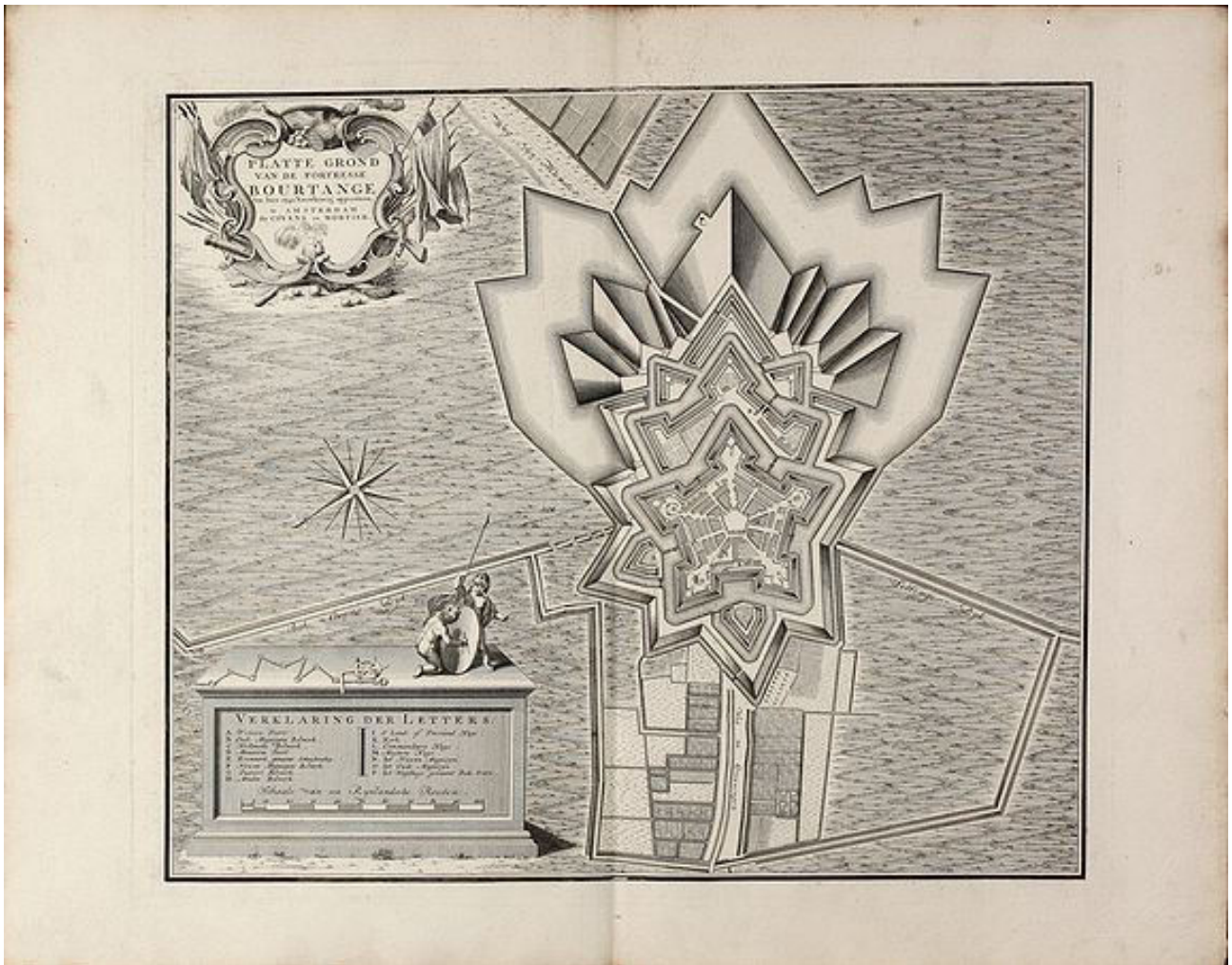


Bachelorproject SG&P 2013/2014

Semester 1

Bourtange – authenticiteit en de invloed op de waardering van de vesting



B. C. Jansen

S2037823

Begeleider: Prof.dr. D. Strijker

Samenvatting:

Dit artikel onderzoekt het verband tussen de waardering voor Bourtange en de authenticiteitsbeleving. Aan de hand van de constructivistische definitie van authenticiteit werd aan bezoekers van de vesting Bourtange gevraagd of zij deze als authentiek ervoeren, wat hun reden was voor het bezoek aan Bourtange en hoe ze Bourtange en haar afzonderlijke elementen waardeerden. Dit is gedaan door middel van een combinatie van een enquête en enkele korte interviews. Vervolgens is de data statistisch geanalyseerd en is er getoetst in welke mate de verschillende elementen bijdroegen aan de waardering van Bourtange en wat de belangrijkste attractie was voor het trekken van toeristen naar de vesting. Vervolgens is nagegaan of er een verband is tussen de authenticiteitsbeleving, de waardering van Bourtange en de afzonderlijke elementen en is dit vergeleken met de beschikbare literatuur over het onderwerp. De resultaten zijn, door een zeer lage respons, moeilijk verifieerbaar door gebrekkige data. Toch is er een verband gevonden tussen de authenticiteitsbeleving en de waardering voor de vestingwerken. Er konden echter verder geen verbanden aangetoond worden van de authenticiteitsbeleving met overige elementen in Bourtange of met de waardering voor Bourtange als geheel. Verder onderzoek, met een veel hogere respons en enquêtedagen meer verspreid over het jaar en in het toeristisch seizoen, zouden dit mogelijk nog kunnen doen. Wat wel is vastgesteld is dat Bourtange over het algemeen zeer positief wordt gewaardeerd.

Inhoudsopgave:

• 1 Inleiding.....	4
◦ 1.1 Aanleiding en achtergrond van het onderzoek.....	4
◦ 1.2 Probleemstelling.....	5
◦ 1.3 Opbouw.....	7
• 2 Erfgoed en Authenticiteit in de literatuur.....	8
• 3 Methodologie.....	11
◦ 3.1 Instrument van dataverzameling.....	11
◦ 3.2 Proces van dataverzameling.....	12
◦ 3.3 Instrument van data-analyse.....	13
• 4 Resultaten.....	14
◦ 4.1 Bestaande aannames omtrent authenticiteit en waardering.....	14
◦ 4.2 Beschrijving van uitkomsten van de enquête.....	14
◦ 4.3 Analyse van de enquête.....	16
• 5 Conclusies.....	22
• Literatuur.....	24
• Bijlages.....	27
◦ I: Enquêtes.....	27
◦ II: Uitkomsten statistische toetsen.....	29

1 Inleiding

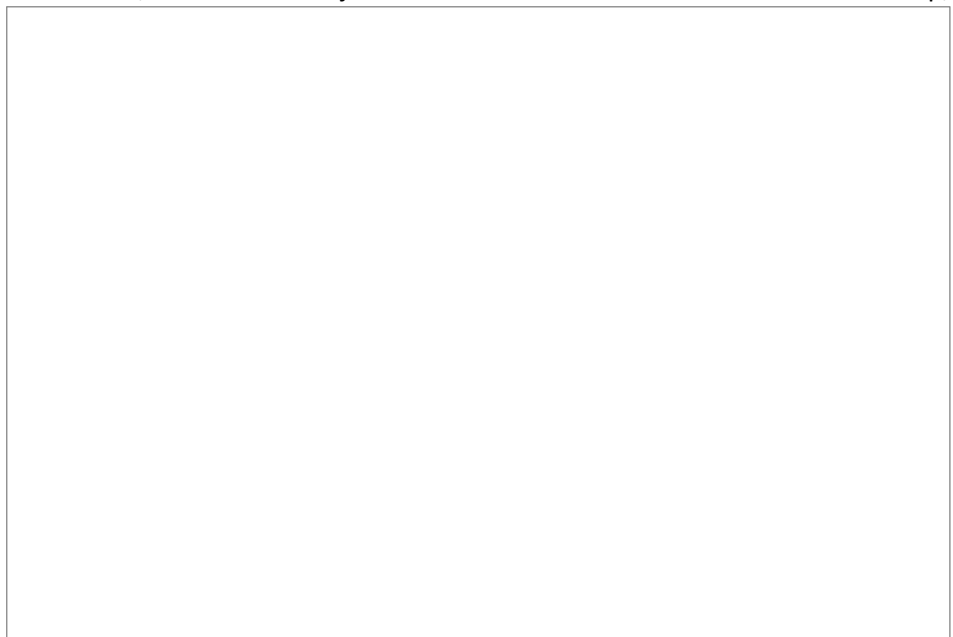
1.1 Aanleiding en achtergrond van het onderzoek

Cultureel erfgoed speelt een steeds belangrijkere rol bij het ontwikkelen van perifere regio's en bij toeristisch management. Steden beconcurreren elkaar op de aanwezigheid en het belang van hun erfgoed, perifere regio's profileren zich steeds sterker op het gebied van erfgoed en ook in internationale kringen wordt de aanwezigheid ervan als een belangrijk punt gezien voor het succes van een toeristisch gebied of het bestaan van een regionale identiteit (Li et al., 2008).

