

Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme



Colofon

Deze rapportage is samengesteld door HZ Kenniscentrum Kusttoerisme in opdracht van Provincie Zeeland.

2021, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Bij het samenstellen van deze publicatie is de grootste zorgvuldigheid betracht. HZ Kenniscentrum Kusttoerisme is echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie in deze publicatie.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364
4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 – 489 850
E-mail: kenniscentrumtoerisme@hz.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl

Auteurs

Harm IJben
Maarten Soeters

Fotografie

Beeldbank Provincie Zeeland
Beeldarchief HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
www.unsplash.com

Grafische vormgeving

Studio Meesterwerk



Inhoud

Colofon	2
Inleiding	5
1. Betrokkenheid	6
1.1 Definitie	6
1.2 Betrokkenheidsverlangen	6
1.3 Betrokkenheidstekort	7
1.4 Niveaus van betrokkenheid	7
1.5 De dijk van betrokkenheid	8
1.6 Betrokkenheid onderzoeken	10
2. Burgerparticipatie	12
2.1 Definitie	12
2.2 Burgerparticipatie in de praktijk	12
2.3 Soorten burgerparticipatie	12
3. Dubbele benadering	13
4. Betrokkenheid én burgerparticipatie in Zeeland	14
4.1 Eerste generatie burgerparticipatie in Zeeland	14
4.2 Tweede generatie burgerparticipatie in Zeeland	14
4.2.1 Uitgelicht	15
4.3 Derde generatie burgerparticipatie in Zeeland	15
4.3.1 Uitgelicht	16
5. Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme	17
5.1 Beleidsinstrument 1: Sturen op het bezoek aan een bestemming	18
5.1.1 Goedkopere ov-trajecten	18
5.1.2 Dynamic off-peak pricing	18
5.1.3 Samenwerking musea	18
5.2 Beleidsinstrument 2: Sturen op toegang en voorzieningengebruik ter plaatse	19
5.2.1 Een themajaar	19
5.2.2 Voorzieningen in de daluren	19
5.2.3 (Ver)plaatsing (nieuw)aanbod	20
5.2.4 Een heatmap	20
5.3 Beleidsinstrument 3: Sturen op gedrag van bezoekers	21
5.3.1 City Hosts	21
5.3.2 Bewustwordingscampagne	21
5.3.3 Voluntourism	22
5.3.4 Reinvent Tourism	22
5.3.5 Bezoekersbelofte	22
5.3.6 De reisgids van de toekomst	23
5.3.7 De hier-moet-je-zijn-kaart	23
5.4 Beleidsinstrument 4: Sturen op faciliteiten voor toerisme: vergroten of verkleinen	24
5.4.1 Balans in de woningmarkt	24
5.4.2 DNA-optimalisatie en ontwikkeling van aanbod	24
5.4.3 Verbinden van startups, creatievelingen en ambachten	24
5.5 Beleidsinstrument 5: Sturen op compensatie voor bewoners	25
5.5.1 Betrokkenheidscommunicatie	25
5.5.2 Leaflet & Infographic	25

5.5.3	Een dorpsraad	25
5.5.4	Een jongerenraad	25
5.5.5	Een themaraad	26
5.5.6	Samenlevingsfonds	26
5.5.7	Inwonerspanel	26
5.5.8	Een kinderburgemeester	26
5.5.9	Een toerismedebat	27
5.5.10	De toeristische barometer	27
5.5.11	De toeristische klaagmuur	27
5.5.12	Inwoners vereeuwigen	27
5.5.13	Ontdek je regio	27
5.5.14	Kunst in de regio	28
5.5.15	Een droomlab	28
5.5.16	Scithos	28
6.	Literatuurlijst	30
7.	Bijlagen	32
	Bijlage I: Totaaloverzicht Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme	

Figuur 1: Betrokkenheidsprofielen met hun behoefte aan betrokkenheid en vertrouwen in de gemeente (Citizens, 2018).	6
Figuur 2: The Engagement Pyramid volgens Gideon Rosenblatt (Rosenblatt, 2010).	8
Figuur 3: De dijk van betrokkenheid voor een gemeentelijk beleid met minimale inzet op betrokkenheid.	9
Figuur 4: De dijk van betrokkenheid voor een gemeentelijk beleid wat veel inzet op betrokkenheid.	9
Figuur 5: De dijk van betrokkenheid: optimale situatie.	10
Figuur 6: De dijk van betrokkenheid: optimale situatie met een gestegen waterspiegel.	16
Figuur 7: Een onderdeel van de bewustwordingscampagne in Amsterdam.	22
Tabel 1: Resultaten per RETS-component van het Inwonersonderzoek Zeeland uit 2019.	11

Inleiding

Uit het in 2019 verrichtte onderzoek naar de attitude van Zeeuwse inwoners ten aanzien van toerisme bleek onder andere dat slechts 1 op de 10 inwoners het gevoel had een stem te hebben in beslissingen rond toeristische ontwikkelingen in hun gemeente. Het hieraan gekoppelde handelingsperspectief suggereerde om inwoners de mogelijkheid te bieden om deel te nemen aan besluitvorming rondom toerisme. Om de dertien Zeeuwse gemeenten hier handvatten voor te bieden ontwikkelde HZ Kenniscentrum Kusttoerisme in opdracht van Provincie Zeeland de Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme. Deze inspiratiegids bestaat uit 33 middelen die zijn gericht op het vergroten van het draagvlak voor toerisme, enerzijds door inwoners rechtstreeks te betrekken en anderzijds door mogelijkheden te bieden om toeristische drukte te sturen waardoor overlast voor inwoners wordt verminderd.

De tools binnen deze inspiratiegids zijn gekoppeld aan de vrijetijdssector en ingedeeld in vijf categorieën. Deze categorieën zijn gekoppeld aan vijf beleidsinstrumenten die zijn opgesteld door de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (RLI) in hun advies 'Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het' als concrete sturingsmogelijkheden om met toeristische drukte om te gaan. De inspiratiegids kan zo dus enerzijds dienen voor het vergroten en/of versterken van de betrokkenheid van inwoners en bezoekers en anderzijds als middel om toeristische drukte te sturen.

Deze rapportage bevat onder andere een theoretische verkenning van de begrippen betrokkenheid en burgerparticipatie. Bovendien omvat deze rapportage de resultaten van de verrichtte deskresearch rondom de huidige mogelijkheden voor inwoners om betrokken te zijn bij hun gemeente in de provincie Zeeland. De rapportage sluit af met de tools uit de Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme. Deze zijn zo opgezet dat een gemeente aan elke tool vrij invulling kan geven. De inspiratiegids biedt gemeenten inspiratie en handvatten gericht op het vergroten van het draagvlak voor toerisme. Sommige tools uit de inspiratiegids zijn laagdrempeliger en relatief makkelijker om toe te passen binnen een gemeente, terwijl andere complexer en grootschaliger kunnen zijn. Er is sprake van een grote variëteit. Dit vertaalt zich in een inspiratiegids die in verschillende regio's kan worden ingezet. Hoewel de inspiratiegids in eerste instantie is ontwikkeld voor de dertien Zeeuwse gemeenten, is deze zonder twijfel ook toepasbaar buiten Zeeland. HZ Kenniscentrum Kusttoerisme hoopt dat gemeenten met de inspiratiegids aan de slag gaan en denkt graag mee over het meten van de effecten van tools.

De Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme is ontwikkeld om gemeenten te inspireren met tal van mogelijkheden voor het betrekken van inwoners en bezoekers bij toeristisch-recreatief beleid en om deze gemeenten hier handvatten voor te bieden. De inspiratiegids kan eventueel tegelijkertijd dienen als middel om met toeristische drukte in een gemeente om te gaan.

1. Betrokkenheid

Bij het vergroten van de betrokkenheid van inwoners in Zeeland komen een aantal belangrijke stappen naar voren. De eerste stap in dit proces is het verdiepen in het doel. Het doel is gesteld, maar wat houdt betrokkenheid eigenlijk in? Hoe werkt dit? Bij het stellen van het doel is het belangrijk om te weten wat er kan worden verwacht en wat bereikt wil worden. Een verdieping in betrokkenheid is hiervoor noodzakelijk. Ook de verwachtingen van inwoners én overheden omtrent betrokkenheid in hun gemeente zijn belangrijk om te kennen.

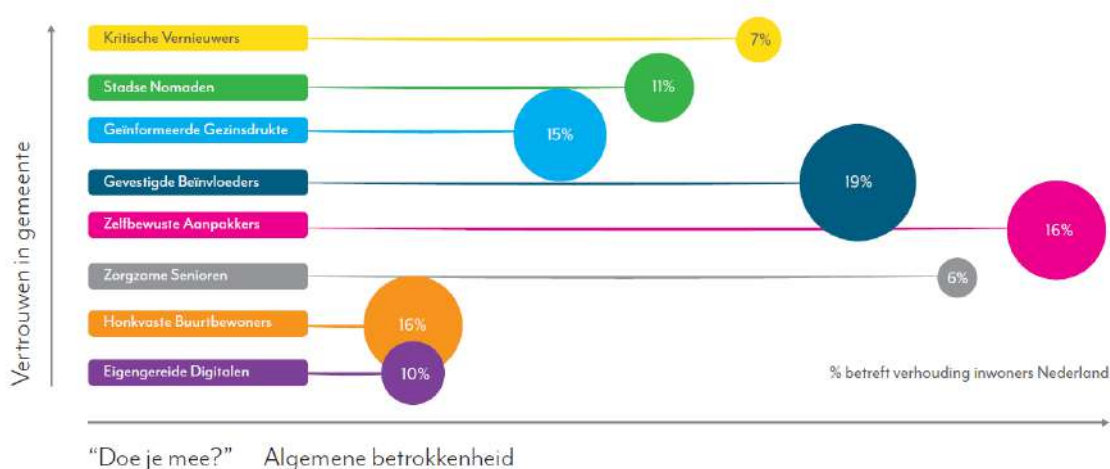
1.1 Definitie

In de Van Dale wordt betrokkenheid gedefinieerd als 'het betrokken zijn in of bij iets (=engagement)'. In het algemeen wordt bij betrokkenheid van een persoon uitgegaan van een band of verbondenheid met in ieder geval iets of iemand (Van Dale, z.d.).

1.2 Betrokkenheidsverlangens

Om antwoord te geven op de vraag in welke hoedanigheid burgers precies betrokken willen worden bij de belangen en het beleid van de overheid, moeten we als uitgangspunt nemen dat elke burger uniek is en elke burger een ander verlangen naar betrokkenheid met de overheid heeft. Sommige burgers voelen zich heel erg betrokken en willen ook veel betrokken worden, terwijl anderen zich misschien juist helemaal niet betrokken voelen en het liefst zoveel mogelijk met rust gelaten willen worden. Bovendien kan de hoedanigheid waarin burgers betrokken willen worden bij de belangen en het beleid van de overheid verschillen per type overheid. Een burger kan zich bijvoorbeeld ontzettend betrokken voelen bij de lokale overheid in zijn/haar gemeente, maar zich helemaal niet betrokken voelen bij de landelijke overheid. Hierin zijn gradaties mogelijk. In dit rapport wordt gefocust op de betrokkenheid die burgers voelen bij hun gemeente en de mate waarin burgers worden betrokken door hun gemeente.

Citizens heeft met betrekking tot dit onderwerp acht betrokkenheidsprofielen ontwikkeld. Deze profielen omschrijven bepaalde groepen burgers in Nederland. Dit is een grove indeling van de Nederlandse burgers om een beter beeld te kunnen krijgen van de typen burgers die grofweg bestaan en in hoeverre burgers uit deze verschillende groepen betrokken willen worden bij de belangen en het beleid van hun gemeente. Een overzicht van deze 8 profielen:



Figuur 1: Betrokkenheidsprofielen met hun behoefte aan betrokkenheid en vertrouwen in de gemeente (Citizens, 2018).

Grofweg vallen alle Nederlandse burgers dus in te delen in betrokkenheidsprofielen. In bovenstaand figuur zijn deze 8 betrokkenheidsprofielen onder elkaar weergegeven. Op de Y-as is het algemene vertrouwen in de gemeente aangegeven. De groep 'kritische vernieuwers' heeft over het algemeen dus meer vertrouwen in hun gemeente dan burgers uit bijvoorbeeld de groep 'honkvaste buurtbewoners'. Op de X-as is de algemene betrokkenheid aangegeven. Hoe verder de cirkel van het bijbehorende betrokkenheidsprofiel rechts is aangegeven op de X-as, hoe meer deze groepen over het algemeen betrokken willen worden bij de belangen, beslissingen en het beleid van hun gemeente. De percentages in de cirkels geven aan hoeveel procent van de Nederlandse bevolking ongeveer in de bijbehorende groep zou vallen. Opvallend is dat de groepen 'honkvaste buurtbewoners' en 'eigengereide digitalen' zowel weinig vertrouwen hebben in hun gemeente als weinig behoefte hebben om betrokken te zijn bij hun gemeente. In bovenstaand figuur vormen zij samen een kwart van de Nederlandse bevolking. Afleidend uit een gelijkaardige figuur als deze specifiek voor een gemeente, zou dus gesteld kunnen worden dat ongeveer 25% van de inwoners van een gemeente weinig vertrouwen heeft in hun gemeente en weinig behoefte heeft om hierbij betrokken te worden. Elke inwoner van een gemeente heeft een verschillend verlangen naar betrokkenheid. Het is dus belangrijk om te realiseren dat een one-size-fits-all aanpak misschien niet het beste resultaat zal leveren. Het is aan de lokale overheden om te proberen de groepen in hun gemeente zo goed mogelijk vast te stellen en om elke inwoner op een zo passend mogelijke manier te benaderen om zo de betrokkenheid van inwoners in hun gemeente te optimaliseren. Een burger die niet te veel betrokken wil worden, wordt alleen maar afgestoten met veel communicatie vanuit de overheid. Daarentegen wordt een burger die zich heel erg betrokken voelt en graag betrokken wil worden tekortgedaan met een sporadische eenzijdige communicatie en weinig mogelijkheden voor betrokkenheid (Citizens, 2018; Trampe, 2019).

