



Universiteit Utrecht



Van Overtoerisme naar Ecotoerisme



Liberal Arts and Sciences

LAS-scriptie (LA3V11003)

08-11-2019

Bjorn de Leeuw

Frenkie van den Broek (6185428) *Geografie van Ontwikkelingslanden*

Referent: Michiel van Houtum

Christy Chan (5867053) *Sociale psychologie*

Referent: Michèle Bal

Nina van Lent (6117406) *Governance for Sustainable Development*

Referent: Sandra van der Hel

Inhoudsopgave

Inleiding	3
1.1 Sociale cognities die de transitie van massa- naar ecotoerisme belemmeren.	7
<i>Christy Chan</i>	7
1.2 Stad in Balans?	19
<i>Nina van Lent</i>	19
1.3 De stap naar ecotoerisme.	35
<i>Frenkie van den Broek</i>	35
Hoofdstuk 2: Common Ground	47
Hoofdstuk 3: De Integratie	54
Conclusie	59
Literatuurlijst	61
Bijlagen	71
<i>Bijlage 1. Tabellen.</i>	71
<i>Bijlage 2. Begrippen.</i>	76

Inleiding

Doordat reizen de laatste jaren steeds betaalbaarder is geworden, is ook de hoeveelheid toerisme in Amsterdam aanzienlijk gestegen (Toerisme in Amsterdam, Gemeente Amsterdam).

Amsterdam lijdt al jaren onder de negatieve gevolgen van massatoerisme, voornamelijk de Amsterdammers zelf zijn hier de dupe van (De Volkskrant, 2016).

Femke Halsema, de huidige burgemeester van Amsterdam, gaf daarom de opdracht aan planoloog Zef Hemel om een oplossing te zoeken voor overtoerisme in het centrum van Amsterdam. Hieruit volgde zijn structuurvisie: *Een nieuwe historische binnenstad, visie op de binnenstad van Amsterdam 2040* (Hemel, 2019). Zef Hemel pleit hierin dat “vervreemding” het probleem is, de binnenstad van Amsterdam functioneert nu voornamelijk als een economische ruimte en is zijn verbindende functie aan het verliezen (p.2). Dit is pijnlijk voor de Amsterdammer, omdat de binnenstad niet meer dient als gemeenschappelijk centrum maar als pretpark voor de toerist.

Als oplossing op dit probleem stelt Hemel dat toerisme een eigen plek moet krijgen op de Zuidas, hier zou de toeristenstroom van Damrak naar Museumplein kunnen worden verlegd richting Schiphol (p.2). De Zuidas moet hiervoor nieuwe toeristische attracties faciliteren om toeristen aan te trekken en minstens twee dagen te vermaken tijdens een stedentrip. Ondertussen moet er in de binnenstad “getuinierd” worden, het moet beter gereguleerd en onderhouden worden.

Niet iedereen is het echter eens met de visie van Hemels. In hoeverre het plan realistisch is en of de gemeente niet gewoon zijn toerismebeleid moet aanpassen, om het aantal toeristen per jaar te laten verminderen, wordt veel bediscussieerd (Engelen, 2019).

In dit onderzoek, wordt er gezocht naar een alternatieve oplossing voor de negatieve effecten van massatoerisme in de binnenstad van Amsterdam met behulp van de theorie over ecotoerisme. Ecotoerisme zou namelijk een groot deel van deze problemen tegen kunnen gaan. In dit onderzoek wordt ecotoerisme gedefinieerd als een alternatieve vorm van toerisme waarbij er rekening wordt gehouden met vijf doelstellingen die opgesteld zijn tijdens de Globe ‘90 conferentie (1990);

*“(1) to develop greater awareness and understanding of the significant contributions that tourism can make to environment and the economy;
(2) to promote equity and development;
(3) to improve the quality of life of the host community;
(4) to provide a high quality of experience for the visitor; and
(5) to maintain the quality of the environment on which the foregoing objectives depend.”*
(Globe ‘90,1990).

Er wordt dus pas gesproken van ecotoerisme, wanneer toerisme ecologisch duurzamer wordt en zowel de lokale gemeenschap als de toeristen ervan kunnen profiteren.

In 2030 verwacht Amsterdam 29 miljoen toeristen te ontvangen (NBTC, 2019). In combinatie met de problemen die overtoerisme met zich meebrengt, vraagt dit naar meer onderzoek naar zowel de negatieve effecten van overtoerisme als naar oplossingen die deze negatieve effecten tegengaan. Dit heeft geleid tot de volgende hoofdvraag:

“Hoe kan de gemeente Amsterdam overtoerisme in de binnenstad aanpakken om de leefbaarheid van de lokale bevolking te verbeteren, als stap naar ecotoerisme?”

Dit onderzoek focust hierdoor voornamelijk op het bereiken van de derde doelstelling van ecotoerisme; het verbeteren van de kwaliteit van leven voor de lokale bevolking van Amsterdam. De gemeente van Amsterdam is op het moment ook bezig met het behalen van deze doelstelling. Door de klachten over overtoerisme, heeft de gemeente Amsterdam in 2018 een beleidsplan opgesteld die de leefbaarheid voor de lokale bevolking dient te verbeteren. Zo staat in het huidige beleid: *“Om dat nieuwe evenwicht te vinden, is het nodig de leefbaarheid voor bewoners weer voorop te zetten.”* (Gemeente Amsterdam, 2018, p.7). Dit onderzoek zal dieper ingaan op wat de huidige situatie is en hoe de kwaliteit van leven voor de lokale bevolking verbeterd kan worden, rekening houdend met de toeristen.

Tevens zijn de eerste en tweede *goal* irrelevant voor dit interdisciplinaire onderzoek en worden daarom niet inhoudelijk besproken. Aspecten uit de vierde en vijfde *goal* die samenhangen met de derde *goal*, zullen wel besproken worden in dit onderzoek, echter heeft het

bereiken van deze *goals* geen prioriteit. Het toepassen van de vierde en vijfde *goal* van ecotoerisme, blijft hierdoor over als eventueel vervolgonderzoek.

In dit interdisciplinaire scriptie wordt vanuit drie disciplines de hoofdvraag beantwoord. Een interdisciplinaire aanpak is noodzakelijk bij dit onderzoek, omdat overtoerisme en ecotoerisme complexe maatschappelijke onderwerpen zijn. Veel verschillende actoren zijn hierbij betrokken die ieder eigen belangen hebben en onderling effecten op elkaar uitoefenen. Waardoor meerdere disciplines kunnen bijdragen aan een antwoord op de hoofdvraag. In dit onderzoek wordt het aantal betrokken disciplines beperkt tot drie belangrijke, namelijk: Sociale en organisatiepsychologie, *Governance for Sustainable Development* en Sociale Geografie.

Allereerst worden de sociale cognities van de toerist in kaart gebracht die ecotoerisme tegengaan en overtoerisme veroorzaken. Hierbij wordt ingegaan op hoe het gedrag van toeristen een grote rol speelt bij het in standhouden van toerisme. De bias *Loss Aversion* en het gevoel van *FOMO* verklaren de reiskeuzes en verwachtingen van toeristen. Hierna wordt de *Nudge* theorie aangehaald die de sociale cognities kan beïnvloeden om ecotoerisme te bevorderen. De psychologie van de toerist, het micro perspectief, staat hierbij centraal.

De gemeente Amsterdam neemt al maatregelen om de overlast door toeristen te beperken en de leefbaarheid van de bewoners te garanderen. In 2018 trad het beleidsplan ‘Stad in Balans’, op waarin alle doelen en maatregelen voor het toerisme in Amsterdam uit het coalitieakkoord voor de periode 2018-2022 zijn gebundeld. De discipline *Governance for Sustainable Development* zal onderzoeken of dit beleidsplan ecotoerisme faciliteert. Hierbij wordt onderzocht of het beleidsplan de kwaliteit van de leefbaarheid zal kunnen garanderen. De leefbaarheid wordt gemeten met factoren uit reeds bestaande literatuur (Uysal et al, 2015 en VROM, 2004).

Tot slot wordt er vanuit de Sociale Geografie onderzocht welke ruimtelijk strategieën de gemeente Amsterdam zou kunnen toepassen om de leefbaarheid voor de inwoners van Amsterdam te verbeteren en ecotoerisme te realiseren. Vanuit de literatuur over ecotoerisme zal er worden gekeken welke aspecten van ecotoerisme missen in het huidige toeristenbeleid van Amsterdam. Hierna zal erin worden gegaan op wat er aangepast kan worden om te voldoen aan de voorwaardes die ecotoerisme stelt voor de lokale gemeenschap. Een ruimtelijke strategie die voldoet aan de voorwaardes van ecotoerisme en toeristen effectief spreidt over Amsterdam en haar omgeving zal vervolgens uitgebreid besproken worden.

Om de hoofdvraag te beantwoorden wordt er gebruik gemaakt van een interdisciplinaire integratie. De verschillen tussen de genoemde concepten en theorieën binnen de disciplines zullen hierbij beschreven worden aan de hand van *common ground* en integratietechnieken van Repko & Szostak (2017). Met als doel om een “*more comprehensive understanding*” (Repko) te creëren over zowel overtoerisme als leefbaarheid, waar een holistische beleidsaanbeveling uit zal volgen.

1.1 Sociale cognities die de transitie van massa- naar ecotoerisme belemmeren.

Christy Chan

Inleiding

Decennialang is de groei van toerisme een belangrijk streven voor de wereldeconomie (Benner, 2019). Van Dale definieert het woord toerisme als volgt: “*Het reizen ter ontspanning, ook in samenstellingen als bergtoerisme, cultuurtoerisme en strandtoerisme*” (2019). Het doel om alsmaar te groeien is behaald vanuit het economisch oogpunt, want wereldwijd is het toerisme alleen al in 2018 gestegen met 5,6%. Het inkomende toerisme naar Nederland is in het afgelopen decennium ook gestegen, afgezien van een dip tijdens de crisisjaren in 2008 en 2009. Er wordt voorspeld dat het aantal internationale aankomsten in 2019 met 3-4% zal stijgen, wat uitkomt op zo’n 1,4 miljard vluchten naar Nederland (UNWTO, 2018). Ook is de verwachting dat het aantal buitenlandse verblijfstoeristen zal uitkomen op bijna 19,5 miljoen (CBS Statline, 2019).

Tegenwoordig trekken toeristen in groten getale naar populaire vakantiebestemmingen door de groeiende welvaart en goedkope vluchten (Benner, 2019). Het toenemende toerisme zorgt niet alleen voor schade aan het milieu door een enorme CO₂-uitstoot (UNWTO, 2018), maar ook een verstoring van de leefbaarheid voor lokale bevolking. Voorbeelden hiervan zijn overvolle publieke ruimtes, stijgende huur- en huisprijzen, monocultuur als gevolg van toeristische winkels en faciliteiten en de overlast door het asociale gedrag van toeristen (Koens, Postma & Papp, 2018). Met name de top tien bezienswaardigheden, die worden aanbevolen door reisbureaus en reiswebsites, worden ook daadwerkelijk het vaakst bezocht. Het gevolg hiervan is dat de lokale bevolking moet wijken voor de toeristen. Deze plekken komen onder druk te staan door geluidsoverlast, drukte en afval (Gemeente Amsterdam, 2018). Amsterdam is niet de enige stad die kampt met deze problemen. Ook steden zoals Barcelona, Venetië en Dubrovnik worden vaak aangehaald als voorbeelden van steden die kampen met de problemen omtrent massatoerisme (Koens, Kostma & Papp, 2018; Seraphin, Sheeran & Pilato, 2018; Panayiotopoulos & Pisano, 2019). Zeer populaire vakantiebestemmingen worden zodanig belast dat de draagkracht van een stad wordt overstegen (Koens, Postma & Papp, 2018). Kwantitatieve groei van toerisme wordt simpelweg niet meer als een wenselijk doel gezien.

Gemeente Amsterdam stelt dat alle bezoekers welkom zijn, “*maar de bewoner staat centraal*” (Gemeente Amsterdam, 2018, p.2). Het doel is om de kwaliteit van het leven van Amsterdammers te waarborgen en niet te laten verslechteren door de negatieve effecten van het massatoerisme. Helaas ondervindt men al de nadelige gevolgen van massatoerisme, zoals het asociale gedrag van toeristen (Gemeente Amsterdam, 2018). Voornamelijk de menselijke gedraging speelt een significante rol bij het massatoerisme en roepen daarom de disciplinaire hoofdvraag en deelvraag op (UNWTO, 2018):

“Welke sociale cognities van toeristen houden het massatoerisme in stand? En hoe kunnen we deze beïnvloeden om ecotoerisme te bevorderen?”

Met ecotoerisme wordt, net als in andere disciplinaire hoofdstukken, de volgende betekenis gehanteerd: “*het bevorderen van de levenskwaliteit van de lokale bevolking*” (punt 3, Globe '90, 1990).

In dit disciplinaire hoofdstuk worden deze vragen beantwoord aan de hand van literatuuronderzoek. Allereerst wordt ingegaan op de theorie van *Loss Aversion bias*, die stelt dat mensen de neiging hebben om vast te houden aan datgene wat ze hebben, tenzij er een goede reden is om te veranderen. Daarnaast wordt *Fear of Missing Out* (FOMO) aangehaald. Dit is een relatief nieuw concept dat ingaat op de angst om iets mis te lopen of een achterstand in belevenis op te lopen ten opzichte van anderen. Om vervolgens de deelvraag te beantwoorden, wordt er als oplossing gekeken naar de *Nudge* theorie. Door middel van *nudge* stimulansen kunnen beleidsmakers subtiele veranderingen aanbrengen in de omgeving om het gewenste gedrag te stimuleren en zo de toeristenstroom van de drukste toeristische attracties in Amsterdam weg te drijven. Ten slotte wordt in de conclusie een antwoord gegeven op de hoofd- en deelvragen.

Loss Aversion

Toeristen centrereren zich vaak rondom dezelfde toeristische bezienswaardigheden. Als er naar Amsterdam wordt gekeken, worden met name plaatsen rondom de grachten en de Wallen enorm getroffen (Gemeente Amsterdam, 2018). Vaak zijn toeristen niet geneigd het risico te nemen om onbekende plaatsen te ontdekken tijdens hun reis. Volgens Tversky & Kahneman (1991) kan dit te maken hebben met de bias *Loss Aversion*. Deze bias verwijst naar de neiging om liever

verliezen te vermijden dan gelijkwaardige winsten te verkrijgen: het verliezen van €5 wordt als erger ervaren dan een winst van €5 (Tversky & Kahneman, 1991). Ook hebben mensen de neiging om vast te houden aan wat zij bezitten, tenzij er een goede reden is om te veranderen. Verliesaversie is een weerspiegeling van een algemene bias van de psychologie die mensen resistent maken tegen verandering (Kahneman, 2011). Dit kan toegepast worden op het gedrag van toeristen in het algemeen: men is niet snel geneigd om het risico te nemen om nieuwe en onbekende plekken te ontdekken, omdat men een gevoel van verlies kan ervaren, wanneer hij/zij afwijkt van toeristische plekken. Deze verklaring van de veelvoorkomende bias zorgt er dus voor dat deze toeristische bezienswaardigheden uit de voegen barsten. Iedereen wil en gaat immers naar dezelfde toeristische plekken, terwijl weinig mensen durven af te wijken van de norm.

Uit een ander literatuuronderzoek blijkt dat verliesaversie inderdaad toepasbaar is op de reiscontext (Avineri & Bovy, 2008). Deze onderzoekers stellen dat toeristen voor veel keuzes komen te staan voor en tijdens de vakantie. Zij plannen voorafgaand de reis uit, zoals de vlucht naar de bestemming, het verblijf voor de desbetreffende vakantiedagen, de dag tours et cetera. Hierbij wordt er vanuit de cognitie van de mens in een zekere mate moeite en tijd gestopt in de voorbereidingen van de reis en op de reis zelf. De resultaten van dit onderzoek suggereren dat verliesaversie een belangrijke rol speelt, wanneer men bij ‘binaire keuzemogelijkheden’ komt te staan (Avineri & Bovy, 2008, p. 145). Met andere woorden: als de toerist kampt met twee keuzes, waarbij de ene optie zekerder is dan de andere, dan zal diegene eerder voor de zekere optie gaan. Dit heeft wederom te maken met verliesaversie, waarin het gevoel van verliezen ten opzichte van het referentiepunt als zwaarder wordt gewaardeerd dan winsten. Indien de toerist onzekere uitkomsten ervaart tijdens de reis, kunnen deze gevolgen een negatief impact hebben op de reis. Negatieve stressoren kunnen leiden tot meer stress gedurende de reis. Als gevolg hiervan ervaart de toerist een minder tevreden reiservaring (Avineri & Bovy, 2008).

Qui (2019) stelt dat de zogenoemde “reiscarrière”, de collectieve reiservaringen van de toerist uit het verleden, zeer bepalend is voor het vormgeven van de reis. De *status quo*, een Latijnse uitdrukking die ‘de bestaande stand van zaken’ betekent, houdt in dat het individu de voorkeur geeft aan de huidige status, zelfs als deze optie niet superieur is aan andere alternatieven. Deze *status quo* biedt een referentiepunt voor veel toeristen. Op basis van de voorgaande persoonlijke reiservaringen van de toerist worden de keuzes gemaakt, die dus afhankelijk zijn van de *status quo* van de toerist (Qui, 2019). De *status quo* zorgt in vele gevallen

voor een bepaalde terughoudendheid in het gedrag van toeristen om risico's te nemen op reis en af te wijken van de toeristische plekken. In dit geval komt dit overeen met verliesaversie (Tversky & Kahneman, 1991). Volgens Benner (2019) kan deze keuze onbewust voorafgaand al gevormd zijn door sociale media.