Authenticiteit is een belangrijk, maar betwist, concept als het over erfgoed gaat (Wang, 1999; Kolar & Zabkar, 2010); een brug uit de 17e eeuw in Amsterdam zou authentiek genoemd kunnen worden, echter wat als deze steen voor steen naar Haarlem verplaatst wordt? Het object zelf is 'authentiek' in de zin dat het hetzelfde object is, maar de site is dat niet. Is het dan authentiek? Andersom, als de site hetzelfde is en alles perfect gereconstrueerd wordt, zoals in Bourtange, is het dan authentiek? Het wordt gereconstrueerd naar een bepaald moment, of zoals sommigen beweren een sociaal geconstrueerd plaatje dat men afspreekt. Maar waarom niet een ander moment of beeld? En een gebruik, zoals een bepaalde manier van smeden of een krijgskunst in een bepaalde regio was (en is vaak nog steeds) voortdurend aan verandering onderhevig. Is het dan enkel authentiek als het de regels volgt van een gecodificeerd boek of niet? (Ashworth, Graham & Turnbridge, 2007)

Bourtange, gelegen in Oost-Groningen aan de grens met Duitsland zoals te zien in afbeelding 2, is een dorp dat veel waarde hecht aan zijn historie en gebouwd erfgoed, dat ook een belangrijk deel vormt van de lokale identiteit. Ongeveer 250 mensen, wat rond een vijfde is van het totale aantal inwoners van het dorp,

woont binnen de wallen van de gereconstrueerde schans die zich historisch op die locatie heeft bevonden. De schans is in 1850 vernietigd, maar door krimp en tegenvallende economische prestaties werd in de jaren '60 besloten de verdedigingswerken te



Afbeelding 1: Luchtfoto van de vesting Bourtange

reconstrueren om zo via toerisme te proberen een economische impuls aan de regio te geven (Vesting Bourtange, 2013).

Tegenwoordig is Bourtange een beschermd dorpsgezicht dat zich sterk profileert als een toeristische bestemming voor cultureel erfgoed en het bestaan van de verdedigingswerken is een nu onmisbaar onderdeel van de dorpsidentiteit (Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, 2012).

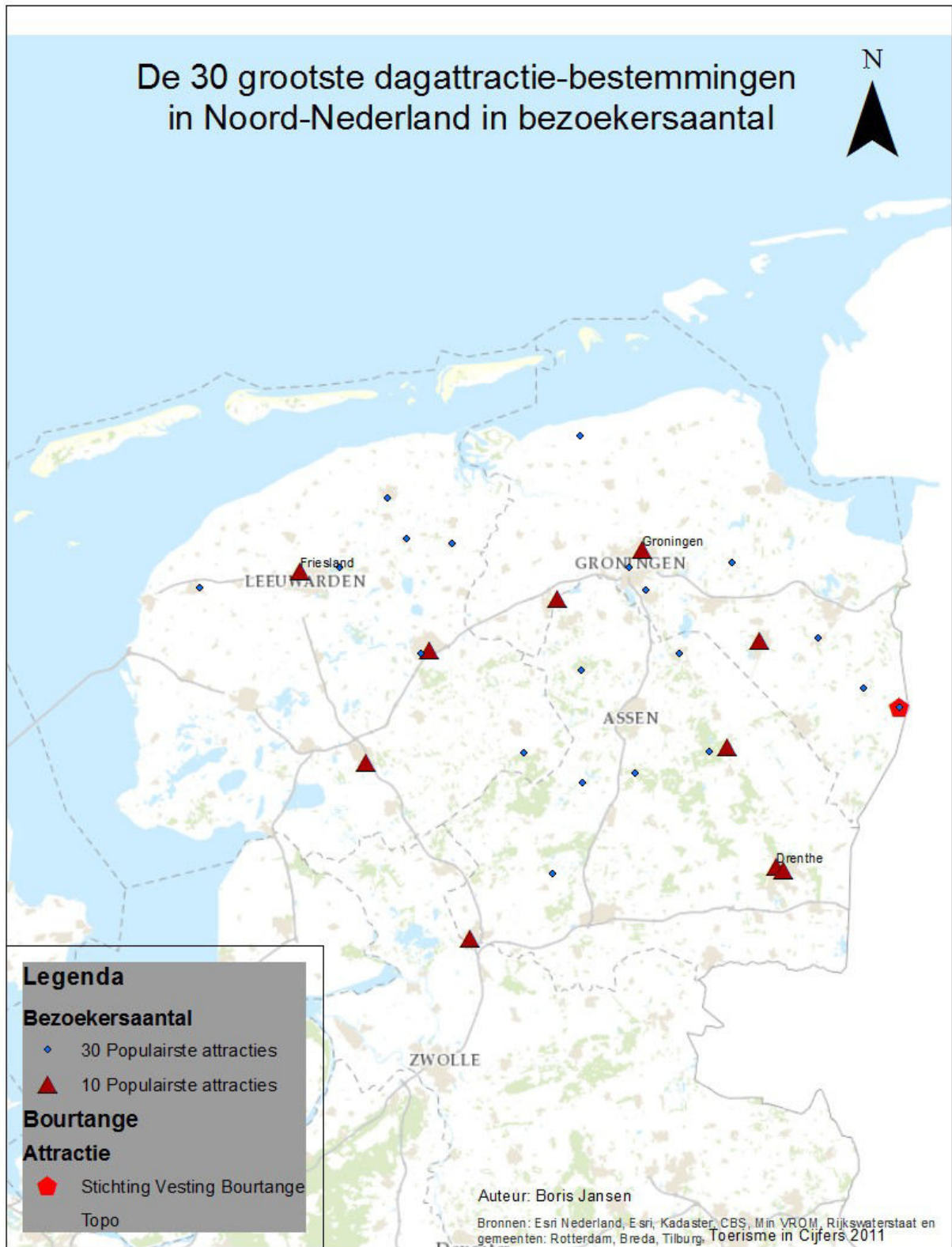
Bourtange trok in 2010 zo'n 85.000 dagtoeristen, een aantal dat stabiel is sinds 2007, waarmee het nummer 7 is op de lijst van de meest bezochte dagattracties in de provincie Groningen en valt in de top 30 van dagattracties in Noord-Nederland (zie afbeelding 2). De stichting Vesting Bourtange, die de vesting beheert, organiseert een reeks evenementen ieder jaar, waarvan de slag om Bourtange, een recreatie van de historische slag die plaats vond in het rampjaar 1672, in 2010 meer dan 5000 bezoekers trok (Vesting Bourtange, 2013; Toerdata Noord, 2011).

Maar is het bestaan van de verdedigingswerken de voornaamste reden waarom mensen naar Bourtange komen of worden toeristen voornamelijk getrokken door andere attracties? En hoe waardeert men de vestingwerken en het andere aanwezige erfgoed? En, speelt de authenticiteit van het erfgoed hier ook een rol bij in Bourtange?

Dit zijn vragen die van belang kunnen zijn voor de toekomst van Bourtange en de inzichten die met het onderzoek kunnen worden opgedaan zouden mogelijk kunnen helpen bij het verder ontwikkelen van de site.

1.2 Probleemstelling

De concurrentie op het gebied van toerisme is groot en er zijn veel andere bestemmingen die voortdurend nieuwe attracties presenteren om toeristen te trekken. In de noordelijke provincies zijn, naast de grotere steden (waarvan Groningen veruit de meeste toeristen trekt), musea, de Friese meren, het Drenths-Friese wold, dierenpark Emmen, Nienoord, bezoekerspark Appelscha en Westerbork een greep uit de grotere, beconcurrerende toeristische bestemmingen (Toerdata Noord, 2011). Bourtange heeft echter binnen Nederland een vrij unieke positie als gereconstrueerd voorbeeld van een vestingwerk uit de gouden eeuw, maar deze unieke positie betekent niet dat het niet concurreert met andere bestemmingen; deze historische insteek is op een andere manier bijvoorbeeld ook terug te vinden in Westerbork en Groningen, maar zelfs los daarvan vindt er concurrentie plaats. Een dagtoerist kan per dag 1, hooguit 2 bestemmingen kiezen om te bezoeken en onder andere alle voorgenoemde voorbeelden vormen een alternatief.



Afbeelding 2: Kaart van de 30 grootste dagattractie-bestemmingen in Noord-Nederland, gerangschikt op bezoekersaantal in 2010.

Bourtange kent een vrij breed aanbod aan activiteiten en erfgoed dat geschikt is om toeristen te trekken voor een bestemming van dergelijke grootte. De schans en gebouwen daarin zelf zijn het duidelijkste voorbeeld van zichtbaar erfgoed, en voorbeelden van grotere evenementen zijn de Slag om Bourtange en de kerstmarkt. Het is echter onduidelijk in hoeverre elk element de aantrekkingskracht en waardering van het dorp vergroot. Tevens is het nog onbekend of Bourtange, ondanks het feit dat de stichting Vesting Bourtange informatie verstrekt dat de vesting een reconstructie is, door de bezoekers als authentiek wordt ervaren en of dit invloed heeft op de waardering van Bourtange. Als men hierachter komt kan mogelijk geconcludeerd worden wat de beste manier is om de vesting verder te ontwikkelen. Daarom is met de volgende onderzoeksvragen gewerkt:

Hoe wordt Bourtange door toeristen gewaardeerd en welke elementen spelen daarbij met name een rol?

1. Wat heeft Bourtange te bieden aan toeristen/recreanten?
2. In hoeverre spelen alle attracties een rol in het aantrekken van toeristen en welke zijn hierbij het belangrijkste?
3. Hoe waarderen bezoekers de verschillende attracties die Bourtange te bieden heeft?
4. Ervaren bezoekers aan Bourtange de vestingwerken als authentiek?
5. Speelt authenticiteit een rol bij de waardering van Bourtange als geheel of bij afzonderlijke elementen?

1.3 Opbouw

Eerst zullen de belangrijkste theorieën en termen die worden gebruikt in dit onderzoek worden uitgelegd en onderzocht in het theoretisch kader. Hierna zal er aandacht geschonken worden aan de onderzoeksmethode en het onderzoeksinstrument, het proces van de dataverzameling en de manier van data-analyse. Vervolgens worden de resultaten vermeldt, besproken en vergeleken, waarna getracht zal worden antwoorden op de onderzoeksvragen te vinden. Ter afsluiting worden de conclusies van het onderzoek samengevat.

2 Erfgoed en Authenticiteit in de literatuur

Erfgoed

In huidige beleidsvorming wordt internationaal bij het ontwikkelen van regio's, zeker perifere regio's, vaak toerisme en de aanwezigheid van toeristische resources als uitgangspunt genomen. Cultureel erfgoed speelt daar een steeds grotere rol bij en deze rol wordt ook gezien in planningsinitiatieven op elk schaalniveau, van lokaal tot nationaal. Het belang van cultureel erfgoed wordt steeds groter, als toeristische resource, centraal punt van een (regionale) identiteit of als politiek middel, waarbij het een medium is voor het uitoefenen van macht (Ashworth, Graham & Turnbridge, 2007; Porter & Salazar, 2006; Fonseca & Ramos, 2011).