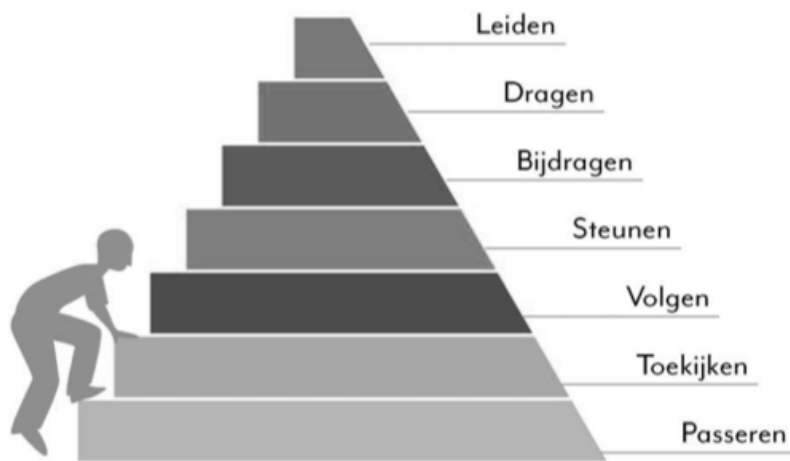
1.3 Betrokkenheidstekort

Het betrokkenheidsgevoel van een burger bij zijn/haar lokale overheid betreft dus het gevoel betrokken te zijn of te worden bij de belangen en het beleid van zijn/haar gemeente. Vandaag de dag worden inwoners door overheden steeds vaker betrokken bij de belangen, beslissingen en beleidsvorming van de overheid. Echter is dit niet altijd het geval geweest. In de vorige eeuw werd de burger tot ongeveer de jaren 80 over het algemeen amper betrokken door overheden. Men werd uitgenodigd om te komen luisteren en er was ruimte om vragen te stellen of om bezwaar te uiten, maar hier hield het ook op. Er was heel weinig interactie.

Dit leidde tot grote ontevredenheid onder de Nederlandse burgers. Men wilde meepraten. Er was dus sprake van een groeiende behoefte van inwoners om betrokken te worden bij de belangen en het beleid van hun lokale overheid. Bij de gemeenteraadsverkiezingen in 1990 werd dit overduidelijk. Er werd amper gestemd en de overheden gooiden het roer om. Interactie begon steeds belangrijker te worden. Er werd veel geëxperimenteerd en de burger werd steeds meer betrokken bij onder andere beleidsbeslissingen (Schram, van Twist, & van der Steen, 2018).

1.4 Niveaus van betrokkenheid

Als is geconstateerd wat betrokkenheid inhoudt, dat er vanuit burgers een groeiende vraag is naar betrokkenheid en dat elke burger een verschillend verlangen naar betrokkenheid kan hebben, komt er een andere belangrijke vraag boven water: hoe werkt betrokkenheid precies? Is een persoon óf betrokken óf niet? Of zijn er variaties mogelijk? Uitgaande van het model van Gideon Rosenblatt, the engagement pyramid, zijn er zes niveaus van betrokkenheid. De vorm van een piramide maakt de verhouding tussen de betrokkenheid van verschillende groepen inwoners goed duidelijk: de meeste inwoners zijn het minst betrokken en de hoogste betrokkenheid is er het minst. De zes niveaus van betrokkenheid, zoals gesteld door Gideon Rosenblatt, zijn oplopend: toekijken, volgen, steunen, bijdragen, dragen en leiden. Deze niveaus in de piramide geven groepen inwoners met gelijkaardige verlangens naar betrokkenheid aan. Sommigen burgers willen liever volgen en sommigen leiden het liefst. De hoogste mate van verlangen naar betrokkenheid is er vrij weinig en de laagste mate van verlangen naar betrokkenheid is er vrij veel. De piramide van Rosenblatt begint bij de groep die vooral wil toekijken, maar er kan eventueel nog een extra niveau worden toegevoegd aan de piramide: de passanten. Burgers die totaal niet betrokken zijn of willen zijn en het hele proces links laten liggen. Deze groep vormt de bodem van de piramide.



Figuur 2: The Engagement Pyramid volgens Gideon Rosenblatt (Rosenblatt, 2010).

Op elk niveau van deze piramide voelen de inwoners binnen elke groep zich steeds meer betrokken bij hun gemeente. Het niveau geeft aan wat voor soort interactie inwoners graag zouden hebben met hun gemeente. De groep burgers die binnen het niveau 'toekijken' kan worden onderverdeeld, wil vooral toekijken naar wat de gemeente voor hen doet, terwijl de groep burgers die binnen het niveau 'bijdragen' valt juist wil bijdragen en betrokken wil worden door hun gemeente. Hoe hoger de groep gelijkaardige inwoners gesitueerd is in de piramide van Rosenblatt, hoe meer betrokken deze groep wil worden bij de belangen en beslissingen van hun gemeente. Het is mogelijk dat inwoners schuiven tussen deze niveaus. Zo kan een inwoner oorspronkelijk alleen maar willen toekijken en dus binnen dit niveau worden onderverdeeld, maar een bepaalde tijd later zou diezelfde inwoner veel meer betrokken kunnen zijn en willen worden door bijvoorbeeld een andere communicatie vanuit de gemeente of het effect van een aantal ingezette tools. Deze inwoner zou later dus bijvoorbeeld binnen het niveau bijdragen kunnen vallen. Uiteraard kan dit ook andersom: inwoners die eerst meer betrokken waren en wilden zijn, kunnen door veranderingen daar een bepaalde tijd later veel minder waarde aan hechten en zakken in de piramide van Rosenblatt (Rosenblatt, 2010; Trampe, 2018).

Elke inwoner van een bepaalde gemeente wenst dus een verschillende mate van betrokkenheid bij het lokale bestuur. Uitgangspunt is dat elk individu verschilt. Burgers met overeenkomende verlangens naar betrokkenheid zijn echter in te delen in niveaus binnen de piramide van Rosenblatt.

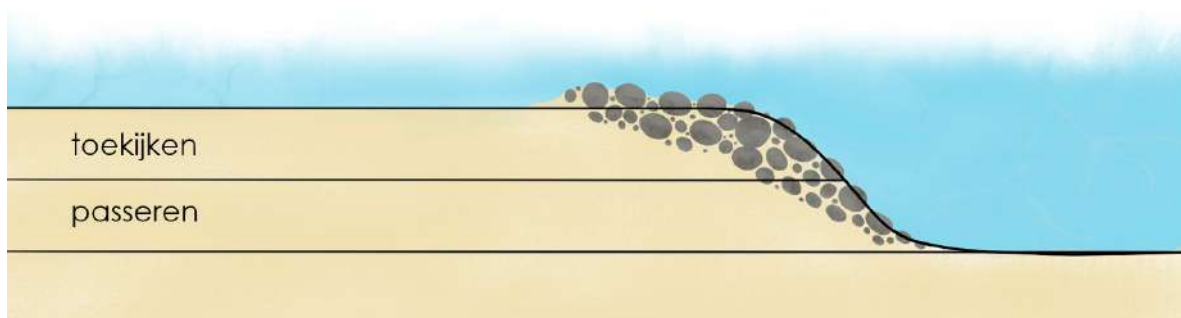
Binnen de inspiratiegids zijn tools beschikbaar om inwoners uit alle niveaus van deze piramide meer te betrekken of de betrokkenheid te vergroten en/of versterken. Een wens van een gemeente zou kunnen zijn om inwoners uit alle niveaus te betrekken bij de gemeente. Het is ook mogelijk, via de inzet van de inspiratiegids om inwoners te stimuleren om te klimmen binnen de piramide van Rosenblatt. Door de inzet van een aantal tools zouden bijvoorbeeld inwoners meer gestimuleerd kunnen raken om betrokken te willen zijn bij hun gemeente, waardoor ze binnen een ander niveau komen te vallen en zo klimmen binnen de piramide van Rosenblatt. Ook dit zou een wens van een gemeente kunnen zijn.