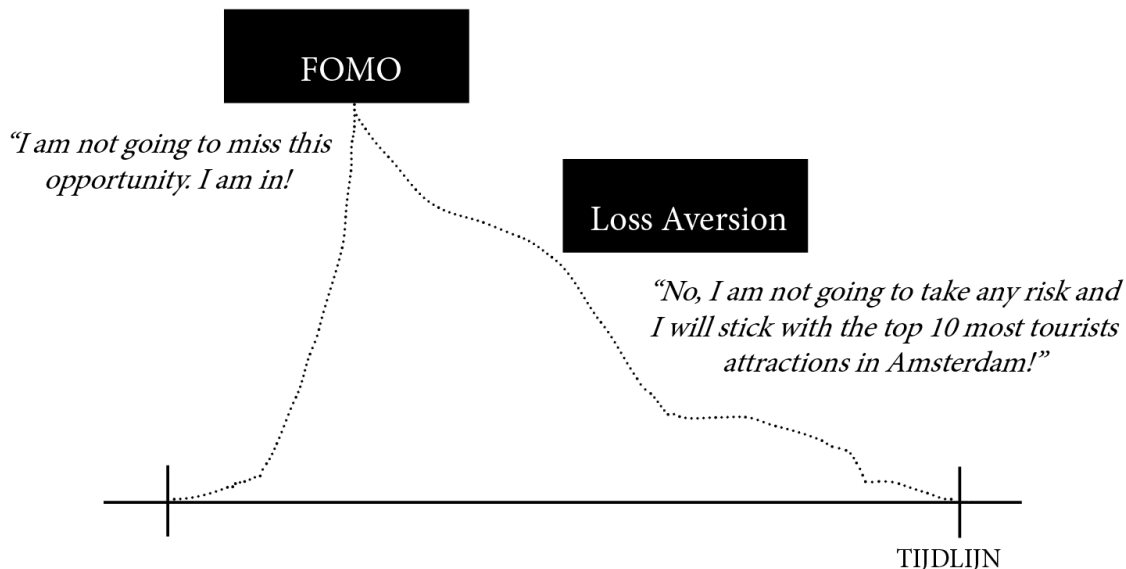
Framing door sociale media speelt een belangrijke rol in de totstandkoming van keuzes en verwachtingen van toeristen (Benner, 2019). De komst van Instagram en andere sociale media hebben ertoe geleid dat toeristen ongepland naar locaties trekken die *gehyped* worden door de zogeheten *influencers* (Koens, Postma & Papp, 2018). *Influencers* worden micro-beroemdheden genoemd, die door het creëren van een online imago enorm veel volgers op sociale media zoals Instagram krijgen (Khamis, Ang & Welling, 2016). Zij posten bijvoorbeeld een vakantiefoto op Instagram en laten aan hun volgers zien welke toeristische bezienswaardigheden de trend zijn tegenwoordig en wat deze plekken te bieden hebben. Zo ontstaat een framing van de desbetreffende toeristische plek. Volgens Benner (2019) vormen deze technologische ontwikkelingen onder andere het toeristisch gedrag, die derhalve ongewenste gevolgen met zich mee brengen. Sociale media kunnen ervoor zorgen dat toeristen massaal naar gebieden trekken waar de nodige infrastructuur ontbreekt. Het kan soms zo ver gaan dat de toeristen in de privé of semi-privé ruimtes van de lokale bewoners betreden, wat tot veel overlast en ergernis van de bewoners kan zorgen. Juist op deze plekken zijn de schadelijke effecten van massatoerisme het meest zichtbaar (Koens, Postma & Papp, 2018).

Kortom, het gedrag van een toerist kan vanuit verschillende redenen verklaard worden met betrekking tot verliesaversie. Allereerst centreren de toeristen zich rondom dezelfde bezienswaardigheden, want afwijken van de bekende toeristische plekken kan leiden tot het gevoel van een verlies dan eerder een winst wanneer de ervaring niet uitpakt wat in eerste instantie was verwacht. Het referentiepunt, de *status quo*, van de toerist speelt hierin een belangrijke rol. De collectieve reiservaringen van de toerist uit het verleden hebben een significante impact op de keuzes en verwachtingen van de reis. Deze kunnen weer versterkt worden door framing die ontstaat door sociale media. Zo komen bepaalde reiskeuzes tot stand die zorgen voor de overvolle toeristische bezienswaardigheden, die nadelige gevolgen hebben voor de levenskwaliteit van de lokale bevolking.

Fear of missing out

Naast de bias *Loss Aversion* kan een andere cognitie van de toerist optreden die het massatoerisme in stand houdt. Dit is het gevoel van *Fear of Missing Out* (FOMO), wat ervaren wordt als een onaangenaam en doordringende angst (Hodkinson, 2016). FOMO en verliesaversie lijken veelal op elkaar. Echter zit er een klein verschil in de chronologie van deze twee cognitieve biases. Vaak wordt FOMO als eerst ervaren, dan pas verliesaversie (Nagel, 2018). Aan de hand van figuur 1.1.1 wordt de tijdlijn van de reacties op de twee cognities weergegeven met daarbij twee voorbeeld uitspraken van een toerist:

Figuur 1.1.1. Tijdlijn FOMO-*Loss Aversion*

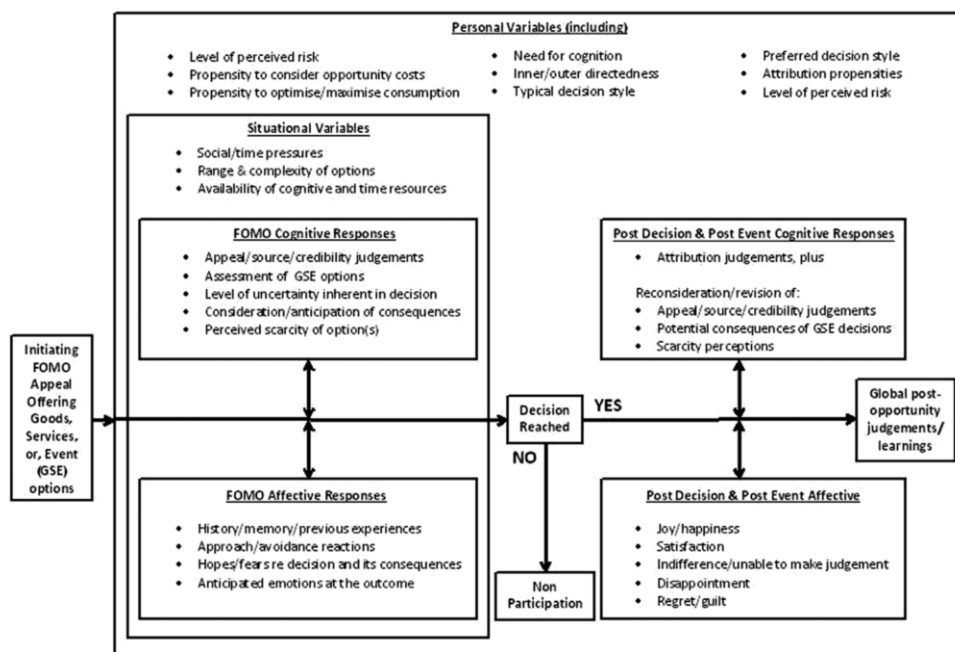


Deze grafiek is afgeleid uit het onderzoek over hoe psychologische effecten de handel in cryptocurrency kunnen beïnvloeden (Nagel, 2018). De effecten van FOMO en *Loss Aversion* op het nemen van risico's stonden centraal in dit onderzoek. In een ruime zin kan gesteld worden dat risico's nemen in de keuzes omtrent toeristische attracties vergelijkbaar is met risico's nemen in de handel van cryptocurrency. In beide gevallen zijn de uitkomsten onzeker en komen cognities aan bod die het handelen van mensen beïnvloeden.

FOMO wordt steeds vaker in de reiscontext geplaatst. Tientallen blog-en nieuwsartikelen op internet besteden aandacht aan het opkomend begrip *Travel FOMO*, zoals “5 signs that you have travel FOMO” (IOL, 2017); “What is Travel FOMO and how to avoid it” (Kiwireport, 2018) en “The Fear of Missing out (FOMO) while travelling” (Medium, 2019).

FOMO wordt als volgt gedefinieerd door Przybylski, Murayama, DeHaan & Gladwell: “A pervasive apprehension that others might be having rewarding experiences from which one is absent” (2013, p. 1841). Er wordt een vergelijking van de eigen situatie met de ervaring van een ander gemaakt, wat resulteert in de angst dat anderen het beter doen of meer lonende ervaringen hebben. Hoe een response door FOMO tot stand komt, is te zien in het FOMO Response Model (Hodkinson, 2016) in figuur 1.1.2:

Figuur 1.1.2. FOMO Response Model



Bron: Hodkinson, 2016

Dit model is verdeeld in vier fases met de daarbij behorende variabelen (*Pre-decision influencers, Pre-decision responses, Decision-making, Post-decision/Post-event responses*).

Pre-decision influencers

De persoonlijke eigenschappen en situationele variabelen zijn in deze fase opgenomen en zijn doorslaggevend voor de beslissing die genomen wordt. Situationele variabelen zijn bijvoorbeeld de tijdsdruk, het bereik en de beschikbaarheid van het beoogde doel.

Pre-decision responses

In deze fase komen de reacties voorafgaand aan de beslissing tot stand. Er is een reeks aan cognitieve en affectieve FOMO-reacties opgenomen in het model, waaronder de schaarste van het beoogde doel en de benaderings- en vermijdingsreacties op basis van de geschiedenis van de persoon en eerdere positieve/negatieve ervaringen. Ook zijn situationele variabelen opgenomen in deze fase, die de besluitneming kunnen beïnvloeden. Denk bijvoorbeeld aan de *mood* van een persoon, die over het algemeen van korte duur is en een tijdelijk effect heeft op het persoonskarakter (<20 min; Gardner, 1985).

Decision-making

In deze fase vindt de besluitneming plaats. Volgens Hodkinson (2016) hoeft er niet altijd een beslissing worden genomen. De beslisser kan besluiteloos zijn of niet de juiste middelen (bijvoorbeeld tijd of geld) hebben om de beslissing te maken.

Post-decision/Post-event responses

In deze laatste fase ontstaan de reacties na de besluitneming. De uitkomsten worden verdeeld onder cognitieve en affectieve reacties. Affectieve reacties kunnen zijn: blijdschap, vreugde, tevredenheid, teleurstelling, spijt of onverschilligheid. Bij een cognitieve reactie kan de beslisser heroverwegen of hij/zij de juiste keuze heeft gemaakt, maar hij/zij kan ook positieve of negatieve oordelen hebben over de gebeurtenis (Hodkinson, 2016).

Nu de totstandkoming van een reactie door FOMO duidelijk is weergegeven in het FOMO Response model, kan er dieper op de pre-beslissingsfase worden ingegaan. Sociale media en online reisartikelen kunnen beschouwd worden als zeer belangrijke *pre-decision influencers*. Titels zoals “*Don’t miss out the top 5 highlights of Amsterdam*” suggereren dat toeristen de populairste toeristische plekken niet moeten ‘missen’. Dit creëert een mate van ‘schaarste’ en

zorgt ervoor dat *Travel FOMO* versterkt wordt. De titels van dergelijke sites en artikelen op internet maken deel uit van een marketingtruc (Hodkinson, 2016). *Travel FOMO* kan ertoe leiden dat beslissingen over reiskeuzes worden bepaald door wat de toerist denkt te moeten doen of wat hij/zij anderen ziet doen. Deze *pre-decision influencers* leiden tot een bepaalde besluitvorming van de toeristen, die uiteindelijk weer kunnen leiden tot overvolle toeristische plekken en overlast voor de lokale bevolking.

Een andere belangrijke dimensie van de totstandkoming van FOMO is te verklaren door de zelfbeschikkingstheorie (Ryan & Deci, 2000). Deze onderzoekers stellen dat zelfregulatie en psychologisch welzijn afhankelijk zijn van drie psychologische behoeften: competentie, autonomie en verbondenheid. Uit het onderzoek is gebleken dat het gebrek aan een van deze drie behoeftes ook daadwerkelijk hogere niveaus van FOMO meldden (Przybylski, et al., 2013). FOMO kan worden gezien als een mate van een zelfregulerende crisis, die voortvloeit uit het feit dat een van de drie behoeftes niet voldoende wordt bevredigd. Deze persoon zal sneller sociale media gebruiken als een manier om diepere verbindingen met een ander te maken. *Travel FOMO* werkt dus beide kanten op: wanneer een toerist *travel FOMO* ervaart, zal diegene sneller naar sociale media grijpen om meer verbondenheid te voelen en een gebrek aan het gevoel “dat men er niet bij hoort” te verminderen. Maar andersom kan sociale media gebruik ook leiden tot meer gevoel van *travel FOMO*, met als gevolg een lagere psychologische gezondheid en welzijn (Przybylski et al., 2013).

Samengevat brengt het gevoel van FOMO meer negatieve dan positieve gevolgen met zich mee. Het FOMO Response Model laat duidelijk zien hoe een bepaalde reactie door het FOMO-gevoel tot stand komt. Toeristen kunnen geleid worden door onbewuste marketingtrucs en uitingen op sociale media, die zorgen voor een versterkt gevoel van FOMO. Verder kan FOMO verklaard worden vanuit de zelfbeschikkingstheorie (Ryan & Deci, 2000). Ook is aangetoond dat iemand die meer FOMO voelt, een mindere psychologische welzijn ervaart. Aannemelijk is wanneer het gevoel van *Travel FOMO* toeneemt, het massatoerisme wordt bevorderd. Echter zou vervolgonderzoek nodig zijn voor meer nuance tussen FOMO en *Loss aversion*. Concluderend is dat deze twee veelvoorkomende cognities van toeristen het massatoerisme in stand houden. In de laatste paragraaf zal de mogelijke oplossing voor dit probleem aangekaart worden. Er wordt gesteld dat onbewuste prikkels vanuit de fysieke omgeving wellicht het gewenste gedrag van de toeristen kunnen uitlokken.

Nudge

Om de negatieve gevolgen van massatoerisme tegen te gaan, kan de *Nudge* theorie erg toepasbaar zijn. In dit paragraaf wordt antwoord gegeven op de volgende deelvraag: “*Hoe kunnen we de sociale cognities van toeristen beïnvloeden om ecotoerisme te bevorderen?*”. Aan het einde van dit paragraaf wordt een concrete aanbeveling van een *nudge* gegeven met als doel de spreiding van toeristen aan te moedigen en zo de kwaliteit van het leven van de lokale bevolking te waarborgen.

Thaler en Sustain (2008) hebben de term *nudging* gebruikt in het kader van gedragswetenschap toegepast op politieke beeldsvorming. Zij stellen dat beleidsmakers als ‘keuze-architecten’ gezien kunnen worden, die cognitieve *biases* gebruiken om subtiele veranderingen aan te brengen in de fysieke omgeving waarin een keuze plaatsvindt. De *nudge* richt zich op het persoonlijke gedrag en algemeen belang, zoals gezond-, veilig- of duurzaam gedrag (Thaler & Sustain, 2008). Het doel van een *nudge* is om de gunstige besluitvorming van mensen aan te moedigen. Tevens kan *Nudging* zeer effectief zijn wanneer de uitvoering goed aansluit bij de omgeving waarin het gedrag plaatsvindt en psychologische processen betrokken zijn (p. 1098).

Niet alleen landen zoals Amerika en Noorwegen implementeren *nudging* in hun beleid, maar ook de Europese Unie doet hieraan mee (Mont, Lehner & Heiskanen, 2017). Ook in Nederland wordt er gebruik gemaakt van *nudging*. Zo heeft Gemeente Amsterdam maatregelen getroffen om de overlast van toeristen in te perken. Uit het nieuwsartikel “*Amsterdam start campagne tegen huftergedrag toeristen*” (Het Parool, 2018) probeert de hoofdstad door middel van de campagne Enjoy & Respect, die zich vooral richt op jonge toeristen, het asociale gedrag van de toeristen te verminderen. (Voor meer voorbeelden van bestaande campagnes in Nederland, zie figuren 1.2.2 en 1.2.3 in hoofdstuk 1.2). In deze *nudge* campagne zijn bijvoorbeeld heuristieken gebruikt om mensen een duwtje in de richting te geven van het gewenste gedrag. Heuristieken zijn signalen uit de omgeving en vuistregels die men gebruikt om keuzes te maken op een snelle, automatische manier (Kahneman, 2012).

Mogelijke zou het toepassen van *nudge* theorieën een oplossing kunnen bieden op het bestrijden van massatoerisme in Amsterdam en de kwaliteit van leven van Amsterdammers te waarborgen. De verantwoordelijkheid ligt bij de beleidsmakers om *nudge*-stimulansen te gebruiken bij drukke bezienswaardigheden om de overvolle toeristenstroom in te perken of te

verspreiden over een grotere vlakte in Nederland. Hierbij moet volgens Alemanno (2012) rekening gehouden worden met een aantal factoren. Een beleidsinstrument is slechts gekwalificeerd wanneer de *nudge* voldoet aan de volgende eisen (p.38):

- (1) *De interventie mag de individuele keuze niet beperken.*
- (2) *Het moet in het belang zijn van de persoon die wordt geraakt.*
- (3) *Het moet een verandering in de gekozen architectuur of omgeving zijn.*
- (4) *Het impliceert het strategische gebruik van cognitieve biases.*
- (5) *De actie die het beoogt, vloeit niet voort uit een volledig autonome keuze (bijv. Het gebrek aan volledige kennis over de context waarin de keuze wordt gemaakt).*

Om de toeristen beter te verspreiden in Amsterdam, zou de Gemeente Amsterdam op drukke toeristische plekken QR-codes (Quick Response) kunnen plaatsen, zoals op bus-en tramhaltes in het centrum van Amsterdam. Een QR-code (zie *figuur 1.1.3*) is een tweedimensionale streepjescode, die ontwikkeld is om snel, makkelijk en accuraat tot informatie te komen (Liu, Yang & Liu, 2008). Op een laagdrempelige manier kunnen toeristen gemakkelijk de ecotoeristische attracties in Amsterdam traceren via de camera van een smartphone. Denk hierbij aan duurzame restaurants of winkels die bewust met het milieu omgaan. De Amsterdamse ecotoeristische attracties moeten zich voornamelijk buiten het centrum bevinden, zodat de toeristenstroom verminderd wordt rondom de overvolle bezienswaardigheden in het centrum.