Wanneer we het over cultureel erfgoed hebben is het niet altijd duidelijk wat wordt bedoeld. De term omvat een groot en groeiend aantal dimensies, van concrete, materiële dimensies tot ontastbare dimensies en van culturele tot natuurlijke dimensies. (Fonseca & Ramos, 2011) Ashworth, Graham & Turnbridge (2007) vatten onder erfgoed 'contemporary uses of the past' en Littrel (1997) hanteert als definitie van cultuur de 'processen in een samenleving (way of life) in een specifieke regio gedurende een bepaalde tijd en het resultaat van deze processen' (kunst, gebruiken, normen en waarden, tradities, gebouwen, etc.). Boniface en Fowler (1996) definiëren het weer wat vager, namelijk als 'de culturele expressie die ons maakt tot wie we zijn, ons spirituele DNA'. In dit onderzoek wordt gewerkt met de definitie van Ashworth, Graham & Turnbridge (2007), een van de meest gebruikte definities, namelijk 'contemporary uses of the past'. Hier is voor gekozen omdat het een erg alomvattende definitie is, alle dimensies kunnen hier potentieel onder vallen, maar zo concreet dat er goed mee te werken valt. Een groot deel van het onderzoek gedaan naar erfgoed, vooral in de laatste decennia, is ook gedaan aan de hand van deze definitie.

Als we het dus over cultureel erfgoed hebben kan dit zowel een object als een gebruik of manier van leven zijn. Om deze interpretaties te onderscheiden worden de termen concreet erfgoed en ontastbaar erfgoed gehanteerd. Concreet erfgoed slaat op alle soorten erfgoed die een concrete, reële, aan te tonen fysieke aanwezigheid hebben, bijvoorbeeld een schilderij, pot, gebouw, plein, plaats o.i.d.. Ontastbaar erfgoed omvat alles wat niet zo'n aanwezigheid bezit, bijvoorbeeld een krijgskunst, manier van leven, normen en waarden, tradities, etc. (Richards, 1996; Brumann & Cox, 2010, Fonseca & Ramos, 2011).

Hoewel erfgoed altijd een belangrijke reden is geweest voor toeristen bij de keuze voor een toeristische plaats is het de afgelopen decennia '(her)ontdekt' als marketingmiddel. Dit zorgt ook voor een groeiende rol voor cultureel erfgoed bij toeristisch management (Richards, 1996).

Authenticiteit

Zoals in de inleiding al is duidelijk gemaakt is authenticiteit een moeilijk begrip waar nog steeds veel over wordt getwist. Er is een interpretatie, de objectivistische, die beweert dat het intrinsiek is in een voorwerp of gebruik, en dat iets authentiek genoemd mag worden als zowel het object als de site 'authentiek' zijn (Kolar & Zabkar, 2010). Daarnaast is er een interpretatie, de constructivistische, die beargumenteert dat authenticiteit een sociale constructie is (Ashworth, Graham & Turnbridge, 2007; Andriotis, 2011; Kolar & Zabkar, 2010). Maar is authenticiteit überhaupt wel van belang? In Nederland, zo argumenteert Schoorl (2005) lijkt men er vanuit te gaan dat 'cultureel erfgoed' nooit echt statisch is geweest, is of zal worden en begint men er flexibeler en dynamischer mee om te gaan. Authenticiteit volgens de objectivistische definitie is dus tegenwoordig minder van belang in toeristisch management en de waardering van de toerist, aldus Schoorl (2005).

Er lijkt echter een consensus te zijn dat authenticiteit wel degelijk van belang is in toerisme. Toeristen lijken er wel degelijk naar op zoek te gaan. Het negeren als zijnde irrelevant zou dus betekenen dat een van de factoren die de keuze van toeristen voor een locatie en de ervaring van toeristen beïnvloedt wordt genegeerd. (Kolar & Zabkar, 2010; Cohen, 1988) Het wordt door zowel Cohen (1988) als recenter Naoi (2004) gezien als een van de belangrijkste oorzaken voor de trend om ver weg nieuwe toeristische bestemmingen te bezoeken, zowel in tijd, als plaats en cultuur. Deze gedachte is al aanwezig sinds de jaren '60, toen de term geïntroduceerd werd in de sociale wetenschappen (McCannel, 1999). Dit is voornamelijk zo vanwege de houding die decennia lang heeft gedomineerd dat het authentieke, het 'echte', intrinsiek beter en moreel superieur is aan het inauthentieke, het neppe (Boorstin, 1962). Dit is een gedachte die zowel heerste in de gedachte van de welgestelde toerist als het grootste deel van de wetenschap (Daugstad & Kirchengast, 2013).

Het is een van de meest tekenende trends in toerisme en daarom van cruciaal belang voor de sector, voornamelijk voor de marketing en branding aspecten omtrent toerisme. Daarnaast is het voor erfgoedtoerisme van nog groter belang, omdat het hierbij gaat om objecten of praktijken waarbij de authenticiteit bijna impliciet door toeristen lijkt te worden aangenomen en waarvan de authenticiteit vaak als een cruciaal onderdeel in de ervaring van een toerist wordt opgenomen. Is een bestemming niet authentiek, dan lijkt vaak te worden aangenomen dat de waarde minder is (Apostolakis, 2003; Kolar & Zabkar, 2010).

Het concept authenticiteit wordt dus betwist, onder andere vanwege het belang dat het heeft in toerisme en het gedrag van toeristen. Dit komt echter deels door het feit dat men moeilijk tot een consensus lijkt te komen, iets waar het argument van Schoorl (2005) ook op inspeelt, wat de definitie nu precies is (Wang, 1999). Er zijn vele verschillende opvattingen, zoals in de inleiding al kort werd toegelicht, zowel over het

gebruik en de rol als over de precieze term. Sommigen hanteren het als een drijfkracht (*motivational force*), zoals bijvoorbeeld Cohen en Naoi, anderen zien het als een keuze, een claim of een perceptie (Kolar & Zabkar, 2010). Het wordt door sommigen als een sociale constructie gezien en door anderen als een intrinsiek element of een kwaliteit die ofwel aanwezig is ofwel mist (Kolar & Zabkar, 2010). Het grootste probleem is dat sommige van deze opvattingen en zienswijzen met elkaar conflicteren (Ashworth, Graham & Turnbridge, 2007; Kolar & Zabkar, 2010; Andriotis, 2011). Door al deze definities en tegenstellingen is het dus vrij lastig om er één te kiezen en te hanteren. Er zijn altijd elementen of interpretaties die uitgesloten worden. De constructivistische definitie omvat nog het meest en is relatief makkelijk om mee te werken als het gaat om de perceptie van en invloed op de toerist. Niet iedereen weet immers altijd wat wel en niet authentiek is en ook in alledaags gebruik is de term redelijk vaag. Met deze definitie maakt dat echter niet uit; het gaat erom wat de persoon zelf *ervaart* en niet of hij kennis heeft van de vermeende authenticiteit en een specifieke definitie. Op deze manier kunnen de tegenstellingen deels omzeild worden.

Het werd algemeen aangenomen dat een geconfirmeerde authenticiteit of de aanname van een bestemming of object als authentiek een positief effect had niet alleen op de perceptie hiervan, maar op de waarde van het object. Deze gedachte maakt gebruik van, en vloeit voort uit, de objectivistische definitie van authentiek (Daugstad & Kirchengast, 2013). Over het belang van authenticiteit in de waardering van erfgoed is echter nog vrij weinig direct onderzoek gedaan. Uit Naoi's onderzoek (2004) blijkt dat het een cruciale factor is in de evaluatie en waardering voor historische districten in urbane gebieden in Duitsland, waar zowel 'authentieke' delen als gemanipuleerde delen aanwezig waren. Ook werd in dit onderzoek een verschil opgemerkt in hoe mensen evalueerden of wat ze zagen authentiek was en of ze het gebied positief waardeerden. Mensen die minder positief waren ervoeren meer gebieden als zijnde niet authentiek.

In dit onderzoek is gewerkt met de constructivistische definitie van authentiek, waarbij het wordt gezien als sociale constructie. De aanname die Boorstin (1962) dus nam, en die de meeste wetenschappers die in de volgende 3 decennia onderzoek deden naar authenticiteit namen, kan dus niet direct worden genomen als met een constructivistische definitie van authenticiteit wordt gewerkt. De verschillende definities maken het immers bijna een ander onderwerp. Er is veel minder onderzoek naar authenticiteit gedaan met de constructivistische definitie en de eerste studies hiermee hebben ook nog vaak dezelfde aanname gemaakt dat het authentieke inherent moreel superieur is aan het inauthentieke (MacCannel, 1999; Crick, 1988). Er zijn echter ook latere studies die dit wel bespreken in hun onderzoek, gedaan met een constructivistische definitie, die vaststellen dat vermeende authenticiteit de waardering positief beïnvloedt. Zowel Naoi (2004) als Daugstad en Kirchengast (2013) merken dit allebei op tijdens hun onderzoek.

3 Methodologie

Om te onderzoeken hoezeer Bourtange gewaardeerd wordt en welke elementen daar in wat voor mate een rol bij spelen is er voor gekozen om een korte enquête te houden onder bezoekers van de vesting Bourtange. Omdat verwacht werd dat deze kwantitatieve data goed te gebruiken is voor verdere analyse om te zien welke relaties er zijn tussen de waarderingen van verschillende elementen en de algehele waardering, maar dat deze weinig inzicht zou verschaffen in waarom dit zo is, is gekozen om deze enquête te ondersteunen met enkele korte interviews. Deze interviews verschaffen kwalitatieve data over wat in Bourtange wel en niet gewaardeerd wordt en waarom mensen Bourtange als wel of niet authentiek ervaren. Eerst zullen de instrumenten van dataverzameling worden behandeld, daarna het proces, gevolgd door de methode van data-analyse.