1.5 De dijk van betrokkenheid

Om het model van G. Rosenblatt wat meer toepasbaar voor Zeeland te maken, is de 'Dijk van Betrokkenheid' ontwikkeld. Deze dijk heeft in feite dezelfde opbouw als de piramide van Rosenblatt. De niveaus bestaan oplopend uit: passeren, toekijken, volgen, steunen, bijdragen, dragen en leiden. Deze niveaus vertegenwoordigen in het model dus groepen gelijkgestemde inwoners en hun behoefte om betrokken te zijn bij hun gemeente. Men wil bijvoorbeeld vooral toekijken of men wil bijvoorbeeld voornamelijk bijdragen. Bij de dijk van betrokkenheid wordt echter nog een aspect toegevoegd: de waterspiegel. De waterspiegel symboliseert in dit model de gemiddelde vraag van inwoners van een gemeente om betrokken te worden bij de belangen, beslissingen en beleidsontwikkelingen van hun gemeente. Als de waterspiegel dus bijvoorbeeld ligt tussen steunen en volgen, symboliseert dit de mate waarin inwoners van een gemeente gemiddeld ten minste betrokken willen worden. Hoe hoger de waterspiegel, hoe meer inwoners dus betrokken willen worden bij de beslissingen en belangen van hun gemeente en bij bijvoorbeeld de ontwikkeling van toeristisch-recreatief beleid. De hoogte van de waterspiegel kan uiteraard per gemeente verschillen.

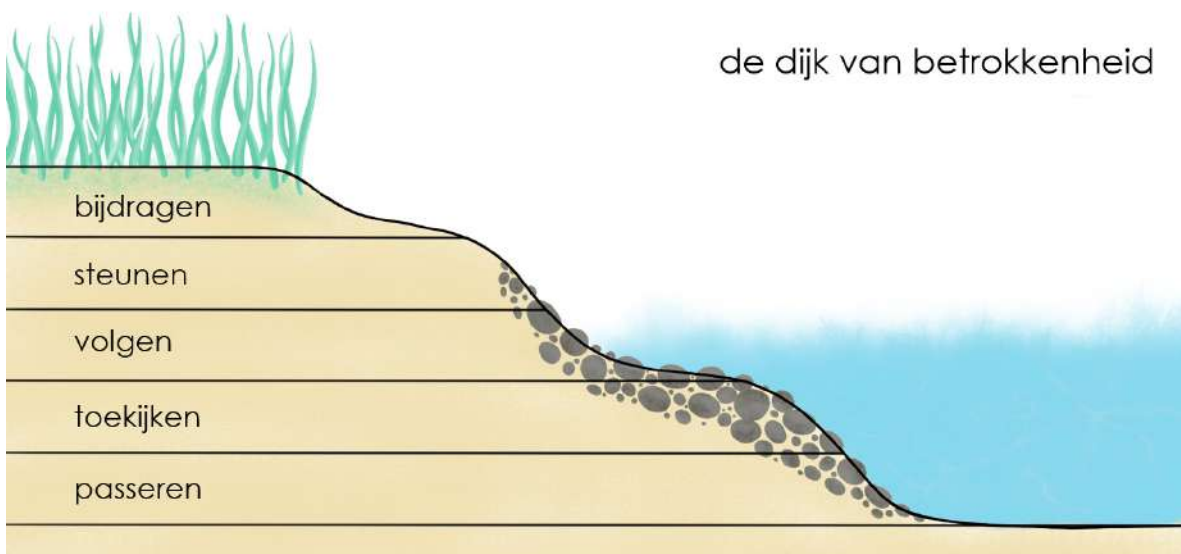
Inwoners van de ene gemeente kunnen echter een veel hoger gemiddeld verlangen naar betrokkenheid hebben dan inwoners van een andere gemeente. De gemiddelde waterspiegel stijgt de laatste jaren, net als de zeespiegel, steeds meer. Om de stijgende zeepiegel te kunnen weren is een stevige hoge dijk nodig. Ook om de vraag naar betrokkenheid te beantwoorden is een goede dijk nodig, bestaande uit een beleid dat inzet op het betrekken van inwoners uit meerdere niveaus van de engagement pyramid van G. Rosenblatt. Binnen deze niveaus vallen inwoners die behoefte hebben aan de bijbehorende mate van betrokkenheid met hun gemeente. Een gemeentelijk beleid dat minimaal inzet op betrokkenheid krijgt een dijk van slechts 1 á 2 niveaus hoog. Dit beleid zou alleen aansluiten op de groep inwoners die zeer weinig tot weinig behoefte heeft aan betrokkenheid met de gemeente en voornamelijk wil toekijken of zelfs het onderwerp helemaal wil passeren. De vraag naar betrokkenheid van inwoners uit andere niveaus wordt met zo'n beleid niet beantwoord. Veel inwoners van deze gemeente voelen zich in zo'n situatie dus ongehoord. In de jaren in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 1990 was er over het algemeen een hogere vraag naar betrokkenheid van burgers dan dat hierop werd ingezet door overheden. Dit voorbeeld zou in het model de 'Dijk van Betrokkenheid' dus een hogere waterspiegel hebben dan een dijk: de vraag naar betrokkenheid was hoger dan dat het beleid van overheden hierop inzette.

de dijk van betrokkenheid



Figuur 3: De dijk van betrokkenheid voor een gemeentelijk beleid met minimale inzet op betrokkenheid.

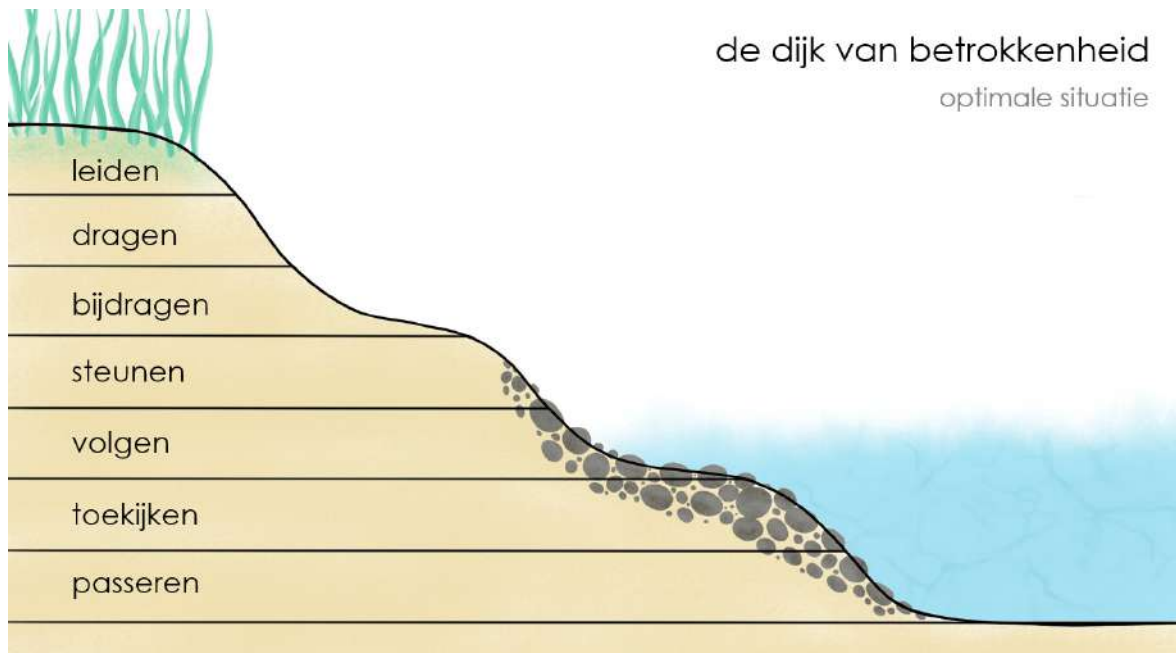
Een gemeentelijk beleid wat veel inzet op betrokkenheid en inwoners veel betreft bij de belangen en beslissingen van de gemeente, bestaat uit meerdere niveaus en vormt zo een hogere dijk van betrokkenheid, hoger dan de waterspiegel. Bij zo'n beleid worden bijvoorbeeld de inwoners uit de categorieën die het liefst volgen, steunen en bijdragen ook betrokken bij het beleid.