Deze *nudge* kan zeer effectief zijn, omdat er sprake is van een *intended-behaviour gap*. Dit houdt in dat mensen wel de intentie hebben om duurzaam te reizen, maar het duurzame aspect niet tot uiting komt in hun gedrag (Sheeran, 2002). Volgens het Sustainable Travel rapport uitgegeven door Booking.com (2018) wil zo'n 87% van de wereldreizigers duurzaam reizen. Bijna vier op de tien zegt dat ze vaak of altijd hierin slagen; 48% geeft echter aan dat ze er nooit, zelden of soms in slagen om duurzaam te reizen. Dit suggereert dat er voldoende ruimte is om intenties in daden om te zetten met behulp van deze *nudge*. Tevens beperkt deze *nudge* niet de individuele keuze. Ook richt het zich niet alleen op het persoonlijk gedrag, maar ook het algemeen belang om duurzamer te leven en de negatieve aspecten van massatoerisme terug te dringen.

Figuur 1.1.3. QR-code van ecotoeristische attracties in Amsterdam



Conclusie

Ter beantwoording van de hoofd- en deelvraag: “*Welke sociale cognities van toeristen houden het massatoerisme in stand? En hoe kunnen we deze beïnvloeden om ecotoerisme te bevorderen?*” is allereerst gekeken naar wat de bias *Loss aversion* en het psychologisch fenomeen FOMO voor effecten hebben op de totstandkoming van keuzes en verwachtingen van toeristen en hoe deze het massatoerisme in stand houden. Er zijn dus verschillende verklaringen waarom de populaire bezienswaardigheden zo populair blijven onder toeristen. Het is gebleken dat sociale media als een versterkend effect optreden op zowel de verliesaversie als FOMO (Benner, 2019; Hodkinson, 2016; Koens, Postma & Papp, 2018).

Afgezien van de twee sociale cognities zijn er manieren om het gedrag van toeristen te beïnvloeden om het massatoerisme in te perken. Door middel van *nudge* stimulansen kunnen beleidsmakers subtiele veranderingen aanbrengen in de fysieke omgeving om het gewenste gedrag te stimuleren (Thaler & Sustein, 2008). Met behulp van de vijf eisen van de *Nudge* theorie kunnen de beleidsmakers naar een oplossing streven die de toeristenstroom van de drukke toeristische attracties wegdrijven. Het inzetten van QR-codes in het centrum van Amsterdam zou een mogelijke oplossing kunnen zijn. Deze codes die via de camera van de smartphone gemakkelijk gecodeerd worden, kunnen de toeristen begeleiden naar ecotoeristische attracties die buiten het centrum van Amsterdam liggen.

Dit literatuuronderzoek kent een aantal limitaties. Allereerst is FOMO een vrij nieuw erkend verschijnsel binnen het psychologisch veld (Hodkinson, 2016), waardoor empirisch

onderzoek tussen het verband van FOMO, *Loss aversion* en massatoerisme veelal mist. Hiernaast moet er gekeken worden of *nudging* tot op een bepaalde hoogte ethisch is. Sommige stellen dat *nudges* de autonomie van een individu aantast, omdat ze het gedrag van individuen beïnvloeden die buiten hun controle plaatsvindt (Selinger en Whyte, 2011). Ook treedt de vraag op of het niet beter is om burgers over te laten aan het *trial-and-error*, oftewel door te leren met vallen en opstaan. Bovendien hebben de beleidsmakers een grote rol in *empowerment* over de besluitneming van burgers, omdat zij naar maximale rationaliteit streven (Dobson, 2011; Jones et al., 2013). Hiernaast kan er weinig besproken worden over de motivatie van ecotoeristen, omdat er nog geen onderzoek naar gedaan is. Tenslotte moet in ogenschouw genomen worden bij het lezen van dit literatuuronderzoek dat ecotoerisme over het algemeen gebruikt wordt in ontwikkelingslanden. In dit literatuuronderzoek wordt ecotoerisme toegepast op het fenomeen massatoerisme. Er is dus bewust gekozen om enkel de focus te leggen op *goal* drie van de vijf doelstellingen die opgesteld zijn tijdens de Globe '90 conferentie (1990) en niet op de overige *goals* (zie hoofdstuk 1).

Al met al is de urgentie van het aanpakken van massatoerisme in Amsterdam groot (Gemeente Amsterdam, 2018). Beleidsmakers moeten bewustwording creëren rondom sociale cognities van toeristen die zorgen voor het in standhouden van massatoerisme. Zij kunnen door middel van *Nudging*, met als voorbeeld de QR-codes, de negatieve effecten van massatoerisme aanpakken. De derde *goal* van ecotoerisme “*het bevorderen van de levenskwaliteit van de lokale bevolking*” (Globe '90, 1990) staat immers centraal in dit interdisciplinaire onderzoek en kan worden gerealiseerd wanneer de grote toeristenstroom verminderd wordt door verspreiding van de toeristenmassa. Zo ontstaat er minder drukte rondom de bezienswaardigheden en hoeft de lokale bevolking niet meer te wijken voor de toeristen.

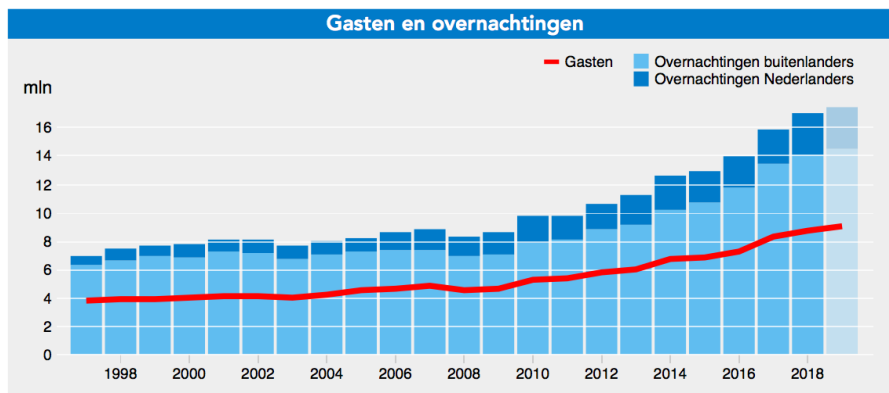
1.2 Stad in Balans?

Nina van Lent

Introductie

De hoeveelheid toeristen die Amsterdam aantrekt zijn niet nieuw voor de stad. In figuur 1.2.1 is te zien dat er sinds 2009 een zichtbare toename van het aantal toeristen in de stad is (toerisme in Amsterdam, Gemeente Amsterdam).

Figuur 1.2.1. Groei toeristen Amsterdam.



Bron: Gemeente Amsterdam.

Het groeiende aantal toeristen zorgt ervoor dat het evenwicht in de stad verandert. Aan de ene kant nemen toeristen de straten over, aan de andere kant brengen zij economische groei met zich mee. Tegelijkertijd zorgt een populaire stad er voor dat de prijzen in de stad omhoog gaan (Uysal et al, 2015, p14). Kortom, voor de oorspronkelijke bewoners verandert er veel wanneer hun stad een toeristentrekpleister wordt; de leefbaarheid van de bewoners kentert. In 2018 stelde de gemeente van Amsterdam een nieuw beleidsplan op dat zich richt op toerisme en de bijbehorende problemen:

“Toerisme hoort bij het internationale karakter van Amsterdam en dat moeten we blijven koesteren. Maar tegelijkertijd worden de positieve kanten van het toerisme, als werkgelegenheid en inkomsten voor de stad, steeds meer overschaduwed door negatieve gevolgen. Overlast, drukte en afval maken dat de leefbaarheid van sommige buurten ernstig onder druk staat” (Stad in Balans, 2018, p5)

De quote laat zien dat Amsterdam met een dilemma zit: ondanks dat Amsterdam open staat voor toerisme, zorgt toerisme er tegelijkertijd voor dat de levensomstandigheden in sommige wijken niet meer gegarandeerd kan worden. ‘Stad in balans’ is een samenwerking van verschillende partijen en heeft naar mijn interpretatie, het doel om tussen 2018 en 2022 de leefbaarheidskwaliteit van de stad opnieuw te kunnen waarborgen. Dit sluit aan bij hét onderdeel van ecotoerisme waar in dit interdisciplinaire onderzoek naar gekeken wordt. In dit disciplinaire onderzoek wordt er nagaan in hoeverre het beleidsplan ‘Stad in Balans’ potentie heeft om de leefbaarheid van de stad te kunnen verbeteren.

Hierbij wordt er gekeken naar de opzet van het beleidsplan. Dit zal worden gedaan door een het uitvoeren van een ex nunc beleidsevaluatie, voor een verdere uitleg zie de bijlage (Bijlage 2, Begrippen 1).

In dit onderzoek is een ex nunc evaluatie nodig omdat het beleidsplan geschreven is voor de periode 2018-2022. Het beleid is dus nog niet afgerond en daarom kan er nog geen evaluatie over het afgeronde beleid gedaan worden. Tegelijkertijd is het van belang dat het beleid momenteel al geëvalueerd wordt. De negatieve problemen van toerisme zijn zeer urgent en dienen zo snel mogelijk aangepakt te worden (Hemel, 2019). Wanneer de evaluatie aantoont dat bepaalde factoren uit het beleid de leefbaarheid van de stad niet stimuleren, kan de gemeente eventueel al reeds veranderingen in het beleid doorvoeren.

In dit onderzoek zal een ex nunc evaluatie uitgevoerd worden om de volgende vraag te beantwoorden: In hoeverre helpt het beleidsplan ‘Stad in Balans’ de leefbaarheid van de bewoners van Amsterdam opnieuw te waarborgen, ondanks het groeiende aantal toeristen?

Dit disciplinaire onderzoek verloopt als volgt. Als eerste zal er een definitie van het begrip leefbaarheid gegeven worden. Hierna worden uit reeds bestaande onderzoeken criteria voor leefbaarheid gezocht. Deze criteria zullen vervolgens toegepast worden op het beleidsplan van Amsterdam. Tenslotte zal er een voorspelling worden gedaan over de potentie van het huidige beleidsplan om de leefbaarheid van Amsterdam te verbeteren.

Een disciplinair onderzoek naar het huidige beleidsplan is cruciaal binnen het interdisciplinaire onderzoek ‘Hoe kan de gemeente Amsterdam overtoerisme in de binnenstad aanpakken om de leefbaarheid van de lokale bevolking te verbeteren, als stap naar ecotoerisme?’ Het bestaande beleidsplan moet eerst grondig bekeken worden (zowel de positieve als de negatieve aspecten)

om vervolgens een waardig voorstel te kunnen schrijven dat Amsterdam dichterbij ecotoerisme brengt. Aangezien de necessiteit van het probleem groot is (Hemel, 2019) is wachten tot na het afronden van het beleid onverstandig. De problemen die toerisme met zich meebrengt, moeten zo snel mogelijk en zo goed mogelijk aangepakt worden. Een evaluatie tijdens de doorvoering van het beleid kan mogelijk aantonen welke factoren niet bijgedragen aan een betere leefbaarheid. Vervolgens kan een aanbeveling voor de toekomst gedaan worden, die deze negatieve aspecten van het huidige beleid oplost.

Theoretisch kader

De betekenis van het begrip leefbaarheid moet eerst vastgesteld worden, voordat er onderzoek naar gedaan kan worden. Het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties stelt het begrip op als:

‘De mate waarin de leefomgeving aansluit bij de voorwaarden en behoeften die er door de mensen aan worden gesteld’ (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, leefbaarometer). Dit houdt in dat een stad leefbaar genoemd kan worden, wanneer de voorwaarden en behoeften van de bewoners worden gewaarborgd. Het meten van de leefbaarheid in een stad kan gedaan worden door te kijken of de behoeftes van bewoners gegarandeerd worden, en niet ten kosten gaan van bijvoorbeeld toerisme.

In de wetenschap wordt leefbaarheid voornamelijk beschreven als de maten waarin het subjectieve welzijn van bewoners gegarandeerd wordt. Dit welzijn is afhankelijk van o.a. tevredenheid over het leven, geluksgevoel en behoefte voor levensvervullingen (Uysal et al, 2015, p 245). Deze definitie komt dus overeen met de betekenis van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties; bij beide betekenissen staat de interpretatie van de bewoners voorop. In dit onderzoek zal de volgende betekenis van leefbaarheid gebruikt worden: de mate waarin de behoeften van de bewoners zowel subjectief als objectief gewaarborgd worden.

De verhouding van toerisme en de leefbaarheid van een stad is één van de meest onderzochte onderwerpen binnen het begrip toerisme. Sommige onderzoeken dateren terug tot de jaren zeventig van de vorige eeuw (Sharpley, 2013). Toerisme werd altijd aangenomen als positief voor een stad (Uysal et al, 2015, p. 243). Het zou namelijk zorgen voor het verminderen van armoede, renoveren van cultureel erfgoed en het beschermen van culturele en natuurlijke

middelen (Uysal et al, 2015, p. 245). Het voorbeeld van Amsterdam laat echter anders zien: bewoners van de stad ervaren overlast van de horde toeristen die luidkeels de straten vervuilen (Sahadat, 2018). Sinds 1970 steeg het aantal onderzoeken naar het verband tussen de leefbaarheid en toerisme en werden ook de negatieve aspecten van toerisme in kaart gebracht, bovendien ontstond er ook een focus op de (on)duurzame kant van toerisme. Over het algemeen is het verband tussen toerisme en de leefbaarheid verschuift van een economische focus naar een subjectieve focus, waar juist de waarneming van bewoners centraal staat.

Het onderzoek van Uysal et al (2015) is al een aantal keer genoemd. Uysal et al (2015) bieden een uitgebreid overzicht van meer dan 71 verschillende onderzoeken over het effect van toerisme op de leefbaarheid. De onderwerpen, methodologieën en reflecties van de onderzoeken worden naast elkaar gezet en vergeleken (Uysal et al, 2015).

Concluderend uit het onderzoek van Uysal et al (2015) is de leefbaarheid van een stad te meten onder bepaalde maatstaven. Welke maatstaven er gebruikt worden verschilt per onderzoek, maar over het algemeen vallen alle maatstaven binnen drie domeinen:

1. Economisch domein
2. Sociaal-cultureel domein
3. Fysieke en natuurlijke domein

Binnen deze drie domeinen vallen factoren waarmee de leefbaarheid van een stad gemeten kan worden. Deze factoren zijn vervolgens onder te verdelen in subjectieve en objectieve factoren. De meerderheid van de onderzoeken focussen op subjectieve factoren, deze kijken naar de tevredenheid van bewoners. Objectieve factoren richten zich op graadmeters en worden veel minder vaak onderzocht. Dit komt omdat deze graadmeters op kwantitatieve data rusten en geen rekening houden met de perspectieven van bewoners.

Objectieve factoren kunnen echter een goed beeld geven van veranderingen binnen een bepaalde tijd en de bijbehorende reacties van bewoners en toeristen (Uysal et al, 2015, p 9). Objectieve en subjectieve factoren zijn bovendien niet altijd aan elkaar verwant. Hiermee wordt bedoeld dat objectieve factoren kunnen concluderen dat het goed gaat met de leefbaarheid van een stad, terwijl tegelijkertijd subjectieve factoren aangeven dat bewoners niet of weinig tevredenheid voelen over hun stad. Om een zo'n geheel mogelijke evaluatie uit te voeren,

worden in dit onderzoek naar de leefbaarheid van Amsterdam naar zowel subjectieve als objectieve factoren uit alle drie de domeinen bekeken.

De objectieve en subjectieve factoren die gebruikt worden in dit onderzoek, zijn een combinatie van, volgens Uysal et al, de factoren die over het algemeen het meest worden gebruikt wanneer de leefbaarheid van een stad wordt onderzocht.

Hoewel het onderzoek van Uysal et al (2015) een goed en duidelijk overzicht geeft van veel verschillende onderzoeken, is de gebruikte literatuur binnen dit onderzoek voornamelijk Amerikaans gedomineerd. Omdat dit onderzoek zich richt op de leefbaarheid van Amsterdam, is het ook van belang dat er Nederlandse literatuur gebruikt wordt.

In 2004 werd het onderzoek 'Leefbaarheid van Wijken' uitgebracht door het Ministerie van Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieu (VROM). Het onderzoek van VROM focust zich volledig op Nederlandse steden en wijken. Om te voorkomen dat de gebruikte literatuur in dit onderzoek niet Amerikaans-dominant is, is de Nederlandse focus van het onderzoek van VROM van belang.

Het VROM onderzocht de leefbaarheid van steden door te kijken naar drie hoofdthema's:

1. De fysieke woonomgeving: gebouwen en voorzieningen
2. De sociale omgeving: bewoners en hun interactie
3. Criminaliteit, overlast en veiligheid

Deze drie hoofdthema's worden verder onderzocht door middel van factoren die wederom zowel subjectief en objectief gemeten worden. De factoren verschillen van de hoeveelheid groen in de stad tot aan samenhangigheid (VROM, 2004).

Teruggaand naar het onderzoek van de leefbaarheid van Amsterdam, zijn in Tabel 1 in Bijlage 1 de meest voorkomende factoren die worden gebruikt in het bepalen van de leefbaarheid van de stad weergegeven. De factoren worden onderverdeeld in de gebruikte domeinen van Uysal et al (2015), op deze manier kan het economisch domein meegerekend worden (deze valt weg in de thema's van het VROM). Bovendien zijn de factoren van het VROM gemakkelijk onder te verdelen binnen de domeinen van het onderzoek van Uysal et al (2015). In de tabel wordt via een sterretje (*) aangegeven dat de indicator uit het onderzoek van Uysal et al (2015) komt en een

plusje (+) geeft aan dat de betreffende indicator uit het onderzoek van VROM (2004) komt. In de laatste kolom wordt aangegeven hoe verschillende indicatoren aantoonbaar zijn.