3.1 Instrument van dataverzameling

Er is in dit onderzoek een combinatie gebruikt van een korte enquête (zie bijlage II), waarin voornamelijk vragen zijn gesteld over de waardering van Bourtange en haar elementen, en enkele korte interviews. De interviews en enquête zijn beiden op locatie afgenomen.

Er wordt uitgelegd waar de data voor gebruikt wordt en dat het alleen voor dit onderzoek wordt gebruikt. Daarnaast wordt volledige anonimiteit gegarandeerd. De enquête is ook in het Engels vertaald en gebruikt om zo buitenlandse toeristen niet uit te sluiten. Achteraf gezien was het ook goed geweest als er een Duitse versie was geweest, vanwege de relatief grote hoeveelheid Duitse toeristen die Bourtange aandoen.

De enquête bestaat uit 8 vragen die direct aansluiten op het onderzoek en 3 vragen om enkele persoonlijk gegevens vast te stellen. Van de 8 vragen die direct betrekking hebben op het onderzoek zijn er 7 gesloten en 1 open vraag. Het aantal open vragen is getracht zo laag mogelijk te houden om de data-analyse makkelijker te laten verlopen. Daarnaast is er vanuit gegaan dat diepere, kwalitatieve informatie aan de hand van de korte interviews zou kunnen worden gewonnen.

De korte interviews zijn vrij gestructureerd van opzet geweest, waarbij de enquête als rode draad werd aangehouden. Verdere informatie werd vooral gezocht in de vorm van redenen voor de antwoorden die werden gegeven. Waarom wordt Bourtange wel/niet gewaardeerd, wat is er positief en negatief opgevallen, waarom wordt het wel of niet authentiek ervaren en wat verstaat men daaronder. Verder is er vooral meegepraat met de respondenten; als zij een bepaalde kant optrokken of ervaringen wilden delen werd hier verder op ingegaan.

Er is gekozen voor deze mix van methodes om zo met de kwantitatieve data uit de enquête een beeld te krijgen van algemene zaken. Bijvoorbeeld om vast te stellen hoe Bourtange gewaardeerd wordt en of authenticiteit een invloed heeft op de waardering. Om te zien waarom mensen Bourtange als wel of niet authentiek zien en om andere interessante, diepere, kwalitatieve gegevens te winnen is er besloten om dit aan te vullen met korte interviews, waarin vooral dieper werd ingegaan om de redenen achter de antwoorden en beoordelingen.

3.2 Proces van dataverzameling

In eerste instantie is er een categorisatie gemaakt van de aanwezige attracties in de vesting Bourtange, door middel van veldobservaties en informatie van de site van Stichting Vesting Bourtange. De veldobservaties zijn gedaan op een doordeweekse dag een paar weken voor de eerste enquêtedag. Hierop is de enquête opgesteld en besloten om deze aan te vullen met korte interviews.

Na de veldobservaties is op de eerste dag op locatie contact gezocht met de Stichting Vesting Bourtange in het informatiecentrum, gelegen naast de parkeerplaats en toegang tot de vesting, en is er permissie gevraagd voor het doen van veldwerk. Tevens is aan de meeste ondernemers in de vesting gevraagd of zij hun medewerking zouden willen verlenen aan het onderzoek en of er bij hun enquêtes konden worden achtergelaten, maar het antwoord daarop was unaniem negatief. Enkelen hadden de ruimte niet, anderen hadden geen tijd en de overigen vonden het simpelweg te veel moeite of wilden hun klandizie niet lastig vallen. Vrijwel alle ondernemers verwezen door naar het informatiecentrum, waar op de heenweg al enquêtes met toestemming waren achtergelaten.

De eerste enquêtedag vond plaats op een zondag en is gevolgd door nog 4 dagen gespreid over de volgende 3 weken, 3 maal in het weekend en 1 maal doordeweeks. Helaas was het gedurende de hele periode slecht weer, wat een impact had op de aantallen bezoekers die Bourtange bezochten en op het responsiepercentage. De eerste 3 dagen zijn voornamelijk mensen die terugliepen naar het parkeerterrein buiten geënquêteerd, beschut voor regen en wind onder de primaire toegangspoort tot de vesting. Dit leidde echter tot zeer tegenvallende resultaten. Veel bezoekers hadden naar eigen zeggen geen tijd of hadden geen zin om te antwoorden vanwege het slechte weer. Opvallend veel Duitse toeristen waren niet bereid hun medewerking te verlenen, een enkeling niet door de taalbarrière, maar de meesten zonder duidelijke reden. Dit, in combinatie met het slechte weer en het feit dat het 'off-season' is (buiten vakanties en zonder georganiseerde evenementen in de maand November) heeft voor een zeer lage responsie na de eerste 3 veldwerkdagen gezorgd. Ook de achtergelaten enquêtes bij het informatiecentrum leverden weinig op en slechts één kort interview is afgenomen met een Duits koppel.

Aan het einde van de 3e veldwerkdag werd besloten de tactiek om te gooien en de locatie van de enquêtering te verplaatsen naar het informatiecentrum, waar de medewerkers hulp boden en ruimte vrijgaven voor het houden van de enquête en interviews. Ook de komende 2 veldwerkdagen hebben in zijn geheel hier plaatsgevonden, wat een verdrievoudiging van het aantal enquêtes en 3 meer korte interviews op heeft geleverd. Ondanks deze toegenomen respons bleven de absolute aantallen laag; in totaal zijn er 49 enquêtes ingevuld.

3.3 Instrument van data-analyse

De data die verzameld is met de enquête zal statistisch worden geanalyseerd door middel van het programma SPSS 22. Vanwege deze kwantitatieve analyse zijn de waarderingen in de vijfpuntsschaal gevraagd, zodat dit een ordinale variabele is waar makkelijker mee gewerkt kan worden. Dit is ook deels de reden voor het gesloten karakter van de meeste vragen. De twee open vragen in de enquête worden allebei geanalyseerd en dan gecategoriseerd. Voor de woonplaats worden dan categorieën gemaakt op basis van afstand, zodat mensen vanuit de lokale omgeving tot het verre buitenland gemakkelijk gegroepeerd en geïdentificeerd kunnen worden. Dit levert ook een ordinale variabele op waar statistische toetsen op kunnen worden uitgevoerd. De redenen voor de beoordeling worden ook gegroepeerd, waarbij redenen die min of meer overlappen bij elkaar komen. Hiermee kan wat worden gezegd over welke dingen belangrijker worden gevonden bij de algehele waardering van Bourtange. De korte interviews helpen hier verdiepend op in te gaan.

4 Resultaten

Eerst worden in dit deel de resultaten van de enquête beschreven. Vervolgens wordt besproken hoe deze zijn verwerkt en wat de uitkomsten van de data-analyse zijn aan de hand van de relevante onderzoeksvragen en worden ze vergeleken met de bestaande literatuur.

4.1 Bestaande aannames omtrent authenticiteit en waardering

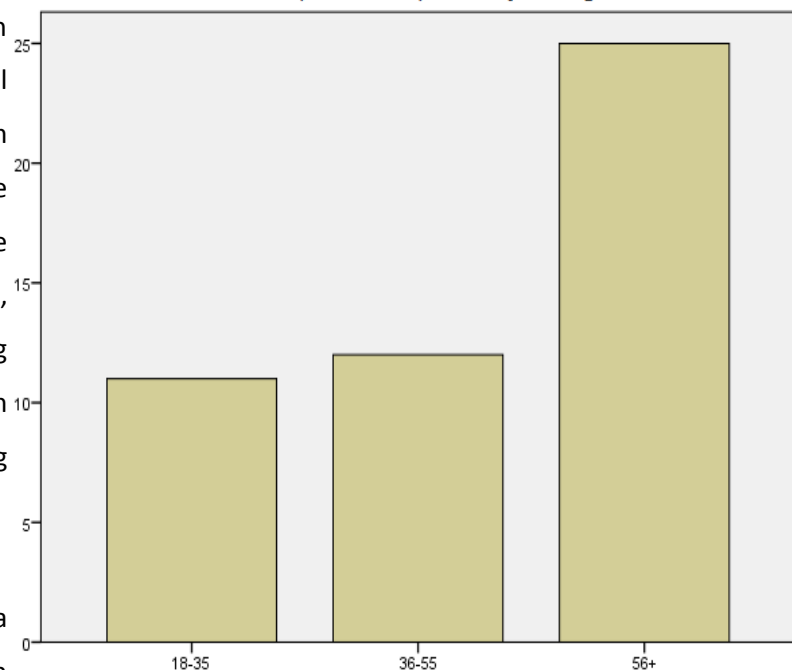
Dat authenticiteit van belang is voor toerisme is in het theoretisch kader al eerder gesteld. De zoektocht naar het authentieke is een van de belangrijkste drijfkrachten achter toerisme (Cohen, 1988; Naoi, 2004). Dit is een van de aannames die al in het veld aanwezig is sinds de introductie van de term authenticiteit in de sociale wetenschappen in de jaren '60 van de vorige eeuw (McCannel, 1999). Daarnaast wordt aangenomen dat vermeende authenticiteit een positieve invloed heeft op de waardering; als iets als authentiek wordt ervaren, zou het positiever worden gewaardeerd. (Naoi, 2004)

4.2 Beschrijving van de uitkomst van de enquête

Het resultaat van 5 dagen enquêteren is een totaal van 49 ingevulde enquêtes en 5 korte interviews. Dit lage aantal respondenten zorgt dat het lastig is om enige zinvolle statistische analyses uit te voeren, maar aangevuld met de korte interviews is de gewonnen informatie, zeker qua redenen voor de beoordeling van Bourtange en het ervaren van Bourtange als authentiek, nog bruikbaar.