de dijk van betrokkenheid

Figuur 4: De dijk van betrokkenheid voor een gemeentelijk beleid wat veel inzet op betrokkenheid.

De hoogst mogelijke dijk van betrokkenheid hoort bij een beleid waarin alle mogelijke niveaus van betrokkenheid terugkomen en symboliseert de optimale situatie. Inwoners uit alle niveaus, en dus met alle mogelijke maten van verlangen naar betrokkenheid, worden betrokken bij het beleid, de belangen en beslissingen van hun gemeente. Dit beleid beantwoordt het gemiddelde verlangen naar betrokkenheid in de desbetreffende gemeente voldoende, wat resulteert in een dijk die ruim boven de waterspiegel uitkomt. De optimale situatie en hoogst mogelijke dijk van betrokkenheid is hieronder schematisch weergegeven:



Figuur 5: De dijk van betrokkenheid: optimale situatie.

Om te voorkomen dat inwoners meer verlangen hebben naar betrokkenheid dan mogelijkheden om betrokken te worden of zijn, is het dus van belang om in te zetten op zoveel mogelijk betrokkenheid. Wat betrokkenheid betreft, bestaat het optimale beleid uit een beleid waarin inwoners uit alle niveaus van de dijk van betrokkenheid betrokken worden. Om dit te ondersteunen, kan gebruik worden gemaakt van een scala aan tools uit deze inspiratiegids. De volledige inspiratiegids wordt in hoofdstuk 5 toegelicht en uitgewerkt.

1.6 Betrokkenheid onderzoeken

Om erachter te komen hoe de betrokkenheid van Zeeuwse inwoners bij hun lokale overheid in de toekomst vergroot kan worden, is het essentieel om te weten hoe de situatie nu is. Het vergroten van de betrokkenheid van inwoners bij hun gemeente begint met het verrichten van een startmeting. Hoe is de situatie nu?

Betrokkenheid kan worden gemeten als onderdeel van een inwonersonderzoek naar de attitude van inwoners tegenover toerisme. Uitgangspunt in het hele proces is dat inwoners centraal staan. Dit is niet geheel gebruikelijk in toerisme en de vrijetijdssector. Veelal wordt de bezoeker centraal gesteld bij het ontwikkelen van toeristisch-recreatief beleid. De verschuivende focus van bezoeker naar inwoner is geheel in lijn met een bredere maatschappelijke tendens. De mening van inwoners wordt steeds belangrijker, ook in overheidsbeleid.

Om vast te stellen in welke mate de inwoners toerisme steunen en hoe zij de positieve en negatieve effecten van toerisme ervaren, is het noodzakelijk dat een onafhankelijk en representatief onderzoek wordt uitgevoerd. Het gevoel van betrokkenheid van inwoners wordt als onderdeel van zo'n onderzoek onderzocht. Alleen al het uitvoeren van dit onderzoek is vaak al de eerste stap naar het vergroten van het gevoel van betrokkenheid van inwoners. Enkel al het stellen van deze vragen geeft inwoners het gevoel (deels) betrokken te worden.

Een inwonersonderzoek brengt naast het gevoel van betrokkenheid van inwoners ook het gevoel van trots, het gevoel van sociale verbondenheid, persoonlijk economisch voordeel, gepercipieerde positieve impact en gepercipieerde negatieve impact in kaart.

Gezamenlijk geven deze factoren de attitude van inwoners tegenover toerisme weer. Het gevoel van betrokkenheid maakt hier dus onderdeel van uit. Bij het vergroten van steun voor toerisme onder inwoners is het dus noodzakelijk om ook de betrokkenheid te vergroten. Dit is een fundamenteel onderdeel. Deze onderdelen kunnen echter ook van invloed zijn op elkaar. Zo zou een groeiend gevoel van trots bijvoorbeeld de betrokkenheid van een inwoner kunnen vergroten of zou andersom een groeiende betrokkenheid van een inwoners juist het gevoel van trots kunnen vergroten.

Uit een inwonersonderzoek blijkt dus de mate van betrokkenheid van inwoners. In 2019 is in Zeeland zo'n inwonersonderzoek verricht. Binnen dit onderzoek antwoordden respondenten op stellingen op basis van een vijfpunts Likertschaal. Bij het beantwoorden van een vraag of stelling op basis van een Likertschaal heeft de respondent de keuze uit vijf antwoordmogelijkheden oplopend van zeer mee oneens tot zeer mee eens.

Afhankelijk van de respons via de Likertschaal kan per bevroegde factor een score toegekend worden. De bevroegde factoren betreffen dus het gevoel van betrokkenheid, het gevoel van trots, het gevoel van sociale verbondenheid, persoonlijk economisch voordeel, gepercipieerde positieve impact en gepercipieerde negatieve impact. Bij een score van 5.0 hebben alle respondenten 'helemaal mee eens' geantwoord op de stelling en bij een score van 0.0 hebben alle respondenten helemaal mee oneens geantwoord op de stelling. In onderstaande figuur staan de gemiddelde scores van het in 2019 in Zeeland verrichte inwonersonderzoek weergegeven.

Psychological Empowerment (trots zijn)	3,8
Steunen toerisme	3,7
Gepercipieerde positieve impact	3,5
Social Empowerment (sociale verbondenheid)	3,3
Gepercipieerde negatieve impact	3,0
Political Empowerment (betrokkenheid hebben)	2,7
Persoonlijk economisch voordeel	2,2

Tabel 1: Resultaten per RETS-component van het Inwonersonderzoek Zeeland uit 2019.

Uit de resultaten van dit inwonersonderzoek uit 2019 bleek dus dat het gevoel van betrokkenheid onder de Zeeuwse inwoners een gemiddelde score van 2,7 heeft gekregen. Concreet houdt zo'n score in dat ongeveer de helft van de respondenten zich ten minste enigszins betrokken voelt bij hun gemeente en een ongeveer even groot deel dit gevoel niet deelt. Wat het gevoel van betrokkenheid betreft is er dus nog ruimte om te groeien.