De tabel laat zien dat een aantal indicatoren zowel objectief als subjectief te meten zijn; bewoners kunnen bijvoorbeeld het gevoel krijgen dat er veel criminaliteit in de stad heerst maar objectieve metingen kunnen hele andere uitkomsten brengen.

Dezelfde indicator wordt anders subjectief anders gemeten dan objectief. Daarom is het van belang om de aantoonbaarheid van zowel de objectieve als de subjectieve versie aan te geven.

In dit onderzoek zal worden gekeken of het huidige beleidsplan ‘Stad in Balans’ zich focust op zowel de subjectieve en de objectieve indicatoren van leefbaarheid die in tabel 1 genoemd worden. Er zal dus een vergelijkingsonderzoek plaatsvinden. Er zal niet worden onderzocht of de bepaalde indicatoren objectief zijn veranderd en ook zal er geen subjectief onderzoek plaatsvinden binnen de Amsterdamse bewoners. Objectief onderzoek vergt namelijk langdurig kwantitatief onderzoek waar veel kennis over bijvoorbeeld de luchtkwaliteit voor nodig is. Subjectief onderzoek vraagt een uitvoerig en grootschalig kwalitatief onderzoek, in de vorm van bijvoorbeeld enquêtes. Zulke objectieve en subjectieve onderzoeken zijn in het tijdsframe van dit onderzoek niet haalbaar, daarom zal er voornamelijk een vergelijking van het beleidsplan met de belangrijkste factoren gedaan worden. Hoe de gemeente verwacht of in welk opzicht de gemeente bezig is met de indicatoren verwerken, zal wel worden aangegeven.

Het beleidsplan ‘Stad in Balans’ is onderverdeeld in vijf verschillende ambities:

1. Minder overlast
2. Aantrekkelijke functiemenging
3. Meer ruimte op straat en op het water
4. Betere financiële balans bezoekerseconomie
5. Duurzame recreatie en voorzieningen
6. Spreiden van bezoekers

Bij elke ambities zijn er verschillende doelen opgesteld om deze ambities te behalen. Van elke van deze ambities zal worden gekeken of indicatoren uit de bovenstaande tabel voorkomen.

Vervolgens zal het onderzoek aangeven of het gebruik van bepaalde factoren een negatieve of een positieve invloed op de leefbaarheid van Amsterdam heeft.

1. Minder overlast

Het beleidsplan geeft aan dat de bewoners op vier verschillende manieren overlast ervaren. Deze vier verschillende problemen zijn:

- Lawaai
- Openbaar dronkenschap
- Vervuiling
- Wildplassen

De oplossingen die de gemeente Amsterdam heeft opgesteld zien er als volgt uit. Overlast van lawaai en openbaar dronkenschap worden aangepakt door:

- Activiteiten die lawaai en dronkenschap stimuleren, uit de stad te drijven; in 2018 begonnen, eerste evaluatie wordt verwacht eind 2019 (Campagne gedragsregels uitgaansgebieden, 2018).
- Communicatiecampagnes in drukke gebieden om lawaai te ontmoedigen; I Live Here campagne ingevoerd in 2018, zie figuur 1.2.3.

Vervuilingen en wildplassen zullen worden aangepakt door middel van:

- Uitbreiden van de hoeveelheid afvalbakken & het inzetten van een nieuw reinigingsplan; ingezet in 2018, eerste succes behaald (Aanvalsplan Schoon Amsterdam, 2016, p,11).

Strengere en hoge boetes voor vervuiling; ingevoerd in 2018, aantal boetes met 35% gestegen (Gemeente Amsterdam, Forse stijging aantal boetes voor afvalovertredingen, 2018).

Figuur 1.2.1. Een 0.0% zone op de Wallen houdt openbaar dronkenschap onder toeristen tegen.



Bron: AT5.

Figuur 1.2.3. De communicatiecampagne 'We Live Here' creëert bewustwording voor bewoners onder toeristen.



Bron: We Live Here.

Concluderend kan er worden gezegd dat de gemeente van Amsterdam de volgende subjectieve factoren uit het sociaal-cultureel domein aanpakt:

- Overlast toerisme
- Rommel op straat
- Stank
- Geluidsoverlast

2. Aantrekkelijke functiemenging

Met een aantrekkelijk functiemenging wordt bedoeld dat winkels en activiteiten in de stad zowel gericht zijn op de toeristen als op de bewoners. Veel winkels en restaurants richten zich momenteel enkel op toeristen wat het voor bewoners minder aantrekkelijk maakt om in een wijk te blijven wonen. Bovendien plegen bepaalde winkels en restaurants somtijds fraude. ‘Stad in Balans’ geeft daarnaast ook aan dat het aantal woningen dat voor vakantieverhuur open staan, toeneemt. Hierdoor verdwijnt de sociale cohesie in de stad.

De problemen betreft de onaantrekkelijke functiemengingen zijn dus:

- (frauduleuze) Winkel-en-horecagelegenheden;
- Geen sprake van sociale cohesie in de stad.

De gemeente Amsterdam heeft de volgende doelen opgesteld om de problemen van (frauduleuze) eenzijdige winkels en restaurants te verhelpen:

- Uitbreiding winkelgelegenheid (in samenwerking met ondernemers en vastgoedeigenaren);
- Aanpak frauduleuze winkels en horecagelegenheden;

Onderzoek over deze beide problemen is in 2018 afgerond, nieuw beleid wordt nog gevormd (Gemeente Amsterdam, diversiteit winkels en voorzieningen, 2018).

Daarnaast zal de sociale cohesie worden verbeterd door middel van:

- Scherper aangrijpen van wetten en regels rondom vakantieverhuur;
- Verbetering kwaliteit hostels en hotels.

Deze problemen worden nog onderzocht en zullen pas rond 2020 aangepakt worden (Stad in Balans, 2018, p16).

Door te genoemde problemen en oplossingen te bekijken, kan er worden gezegd dat de factoren die aangepakt worden zijn:

- Sociale cohesie
- Woningtevredenheid
- Winkels in de buurt

Deze drie factoren vallen onder twee verschillende domeinen. ‘Sociale cohesie’ valt onder het sociaal-culturele domein en de ‘woningtevredenheid’ en ‘winkels in de buurt’ vallen onder het fysieke en natuurlijke domein.

3. Meer ruimte op straat en op het water

Amsterdam heeft een historisch bewaard stadscentrum dat niet gemaakt is voor de huidige hoeveelheid toeristen en bewoners. Er is weinig tot geen doorstroom van verkeer en ook op het water is het zo druk dat vervuiling en geluidsoverlast een dagelijks begrip zijn geworden.

De problemen betreffende ruimte zijn dus:

- Onprettige drukte
- Onveilige situaties
- Verslechtering leefklimaat
- Water is vies en onveilig
- Geluidsoverlast vanaf het water

Deze problemen zal de gemeente Amsterdam door middel van de volgende maatregelen aanpakken:

- Vermindering taxi's, touringcars en vuilniswagens (bijvoorbeeld d.m.v. strengere regels rondom touringcars). Nieuwe regels rondom o.a. ontheffingskosten zijn al ingevoerd (Gemeente Amsterdam, Regels voor rondleidingen op de Wallen, 2016).
- Verwijderen parkeergelegenheden om ruimte voor groen, fietsers en voetgangers te creëren. Eerste plannen onderzoeken lopen, naar verwachting zijn de veranderingen in 2025 afgerond (Agenda Amsterdam Autoluw, 2019)
- (Technologische) maatregelen voor het verbeteren van de verkeersstroom; nieuw beleid loopt van 2019 tot 2025 (Stad in Balans, 2018, p18)
- Aanpak geluidsoverlast en milieuoverlast op en rondom het water; nieuwe regels sinds 23 mei 2019 doorgevoerd (Gemeente Amsterdam, water en varen, 2019).

Deze ambitieuze en vele plannen van de Amsterdamse gemeente doelen zich op de volgende factoren van de leefbaarheid in een stad:

- Overlast toerisme
- Rommel op straat
- Geluidsoverlast
- Hoeveelheid groen in de stad
- Parkeergelegenheden: minderen!!

De eerste drie factoren zetten zich in om de leefbaarheid op sociaal-cultureel gebied te verbeteren, de laatste twee factoren richten zich op het fysiek-natuurlijke domein. Belangrijk om te melden is dat de gemeente hoopt dat het verminderen van de parkeergelegenheden juist ten goede komt voor de leefbaarheid van de stad. De gemeente stelt de hoeveelheid groen hoger op dan de hoeveelheid parkeergelegenheden in de stad. Daarbij komend, hoopt de gemeente dat het verminderen van parkeergelegenheden het gebruik van auto's ontmoedigd. Dit zorgt tevens voor minder uitstoot en meer ruimte in de stad; wat beide positief bijdraagt aan de leefbaarheid (Stad in Balans, 2018, p18).

Stad in Balans geeft duidelijk het belang van het water aan; de leefbaarheid van de stad zal positief veranderen wanneer het water schoon en veilig is. Bovendien zijn grachtentours de grootste toeristenattractie van Amsterdam (Stad in Balans, 2018, p38). De kwaliteit van het water is echter geen indicator in de reeds gebruikte literatuur (Uysal et al, 2015, VROM, 2004). Desondanks is de kwaliteit van het water van grote importantie in Amsterdam en de garantie hiervan wordt daarom ook meegenomen in de evaluatie van het beleid.

4. Beter financiële balans bezoekerseconomie

De gemeente Amsterdam wil de kosten voor een bezoek aan de stad beter beprijzen. Dit zal ervoor zorgen dat de kosten en baten van toerisme beter verdeeld zullen worden. Momenteel brengt toerisme uiteraard al veel geld met zich mee, maar niet genoeg om de stad te onderhouden van zoveel toerisme.

Hier geldt het probleem van de stad:

- Oneerlijke kostenverdeling

De gemeente Amsterdam wil dit probleem oplossen door middel van:

- Eerlijk beprijzen van de stad voor bezoek en recreatie; invoeren verandering van toeristenbelasting en reclamebelasting vanaf 2020, overige onderzoeken zijn in 2019 begonnen (Stad in Balans, 2018, p22).

Deze doelstelling is niet onder te verdelen onder één factor voor leefbaarheidskwaliteit. Dit is te zien aan het doel van de ambitie. De gemeente hoopt dat door eerlijk te beprijzen, de gehele stad vooruitgaat. Er zal namelijk meer geld naar de stad komen en dit zal onderverdeeld worden onder alle drie de domeinen van leefbaarheid.

5. Duurzame recreatie en voorzieningen

De gemeente Amsterdam erkent de significantie om mee te ontwikkelen in de huidige maatschappelijke belangen. Daarom is het ontwikkelen van milieuvriendelijke recreaties en voorzieningen één van de ambities in het beleid ‘Stad in Balans’.

Dit zal worden gedaan door bijvoorbeeld het vervoer in de stad en op het water te verduurzamen.

Ook pleit Amsterdam ervoor om de groei van het vliegverkeer in op Schiphol tegen te gaan.

Het probleem kan dus omschreven worden als:

- Niet-duurzame activiteiten in en rondom de stad

De stad wil dit probleem aanpakken doormiddel van:

- Verduurzamen vervoer in en rondom de stad; de stad verleent subsidies voor elektrische auto's en zonder kosten kunnen elektrische oplaadpunten aangevraagd worden (Amsterdam Elektrisch (Gemeente Amsterdam, Amsterdam elektrisch, n.d., 2019).
- Groei Schiphol stopzetten; luchtvaartnota is geschreven, maar de gemeente meldt ook dat hun invloed slechts beperkt is (Gemeente Amsterdam, Scheep-en luchtvaart, 2019)
- Stimuleren van duurzaam toerisme;
- Aanmoedigen van duurzame hotels en festivals:

De gemeente verleent tips, adviezen en financieringen voor het verduurzamen van bedrijven en instellingen (Gemeente Amsterdam, Duurzaam bedrijf of instelling, 2019).

Deze maatregelen stimuleren de leefbaarheid van de stad via de volgende factoren:

- Luchtkwaliteit

De luchtkwaliteit van de stad zal omhoog gaan wanneer vervoer in en rondom de stad duurzamer wordt. Daarnaast hoopt de gemeente voor het bijkomend positief effect dat er minder afval op straat komt, dus dat de factor

- Rommel op straat

ook afneemt. Zoals Stad in Balans aangeeft:

“In een schone stad zal een bezoeker eerder nadenken voordat hij zijn afval achterlaat” (Stad in Balans, 2018, p10). Een duurzamere stad zal dus zowel voor fysiek en natuurlijk domein, als voor sociaal-cultureel domein positief zijn.

6. Spreiden van bezoekers

Het aantal toeristen Amsterdam bezocht is van 2005 tot 2016 gestegen met 64%. Hierdoor wordt het op sommige plekken van de stad simpelweg te druk. Op landelijk niveau en via Metropoolregio Amsterdam wordt er aan een plan gewerkt om de toeristen vanuit Amsterdam te spreiden naar de rest van Nederland. Het probleem kan beschreven worden als:

- Toeristen trekken te veel naar bepaalde trekpleisters van Amsterdam;
- Ontwikkelingsbuurten kunnen niet groeien;
- Te grote hoeveelheid overnachtingsplekken voor toeristen.

Amsterdam heeft de volgende maatregelen opgesteld om deze problemen te verhelpen:

- Ontlasten van bekende drukke plekken door het spreiden van toeristen;
- Onderzoeken van haalbaarheid nieuwe toeristentrekkers;
- Heroverweging afnemen hoeveelheid overnachtingsplekken voor toeristen.

De onderzoeken naar hoe het spreiden van de toeristen lopen nog, wel is er ingestemd voor een plan om het vervoer over het IJ te ontlasten (Gemeente Amsterdam, spreiding stad en regio, 2019).

De leefbaarheid van de stad zal door deze maatregelen vooruitgaan. De volgende factoren van leefbaarheid worden via deze maatregelen aangepakt:

- Overlast toerisme
- Sociale cohesie

Beide factoren vallen onder het sociaal-cultureel domein. Ook hier geldt echter ook, dat de gehele leefbaarheid van de stad zal toenemen, wanneer de toeristen uit de stad kunnen worden geleid.

Conclusie

Tabel 2 in Bijlage 1 toont aan welke indicatoren in het beleid voorkomen en met welke frequentie. Ten eerste is het opvallend is dat het beleidsplan het economische domein niet tot betrekking neemt. De reden hiervoor is dat deze factoren zich focussen op werk en werkgelegenheid. Amsterdam speelt niet met een tekort aan banen, in tegenstelling zorgt het toerisme juist voor werkgelegenheid (Stad in Balans, 2018, p6). Daarnaast vallen de meeste maatregelen in het sociaal-cultureel domein. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de Gemeente Amsterdam de leefbaarheid voornamelijk laat afhangen van de sociaal-cultureel gesteldheid van de stad. In de bestaande literatuur is dit niet altijd het geval, hier wordt het natuurlijk fysiek domein ook als zeker belangrijk gevonden (Uysal et al, 2015).

Kijkend naar de indicatoren die wel aangekaart worden, dan is het volgende te zeggen over de manier waarop zij aangepakt worden. In het geval van minder overlast zijn drie problemen aangepakt, evaluatie van het overige probleem wordt eind 2019 verwacht. In het geval van een aantrekkelijke functiemenging is echter enkel onderzoek bezig en zijn er nog geen veranderingen doorgevoerd. Hetzelfde geldt voor bijna alle andere doelen; onderzoeken lopen nog en nieuw beleid is nog niet ontworpen. In sommige gevallen wordt pas in 2025 resultaat verwacht. De algemene lijn die uit deze evaluatie te trekken is, is dat de maatregelen die gemakkelijk aan te pakken zijn, zoals communicatiecampagnes, al doorgevoerd zijn. Maatregelen die grote problemen, zoals het spreiden van toeristen, aanpakken zijn pas in een onderzoekende fase. De leefbaarheid zal pas positief veranderen als deze maatregelen volledig doorgevoerd zijn.

Als laatste werd in ambitie drie het belang van water aangegeven. De waterkwaliteit is echter geen indicator in eerder gebruikte literatuur. In de kwestie van Amsterdam staat de waterkwaliteit desondanks erg hoog. Het is dus belangrijk om bij het doen van onderzoek altijd rekening te houden met de specifieke plaats-gerichte focus en niet enkel de brede doelstellingen van reeds gebruikte literatuur te hanteren.

De hoofdvraag van dit disciplinaire onderzoek was ‘In hoeverre helpt het beleidsplan ‘Stad in Balans’ de leefbaarheid van de bewoners van Amsterdam opnieuw te waarborgen, ondanks het groeiende aantal toeristen?’ Het antwoord op deze hoofdvraag is; het huidige beleidsplan draagt voornamelijk bij het verbeteren van de leefbaarheid op het sociaal-cultureel domein. Desondanks

zijn de meeste maatregelen nog in de onderzoekende fases en zijn er nog weinig concerten veranderingen doorgevoerd. Wanneer dit wel gedaan zal worden, zal het beleidsplan een positieve impact hebben op de leefbaarheid van Amsterdam.

1.3 De stap naar ecotoerisme.

Frenkie van den Broek

Inleiding

Amsterdam kampt al jaren met de negatieve effecten van overtoerisme. Door de hoge dichtheid van toeristen in het centrum van Amsterdam staat de leefbaarheid hieronder druk; de straten zijn overvol en er is veel zwerfvuil en overlast (Gemeente Amsterdam, 2016). Zo neemt de tevredenheid van de lokale bewoners over de buurten af en is een kwart van de bewoners van mening dat de leefbaarheid van het centrum het afgelopen jaar achteruit is gegaan (Gemeente Amsterdam, 2019a).