De spreiding van de enquêtes is qua geslacht bijna gelijk, met 25 vrouwen en 24 mannen. Er is echter een relatief

Aantal respondenten per leeftijdscategorie

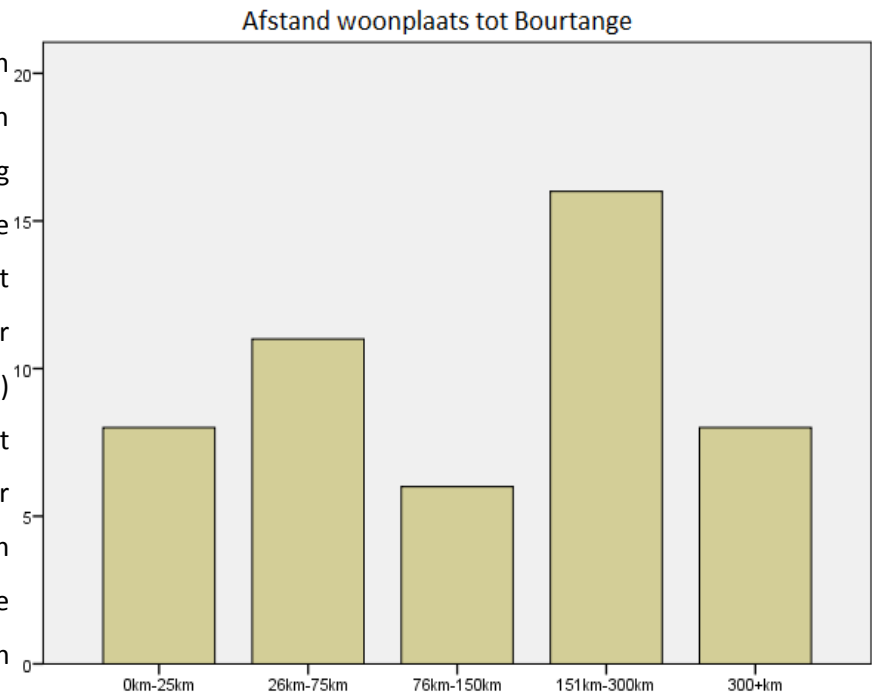


Figuur 1: Aantal respondenten per leeftijdscategorie

grote hoeveelheid oudere respondenten van 56+ (zie figuur 1). Hoewel dit doet vermoeden dat voornamelijk ouderen Bourtange bezoeken, lijken andere redenen hier ook (deels) voor verantwoordelijk te zijn. Het onderzoek is afgenomen buiten het gebruikelijke toeristenseizoen, waardoor, hoewel de meeste enquêtedagen in de weekenden waren, school en werk er voor gezorgd kunnen hebben dat er minder jongere bezoekers waren, versterkt door het slechte weer. Daarnaast is er ook nog een enkele gebeurtenis

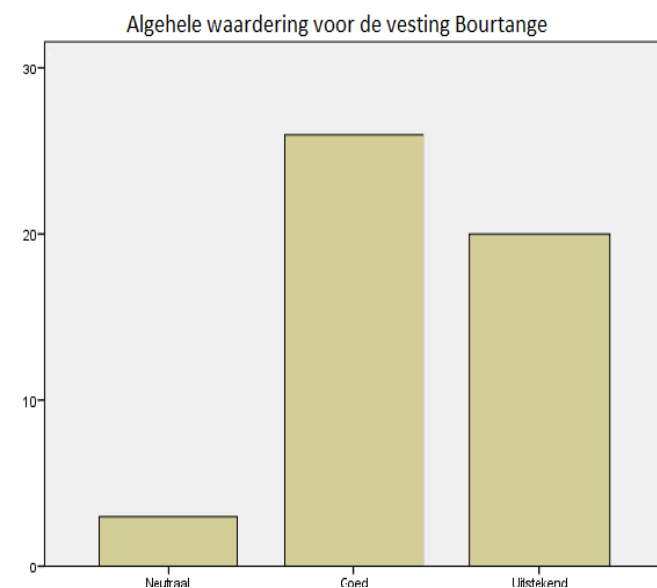
die de gegevens kan hebben beïnvloed; op een van de enquêtedagen was er een tourbus voor senioren die in de vesting en omgeving een uitstapje verzorgde. Dit heeft, door de lage bezoekersaantallen, waarschijnlijk invloed gehad op de gegevens, zoals te zien valt aan de leeftijdsverspreiding.

Ook waren er relatief veel mensen van buiten de lokale (0-25km) en regionale (26-75km) omgeving opgenomen in het onderzoek (zie figuur 2). Sterker nog, ondanks het lage responsiepercentage onder buitenlandse (met name Duitse) toeristen, is nog steeds 16 procent van de respondenten vrijwel zeker vanuit het buitenland gekomen (verder dan 300 kilometer). De verst afgereisde bezoekers waren uit Letland, Spanje en Bloemfontijn, Zuid Afrika.



Figuur 2: Aantal respondenten per categorie van de afstand van de woonplaats tot Bourtange

Als laatste moet nog vermeld worden dat, zoals ook eerder al even aangestipt, er zelfs voor het al lage responsiepercentage extreem weinig buitenlandse toeristen hebben gereageerd. Bourtange ligt aan de grens met Duitsland en iets minder dan de helft van de aangesproken bezoekers sprak ook Duits, maar uiteindelijk heeft maar een enkeling onder hen een enquête ingevuld. Er is wel één kort interview gehouden met een Duits koppel.

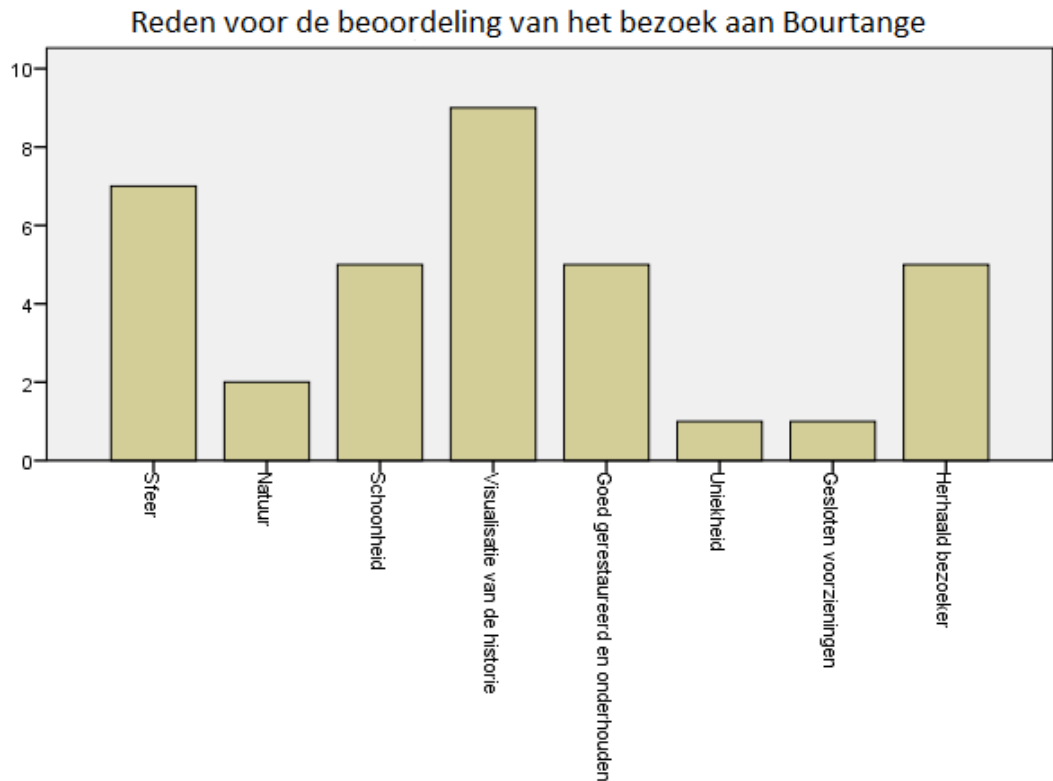


Figuur 3: Beoordeling Vesting Bourtange

De beoordeling van Bourtange als geheel is overwegend positief (zie figuur 3). 41% is zeer positief, 53% gematigd positief. De redenen voor deze beoordelingen zijn ook uit de enquête naar voren gekomen in een open vraag en verder uitgediept in de korte interviews. De voornaamste reden voor de beoordeling is de visualisatie van de aanwezige historie; ook in de interviews komt naar voren dat de levendige en verschillende manieren waarop de geschiedenis wordt getoond erg

gewaardeerd worden. Verder vinden veel mensen dat er een goede sfeer heerst en dat de vesting goed onderhouden en gerestaureerd is en mooi is ingericht (zie figuur 4). Een punt waar 3 van de geïnterviewden nog wel op wezen is dat ze bang zijn dat het te toeristisch wordt. Een Duits koppel gaf aan dat ze eigenlijk vooral lokale, Nederlandse dingen verkocht wouden zien en niet de vooral generieke spullen die er nu zijn, en dit werd door

een Brabants en Belgisch koppel bevestigd. Tevens verkopen de meeste winkeltjes dezelfde spullen.