Als het gemiddelde gevoel van betrokkenheid onder de inwoners van een gemeente vergroot wil worden, zijn hiervoor een scala aan tools in de inspiratiegids beschikbaar. De inspiratiegids kan bijdragen aan het vergroten van de algemene betrokkenheid in een gemeente en uiteindelijk ook het gemiddelde gevoel van betrokkenheid onder de inwoners vergroten. Het succesvol inzetten van meerdere tools zou kunnen resulteren in een verhoogde betrokkenheids-score. Dit kan blijken uit een tweede meting van de betrokkenheid onder de inwoners van een gemeente door middel van een tweede onafhankelijk representatief inwonersonderzoek volgens dezelfde opzet.

2. Burgerparticipatie

Het begrip betrokkenheid is uitvoerig besproken en verdiept, maar er is een gelijkaardig begrip wat vaak naar voren komt in de praktijk: burgerparticipatie. Wat is burgerparticipatie precies? Wat houdt dit in? En wat is de link met betrokkenheid?

2.1 Definitie

Het begrip burgerparticipatie is een samenstelling van twee verschillende woorden: burger en participatie. In de Van Dale wordt burgerparticipatie omschreven als deelneming aan het maatschappelijk leven door burgers, die bijvoorbeeld zelf initiatieven ontplooiën om hun leefomgeving te verbeteren (Van Dale, z.d.)

2.2 Burgerparticipatie in de praktijk

Het komt steeds vaker voor dat burgers actie ondernemen in hun omgeving. Met creatieve of potentiële ideeën stapt men steeds vaker naar de lokale overheden toe. Dit is een vorm van burgerparticipatie. Men voelt zich betrokken bij hun wijk of omgeving en zet zich daar voor in. Veel voorkomende voorbeelden van burgerparticipatie zijn het organiseren van acties in de wijk, meepraten over de gemeentebegroting, maar ook vrijwilligerswerk (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019).

Waar betrokkenheid vaak meer een gevoel, een verbinding of een behoefte betreft, bijvoorbeeld het gevoel betrokken te worden bij de belangen of het beleid van een gemeente, betreft burgerparticipatie het actief, zelfgekozen deelnemen. Burgerparticipatie zou ook omschreven kunnen worden als de formalisatie van betrokkenheid. Bij burgerparticipatie neemt de gemeentelijke overheid een meer ondersteunende en faciliterende rol aan. Het initiatief komt vanuit de samenleving.

2.3 Soorten burgerparticipatie

De afgelopen decennia zijn er veel ontwikkelingen in burgerparticipatie geweest. Grofweg kunnen we stellen dat er drie generaties burgerparticipatie zijn:

- **Eerste generatie burgerparticipatie:** wettelijk vastgelegde inspraak door middel van het recht op bezwaar en beroep, die de burger een positie geeft om invloed uit te oefenen op besluiten van de overheid. Het initiatief en de beslissingsbevoegdheid ligt bij de overheid.
- **Tweede generatie burgerparticipatie:** interactieve beleidsvorming. Interactie van de overheid met burgers en organisaties in een vroeg stadium, wanneer het besluit nog in ontwikkeling is. Nog steeds neemt de overheid het initiatief en uiteindelijk beslist zij ook. Wel komt de burger in een vroeg stadium in beeld.
- **Derde generatie burgerparticipatie:** de burger neemt het initiatief. De overheid kan reageren op dit burgerinitiatief en ondersteunen bij het realiseren van het burgerinitiatief. Het initiatief komt vanuit de samenleving.

Er zijn weliswaar verschillende generaties burgerparticipatie, maar in de praktijk blijkt dat bij de overheden vaak een mix van allen de realiteit is. Gemeenten gebruiken de verschillende vormen van burgerparticipatie vaak naast elkaar, afhankelijk van het doel.

3. Dubbele benadering

Betrokkenheid tussen burgers en overheden kan worden bekeken van twee kanten. Het begrip kent in deze context twee verschillende facetten. Zo kan de burger aan de ene kant betrokken zijn bij de overheid: de burger heeft het gevoel betrokken te zijn bij de belangen van de gemeente. Op dit perspectief ligt in dit rapport de focus. De inspiratiegids is ingericht om tools aan te reiken die door een gemeente kunnen worden ingezet om het gevoel van betrokkenheid van de inwoner te kunnen vergroten. Zoals eerder vermeld zijn er veel verschillende gradaties van betrokkenheid. Deze verschillen per persoon. Indirect is de burger door betrokken te zijn bij de lokale overheid natuurlijk ook weer deels betrokken bij zijn of haar eigen belangen.

Aan de andere kant kan de lokale overheid zich ook betrokken voelen met de inwoners: de gemeente heeft het gevoel betrokken te zijn bij de belangen van haar inwoners. Ook per gemeente verschilt de mate van betrokkenheid met haar inwoners en ook voor gemeenten is de piramide van Rosenblatt toepasbaar. Hier komt de dubbele benadering van het begrip betrokkenheid naar boven. Zo kan het beleid betreffende betrokkenheid van bepaalde gemeentes bijvoorbeeld worden geplaatst in het niveau 'toekijken' in de piramide van Rosenblatt; er wordt nauwelijks aandacht besteedt aan betrokkenheid. Betrokkenheid kan worden benaderd vanuit het perspectief van de landelijke en provinciale overheid en vanuit het perspectief van een gemeente. In de praktijk is er sprake van een samenspel tussen het gevoel van betrokkenheid van een burger en het gevoel van betrokkenheid van een gemeente tegenover haar inwoners. Zo zou een inwoner zich bijvoorbeeld ontzettend betrokken kunnen voelen bij een overheid die zich op haar beurt amper betrokken voelt met dezelfde burger. Dit kan ook andersom het geval zijn. Het meest voorkomend zijn alle scenario's die hiertussen vallen.

Betrokkenheid is dus een begrip wat op zowel burgers als op overheden toegepast kan worden. Voor beiden zijn verschillende gradaties van betrokkenheid tegenover de ander mogelijk. In dit rapport ligt de focus op het perspectief van de inwoner en wordt er uitgegaan van een benadering van het gevoel van betrokkenheid, de vraag naar betrokkenheid en de mate van betrokkenheid vanuit het perspectief van inwoners.

4. Betrokkenheid én burgerparticipatie in Zeeland

Het concept burgerparticipatie is opgebouwd uit drie generaties. In de jaren 1970 kwam de eerste generatie burgerparticipatie op. Dit houdt wettelijk vastgelegde inspraak in door middel van het recht op bezwaar en beroep, die de burger een positie geeft om invloed uit te oefenen op besluiten van de overheid. Het initiatief en de beslissingsbevoegdheid liggen binnen deze generatie (uitdrukkelijk) bij de overheid. In de jaren 1990 kwam er een nieuwe generatie betrokkenheid bovenop de al bestaande generatie. Binnen de tweede generatie burgerparticipatie is er sprake van interactieve beleidsvorming. Burgers en belanghebbenden worden door een overheid in een vroeg stadium betrokken bij beslissingen. In dit vroege stadium is het besluit nog in ontwikkeling. De overheid neemt nog het initiatief, maar de burger komt in een vroeg stadium in beeld. Sinds de jaren 2000 is er derde generatie burgerparticipatie ontstaan: de generatie van actief burgerschap, maatschappelijk initiatief en doe-democratie. Binnen de derde generatie neemt de burger het initiatief. De overheid kan reageren op dit burgerinitiatief en ondersteunen bij het realiseren van het burgerinitiatief.