De gemeente van Amsterdam is echter actief bezig om de negatieve effecten van massatoerisme tegen te gaan. Sinds 2017 zijn bijvoorbeeld groeps- en bierfietsen verboden in de binnenstad, is het gebied waarin de Amsterdam City Card bruikbaar is vergroot, zijn de *I Amsterdam*-letters in 2018 weggehaald van het museumplein en is het sinds begin 2019 verboden om je huis langer dan 30 dagen per jaar te verhuren via Airbnb (Geels, 2018; Gemeente Amsterdam, 2019b; Goodwin, 2017, NRC). Ondanks deze maatregelen blijven veel vormen van overlast door massatoerisme bestaan in het centrum (Gemeente Amsterdam, 2019a). Rekening houdend met het stijgende aantal toeristen is er een gecombineerde aanpak nodig om de leefbaarheid in Amsterdam te beschermen.

Ecotoerisme kan een grote rol spelen in toekomstige maatregelen en beleidsplannen. Het begrip ecotoerisme komt voornamelijk in de sociaal geografische literatuur voor als een ecologisch duurzame vorm van toerisme in natuurgebieden in derde wereldlanden (Sharpley,2006). De bescherming van de ecologische omgeving en het betrekken van lokale gemeenschappen staat hierbij centraal. Ondanks dat het faciliteren van ecotoerisme nog weinig toegepast is op steden, biedt het wel veel mogelijkheden om zowel steden ecologisch duurzamer te maken als de leefbaarheid voor de lokale bevolking te verbeteren (Stronza & Gordillo,2008).

Het verbeteren van de kwaliteit van leven voor de lokale gemeenschap wordt gezien als een voorwaarde voor ecotoerisme en zal daarom ook centraal staan in dit onderzoek

(Scheyvens,1999). Door middel van een literatuuronderzoek zal gezocht worden naar een antwoord op de volgende vraag: *Welke ruimtelijke strategie kan de gemeente van Amsterdam toepassen om de negatieve effecten van massatoerisme op de lokale bevolking van Amsterdam tegen te gaan als stap om ecotoerisme te realiseren?*

Dit literatuuronderzoek dient een duidelijk beeld te schetsen van wat de gemeente van Amsterdam op dit moment al doet tegen de negatieve effecten van massatoerisme en wat er nog gedaan moet worden om ecotoerisme te realiseren. Het doel van dit onderzoek is om passend beleidsadvies te kunnen geven aan de gemeente van Amsterdam en toekomstige vervolgonderzoeken te inspireren, zodat er meer empirisch onderzoek wordt gedaan naar de mogelijkheden van ecotoerisme in steden en concrete beleidsplannen gemaakt kunnen worden.

Allereerst zal het huidige toerisme plan van de gemeente Amsterdam besproken worden, om de relatie tussen de gemeente Amsterdam en haar inwoners in kaart te brengen en hoe dit zich verhoudt met de voorwaardes van ecotoerisme. Vervolgens zal er dieper in worden gegaan op de mogelijkheden van de ruimtelijke verspreiding van toeristen, wat door de gemeente van Amsterdam als oplossing wordt beschouwd voor overtoerisme in het centrum. Hierna zal er een concreet voorbeeld worden besproken van een ruimtelijke spreidingsstrategie uit de literatuur die Amsterdam en haar omgeving kan helpen om ecotoerisme te realiseren. Tenslotte zal er in de conclusie een korte samenvatting worden gegeven van de belangrijkste bevindingen en gereflecteerd worden op dit literatuuronderzoek.

Amsterdam's toerisme beleidsplan

De gemeente Amsterdam is al goed op pad als het gaat om overtoerisme tegengaan en de leefbaarheid van de inwoners te herstellen. Echter, mist het huidige beleidsplan nog enkele facetten die belangrijk zijn om ecotoerisme te realiseren en de leefbaarheid voor de lokale bevolking te versterken.

Ondanks dat de leefbaarheid in het centrum van Amsterdam voornamelijk onder druk staat door toerisme, is het doel om de leefbaarheid voor alle inwoners van de gemeente Amsterdam te verbeteren. Dit betreft dus de leefbaarheid, in het jaar 2019, van ongeveer 863 duizend inwoners (Gemeente Amsterdam, 2019a).

In het huidige beleidsplan '*Stad in balans*', waarin alle doelen en maatregelen uit het coalitieakkoord voor de periode 2018-2022 staan samengevat, staat dat de gemeente zowel de leefbaarheid wil versterken als ecologisch verantwoord om wil gaan met toeristen en recreanten (Gemeente Amsterdam, 2018a). Om de leefbaarheid te versterken, hebben ze als doel om overlast tegen te gaan, drukte te verminderen in de straten en op het water, voorzieningen diverser te maken, de groei van hotels te minderen en overnachting voorzieningen zelf te upgraden. Onder verantwoord met toerisme en recreatie omgaan vallen de doelen: het verbeteren van de financiële balans in de bezoekers economie, duurzame recreatie en voorzieningen creëren en het spreiden van bezoekers (Gemeente Amsterdam,2018a, p.8).

Waar veel consensus over is in de literatuur over ecotoerisme, is dat de lokale gemeenschap direct moet kunnen profiteren van een groot deel van de winsten van toerisme (Stronza & Gordillo,2008; Weaver,2005). Dit wordt als belangrijk beschouwd omdat de lokale gemeenschappen vaak de sociale- en milieukosten betalen van toerisme (West & Carrier, 2004). Direct profiteren van ecotoerisme kan hierbij zowel financieel als ecologisch; de lokale bevolking moet er aan kunnen verdienen en hun leefgebied moet goed onderhouden en beschermd blijven. Om ecotoerisme te realiseren in Amsterdam, moet elke Amsterdammer dus van het toerisme kunnen profiteren; niet alleen financieel maar ook met een sterke leefbaarheid in hun buurt.

Op papier heeft een deel van het beleidsplan al aspecten van ecotoerisme in zich. De belangen van de inwoners van Amsterdam worden vooropgezet en er wordt al gefocust op het ecologisch verduurzamen van recreatiefaciliteiten en andere voorzieningen in Amsterdam. Echter blijkt uit dit beleid, dat de inwoners financieel alleen indirect profiteren van toerisme door middel van een verhoging van de toeristenbelasting (Gemeente Amsterdam,2018a, p.22). Amsterdammers kunnen dus enkel direct van het toerisme profiteren door middel van het werk en inkomen dat toerisme oplevert. Om ecotoerisme te realiseren moet dit veranderd worden.

De vraag is daarnaast of de inwoners van Amsterdam tevreden zijn over de maatregelen die getroffen worden voor de verbetering van hun leefbaarheid en of ze een verschil merken door de maatregelen. Uit een stadsenquête uit 2017 bleek bijvoorbeeld dat twee derde van de ondervraagde niks gemerkt had van de 117 maatregelen of initiatieven die de gemeente begin dat jaar had doorgevoerd om de drukte op straat tegen te gaan (Gemeente

Amsterdam, 2018b). Volgens het rapport *De Staat van de Stad Amsterdam X*, wat in september 2019 gepubliceerd is, blijkt dat in vergelijking met voorgaande jaren de gemiddelde tevredenheid over het centrum, het onderhoud van de stad en de sociale cohesie gedaald is (Gemeente Amsterdam, 2019a). Voornamelijk op de Wallen wordt het meeste overlast ervaren door toerisme en drukte, voor één derde van alle inwoners van Amsterdam is dit de reden dat ze deze buurten ontwijken (Gemeente Amsterdam, 2019a, p.164). Uit dit rapport lijkt de mening van de inwoners over de leefbaarheid nog niet verbeterd te zijn, echter is er door de gemeente van Amsterdam nog geen onderzoek gedaan naar wat de inwoners van Amsterdam vinden van het nieuwe beleid “*De stad in balans*”.

Een aspect dat veel in de literatuur over ecotoerisme voorkomt, maar amper in de beleidsplannen belicht wordt, is het belang van “*community empowerment*” (Scheyvens,1999; Stronza & Gordillo,2008). Volgens de *empowerment framework* van Scheyvens (1999), profiteert de lokale bevolking maximaal als de lokale bevolking zich *empowered* voelt. Een gemeenschap kan op vier manieren *empowerment* ervaren: economisch, psychologisch, sociaal en politiek (p.247). Om een bevolking maximaal *empowered* te laten voelen is het daarom van belang dat de bevolking controle heeft over de initiatieven van ecotoerisme in hun gebied en hiervan kunnen profiteren (p.249). Ondanks dat de *empowerment framework* is gebaseerd op ecotoerisme in ontwikkelingslanden, is het in grote mate toepasbaar in de context van een grote Westerse stad zoals Amsterdam. Echter doordat Nederland meer individualistisch is ingesteld dan collectief, zal er waarschijnlijk meer persoonlijke *empowerment* plaatsvinden dan *community empowerment*. Aan de hand van het rapport ‘*De Staat van de Stad Amsterdam X*’, valt te beargumenteren dat de Amsterdammers op dit moment verschijnselen vertonen van *disempowerment*; de leefbaarheid en de sociale cohesie daalt (Gemeente Amsterdam, 2019a). Om de Amsterdammers meer *empowered* te laten voelen zullen daarom nieuwe initiatieven nodig zijn.

Er zijn dus verschillende voorwaarden waar een beleidsplan aan moet voldoen om ecotoerisme te realiseren. Op basis van de literatuur over ecotoerisme, laat tabel 1.3.1 een overzicht zien van de voorwaarden voor ecotoerisme, hoe dit in Amsterdam toegepast kan worden en tot wat voor type *empowerment* dit leidt.

Tabel 1.3.1. De voorwaardes van ecotoerisme toegepast op Amsterdam.

Voorwaarde van ecotoerisme	Toepassing op Amsterdam	Effect op de bevolking	Type empowerment
Beschermen ecologische omgeving	Verbeteren en behouden van leefbaarheid	Schone straten, minder overlast	Economisch*
Direct financieel profiteren	Ecotoeristische initiatieven van de bevolking aanmoedigen	Meer werkgelegenheid	Economisch
Controle hebben over initiatieven van ecotoerisme in eigen gebied/wijk	Meer actieve betrekking en zeggenschap bij initiatieven in eigen wijk.	Versterkt sociale cohesie	Sociaal
		Meer maatschappelijke en politieke participatie	Politiek
		Stimuleert persoonlijke ontwikkeling	Psychologisch

*Het wordt beschouwd als economisch, omdat het een waarneembaar teken is van verbetering die afhankelijk is van de economie (Scheyvens, 1999, p. 247).

Dit model is echter gebaseerd op de aanname dat de ecologische omgeving in een stedelijke context vertaald kan worden naar de leefbaarheid van een wijk. Ondanks de verschillen, wordt er dus wel aangenomen dat zowel de ecologische omgeving als de leefbaarheid essentieel zijn voor

het behouden en beschermen van de kwaliteit van leven van de lokale gemeenschap. Vervolgonderzoek zal moeten uitwijzen of deze aanname terecht is, of dat de ecologische omgeving in een stedelijke context naar meer dan leefbaarheid vertaald. De voorwaarde van direct financieel profiteren van ecotoerisme, is het lastigst om toe te passen in de context van Amsterdam. In ontwikkelingslanden profiteert de bevolking er direct van doordat ze gezamenlijk werken in het ecotoerisme, in Amsterdam is dit niet realistisch uitvoerbaar. De gemeente kan de bevolking van Amsterdam echter wel stimuleren om zelf met ecotoeristische initiatieven op te komen. Meer onderzoek naar alternatieve maatregelen om de bevolking financieel meer te laten profiteren van (eco)toerisme in Amsterdam is echter nodig om economische *empowerment* te maximaliseren.

Uit verschillende casestudies is gebleken dat het verbeteren van de leefbaarheid in een stad en *community empowerment* vaak samen gaat met de spreiding van toerisme, waarbij de lokale gemeenschappen in contact komen met de (eco)toeristen (Joppe & Dodds, 2000). De gemeente van Amsterdam is al sinds 2018 actief bezig met het spreiden van toeristen met als doel om de populaire toeristische drukke plekken te ontlasten door meer toeristen naar andere plekken te leiden. De gemeente wil dit doen door: het verplaatsen van publiekstrekkingen naar perifere locaties, marketingcampagnes, het reguleren van festivals en het uitbreiden van groen (Gemeente Amsterdam, 2018a, p. 27-28). Het spreiden van toerisme wordt door de gemeente gezien als één van de belangrijkste ruimtelijke maatregelen tegen de negatieve effecten van overtoerisme in de binnenstad. De volgende paragraaf zullen dieper ingaan op de mogelijkheden die het verspreiden van toeristen binnen en buiten Amsterdam biedt en hoe het zich verhoudt met de voorwaardes van ecotoerisme.

Ruimtelijke spreiding van toeristen

Het spreiden van toeristen is een ruimtelijke strategie die in veel regio's al is toegepast en vele voordelen lijkt te hebben (Zhang, Xu, & Zhuang, 2011; Gemeente Amsterdam, 2018). Het kan op verschillende schalen plaatsvinden; de toeristen kunnen bijvoorbeeld beter verspreid worden binnen Amsterdam, maar ook buiten Amsterdam. Het is een strategie die past bij de principes van ecotoerisme, zolang het zich echter aan alle voorwaardes van ecotoerisme houdt.

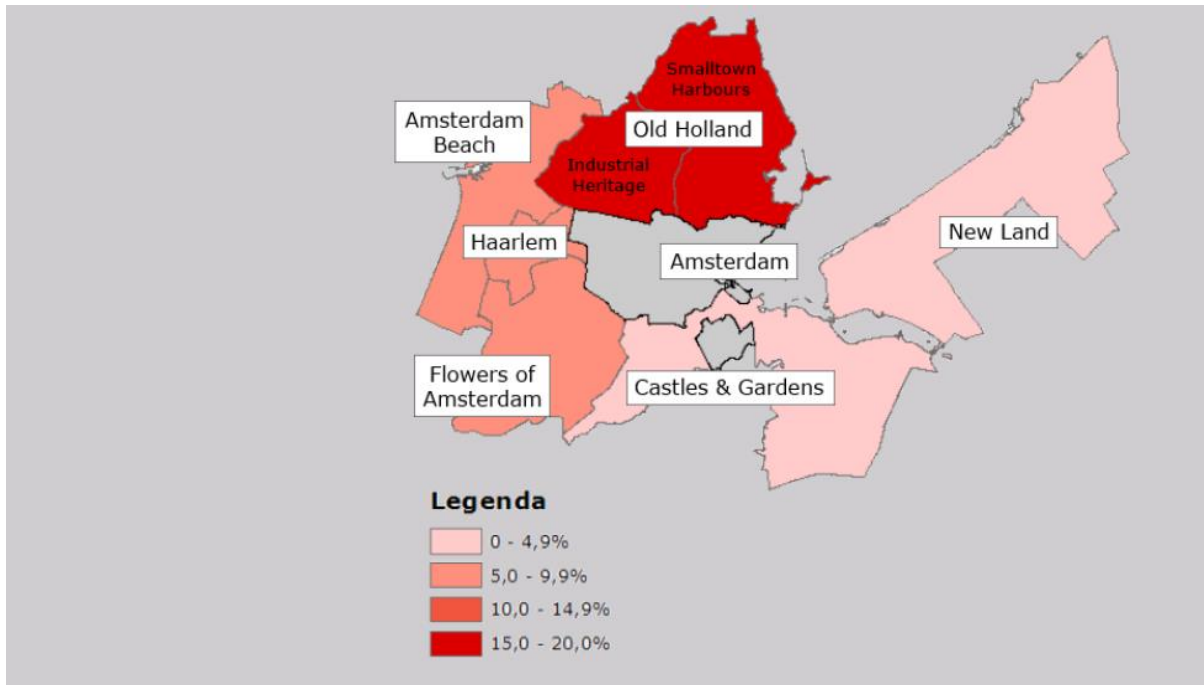
In de binnenstad van Amsterdam is weinig te veranderen aan de toeristische trekpleisters van de stad. Echter maakt toerisme vaak maar voor een deel gebruik van de openbare plekken en

gebouwen binnen een stad, deze mate van gebruik kan in veel steden vergroot worden (Kádár, 2013). Wanneer dezelfde hoeveelheid toeristen over een grotere ruimte verdeeld worden, zorgt dit voor minder drukte op de straten. Minder drukte in het centrum zal een positieve invloed hebben op de leefbaarheid voor de inwoners, door een daling in overlast.

Het is ook mogelijk om de toeristen uit Amsterdam te leiden naar de omliggende minder toeristische steden. Uit een zes jaar durend ruimtelijk onderzoek over de distributie van toeristen in 299 Chinese steden, is gebleken dat een sterke kern-periferie polarisatie van toeristen te overbruggen is door een *'Hotspots (clusters) focus'* (Zhang, Xu, & Zhuang, 2011). Hierbij worden de populaire toeristische steden, de *hotspot*, gelinkt aan de omliggende meer perifere steden, waardoor een samenwerking ontstaat en de bestaande toeristische faciliteiten optimaal gebruikt worden. De naburige steden van een *hotspot* kunnen hierdoor profiteren van de *hotspot*, terwijl de *hotspot* wordt ontlast van de druk van toerisme op de stad. De omliggende steden van Amsterdam zouden dus theoretisch veel kunnen profiteren van de verspreiding van toeristen uit Amsterdam.

Volgens deze theorie is het creëren van nieuwe toeristenattracties dus niet nodig, omdat omliggende steden hier vaak al over beschikken. Volgens een voortgangsbrief over het huidige beleid is de gemeente van Amsterdam momenteel toch bezig met een onderzoek naar waar, buiten het centrum van Amsterdam, nieuwe “grootstedelijke ” cultuurvoorzieningen geplaatst kunnen worden, die toeristen dienen aan te trekken (Gemeente Amsterdam, 2019c, p.6). Een beleidsplan wat beter aansluit op de *hotspots (clusters) focus* theorie is het internationale marketingconcept ‘Amsterdam bezoeken, Holland zien’ (Gemeente Amsterdam, 2018a). Deze marketingstrategie heeft locaties rond Amsterdam een nieuwe naam gegeven die toeristen aanspreekt. In het figuur hieronder, zijn deze locaties weergegeven inclusief het percentage waarin het in 2015 door internationale toeristen bezocht zijn (I amsterdam, 2019).

Figuur 1.3.1. Percentage door internationale toeristen bezochte plekken in 2015.