Figuur 4: Redenen voor de beoordeling van Bourtagne

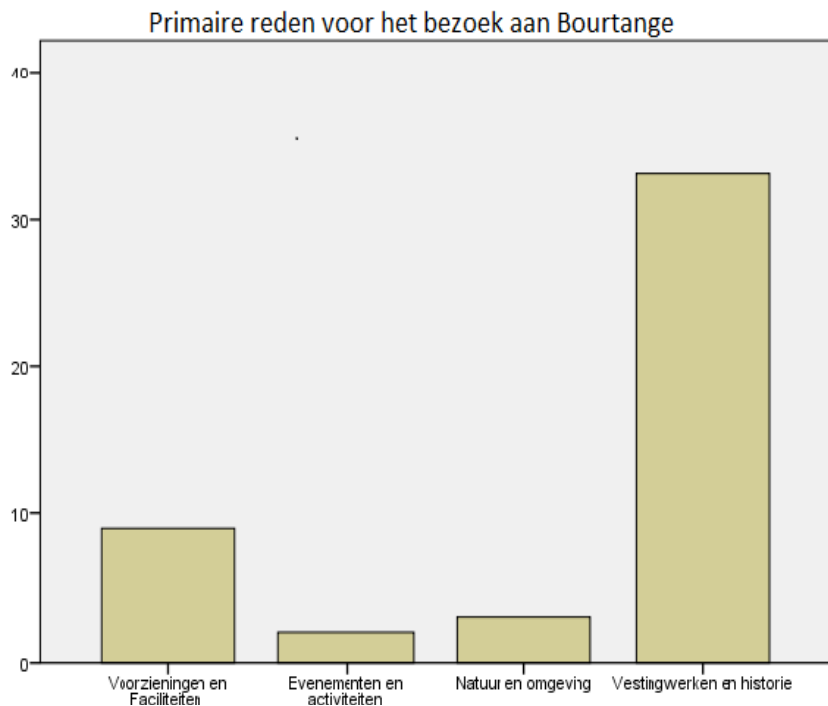
4.3 Analyse van de enquête

Aan de hand van de onderzoeksvragen zijn de enquêtes vervolgens geanalyseerd. Vanwege het lage aantal enquêtes valt de Chi-kwadraat toets als statistische toets af: voor alle zinvolle analyses zijn er te veel cellen met een verwacht aantal onder de 5, waardoor de toets onbetrouwbaar is. Als substitutie hiervoor is de wat minder sterke Kruskal-Wallis toets gebruikt, een non-parametrische variant die, hetzij wat minder overtuigend, in dit geval de rol van Chi-kwadraat toets kan vervullen. Aan de hand hiervan zijn de significanties berekend van de relaties tussen verschillende variabelen.

In hoeverre spelen alle attracties een rol in het aantrekken van toeristen en welke zijn hierbij het belangrijkste?

Hiervoor zijn alle attracties die Bourtagne aanbiedt gecategoriseerd en gegroepeerd in de 4 verschillende categorieën beschreven onder het kopje 'Instrument voor dataverzameling' in het hoofdstuk Methodologie.

Van de vier categorieën was veruit de meest genoemde de Vestingwerken en Historie. 66% van de respondenten gaf aan dat dit de voornaamste reden was voor het bezoek, gevolgd door Voorzieningen en Faciliteiten, met 18%. Natuur en Omgeving volgde met 6% en Evenementen en Recreatie was de minst genoemde reden met 4% (zie figuur 5). 3 mensen gaven geen of meerdere antwoorden tegelijk, ondanks de instructie dat slechts 1 antwoord gegeven mocht worden. Tevens moet worden vermeld dat een aantal van de respondenten aangaf voor het geheel te komen en niet zozeer voor een van de elementen alleen. Dit was niet als antwoord te geven met de gedachte dat mensen dan echt zouden moeten nadenken wat ze trok en niet simpelweg het makkelijkste antwoord kozen. De respondenten die dit gemeld hebben, hebben vervolgens grotendeels willekeurig een categorie gekozen, vaak Vestingwerken en Historie of Voorzieningen en Faciliteiten.



Figuur 5: Primaire reden voor het bezoek aan Bourtange

Dat Bourtange de meeste toeristen trekt door zijn Vestingwerken en Historie is vrij duidelijk en valt binnen de lijn der verwachtingen, gezien het feit dat dit een van meest bekende attracties is van Bourtange en dit ook het meest gebruikt wordt in de brand identity en marketing van de plaats. Één blik op de site kan dit bevestigen.

Dat de Voorzieningen en Faciliteiten daarna het vaakst genoemd worden valt te verklaren doordat de vesting een redelijk aanbod hierin heeft, van enkele musea tot een tweetal kroegen, eigen restaurant, kaarsenmakerij, hotel en een aantal winkeltjes. Dit, samen met de sfeer van de vesting zelf, die ook in de interviews vaak genoemd werd als een positief punt en vaak terugkomt in de enquête als reden voor de beoordeling, zorgt voor een goede reputatie onder lokale bewoners. Dit wordt bevestigd in een interview met een lokale bewoner uit Bourtange en een interview met een bezoeker uit Heiligerlee (0-25km van Bourtange). De Voorzieningen en Faciliteiten genieten dus een relatief goede reputatie en daardoor ook een relatief goede klandizie.

De reden voor de lage scores van Natuur en Omgeving kunnen enigszins te verklaren zijn door de tijd van

het jaar (eind herfst) en het, zelfs voor die tijd, ontzettend slechte weer; er is geen enkele enquêtedag geweest waarop het niet geregend heeft en slechts twee dagen in de tijd dat de enquêtes bij het informatiecentrum hebben gelegen dat het redelijk goed weer was, waardoor er relatief weinig mensen een uitstapje maken voor de natuur. Nog een reden die een rol kan spelen is het feit dat de meeste wandelingen rondom de vesting niet daadwerkelijk door de vesting heen gaan of het informatiecentrum hoeven aan te doen, waardoor de bezoekers hiervoor grotendeels de enquêtelocaties mis liepen.

Als laatste valt de score voor de Evenementen en Activiteiten te verklaren door het simpele feit dat er in de enquêteperiode simpelweg niks hiervan was; in heel November waren er geen evenementen in Bourtange en kinder- en activiteitenboerderij de Springbok gelegen in de vesting, die ook dingen organiseert zoals kanovaren, is gesloten tot april 2014. De enige vorm van activiteit die als zodanig binnen de categorie valt is dus de kaarsenmakerij, die een activiteit 'zelf kaarsen maken' houdt.

Met de lage hoeveelheid enquêtes is het helaas niet betrouwbaar te concluderen in hoeverre elke attractie nu precies een rol speelt in het aantrekken van toeristen naar Bourtange. Hiervoor moet de enquête eigenlijk ook een heel jaar (en het liefst enkele opeenvolgende) lopen om echt betrouwbare conclusies te kunnen trekken. Desalniettemin is eerst de Kruskal-Wallistoets gedaan om te zien of de beoordeling een verband heeft met de afzonderlijke variabelen, waarna de gamma toets gebruikt is om de sterkte en richting te toetsen. Hieruit komt dat de beoordeling voor Evenementen en Activiteiten geen verband heeft met de beoordeling van Bourtange (waarschijnlijk door het lage aantal enquêtes), maar de rest wel. Hiervan hebben de Vestingwerken en Historie vrij duidelijk de sterkste invloed op de algemene beoordeling, gevolgd door de Natuur en Omgeving en daarna de Voorzieningen en Faciliteiten, die elkaar niet veel ontlopen en allebei ook een sterke invloed hebben.

Hoe waarden de bezoekers de verschillende attracties die Bourtange te bieden heeft?

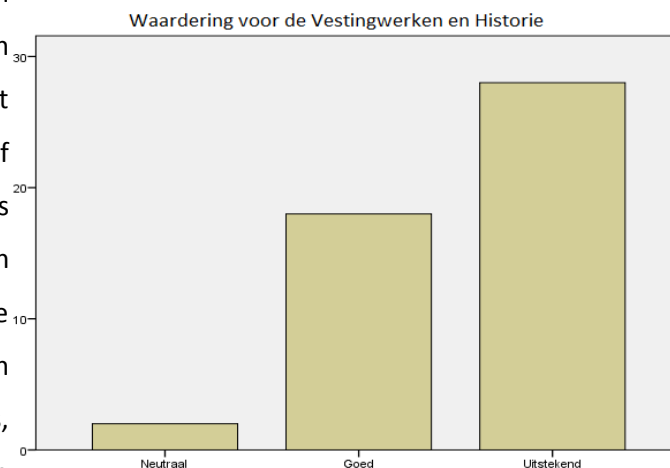
Over het algemeen worden de verschillende elementen positief gewaardeerd (Zie tabel 1). Er zijn enkele missende waarden voor alle elementen afzonderlijk vanwege de instructies bij de vragen, maar naast de te verwachten missende waarden bij de categorie Evenementen en Activiteiten (die waren er immers niet tot amper) is het merendeel beantwoord. De paar respondenten die ook de Evenementen en Activiteiten hebben ingevuld zouden herhaalde bezoekers kunnen zijn geweest die eerder een van de evenementen, zoals bijvoorbeeld de slag bij Bourtange of de kerstmarkt, op een ander tijdstip hebben meegemaakt. De interviews lijken dit te bevestigen, aangezien 3 van de 5 geïnterviewden, 2 lokale bewoners uit Bourtange en Heiligerlee en 1 koppel uit Noord-Brabant, dit ook opmerkten tijdens hun interviews. Hierbij werd genoemd dat de evenementen, die zoals de tabel laat zien bij mode voornamelijk zeer positief is beantwoord, altijd erg gezellig en goed georganiseerd waren. Daarentegen is er door het koppel uit Noord-

Brabant hierbij wel vermeld dat ze het eigenlijk té druk vonden bij de kerstmarkt en het niet echt bij de vesting paste als historische bestemming.