Deze generaties van burgerparticipatie zijn onderdeel van het beleid van alle dertien Zeeuwse gemeenten. Uit deskresearch is gebleken dat onderdelen van beleid van elke Zeeuwse gemeente onder te verdelen zijn bij een generatie van burgerparticipatie. Zo kan een gedeelte van het beleid van een gemeente bijvoorbeeld onder de eerste generatie burgerparticipatie vallen en kan een ander onderdeel van het beleid van diezelfde gemeente vallen onder de tweede generatie burgerparticipatie. Het is in de praktijk niet zo dat een onderdeel van het beleid wat onder derde generatie burgerparticipatie valt 'beter' is dan een onderdeel van het beleid dat onder een andere generatie valt. Het is juist belangrijk dat het beleid van een gemeente is opgebouwd uit meerdere generaties voor het optimale effect. De inspiratiegids biedt handvatten om de betrokkenheid onder inwoners te vergroten binnen elke generatie burgerparticipatie. Om een beeld te schetsen van de huidige mogelijkheden voor inwoners omtrent betrokkenheid en burgerparticipatie binnen de Zeeuwse gemeenten is hieronder per generatie burgerparticipatie uitgewerkt hoe dit over het algemeen in de praktijk aan bod komt. Dit beeld is gebaseerd op verrichte deskresearch.

4.1 Eerste generatie burgerparticipatie in Zeeland

Zoals eerder geconstateerd betreft de eerste generatie burgerparticipatie wettelijk vastgelegde inspraak door middel van het recht op bezwaar en beroep, die de burger een positie geeft om invloed uit te oefenen op het besluiten van de overheid. In de praktijk krijgt deze generatie burgerparticipatie binnen elke gemeente anders vorm. De eerste generatie burgerparticipatie vormt een onderdeel van het beleid binnen alle Zeeuwse gemeenten. Deze vorm van inspraak van burgers is echter wettelijk vastgelegd. Toch zijn er tussen de gemeenten in Zeeland verschillen in de communicatie over en de laagdrempeligheid van deze wettelijk vastgelegde inspraak. Zo zijn er gemeenten waar deze inspraak expliciet wordt vermeld en waar men via de website burgers probeert te informeren over de inspraak, maar er zijn ook gemeenten waar dit minder expliciet wordt gecommuniceerd. Een aantal voorbeelden van eerste generatie burgerparticipatie in Zeeland zijn het spreekrecht voor burgers tijdens vergaderingen van raadscommissies, de mogelijkheid om een gemeenteraadslid of andere ambtenaar te contacteren en de mogelijkheid om een burgerinitiatief te laten bespreken door de gemeenteraad. Goede communicatie van een gemeente hierover kan de drempel voor burgers om betrokken te zijn bij de gemeente verlagen.

4.2 Tweede generatie burgerparticipatie in Zeeland

Tweede generatie burgerparticipatie houdt interactieve beleidsvorming in. Deze generatie van burgerparticipatie kwam op in de jaren 90 van de vorige eeuw. Burgers en belangstellenden worden in een vroeg stadium door een overheid betrokken bij beslissingen, terwijl het besluit nog in ontwikkeling is. Het initiatief ligt nog bij de overheid, maar de burger wordt bij de ontwikkeling betrokken. Dit geheel in tegenstelling tot de gang van zaken binnen eerste generatie burgerparticipatie. In de praktijk komt tweede generatie burgerparticipatie voor binnen alle Zeeuwse gemeenten. Inwoners van de Zeeuwse gemeenten worden op tal van manieren betrokken bij de beleidsvorming en beslissingen binnen hun gemeente. Dit vertaalt zich in het bestaansrecht van vele Zeeuwse burgerraden.

Binnen de dertien gemeenten in Zeeland is er een scala van raden actief. Enkele voorbeelden hiervan zijn de dorpsraden, wijkraden en jongerenraden die in het merendeel van Zeeuwse gemeenten zijn terug te vinden. Waar deze raden in vrij algemene zin worden betrokken door gevraagde en ongevraagde adviezen en bij beslissingen en beleidsvorming binnen de gemeenten, zijn er ook een aantal raden met een specifiek onderwerp actief in Zeeland. Voorbeelden hiervan zijn een sportraad, een seniorenraad, een culturele raad of een WMO-raad. Al deze raden vergaderen regelmatig en geven gevraagd en ongevraagd advies aan de gemeente. Binnen tweede generatie burgerparticipatie neemt de gemeente echter wel nog het initiatief en de beslissingen, de raden adviseren. Hoewel deze vormen van burgerparticipatie burgers betrekken, kan echter niet elke burger zitting nemen in een raad binnen zijn/haar gemeente. Om de overige burgers ook meer te betrekken organiseren veel Zeeuwse gemeenten vergadermomenten waar burgers betrokken kunnen worden. Praktische voorbeelden hiervan zijn wijktafels, gebiedstafels, thematafels en georganiseerde gesprekken met inwoners. Als aanvulling hierop proberen sommige gemeenten ook het sentiment van hun inwoners te peilen. Dit wordt in Zeeland veelal gedaan via een inwonerspanel of een enquête. Ook dit zijn vormen van tweede generatie burgerparticipatie.