Bron: I Amsterdam, 2019

In figuur 1.3.1, is te zien dat niet elke plek even succesvol was in 2015. Echter laat het wel zien hoe marketing een groot verschil kan maken in een strategie van het spreiden van toerisme. Het marketingconcept ‘Amsterdam bezoeken, Holland zien’ is nu nog alleen gericht op toeristische attracties in de directe omgeving van Amsterdam, het heeft echter de potentie om de radius waarbinnen de toeristische attracties worden gepromoot te vergroten. Aangezien Nederland relatief klein is vergeleken met andere landen en beschikt over een toegankelijk netwerk van openbaar vervoer, kunnen toeristen ook via deze marketingstrategie naar bijvoorbeeld Utrecht, Den Haag of Groningen geleid worden.

De strategie van het spreiden van toeristen op zich voldoet aan slechts één voorwaarde van ecotoerisme; het verbetert de leefbaarheid in het centrum van Amsterdam. Verder wordt er in het beleid niet rekening gehouden met de andere voorwaarden van ecotoerisme, zoals het direct financieel profiteren en *community empowerment*. Daarnaast wordt er ook niet met de bewoners van de plek waarnaar de toeristen toe gestuurd worden rekening gehouden. Er wordt niet gesproken van ecotoerisme als alle toeristen naar een specifiek gebied geleid worden

waardoor op die plek het lokale leven belemmerd wordt. Het is belangrijk dat ook deze lokale gemeenschap ervan kan profiteren en dat de komst van (eco)toerisme leidt tot *empowerment* (Scheyvens,1999; Stronza & Gordillo,2008). Het is dus essentieel dat de betrokken gemeenten in toekomstige toeristen-spreidingsplannen goed samenwerken en goed blijven communiceren met hun eigen inwoners (Zhang, Xu, & Zhuang, 2011). In de volgende paragraaf zal een toeristen-spreidingsstrategie besproken worden, die nog niet is toegepast door de gemeente, maar zowel ecotoerisme helpt te realiseren als de toeristen effectief verspreid.

De ruimtelijke spreidingsstrategie naar ecotoerisme

Toeristen verspreiden aan de hand van kaarten waar toeristische attracties op worden gepromoot is iets wat al jaren wordt gedaan. Echter wordt hierbij zelden de lokale bevolking betrokken en rekening gehouden met de ecologische impact van de attracties. De “*Green Map System*” is een wereldwijd erkend concept, waarbij mensen met behulp van “*Green Map Icons*” zelf een kaart kunnen maken over hun eigen buurt, waarop alle ecologisch duurzame bezienswaardigheden zijn weergegeven (Green Map, 2019). De *Green Tourism Association* van Toronto had in 1999 de 22e internationale *Green Map* uitgegeven genaamd: “*the Other Map of Toronto*”, dit was de eerste *Green Map* die de focus legde op ecologisch duurzaam toerisme (Joppe & Dodds,2000). Dit was op de volgende manier gedaan:

“Hence, adapting the concept for the promotion of tourism meant highlighting more of the cultural, historic and community resources and businesses and disregarding toxic and contaminated “hot spots” as well as corporations that had a reputation as polluters.” (Joppe & Dodds,2000, p.36).

Deze kaart gaf dus een duidelijke weergave van welke toeristische attracties wel en niet duurzaam zijn en ontmoedigde hierdoor mensen om naar de *hotspots* te gaan. “*The Other Green Map of Toronto*” was een groot succes; het had een bereik van 2.7 miljoen mensen en leverde de eerste zes maanden al 38 duizend dollar op (Joppe & Dodds,2000, p.37).

Een *Green Map* van Amsterdam en haar omgeving kan een grote impact maken op het huidige toeristen patroon in Amsterdam en de leefbaarheid in het centrum. Een *Green Map* kan de drukte op de toeristische *hotspots* verminderen, toeristen in contact laten komen met duurzame initiatieven van de inwoners en de toeristen informeren over de ecologische impact

van specifieke toeristische attracties. Het kan dus zowel ingezet worden als een *top-down* maatregel door de gemeente, als een *bottom-up* initiatief door de bevolking. De lokale bevolking kan zich bijvoorbeeld meer economisch, sociaal en politiek *empowered* voelen, omdat ze door middel van de *Green Map* hun eigen initiatief letterlijk op de kaart kunnen zetten, waardoor ze een meer directe invloed hebben op de toeristen (Scheyvens, 1999). Daarnaast gaat de *Green Map* strategie goed samen met andere plannen van de gemeente Amsterdam, zoals het aanleggen van meer groen en het uitbreiden van het culturele aanbod (Gemeente Amsterdam, 2018a). De gemeente van Amsterdam kan dus ook de *Green Map* gebruiken als communicatiemiddel om hun eigen initiatieven te communiceren naar toeristen.

Idealiter kan er dus het meest van de *Green map* geprofiteerd worden als de gemeente in samenwerking met de bevolking de *Green map* maakt van Amsterdam. Dit kan bijvoorbeeld gedaan worden door elk stadsdeel de opdracht te geven om hun deel van de *Green Map* te maken, waarbij de inwoners in contact kunnen komen met de gebiedsmanager van hun stadsdeel en zo hun initiatief kunnen bespreken en op de kaart te zetten. Op deze manier kan de *Green Map* uiteindelijk compleet worden gemaakt door alles samen te voegen en vervolgens door middel van marketingstrategieën aantrekkelijk aan de toeristen kan worden gepresenteerd.

De vraag blijft echter of toeristen wel zitten te wachten op een *Green Map*. Een onderzoek van Miller, Merrilees, & Coghlan (2015) naar het gedrag van pro-milieu toeristen in Melbourne, Australië, vond dat toeristen die thuis pro-milieugedrag vertonen dit aanzienlijk minder doen tijdens stedentrips. Ze kwamen echter tot de conclusie dat de toeristen samen met de institutionele actoren in staat zijn om stedelijke duurzame toeristische ervaringen te creëren. Door de toenemende mediadekking over klimaatverandering en zijn consequenties, worden steeds meer mensen zich bewust van de ecologische impact die zij dagelijks maken (Huang, 2016). De interesse naar ecologisch verantwoord reizen zal hierdoor hoogstwaarschijnlijk toenemen, wat een *Green Map* van Amsterdam en haar omgeving relevanter maakt voor deze tijd.

Conclusie

Het huidige beleidsplan van Amsterdam, bevat aspecten van ecotoerisme maar voldoet niet aan alle voorwaardes. Om ecotoerisme te realiseren, moeten er maatregelen komen die de bevolking op een directe manier laat kunnen profiteren van ecotoerisme en de bevolking *empowered* laat voelen.

De gemeente van Amsterdam kan de leefbaarheid van Amsterdam verbeteren door de toeristen effectief te verspreiden binnen en buiten Amsterdam. Het is echter van belang dat er rekening wordt gehouden met de voorwaardes van ecotoerisme, zowel in Amsterdam zelf als op de plek waar de toeristen naartoe worden geleid. Communicatie en samenwerking tussen gemeenten en hun bevolking is hierbij essentieel.

Het maken van een *Green Map* van Amsterdam en haar omgeving vormt een ruimtelijke strategie die volledig voldoet aan de voorwaardes van ecotoerisme. Een *Green Map* kan de drukte op de toeristische hotspots verminderen, toeristen in contact laten komen met duurzame initiatieven van de bewoners van Amsterdam en de toeristen informeren over de ecologische impact van specifieke toeristische attracties. Het is echter belangrijk dat de *Green Map* door zowel de gemeente als de bevolking gemaakt wordt, zodat beiden ervan kunnen profiteren.

Waar kritisch rekening mee gehouden moet worden bij het lezen van dit literatuuronderzoek is dat de gebruikte literatuur over ecotoerisme gaat over de situatie in ontwikkelingslanden, waarbij de lokale bevolking vaak de slachtofferrol inneemt. In dit onderzoek zijn deze theorieën toegepast op een stedelijke context die kampt met overtoerisme, waar de lokale bevolking onder lijdt. Aannemend dat, ondanks de contextuele verschillen, de voorwaardes van ecotoerisme ook positieve ontwikkelingen kunnen bieden voor een bevolkingsgroep in een stedelijke context.

Dit literatuuronderzoek had een aantal limitaties. Dit onderzoek miste de informatie van rapporten die ingaan op de effecten van de nieuwe maatregelen, die de gemeente van Amsterdam heeft genomen sinds het nieuwe toerismebeleid, op de Amsterdammers. Deze rapporten moeten hoogstwaarschijnlijk nog uitkomen. De afwezigheid van empirisch onderzoek naar het faciliteren van ecotoerisme in steden die lijden onder overtoerisme, heeft dit onderzoek beperkt in de mate waarin beleidsadviezen konden worden gegeven. Het is daarom van belang dat hier in de toekomst meer onderzoek naar moet worden gedaan, om meer concrete beleidsplannen te kunnen

opstellen in de toekomst, zodat overtoerisme beter aangepakt kan worden en ecotoerisme realiseerbaar wordt in grote steden.

Hoofdstuk 2: Common Ground

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag “*Hoe kan de gemeente Amsterdam overtoerisme in de binnenstad aanpakken om de leefbaarheid van de lokale bevolking te verbeteren, als stap naar ecotoerisme?*” is het belangrijk om de verschillen tussen de disciplines in kaart te brengen. Dit wordt gedaan door het benoemen van de gevonden concepten, assumpties en theorieën. Concepten worden volgens Repko & Szostak (2017) gedefinieerd als een fenomeen of abstract idee. Vanuit de concepten worden theorieën afgeleid om een fenomeen te kunnen bestuderen. Hieronder gaan we in op de verschillende concepten die van belang zijn in dit onderzoek en die binnen de verschillende disciplines naar voren zijn gekomen. In deze interdisciplinaire integratie wordt vanuit de twee hoofdconcepten, *Overtoerisme* en *Leefbaarheid*, een *common ground* gecreëerd. Het creëren van *common ground* houdt in dat de verschillen tussen de disciplines worden benoemd, waarna door middel van een interdisciplinaire integratietechniek van Repko & Szostak (2017) een algemeen inzicht wordt verschaft dat toepasbaar is voor elk van de disciplines. Hieruit vloeit de *more comprehensive understanding* voort: dit is een validatie van de eerder gevormde *common ground*, waarbij een nieuw inzicht wordt gecreëerd. Door deze interdisciplinaire integratie techniek toe te passen, wordt een breed inzicht gegeven in de genoemde concepten en theorieën (Repko & Szostak, 2017).

Epistemologie

Ter verduidelijking wordt eerst per discipline de epistemologie toegelicht. Dit is volgens Repko & Szostak (2017) belangrijk bij het interpreteren van data. Zowel Sociale geografie, Sociale psychologie, als *Governance for Sustainable Development* vallen onder de Sociale wetenschappen. Bij de sociale wetenschappen wordt kennis verkregen door middel van een dialectische beweging tussen persoonlijke ervaringen, theorieën, hypothesen en empirisch onderzoek (Calhoun, 2002, p.373).

Vanuit de Sociale psychologie werd er gekeken naar het gedrag van de toeristen. In dit disciplinaire hoofdstuk worden verklaringen gegeven van de totstandkoming van de reis keuzes

en verwachtingen van de toeristen. De *Nudge* theorie biedt hier een oplossing voor. Vanuit de Sociale geografie is onderzocht of het huidige beleid voldoet aan de voorwaardes van ecotoerisme en hoe ecotoerisme gerealiseerd kan worden aan de hand van een toeristen spreidingsstrategie met behulp van een *Green Map*. Vanuit *Governance for Sustainable Development* werd geëvalueerd hoe het huidige beleidsplan van de gemeente Amsterdam het toerisme aanpakt en of dit beleidsplan positief zou zijn voor de leefbaarheid van de bewoners.

Wat als *evidence* telt in alle drie de disciplines, is de waarheid die wordt erkend door gepeerreviewde onderzoeken, die zijn gebaseerd op data die is vernomen uit enquêtes, observaties, surveys en interviews (Repko & Szostak, 2017).

Assumpties

Assumpties worden volgens Repko & Szostak (2017) gezien als principes die ten grondslag liggen aan disciplines die richting geven aan het perspectief op de realiteit. Assumpties liggen ten grondslag aan theorieën, concepten en methodes. Gedurende dit onderzoek is gebleken dat er een aantal gedeelde assumpties zijn. In elk stuk wordt ervan uit gegaan dat massatoerisme nadelige gevolgen heeft. Ook zal toerisme in Amsterdam blijven toenemen zolang er geen maatregelen genomen worden. Bovendien zal er meer gedaan moeten worden door de gemeente op het gebied van beleid om de leefbaarheid voor de bewoners te waarborgen. Elke discipline acht de principes van ecotoerisme als voordelig en ziet het spreiden van toeristen als een manier om de leefbaarheid te verbeteren.

Theorieën

Theorieën omvatten volgens Repko & Szostak (2017) een algemeen aangenomen verklaring over een fenomeen in de natuurlijke of menselijke wereld. Deze verklaringen worden ondersteund door data en onderzoek en vormen een raamwerk voor het doen van onderzoek. Vanuit de Sociale psychologie zijn de zelfbeschikkingstheorie (Ryan & Deci, 2000) en de *Nudge* theorie (Thaler & Sustein, 2008) aangehaald.

De discipline *Governance for Sustainable Development* maakt in dit disciplinaire onderzoek geen gebruik van theorieën. In het onderzoek wordt er namelijk gebruik gemaakt van een ex-nunc evaluatie. Hierbij zijn geen theorieën toepasbaar (Utrecht University, 2019, p3). De sociale

geografie heeft gebruik gemaakt van de *community empowerment* theorie en de *empowerment framework* van Scheyvens (1999) en de *Hotspots (clusters) focus* theorie (Zhang, Xu, & Zhuang, 2011).

Common ground technieken

In het proces naar integratie zijn een aantal conflicterende concepten naar boven gekomen die vóór de “*More Comprehensive Understanding*” (MCU) worden opgelost door middel van verschillende *common ground* technieken (Repko & Szostak, 2017).

In de disciplinaire hoofdstukken werd er op verschillende manieren over het centrale probleem van dit onderzoek gesproken. We praatten over *toerisme* in Amsterdam, *massatoerisme* en *overtourisme*. Dit verschil is ontstaan doordat elk disciplinaire stuk op een andere schaal naar het probleem kijkt. De techniek extensie (Repko & Szostak, 2017), creëert een *common ground* door de definitie van één term te verbreden, zodat de overige gebruikte definities en woorden er ook onder vallen. In tabel 2.1 en 2.2 zijn de gebruikte termen en definities te zien. In het resterende deel van de scriptie zal daarom alleen over het hoofdconcept gesproken worden met de termen ‘overtourisme’ en ‘leefbaarheid’.

Een ander gevonden conflict zit in de interpretatie en concepten van de derde *goal* van ecotoerisme; ‘*improve the quality of life of the host community*’. Vanuit de sociale geografie en *Governance for Sustainable development* wordt hierbij ingegaan op de leefbaarheid, terwijl er vanuit de Sociale psychologie wordt gekeken naar de levenskwaliteit van de lokale bevolking.

Tabel 2.1. De extensie van het hoofdconcept

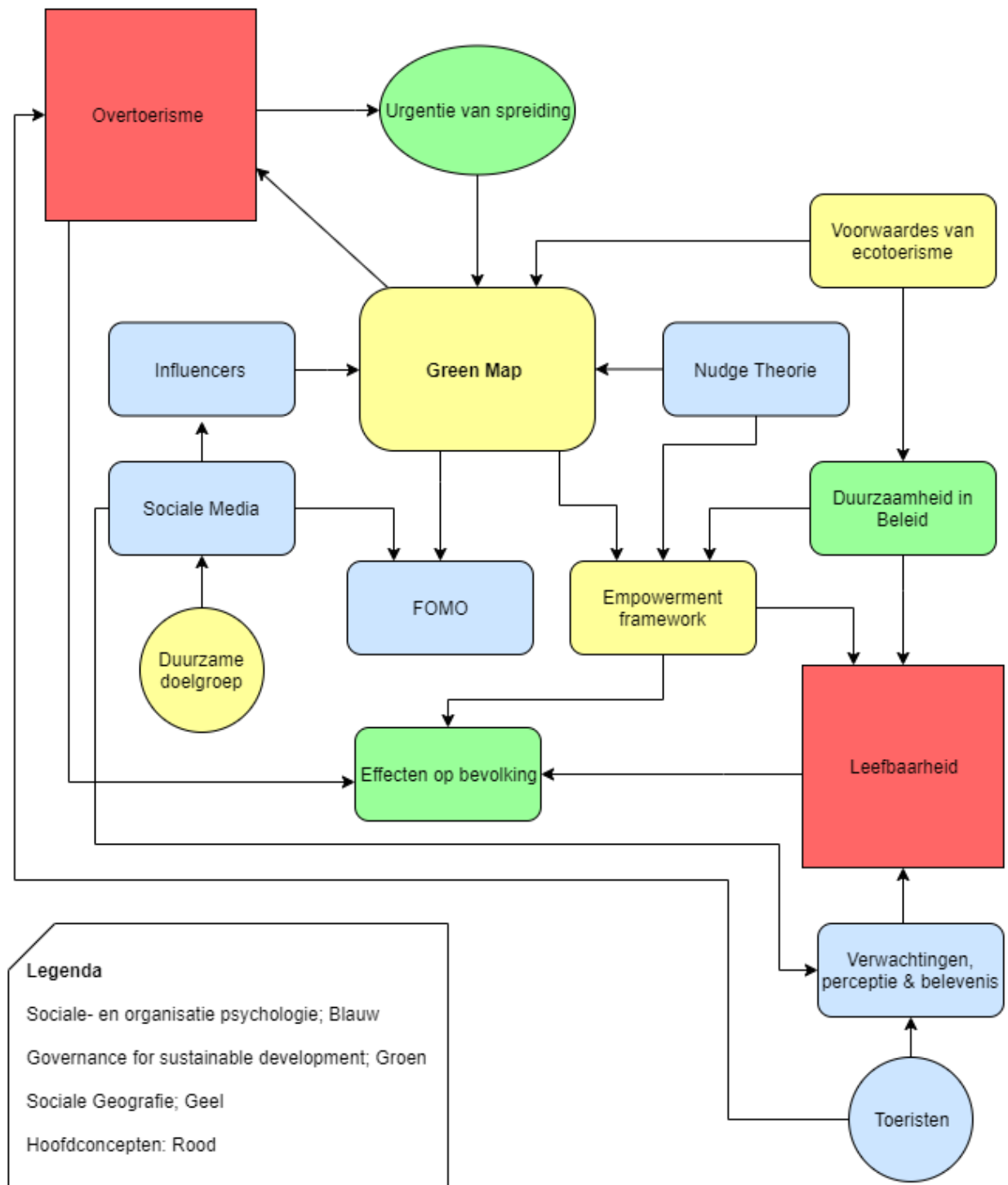
Verwoording hoofdconcept	Gebruikte term	Definitie
Sociale psychologie	Massatoerisme	Een fenomeen dat in stand wordt gehouden door de toeristen.
<i>Governance for Sustainable Development</i>	Toerisme/negatieve effecten van toerisme	De grote hoeveelheid bezoekers die Amsterdam per jaar ontvangt door het stadsbeleid.
Sociale geografie	Overtourisme/ negatieve effecten van massatoerisme	Massatoerisme dat negatieve effecten heeft op de lokale bevolking.
Nieuwe overkoepelende term	Overtourisme	(Massa)toerisme dat negatieve effecten heeft op de lokale bevolking en in stand wordt gehouden door zowel de toeristen als het huidige stadsbeleid van Amsterdam.

