Hoewel nog niets zeker is, kunnen de mannen zich niet voorstellen dat hun plan mislukt. Verbeek ziet het nieuwe Holwerd al helemaal voor zich. "Nu is het hier nog elke dag zondag: geen bal te beleven. Straks is het elke dag weekend."

'Dat wij als noorden er niet toe doen, leeft hier heel sterk. Dit project geeft een opleving.'