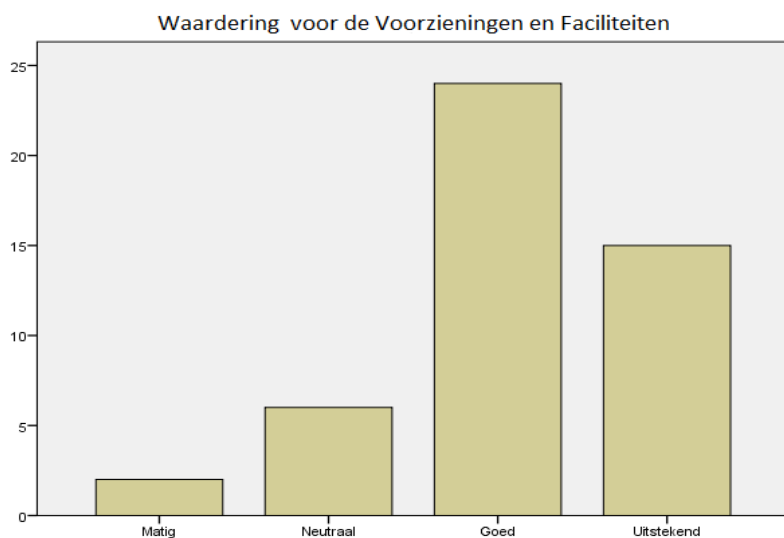
	Waardering Voorzieningen en Faciliteiten	Waardering en Evenementen en Activiteiten	Waardering en en Omgeving	Natuur	Waardering Vestingwerken en Historie
N; Ingevuld	47	16	43		48
N; Missend	3	34	7		2
Mediaan	4	4	4		5
Mode	4	5	4 ^a		5
Range	3	2	2		2
Minimum	2	3	3		3
Maximum	5	5	5		5

Tabel 1: Waardering voor de elementen in Bourtange

Verder worden vooral de Vestingwerken en Historie erg positief beoordeeld, ook met een mediaan en mode van 5. De verdeling hiervan laat ook zien dat het overgrote deel hier zeer positief over is (56%) of gematigd positief (36%). Slechts 4% vindt het goed noch slecht en er zijn geen negatieve reacties zoals te zien in figuur 6. De redenen die hierbij voornamelijk naar voren kwamen, zowel via de enquête als de interviews, zijn de sfeer, de uitstekende staat van de vestingwerken en de visualisatie van de historie.



Figuur 6: Waardering vestingwerken



Figuur 7: Waardering voor de voorzieningen en faciliteiten

De natuur en omgeving werden vergelijkbaar gewaardeerd, met zowel 38% die het uitstekend vond als 38% die het goed vond.

De Voorzieningen en Faciliteiten is het enige element wat enkele negatieve beoordelingen heeft gekregen (zie figuur 7). 2 van de 47 reacties waren gematigd negatief. Daarentegen was 48% gematigd positief en 30% zeer positief. De redenen

die voor de negatieve beoordelingen gegeven werden waren gesloten voorzieningen en informatie op de site van de stichting die niet klopte met betrekking tot de opening van de musea. Ook werd slechte koffie bij het restaurant genoemd en was er een lokale bewoner die in het interview zeer negatief was over het restaurant. Er waren echter ook een redelijk aantal respondenten die melden dat het allemaal prima in orde was.

Ervaren de bezoekers aan Bourtange de vestingwerken als authentiek?

Van de 49 respondenten hebben 48 antwoord gegeven op de vraag of ze Bourtange als authentiek ervaren. Zoals in figuur 8 te zien is, ervaart het merendeel (75,5%) Bourtange als authentiek. Dit is een interessant antwoord gezien het feit dat op de meeste bordjes vermeld wordt dat de vestingwerken zoals ze er nu staan een reconstructie is, er een fotoserie in het informatiecentrum hangt waarop de reconstructie in verschillende stadia vanuit de lucht te zien is én er een film draait over de reconstructie. Ook is er geen verband tussen de woonafstand tot Bourtange en de vermeende authenticiteit (zie Bijlage III met de resultaten van de Kruskal-Wallis toets); lokale bewoners beleven het dus niet vaker of minder vaak als authentiek dan bezoekers uit de regio of verder. Dit is een resultaat van de formulering van de vraag, aangezien een aantal van de respondenten, en 4 van de 5 geïnterviewden, aangaven op de hoogte te zijn van de reconstructie en dus bewust waren dat het volgens de voor hen gangbare definitie van authentiek niet authentiek is, maar het toch als zodanig te beleven. Dit om verschillende redenen; sommigen zeiden dat het zo'n goede reconstructie was en dat het echt precies zo was als het 150 jaar geleden er stond en ze het dus eigenlijk wel authentiek vonden. Twee lokale bewoners, waarvan 1 geïnterviewd is, zeiden dat het bij het dorp en de dorpsidentiteit hoorde en daarom voor hen authentiek was. Dit strookt met de verwachtingen en eerdere onderzoeken van Naoi (2004) en Cohen (1999).

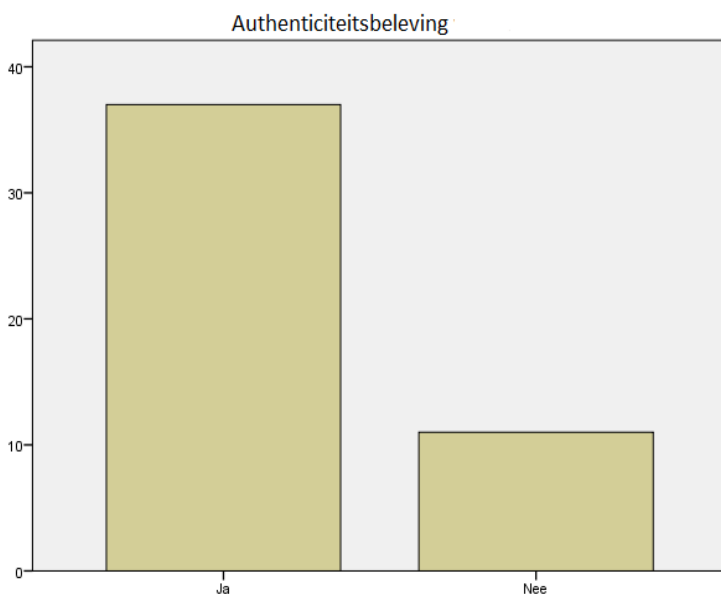
Deze antwoorden lijken een bevestiging te zijn dat de constructivistische definitie de juiste weg was om te gaan; zonder deze definitie was het een simpele test van kennis geweest. Op deze manier laat het mensen nadenken over wat authenticiteit is, wat het voor hen betekent en wat voor invloed het heeft op hun beeld van Bourtange.

Speelt authenticiteit een rol bij de waardering van Bourtange als geheel of bij afzonderlijke elementen?

Om dit te onderzoeken wordt de Kruskal-Wallis toets uitgevoerd, waarbij de relatie tussen de authenticiteitsbeleving en elke afzonderlijke attractie en de algemene beoordeling wordt getoetst. Vervolgens is de Cramer's V toets gebruikt om de richting en sterkte van het verband aan te tonen. De resultaten hiervan zijn te vinden in bijlage III. Hieruit komt dat enkel de waardering voor de Vestingwerken en Historie een verband heeft met de authenticiteitsbeleving, waarbij als de Vestingwerken en Historie als authentiek worden gezien de waardering hoger is. De rest van de afzonderlijke elementen en de algemene

beoordeling zitten er ver vanaf. Dat de waardering voor de vestingwerken in verband staat met de vermeende authenticiteit is vrij logisch en ook al opgemerkt in eerdere onderzoeken (Naoi, 2004; Daugstad en Kirchengast, 2013). De vestingwerken zijn, als voornaamste historische object en attractie, in de perceptie van toeristen vaak onlosmakelijk met authenticiteit verbonden.

Wat hierbij nog duidelijk moet worden gesteld is dat het aantal enquêtes eigenlijk veel te laag is om zinnige statistische analyses op uit te voeren; zo doet het vermoeden dat er ook een verband kan zijn tussen de algemene beoordeling van Bourtange en de authenticiteit, hoewel dit nog niet bewezen kan worden. Ook kan er niet veel zinvols worden gezegd over de richting van het aangetoonde verband, hoewel voorgaand onderzoek het aannemelijk zou maken dat het een verband is waarbij een positieve authenticiteitsbeleving correleert met een hogere waardering. Dit kan echter niet met zekerheid worden gesteld.



Figuur 8: Authenticiteitsbeleving Bourtange

5 Conclusie

In de bestaande literatuur wordt sinds de introductie van authenticiteit als onderwerp in toerisme al aangenomen dat het een positieve invloed heeft op de waardering van een object of bestemming. Dit stemde voort uit de gedachte dat het authentiek inherent beter was dan het inauthentieke (Boorstin, 1962; Daugstad & Kirchengast, 2013). Daarnaast was dit gestoeld op de statische of essentiële definitie van authenticiteit, waarbij het als een intrinsieke kwaliteit of gebruik van een bestemming of object wordt gezien (Cohen, 1999; Naoi, 2004). Dit onderzoek werkte echter met een andere definitie van authentiek, namelijk de constructivistische, waarbij het als een sociale constructie wordt gezien. Ook met deze definitie wordt over het algemeen aangenomen dat de vermeende authenticiteit een positieve werking heeft op de waardering.

Dit onderzoek toetst aan de hand van een enquête en enkele korte interviews de waardering van Bourtange door toeristen, kijkt welke elementen een rol spelen in de beoordeling van Bourtange en in welke mate en vervolgens gaat vervolgens na of men Bourtange als authentiek ervoer. Hierna werd getoetst of er een verband bestaat tussen de waardering van Bourtange, de verschillende elementen en de vermeende authenticiteit.

Bourtange heeft een uitgebreid aanbod aan attracties, die in vier categorieën te plaatsen zijn: Natuur en Omgeving, Voorzieningen en Faciliteiten, Evenementen en Activiteiten en de Vestingwerken en Historie. Uit de enquête bleek dat men uitermate positief is over Bourtange en over haar attracties. Slechts 2 maal is er een gematigd negatieve waardering gegeven van de ruim 200 waarderingcijfers die zijn gegeven. Door gebrekkige data is het lastig vast te stellen welke elementen de grootste rol speelden, maar de authenticiteitsbeleving lijkt geen verband te hebben met de algemene beoordeling, enkel met de waardering van de Vestingwerken en Historie. Hieruit blijkt dat vermeende authenticiteit wel degelijk een positieve invloed heeft op de waardering van de Vestingwerken en Historie. De Vestingwerken en Historie zijn ook de grootste invloedfactor op de algemene beoordeling voor Bourtange, wat blijkt uit de analyse van de waarderingcijfers, de opgegeven redenen voor de beoordeling en de interviews. De Natuur en Omgeving en Voorzieningen en Faciliteiten volgen op enige afstand en zijn vergelijkbaar qua invloed.