Tabel 2.2. De extensie van (goal 3) leefbaarheid/ kwaliteit van leven

Verwoording concept	Gebruikte term	Definitie
Sociale psychologie	Leefbaarheid/levenskwaliteit	De mate waarin de levenskwaliteit van de lokale bevolking positief ervaren wordt.
<i>Governance for Sustainable Development</i>	Leefbaarheid	De mate waarin de behoeften van de bewoners zowel subjectief als objectief gewaarborgd worden.
Sociale geografie	Leefbaarheid	De mate waarin een plek/wijk aantrekkelijk en geschikt is om te wonen of werken.
Nieuwe term	Leefbaarheid	De mate waarin een leefomgeving zowel objectief als subjectief, aantrekkelijk en geschikt is om te wonen en werken en de beleving van lokale bevolking positief ervaren wordt.

Door de techniek ‘organisatie’ (Repko & Szostak, 2017, p.286), zijn alle belangrijke inzichten en concepten uit de disciplinaire hoofdstukken geordend en met elkaar in verband gebracht. Figuur 2.1 weergeeft deze organisatie van concepten. Hieruit volgde de *More Comprehensive Understanding* die antwoord geeft op de hoofdvraag van dit onderzoek. In het volgende hoofdstuk is deze *More Comprehensive Understanding* te lezen.

Figuur 2.1. De organisatie van verschillende disciplinaire concepten



Hoofdstuk 3: De Integratie

In dit hoofdstuk is de gecreëerde *More Comprehensive Understanding* per centraal onderwerp beschreven. De verkregen disciplinaire inzichten vormen hier samen een holistisch beeld over de centrale onderwerpen, wat leidt tot een antwoord op de hoofdvraag van dit interdisciplinaire onderzoek. Als eerst zal erin worden gegaan op het centrale probleem, *overtourisme*, om duidelijk te maken wat het probleem in stand houdt. Vervolgens wordt er gekeken naar het tweede hoofdconcept *leefbaarheid*, om de huidige situatie in kaart te brengen en initiatieven die de leefbaarheid verbeteren samen te brengen. Tot slot zal de *Green Map* strategie besproken worden in de vorm van een beleidsaanbeveling, waarbij een concreet antwoord zal worden gegeven op de hoofdvraag; *Hoe kan de gemeente Amsterdam overtourisme in de binnenstad aanpakken om de leefbaarheid van de lokale bevolking te verbeteren, als stap naar ecotoerisme?*

Overtourisme

Na de bevindingen in het literatuuronderzoek, zijn wij tot de conclusie gekomen dat overtourisme in Amsterdam in stand wordt gehouden door het huidige stadsbeleid van Amsterdam en door de gedragingen en perceptie van de toeristen. Allereerst is de kwantitatieve toeristenstroom zo groot geworden dat de leefbaarheid van de Amsterdamse bewoners niet meer gegarandeerd wordt. Deze bewoners kampen met overvolle publieke ruimtes, geluidsoverlast, afval en asociale gedrag van toeristen. De gemeente van Amsterdam heeft hiervoor in 2018 een beleidsplan (Stad in Balans, 2018-2022) opgezet om overtourisme tegen te gaan. Echter, zit dit nog in de onderzoeksfase. Omdat het beleidsplan in de kinderschoenen staat, is het vooral nu lastig om concreet aan te geven of men de leefbaarheid van Amsterdam daadwerkelijk zal waarborgen.

De grote groep toeristen speelt een significante rol in overtourisme. Door verliesaversie en het gevoel van *FOMO* hechten toeristen zich aan de populaire toeristische plekken. Sociale media is van groot belang bij het vormgeven van de verwachtingen en keuzes van de toeristen. De zogeheten Instagram *posts* en dergelijke sociale media-uitingen kunnen het gevoel van *travel FOMO* versterken, waardoor een grote mate van *conform* gedrag van toeristen te zien is. Deze

angst kan ertoe leiden dat reiskeuzes worden bepaald door wat de toerist denkt te moeten doen of wat hij/zij anderen ziet doen. Zij krijgen immers het gevoel dat ze de plekken, die door de *influencers* worden *gehyped*, niet mogen missen. Het afwijken van bekende toeristische plekken wordt hierdoor eerder geassocieerd met een gevoel van een verlies dan winst. Dit gevoel treedt met name op wanneer de ervaring niet uitpakt als de beoogde verwachtingen die zijn gecreëerd door sociale media.

Door overtoerisme in het centrum van Amsterdam is de urgentie ontstaan om door middel van beleid, de kwantitatieve toeristenstroom te spreiden over een groter vlak van Amsterdam. Hiervoor biedt de *Green Map* een oplossing, die door het spreiden van toeristen, de leefbaarheid voor de lokale bewoners zal kunnen verbeteren.

Leefbaarheid

Een van de aspecten van ecotoerisme is het waarborgen van de leefbaarheid van de lokale bewoners. Echter, de grote hoeveelheid toeristen die Amsterdam komen bezoeken zorgen ervoor dat de leefbaarheid van de bewoners niet meer gegarandeerd wordt. Overtoerisme heeft dus een negatieve invloed op de perceptie van bewoners.

Leefbaarheid kan door middel van zowel subjectieve als objectieve factoren gemeten worden. Om de leefbaarheid van de stad opnieuw te garanderen heeft de gemeente van Amsterdam het beleidsplan ‘Stad in Balans’ opgezet. Hierin worden verschillende maatregelen genoemd die de leefbaarheid positief zouden moeten aanpakken. In tabel 2 Bijlage 1 (pagina. 73) wordt getoond welke subjectieve en objectieve factoren van de leefbaarheid voorkomen in het beleidsplan van Amsterdam.

Eén van de maatregelen die het beleid neemt om de leefbaarheid te verbeteren is het ruimtelijk spreiden van toerisme. Hiermee wordt bedoeld dat toeristen effectief verspreid worden binnen en buiten Amsterdam. Echter is het wel van belang dat de andere voorwaarden van ecotoerisme in het oog gehouden worden, zowel in Amsterdam zelf als op de locatie waar de toeristen heen worden geleid. Het spreiden van toeristen moet geen negatief effect hebben op het ecotoerisme in Amsterdam of op andere plekken. Communicatie en samenwerking tussen gemeenten en hun bevolking is hierbij essentieel.

Daarnaast is er geconcludeerd dat het huidige beleidsplan van Amsterdam aspecten van ecotoerisme bevat, maar dat niet alle voorwaarden wordt voldaan. Om ecotoerisme volledig te

verwezenlijken, moeten er maatregelen komen die ervoor zorgen dat de bevolking direct profiteert van ecotoerisme. Bovendien moeten deze maatregelen er ook voor zorgen dat de bevolking zich *empowered* zal voelen.

Empowerment is tevens een manier om de leefbaarheid van een stad positief te veranderen. Het *empowerment framework* van Scheyvens (1999) geeft aan dat de lokale bevolking maximaal profiteert van (eco)toerisme als zij zich *empowered* voelt. Een gemeenschap kan op vier manieren *empowerment* ervaren: economisch, psychologisch, sociaal en politiek (p.247). De lokale bevolking moet daarom controle krijgen over initiatieven voor ecotoerisme in hun omgeving, zodat ze zich empowered kunnen voelen, zie tabel 1.3.1 (pagina. 38.) voor de verschillende vormen van *empowerment*.

Green Map

De gemeente Amsterdam kan overtoerisme in de binnenstad aanpakken en de leefbaarheid voor de lokale bevolking verbeteren door, aan de hand van een *Green Map*, toeristen effectief te spreiden binnen en buiten Amsterdam, rekening houdend met de voorwaardes van ecotoerisme.

De gemeente van Amsterdam is al van plan om hun toeristen in de toekomst beter te spreiden, in het huidige beleid bevindt het spreidingsplan zich echter nog in de onderzoeksfase die pas afgerond is in 2025. De urgentie om toeristen effectief te spreiden is echter groot, een plan is nodig om de leefbaarheid van de lokale bevolking te waarborgen. Een *Green Map* vormt een concreet plan dat relatief snel uit te voeren is, hierdoor is het een interessant initiatief voor de gemeente van Amsterdam.

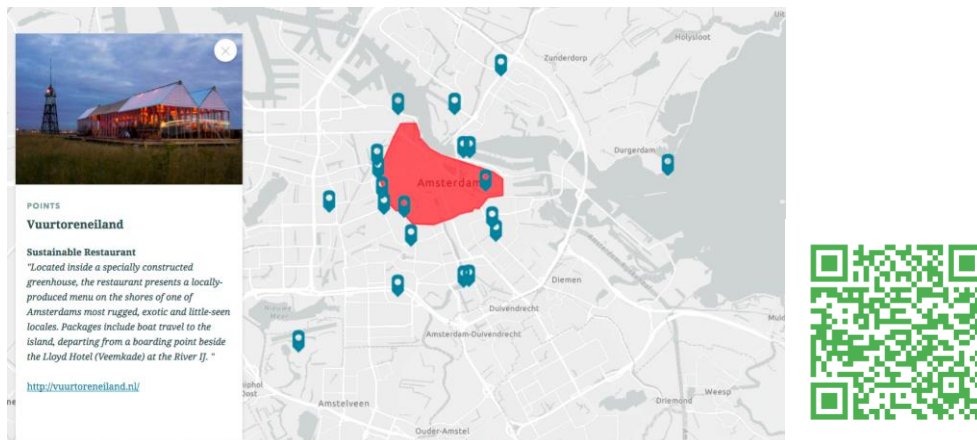
Een *Green Map* is een kaart die de ecologische duurzame initiatieven weergeeft binnen een stad of wijk. De *Green Map* kan worden gebruikt om de toeristen te spreiden door initiatieven buiten de overtoeristische gebieden te belichten. Daarnaast laat het toeristen in contact laten komen met duurzame initiatieven van de bewoners van Amsterdam en informeert het de toeristen over de ecologische impact van specifieke toeristische attracties. De *Green Map* voldoet echter pas aan de voorwaardes van ecotoerisme, wanneer de lokale bevolking wordt *empowered*. Het is daarom van belang dat de *Green Map* wordt gemaakt in een samenwerkingsverband tussen de gemeente van Amsterdam en haar lokale bevolking, zodat beiden van de kaart kunnen profiteren.

Momenteel verleent de gemeente van Amsterdam al subsidies aan duurzame organisaties en projecten, hierdoor wordt het aantrekkelijker voor de bewoners om een duurzame onderneming te starten, die vervolgens op de *Green Map* geplaatst kan worden. Daarnaast streeft de gemeente ernaar om meer diversiteit in winkelgelegenheden te creëren en duurzame festivals rondom Amsterdam te promoten. De *Green Map* sluit dus aan bij de toekomstige plannen van de gemeente, genoemd in ‘Stad in Balans’.

De *Green Map* communiceert dus de ecologische duurzame initiatieven naar (eco)toeristen, in de hoop dat dit de keuzes van de toerist beïnvloedt. Het is dus een voorbeeld van *nudging*, waarbij de gemeente samen met de lokale bevolking de ‘keuze architecten’ zijn. *Nudging* kan zeer effectief zijn wanneer de uitvoering goed aansluit bij de omgeving waarin het gedrag plaatsvindt, zodat de *nudge* goed kan interveniëren in het denkproces.

Door de grote mediadekking over klimaatverandering en het belang van duurzaam leven, is sociale media een geschikt platform om de *Green Map* op te promoten. *Influencers* op sociale media kunnen bijvoorbeeld hun volgers informeren over de *Green Map*. Op deze manier wordt de “groene doelgroep”, mensen die geïnteresseerd zijn in ecologisch duurzaam leven en handelen, effectief bereikt en beïnvloedt. De *Green Map* dient dus als een instrument om de groene doelgroep te beïnvloeden. Een *influencer* kan bijvoorbeeld het *FOMO*-gevoel creëren bij zijn of haar volgers, waardoor de volgers ook zelf bestemmingen van de *Green Map* willen bezoeken. Om het toegankelijker te maken voor toeristen kan er gebruik gemaakt worden van QR-codes, die naar de *Green Map* worden geleid door middel van de camera van de smartphone van de toerist. Deze QR-codes worden op drukke Amsterdamse *hotspots* geplaatst om een groter publiek te bereiken. Zo vindt *Nudging* dus op verschillende schalen plaats; door middel van de *Green Map* zelf, via QR-codes, via sociale media en door de *influencers*. In figuur 3.1 staat een voorbeeld van hoe een digitale *Green Map* eruit kan zien en kan functioneren.

Figuur 3.1. Green map met QR-code



* Voor online weergave, scan de code met de camera op uw smartphone

Conclusie

Via dit interdisciplinaire onderzoek hebben wij een alternatieve oplossing gevonden ten opzichte van het artikel van Zef Hemel. In de inleiding werd de volgende hoofdvraag gesteld: “*Hoe kan de gemeente Amsterdam overtoerisme in de binnenstad aanpakken om de leefbaarheid van de lokale bevolking te verbeteren, als stap naar ecotoerisme?*” Uit de integratie is voortgekomen dat aan de hand van een *Green Map* toeristen, door middel van *nudging*, verspreid kunnen worden op een manier die voldoet aan de voorwaardes van ecotoerisme. Dit verlicht de toeristische druk op de binnenstad, waardoor de bewoners minder overlast ervaren en de leefbaarheid kan worden verbeterd. De *Green Map* dient de bewoners binnen en buiten Amsterdam *empowerment* te laten ervaren, dit allen vereist echter samenwerking zowel tussen de burger en de gemeente als tussen de gemeenten.

Een cruciaal onderdeel van onderzoek doen is het reflecteren op het eigen onderzoek op een kritische manier. De sterke en zwakke punten van dit interdisciplinaire onderzoek worden in deze conclusie/discussie duidelijk gemaakt.

Door de combinatie van disciplinaire inzichten en het feit dat er voorheen weinig interdisciplinair onderzoek is gedaan over het bestrijden van overtoerisme in Amsterdam, heeft dit onderzoek een nieuw breder beeld gegeven van zowel het probleem, overtoerisme, als de *goal*, het realiseren van ecotoerisme. De bevindingen van dit onderzoek voegen hierdoor toe aan de huidige wetenschappelijke debatten over overtoerisme bestrijding in Amsterdam, het ruimtelijk spreiden van toeristen en stedelijk ecotoerisme. Daarnaast bevat het een concrete beleidsaanbeveling die gericht is op de gemeente Amsterdam.

Binnen dit onderzoek is gekozen om gebruik te maken van de disciplines: Sociale psychologie, *Governance for Sustainable Development* en Sociale geografie. Ondanks dat deze disciplines goed aansluiten op de hoofdvraag, zijn er ook andere disciplines die hadden kunnen bijdragen aan het beantwoorden van de hoofdvraag. Allereerst had de discipline Economie bij kunnen dragen aan dit onderzoek. Door te kijken naar het economisch aspect van toerisme zal een andere kant van een van de belangrijkste aannames van dit onderzoek positief belicht kunnen worden. Toerisme is namelijk essentieel voor de groei van de economie van een land. Door te

kijken naar het belang van toerisme in de economische zin en de afhankelijkheid van de toeristen in Amsterdam, hadden we mogelijk tot betere inzichten kunnen komen.

Ook gegeven dat alle drie de disciplines binnen de Sociale wetenschap vallen, missen we een bèta-discipline die wellicht relevant kan zijn voor dit onderzoek. Vanuit de milieuwetenschappen had bijvoorbeeld de leefbaarheid bekeken kunnen worden aan de hand van de CO₂-uitstoot en de aantasting van het milieu binnen de stad. De biologie had dieper in kunnen worden gegaan op de ecologische omgeving van een stad en in hoeverre die gewaarborgd worden. Meer onderzoek naar deze factoren had kunnen bijdragen aan de nuance van het beantwoorden van de hoofdvraag.

Meer interdisciplinaire vervolgonderzoeken zijn echter nodig om het bestrijden van overtoerisme en het faciliteren van ecotoerisme concreet te kunnen aanpakken door middel van beleid. Voor een vervolgonderzoek zou de ethiek van de *nudge* theorie en *empowerment* vanuit de beleidsmakers betrokken kunnen worden.

Literatuurlijst

Aggelos Panayiotopoulos & Carlo Pisano (2019). Overtourism Dystopias and Socialist Utopias: Towards an Urban Armature for Dubrovnik, *Tourism Planning & Development*, 16:4, 393-410, DOI: 10.1080/21568316.2019.1569123

Alemanno, A. (2012). Nudging smokers – The behavioural turn of tobacco risk regulation. *European Journal of Risk Regulation*, 1/2012, 32–42.

AT5. (11 december 2018). Spandoek op de Wallen: ‘Geen alcohol in de publieke ruimte’. [Persbericht]. Geraadpleegd van <https://www.at5.nl/artikelen/189452/spandoek-op-wallen-geen-alcohol-in-de-publieke-ruimte>

Avineri, E., & Bovy, P. H. (2008). Identification of parameters for a prospect theory model for travel choice analysis. *Transportation Research Record*, 2082(1), 141-147

Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (n.d.). *Wat is de Leefbaarometer?* Geraadpleegd van <https://leefbaarometer.nl/page/leefbaarometer>

Blamey, R. K. (2001). Principles of ecotourism. *The encyclopedia of ecotourism*, 2001, 5-22.

Booking global. (2018, April 17). Geraadpleegd van <https://globalnews.booking.com/where-sustainable-travel-is-headed-in-2018/>

Calhoun, C. (Ed.). (2002). *Dictionary of the social sciences*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Cheia, G. (2013). Ecotourism: Definition and concepts. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (15), 56-60

- CBS. (2018). *Werkgelegenheid in banen, werkzame personen, arbeidsjaren en gewerkte uren*. Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-arbeidsmarkt/banenwerkgelegenheid/toelichtingen/werkgelegenheid-in-banen-werkzame-persoonen-arbeidsjaren-en-gewerkte-uren>
- CBS Statline (2019): *Logiesaccommodaties; gasten, overnachtingen, bezettingsgraad, kerncijfers*. Gewijzigd op: 27 september 2019. Geraadpleegd van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82058NED/table?fromstatweb>
- Chris Hodkinson (2016) 'Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model, *Journal of Marketing Communications*, 25:1, 65-88, DOI: 10.1080/13527266.2016.1234504
- Dodds, R., & Joppe, M. (2003). The application of ecotourism to urban environments. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 51(2), 157-164.
- Engelen, E. (2019). Snuifas. De Groene Amsterdammer. Geraadpleegd van: <https://www.groene.nl/artikel/snuifas>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Garzberg, T (2015). How real is FOMO (Fear Of Missing Out)? Top causes, symptoms and cures? Geraadpleegd van <http://www.quora.com/How-real-is-FOMO-Fear-Of-Missing-Out-T-op-causes-symptoms-and-cures>
- Geels, M. (2018). I Amsterdam-letters definitief weg van Museumplein. Geraadpleegd van <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/11/08/i-amsterdam-letters-definitief-weg-van-museumplein-a2754510>

Gemeente Amsterdam. (n.d.). Amsterdam elektrisch. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/parkeren-verkeer/amsterdam-elektrisch/>

Gemeente Amsterdam. (n.d.). Onderzoek, Informatie en Statistiek: Toerisme in Amsterdam. Geraadpleegd van <https://www.ois.amsterdam.nl/toerisme>

Gemeente Amsterdam. (2016). Aanvalsplan Schoon Amsterdam. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/afval-en-schoon/>

Gemeente Amsterdam (2016) Raadsbrief over de impact van het toenemend toerisme op de veiligheid en leefbaarheid in Amsterdam. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/college/burgemeester/artikelen/raadsbrief-impact/>

Gemeente Amsterdam. (2016). Regels voor rondleidingen op de Wallen. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/stadsdelen/stadsdeel-centrum/drukke-balans/rondleidingen/#h10830749-8be0-43dc-b8a9-91da930487e2>

Gemeente Amsterdam. (2018). Campagne gedragsregels uitgaansgebieden. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/ambities/fijne-buurt/overlast-centrum/regels-bezoekers/>

Gemeente Amsterdam. (2018). Diversiteit winkels en voorzieningen. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/stad-in-balans/diversiteit/>

Gemeente Amsterdam. (2018). Forse stijging aantal boetes voor afvalovertredingen. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/college/wethouder/laurens-ivens/persberichten/forse-stijging>

Gemeente Amsterdam (2018a) Stad in Balans 2018-2022; Naar een nieuw evenwicht tussen leefbaarheid en gastvrijheid. Geraadpleegd van

https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/908914/stad_in_balans_definitief.pdf

Gemeente Amsterdam (2018b) Stadsenquête Drukte en Balans. Geraadpleegd van

https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/870709/0_samenvatting_stadsenquete_drukte_en_balans_2017.pdf

Gemeente Amsterdam. (2019). Amsterdam Autoluw. Geraadpleegd van

<https://www.amsterdam.nl/nieuws-zuidoost/vervolg-amsterdam-autoluw/>

Gemeente Amsterdam (2019a). De Staat van de Stad Amsterdam X *Ontwikkelingen in participatie en leefsituatie*. Geraadpleegd van

https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/920318/2019_staat_van_de_stad_x.pdf

Gemeente Amsterdam (2019). Duurzaam bedrijf of instelling. Geraadpleegd van

<https://www.amsterdam.nl/wonen-leefomgeving/duurzaam-amsterdam/bedrijf-instelling/>

Gemeente Amsterdam (2019). Hoe zit het met de schepen- en luchtvaart. Geraadpleegd van

<https://www.amsterdam.nl/veelgevraagd/?caseid=%7BD111026F-3859-4FEE-9C80-E1B183F67DBB%7D>

Gemeente Amsterdam (2019b). Particuliere vakantieverhuur. Geraadpleegd van

<https://www.amsterdam.nl/wonen-leefomgeving/wonen/particuliere/>

Gemeente Amsterdam. (2019). Spreiding stad en regio. Geraadpleegd van

<https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/stad-in-balans/spreiding/>

Gemeente Amsterdam (2019c). Voortgangsbrief Stad in Balans, Programma Stad in Balans 2018-2022 en afdoening motie 1121 van de leden Ernsting en Roosma inzake I Amsterdam letters (TA203.8001053), motie 1173 van het lid N.T. Geraadpleegd van https://assets.amsterdam.nl/publish/pages/870709/voortgangsbrief_aan_raad_stad_in_balans_definitief.pdf

Gemeente Amsterdam. (2019). Water en varen. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/water-varen/>

Generationnomads. (2019, 2 mei). *The Fear of Missing Out (FOMO) while traveling*. Geraadpleegd van <https://medium.com/@generationnomads/the-fear-of-missing-out-fomo-while-traveling-858242c7542f>

Globe '90. (1990) *An Action Strategy for Sustainable Tourism Development*, Ottawa: Tourism Canada.

Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*. <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf>

Green map (2019). Maps and Projects that Engage and Activate. Geraadpleegd van www.greenmap.org

Hedges, K. (2014). *Do You Have FOMO: Fear Of Missing Out?* Geraadpleegd van <http://www.forbes.com/sites/work-in-progress/2014/03/27/do-you-have-fomo-fear-of-missing-out/>

- Hemel, Z. (2019). Een nieuwe historische binnenstad. Geraadpleegd van <https://www.amsterdam.nl/nieuws/nieuws/binnenstad-2040/>
- Huang, H. (2016). Media use, environmental beliefs, self-efficacy, and pro-environmental behavior. *Journal of Business Research*, 69(6), 2206-2212.
- I amsterdam. (2019) Spreiding naar de regio. Geraadpleegd van <http://magazines.iamsterdam.com/boma-2016#!/amsterdam-bezoeken-holland-zien>
- Joppe, M., & Dodds, R. (2000). Urban Green Tourism: Applying ecotourism principles to the city. In *Proceedings of the TTRA-Canada Conference*.
- Jood, T. E. (2017). Missing the present for the unknown: the relationship between fear of missing out (fomo) and life satisfaction. *University of South Africa, Africa*.
- Kahneman, D. (2012). *Thinking, fast and slow*. London: Penguin Books.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2016). Self-branding, “micro-celebrity” and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*. Advance online publication.
- KNMI. (n.d.) *Luchtkwaliteit*. Geraadpleegd van <https://www.knmi.nl/kennis-en-datacentrum/uitleg/luchtkwaliteit>
- Koens, K., Postma, A., Papp, B. (2018). *Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context*. In: *Sustainability*, 2018, 10, 4384.

- Lieberman, M. D. (2013). *Social: Why our brains are wired to connect*. New York, USA: Crown Publishing Group (NY).
- Liu, Y., Yang, J., & Liu, M. (2008, July). Recognition of QR Code with mobile phones. In *2008 Chinese control and decision conference* (pp. 203-206). IEEE.
- Miller, D., Merrilees, B., & Coghlan, A. (2015). Sustainable urban tourism: understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 26-46.
- Ministerie, V. R. O. M. (2004). Leefbaarheid in wijken. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2004/03/01/leefbaarheid-van-wijken>
- Moodley, C. (2017, 15 November). *5 signs that you have travel FOMO*. Geraadpleegd van <https://www.iol.co.za/travel/travel-tips/5-signs-that-you-have-travel-fomo-12009479>
- Mont, O., Lehner, M., & Heiskanen, E. (2017). *Nudging a tool for sustainable behavior?* The Swedish Environmental Protection Agency.
- Nagel, P. (2018). Psychological Effects during Cryptocurrency Trading.
- Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (2019). Toekomstscenario's inkomend toerisme 2030. Geraadpleegd van <https://nbtc.nl/nl/home/kennis-data/cijfers.htm>
- Oberst U, Wegmann E, Stodt B, et al. (2017) Negative consequences from heavy social networking in adolescents: the mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence* 55:51–60.
- Ockhuysen, R. (2018, 29 mei). *Amsterdam start campagne tegen huftergedrag toeristen*. Geraadpleegd van <https://www.parool.nl/nieuws/amsterdam-start-campagne-tegen-huftergedrag-toeristen~b9839aca/>

- Przybylski AK, Murayama K, DeHaan CR, et al. (2013) Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior* 29(4): 1841–1848.
- Qiu, T. (2019). *Discrete choice models for tourism destination choice: integrating the role of past travel experience*(Doctoral dissertation, The Hong Kong Polytechnic University).
- Reefe, E. (2018, 4 juli). *What is travel FOMO and how to avoid it*. Geraadpleegd van <https://www.kiwireport.com/travel-fomo-avoid/>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.
- Rosenow, J.E.; Pulsipher, G.L. *Tourism the Good, the Bad, and the Ugly*; Media Productions & Marketing: Lincoln, NE, USA, 1979; 264p.
- Sahadat I. (2018, 10 aug). Help, de stad verzuipt in de toeristen (en zo lossen we dat op). *De Volkskrant*. Geraadpleegd van <https://www.volkskrant.nl>
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism management*, 20(2), 245-249.
- Seraphin, H., Sheeran, P., Pilato, M. (2018). *Over-tourism and the fall of Venice as a destination*. In: *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374-376.
- Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A consumption perspective. *Journal of Ecotourism*, 5(1-2), 7-22.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.

Sheeran, P. (2002). Intention—behavior relations: A conceptual and empirical review. *European review of social psychology*, 12(1), 1-36.

Statravel. (2017). What is FOMO?. Geraadpleegd van
<https://www.statravel.com.au/fomo.htm>

Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of tourism research*, 35(2), 448-468.

Thaler, Richard H. and Sunstein, Cass R. (2008) *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

UNWTO (2018, mei). *Annual Report 2017*. Geraadpleegd van
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>

Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.

Utrecht University (2019). *Reader Policy Evaluation*. [PowerPoint Sides]. Developed for the course Policy Evaluation and Design. Geraadpleegd van
https://uu.blackboard.com/bbcswebdav/pid-3306955-dt-content-ri-29391700_2/courses/GEO-2019-1-GEO2-2113-V/Policy%20Evaluation%202019.pdf

Van Dale (2019). Geraadpleegd van
<https://www.vandale.nl/vakantiewoord-toerisme>

Witteaman, J. (2016). *Airbnb: de yuppen de lusten, de rest van de stad de lasten*. Geraadpleegd van <https://www.volkskrant.nl/economie/airbnb-de-yuppen-de-lusten-de-rest-van-de-stad-de-lasten~b910a27e/>

Weaver, D. B. (2005). Comprehensive and minimalist dimensions of ecotourism. *Annals of tourism research*, 32(2), 439-455.

We Live Here. (n.d.). I Live Here- A community –driven campaign. Geraadpleegd van <https://welfarehere.amsterdam/about/>

West, P., Carrier, J., FogOlwig, K., Stronza, A., Swain, M., Yelvington, K., ... & Carrier, J. (2004). Ecotourism and authenticity: Getting away from it all?. *Current Anthropology*, 45(4), 483-498.

Zhang, Y., Xu, J. H., & Zhuang, P. J. (2011). The spatial relationship of tourist distribution in Chinese cities. *Tourism Geographies*, 13(1), 75-90.

Bijlagen

Bijlage 1. Tabellen.

Tabel 1.

Factoren voor leefbaarheid	Indicatoren	Objectief/subjectief	Aantoonbaarheid
Economisch domein	Inkomen*	Objectief	Bbp van de bewoners van Amsterdam.
	Werkgelegenheid*	Objectief	Meting: werkgelegenheid in persoon (CSB).
	Tevredenheid over werk en werkgelegenheid*	Subjectief	Enquêtes en interviews onder de bewoners van Amsterdam (Uysal et al, 2015).
Sociaal-cultureel domein	Criminaliteit*	Objectief	Aantal misdaden per jaar in Amsterdam (Uysal et al, 2015).
	Criminaliteit*	Subjectief	Interviews naar de perspectief van veiligheid binnen de bewoners van Amsterdam (Uysal et al, 2015).
	Bewoners samenstelling+	Objectief	Meteen aandeel allochtonen in de buurt (VROM 2004, 31).
	Bewoners samenstelling+	Subjectief	Tevredenheid onder de bewoners over de bewoners samenstelling (VROM 2004).
	Sociale cohesie+	Subjectief	Gebruik van een GSB (VROM 2004, p24).
	Contact buurbewoners +	Subjectief	Interviews over het gevoel van sociale cohesie tussen buurbewoners (VROM 2004,

			p32).
	Overlast omwonenden*	Subjectief	Interviews met Amsterdammers om hun perspectieven op overlast aan te tonen. Binnen één interview kunnen de meerdere vormen van overlast bevestigd worden (Uysal et al, 2015).
	Overlast toerisme*	Subjectief	
	Rommel op straat*	Subjectief	
	Stank*	Subjectief	
	Geluidsoverlast*	Subjectief	
Fysiek en natuurlijk domein	Fysieke gezondheid*	Objectief	Hoeveelheid dokters per 1000 inwoners (Uysal et al, 2015, p251).
	Luchtkwaliteit*	Objectief	Metingen luchtkwaliteit (KNMI).
	Woningtevredenheid+	Subjectief	Oordeel op basis van een schaalscore (1t/m10) (VROM, 2004, p16)
	Hoeveelheid groen in de stad+	Objectief	Aanwezigheid van parken en plantsoenen per hectare (VROM 2004, p25).
	Hoeveelheid groen in de stad+	Subjectief	Tevredenheid onder de bewoners over de hoeveelheid groen in een wijk (VROM, 2004, p25).
	Winkels in de buurt+	Objectief	Dichtheid aantal winkels rondom de buurt (VROM, 2004, p23)
	Winkels in de buurt+	Subjectief	Tevredenheid onder de bewoners over de hoeveelheid en soort winkels in een de buurt (VROM, 2004, p25).

	Parkeervoorzieningen	Objectief	Hoeveelheid parkeervoorzieningen per inwoner (VROM, 2004, p20).
	Parkeervoorzieningen	Subjectief	Tevredenheid over de hoeveelheid en dichtbijgeparkeervoorzieningen (VROM, 2004, p20).
	Openbaarvervoer+	Objectief	Kwaliteit ov-haltes (VROM, 2004, p26).
	Openbaarvervoer+	Subjectief	Tevredenheid over de kwaliteit van het openbaarvervoer (VROM, 2004, p26).

Tabel 2

Factoren voor leefbaarheid	Indicatoren	Objectief/subjectief	Frequentie aanwezigheid in beleid
Economisch domein	Inkomen*	Objectief	
	Werkgelegenheid*	Objectief	
	Tevredenheid over werk en werkgelegenheid*	Subjectief	
Sociaal-cultureel domein	Criminaliteit*	Objectief	
	Criminaliteit*	Subjectief	
	Bewoners samenstelling+	Objectief	
	Bewoners samenstelling+	Subjectief	
	Sociale cohesie+	Subjectief	II
	Contact buurtbewoners +	Subjectief	
	Overlast omwonenden*	Subjectief	
	Overlast toerisme*	Subjectief	III
	Rommel op straat*	Subjectief	III
	Stank*	Subjectief	I
	Geluidsoverlast*	Subjectief	II
Fysiek en natuurlijk	Fysieke gezondheid*	Objectief	
	Luchtkwaliteit*	Objectief	I

domein	Hoeveelheid groen in de stad+	Objectief	I
	Hoeveelheid groen in de stad+	Subjectief	
	Winkels in de buurt+	Objectief	I
	Winkels in de buurt+	Subjectief	I
	Parkeervoorzieningen +	Objectief	
	Parkeervoorzieningen +	Subjectief	
	Openbaarvervoer+	Objectief	
	Openbaarvervoer+	Subjectief	

Bijlage 2. Begrippen.

Begrip 1.

Een ex nunc beleidsevaluatie houdt in dat een beleid dat nog wordt uitgevoerd (dus nog niet afgerond is) geëvalueerd wordt (Utrecht University, 2019, p3). Een evaluatie van een afgerond beleid kan soms te laat zijn in het zien van problemen binnen een beleid. Hierdoor zullen de doelen van het beleid niet gehaald worden, maar is er wel een lange tijdsperiode verstreken. Een ex-nunc evaluatie wordt daarom tijdens het doorvoeren van het beleid gedaan en laat zien of het beleid de goede, gewenste richting op gaat of dat er veranderingen in het beleid nodig zijn. Een beleid gaat de gewenste richting op als het de aangegeven problemen positief aanpakt. In het geval van Amsterdam, gaat het beleidsplan 'Stad in Balans' de goede richting op wanneer de leefbaarheid van de stad omhoog gaat.