Opvallend is nog dat de meeste mensen Bourtange als authentiek lijken te beleven, terwijl de aanwezige informatie laat duidelijk zien dat het een reconstructie is. Één van de redenen die naar voren kwam voor de beleving, voornamelijk in de interviews, is dat het een zeer accurate reconstructie is op de oorspronkelijke locatie en dat men daarom toch het gevoel heeft dat het authentiek is; het had er zomaar kunnen blijven liggen. Daarnaast vormt het een zeer belangrijk deel van de dorpsidentiteit en ontleent ook daar in de ogen van lokale bewoners zijn authenticiteit aan.

Al met al lijken de resultaten, ondanks een gebrekkige hoeveelheid aan data, het bestaande onderzoek te bevestigen; authenticiteit heeft wel degelijk een positieve invloed op de waardering voor historische elementen in Bourtange. Er is echter extra onderzoek op dit gebied nodig om uit te vinden of deze invloed ook geldt voor de bestemming als geheel. Dit zou dan ook een goede eerste stap moeten zijn in verder onderzoek naar Bourtange en de invloed van de authenticiteitsbeleving op de waardering van erfgoed.

Literatuurlijst

- Andriotis, K., 2011. Genres of heritage authenticity: Denotations from a Pilgrimage Landscape. *Annals of Tourism Research*. 38(4) pp. 1613-1633
- Apostolakis, A., 2003. The convergence process in heritage tourism. *Annals of Tourism Research*. 30(4) pp. 795-812
- Ashworth, G.J., Graham, B., 1997. Heritage, Identity and Europe. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 88(4). pp. 381-388
- Ashworth, G.J., Graham, B., Turnbridge, J.E., 2007. *Pluralising Pasts: heritage, identity and place in multicultural society*. London, Pluto Press.
- Boorstin, D.J., 1962. *The image: A guide to pseudo events in America*. Harper & Row, New York.
- Brumann, C., Cox, R.A., 2010. *Making Japanese Heritage*. Routledge, Abingdon.
- Cohen, E., 1988. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*. 15(3) pp. 371-386
- Crick, M., 1988. Representations of international tourism in the social sciences: Sun, sex, sights, savings, and servility. *Annual Review of Anthropology*. 18 pp. 307-344
- Daugstad, K., Kirchengast, C., 2013. Authenticity and the Pseudo-backstage of agri-tourism. *Annals of Tourism Research*. 43 pp. 170-191
- Duineveld, M., Van Assche, K., 2011. The power of Tulips: Constructing Nature and Heritage in a Contested Landscape. *Journal of Environmental Policy & Planning*. 13(2) pp. 79-98
- Fonseca, F.P., Ramos, R.A.R., 2011. Heritage Tourism in Peripheral Areas: Development Strategies and Constraints. *Tourism Geographies: An international journal of tourism space, place and environment*. 14(3) pp. 467-493

- Kolar, T., Zabkar, V., 2010. A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*. 31(5) pp. 652-664
- Littrell, M.A., 1997. Shopping experiences and marketing of culture to tourists. In: Robinson, M., Evans, N., Callaghan, P. eds. *Tourism and Culture: Image, Identity and Marketing*. Centre for travel and tourism, University of Northumbria, pp. 107-120.
- Loulanski, T., Loulanski, V., 2011. The sustainable integration of cultural heritage and tourism: a meta-study. *Journal of Sustainable Tourism*. 19(7) pp. 837-862
- MacCannel, D., 1999. *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press, Berkeley.
- Naoi, T., 2004. Visitors' evaluation of a historical district: the roles of authenticity and manipulation. *Tourism and Hospitality Research*. 5(1) pp. 45-63
- Porter, B.W., Salazar, N.B., 2006. Heritage Tourism, Conflict, and the public interest: An introduction. *International Journal of Heritage Studies*. 11(5) pp. 361-370.
- Li, M., Wu, B., Cai, L., 2008. Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective. *Tourism Management*. 29(2) pp.308-319
- Richards, G. Production and consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*. 23(2) pp. 261-283
- Richards, G. ed., 2001. *Cultural Attractions and European Tourism*. New York: CABI Publishing.
- Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, 2012. *Beschermde stads- en dorpsgezichten, gids wetten en regelingen*. Rapport 1. s.l.: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- Schoorl, F.J., 2005. On Authenticity and Artificiality in Heritage Policies in the Netherlands. *Museum International*. 57(3), pp. 79-85.
- Toerdata Noord, 2011. *Toerisme in Cijfers 2011*. Leeuwarden: Stenden Instituut Service Management

Vesting Bourtange, 2013. *Geschiedenis van Bourtange*. [online]
<http://www.bourtange.nl/index.php/nl/geschiedenis>


Wang, N., 1999. Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*. 26(2) pp. 349-370

Bijlage I Enquêtes: Dank U voor uw deelname, deze enquête kost U slechts enkele minuten. De resultaten worden gebruikt in een onderzoek naar de waardering van Bourtange als toeristische bestemming voor de Rijksuniversiteit Groningen. Alle data die wij hierdoor verkrijgen wordt alleen voor dit onderzoek gebruikt en volledige anonimiteit wordt gegarandeerd.



**rijksuniversiteit
groningen**

faculteit ruimtelijke
wetenschappen

<p><i>Kies slechts 1 antwoord bij elke vraag</i></p> <p>Wat is de voornaamste reden voor uw bezoek aan Bourtange?</p> <p>j Faciliteiten en voorzieningen (restaurants, winkels, musea etc.)</p> <p>j Evenementen en/of activiteiten</p> <p>j Natuur en omgeving</p> <p>j Vestingwerken en historie</p> <p>Waarderingscijfers</p> <p><i>Bij de volgende vragen staan de cijfers voor: 1 = slecht, 2 = matig, 3 = neutraal, 4 = goed, 5 = uitstekend. Omcirkel 1 cijfer. Beantwoordt de vragen alleen als U gebruik heeft gemaakt van de genoemde mogelijkheden.</i></p> <p>Hoe beoordeelt U uw bezoek aan Bourtange?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p> En wat is de voornaamste reden hiervoor?</p> <p>_____</p> <p>Hoe waardeert U de faciliteiten en voorzieningen?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Hoe waardeert U de evenementen en activiteiten?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Hoe waardeert U de natuur en omgeving?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Hoe waardeert U de vestingwerken?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Vestingwerken</p> <p>Beschouwt U de vestingwerken van Bourtange als authentiek?</p> <p>j Ja</p> <p>j Nee</p>	<p>Persoonlijke Gegevens:</p> <p>Leeftijd:</p> <p>j 18-35</p> <p>j 36-55</p> <p>j 56 ></p> <p>Geslacht:</p> <p>j Vrouw</p> <p>j Man</p> <p>Woonplaats: _____</p>
--	--


--	--

Thank you for your participation, this questionnaire will take just a few minutes of your time. The results will be used in a study of the appreciation of Bourtange as a tourist destination, conducted by the University of Groningen (the Netherlands). All data gathered by this survey will be used for the sole purpose of this research and your anonymity is guaranteed.



**rijksuniversiteit
 groningen**

faculteit ruimtelijke
 wetenschappen

<p><i>Select just one option in each category</i></p> <p>What is the primary reason for your visit to Bourtange?</p> <p>j Facilities (restaurants, shops, museums, etc.)</p> <p>j Events and/or activities</p> <p>j Nature and environment</p> <p>j Fortifications and history</p> <p>Appreciation index</p> <p><i>For the next few questions, the following numbers represent: 1 = bad, 2 = weak, 3 = neutral, 4 = good, 5 = excellent. Encircle 1 number. Only answer a question if you have taken advantage of the specified attraction.</i></p> <p>How would you rate your visit to Bourtange?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p> And what is the main reason for this answer?</p> <p>_____</p> <p>How do you appreciate the facilities?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>How do you appreciate the events or activities?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>How do you appreciate the nature and environment?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>How do you appreciate the fortifications?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Fortifications</p> <p>Do you perceive the fortifications of Bourtange as authentic?</p> <p>j Yes</p> <p>j No</p>	<p>Tourist Characteristics</p> <p>Age:</p> <p>j 18-35</p> <p>j 36-55</p> <p>j 56 ></p> <p>Gender:</p> <p>j Woman</p> <p>j Man</p> <p>Hometown: _____</p>
--	--

--	--

Bijlage II Uitkomsten relevante statistische toetsen

Uitkomst Kruskal-Wallistoets verband beoordeling Bourtange met elementen van Bourtange.

	Waardering Voorzieningen en Faciliteiten	Waardering Evenementen en Activiteiten	Waardering Natuur en Omgeving	Waardering Vestingwerken en Historie
Asymptotische Significantie	,003	,098	,025	,002

Uitkomst gammatoets sterkte verband voorzieningen en algemene beoordeling.

	Waarde	Significantie
Gamma	,630	,000
Spearman Correlatie	,477	,001
Pearson's R	,328	,024

Uitkomst gammatoets sterkte verband vestingwerken en algemene beoordeling.

	Waarde	Significantie
Gamma	,630	,000
Spearman Correlatie	,477	,001
Pearson's R	,328	,024

Uitkomst gammatoets sterkte verband Natuur en algemene beoordeling.

	Waarde	Significantie
Gamma	,630	,000
Spearman Correlatie	,477	,001
Pearson's R	,328	,024

Uitkomst Kruskal-Wallistoets verband woonafstand en authenticiteitsbeleving.

	Afstand Woonplaats tot Bourtange
Asymptotische Significantie	,596

Uitkomst Kruskal Wallis toets verband waarderingen en authenticiteit.

	Beoordeling Bourtange	Waardering Voorzieningen en Faciliteiten	Waardering Evenementen en Activiteiten	Waardering Natuur en Omgeving	Waardering Vestingwerken en Historie
Asymptotische	,208	,393	,310	,514	,036

Significantie					
---------------	--	--	--	--	--

Uitkomst Cramer's V toets sterkte verband authenticiteitsbeleving en waardering vestingwerken.

	Waarde	Significantie
Cramer's V	,417	,017