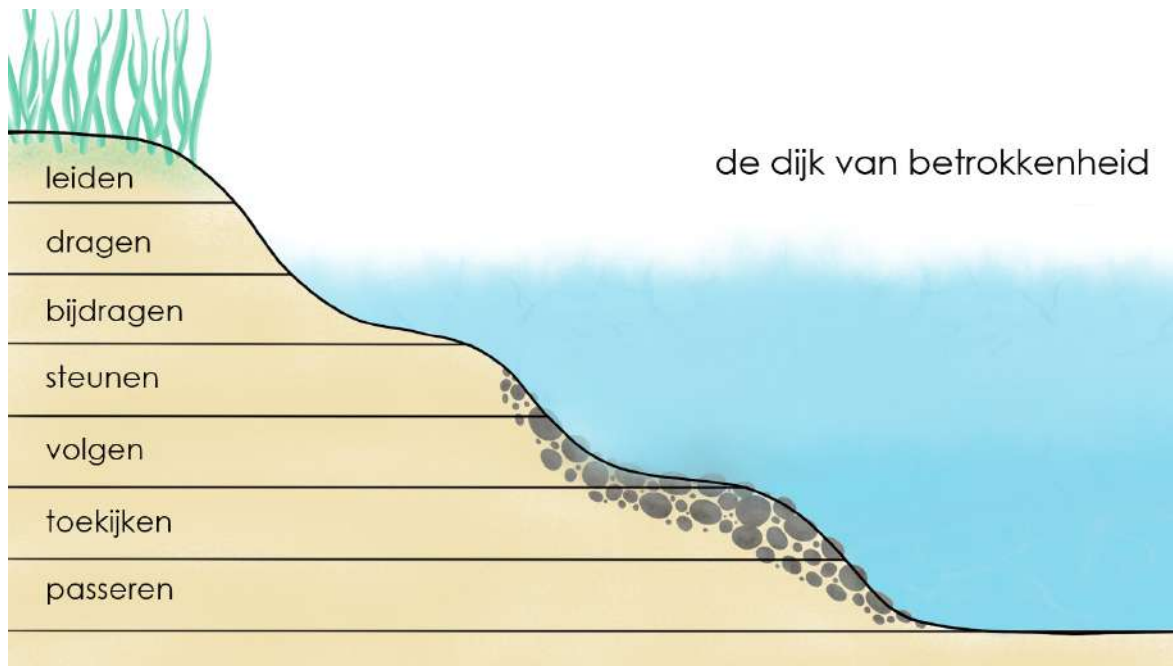
4.2.1 Uitgelicht

Om zo'n enquête onder inwoners te promoten, verstuurde de gemeente Veere in 2020 al haar inwoners een ansichtkaart met een uitnodiging om deze enquête in te vullen. De resultaten van deze enquête zullen vervolgens de basis vormen voor georganiseerde 'gebiedstafels', waarin groepjes inwoners en ondernemers hun toekomstvisie inbrengen. Als aanvulling hierop worden ook inwoners op straat geïnterviewd. Het uiteindelijke doel is om inwoners te betrekken bij de ontwikkeling van de Omgevingsvisie Veere 2047. Voor het ontwerp van de ansichtkaart werd een tekenwedstrijd opgezet voor alle basisscholen. Inwoners konden via de website van de gemeente stemmen op de top vijf inzendingen. Inwoners worden dus volop betrokken bij het ontwikkelen van de omgevingsvisie. Dit is een voorbeeld van interactieve beleidsvorming en dus tweede generatie burgerparticipatie in de praktijk.

Ook in de gemeente Vlissingen is men bezig met het ontwikkelen van de Omgevingsvisie Vlissingen 2040 en hier worden inwoners op een gelijkaardige manier bij betrokken. Ook dit proces startte met een enquête onder de inwoners. Hierop aansluitend organiseerde de gemeente het online festival 'Vlissingen 2040'. Tijdens dit online festival ging de gemeente samen met inwoners dieper in op een aantal belangrijke thema's. Inwoners konden tijdens het festival 'tenten' bezoeken. Iedere tent had een ander thema en onderwerp.

4.3 Derde generatie burgerparticipatie in Zeeland

Begin deze eeuw ontstond de derde generatie burgerparticipatie. Deze generatie kwam bovenop de twee al bestaande generaties en zette als het ware de volgende stap. Dit omvat onder andere actief burgerschap, maatschappelijk initiatief en doe-democratie. Binnen deze generatie burgerparticipatie neemt de burger het initiatief. De overheid reageert hierop en ondersteunt het realiseren van het burgerinitiatief. Overheden buiten Zeeland in zowel binnen- als buitenland spelen met hun beleid steeds meer in op deze generatie burgerparticipatie. Ook in Zeeland wordt steeds meer ingezet op derde generatie burgerparticipatie. De rol van de inwoner in beleidsbeslissingen wordt over het algemeen steeds groter. Hier is over het algemeen ook meer behoefte aan. Als we dit vertalen naar de dijk van betrokkenheid houdt dit in dat de waterspiegel stijgt: inwoners hebben een steeds groter wordende algemene vraag naar betrokkenheid. Om als gemeente een dijk neer te zetten die deze groeiende vraag kan beantwoorden, is het van belang dat het beleid steeds meer (ook) inzet op de groepen met een betrokkenheidsverlangen dat zich situeert in de hogere niveaus van de dijk van betrokkenheid. Ook de inwoners die willen bijdragen, dragen of leiden zullen steeds meer betrokken moeten worden om de groeiende algemene betrokkenheidsvraag te beantwoorden.



Figuur 6: De dijk van betrokkenheid: optimale situatie met een gestegen waterspiegel.

In de Zeeuwse gemeenten wordt veelal nog gefocust op eerste en tweede generatie burgerparticipatie. Ondersdelen van beleid die kunnen worden geclassificeerd als derde generatie burgerparticipatie komen echter wel zeker terug in Zeeland. In de praktijk zijn er verschillende voorbeelden van derde generatie burgerparticipatie in Zeeland. Zo bestaat er in een gemeente bijvoorbeeld een speciaal fonds wat is bedoeld om burgers te ondersteunen bij hun initiatieven. Ook zijn er gemeenten die derde generatie burgerparticipatie koppelen aan al bestaande raden. Een bepaalde raad binnen de gemeente die voorheen gevraagd en ongevraagd advies gaf en dus binnen de tweede generatie burgerparticipatie viel, kan bij een aantal wijzigingen ook onder derde generatie burgerparticipatie vallen.

Als een raad zelf initiatief en beslissingen kan nemen en bijvoorbeeld ook zelfstandig evenementen of initiatieven kan organiseren en hiervoor ook een budget krijgt toegewezen, kan dezelfde raad opeens onder derde generatie burgerparticipatie vallen. Er bestaan mogelijkheden om verder te groeien met bestaande structuren. De inspiratiegids biedt hiervoor handvatten en biedt mogelijkheden om onder andere meer in te zetten op derde generatie burgerparticipatie. Momenteel zijn er al raden in Zeeland die met een eigen budget initiatieven organiseren en actief burgerschap verwezenlijken.

4.3.1 Uitgelicht

De gemeente Borsele heeft in 2015 besloten om streefbeelden voor de hele gemeente in 2030 op te stellen. Deze beelden zijn gericht op de toekomst van de inwoners, de dorpen en het buitengebied. Voor het programma Borsele 2030 wordt elk dorp bezocht om samen met de inwoners te werken aan het Borsele van de toekomst. Elk dorp wordt minimaal drie keer bezocht. Bij de eerste bijeenkomst wordt er vooral gebrainstormd over de toekomst. Hierna gaan de inwoners zelf aan de slag met de uitvoering van deze ideeën. Tijdens de tweede bijeenkomst wordt de gemeente bijgepraat over het verloop van deze uitvoering en wordt gekeken waar de gemeente eventueel kan ondersteunen. Op de derde bijeenkomst worden de resultaten gepresenteerd. Elke inwoner kan op elk gegeven moment met vragen, opmerkingen of suggesties de programmamanager telefonisch of schriftelijk bereiken. De gemeente Borsele neemt een ondersteunende en faciliterende rol. Het initiatief komt vanuit de samenleving.

5. Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme

De vrijetijdssector is van groot economisch belang voor Zeeland. Bovendien heeft deze sector een grote maatschappelijke waarde. Zo is de vrijetijdssector bijvoorbeeld ook verbonden met onder andere de leefbaarheid en de leefomgeving in Zeeland. Ook beïnvloedt de vrijetijdssector veel inwoners in de ruimtelijke zin. De rol en het belang van de vrijetijdssector verschilt per Zeeuwse gemeente. In sommige gemeenten is toerisme en recreatie al jaren een begrip, terwijl dit in andere gemeenten juist in opkomst is. De vrijetijdssector leent zich om deze redenen uitstekend om te worden gekoppeld aan het proces van het vergroten en versterken van het gevoel van betrokkenheid onder de inwoners van de Zeeuwse gemeenten.

Deze inspiratiegids bestaat uit een verzameling van middelen om het vergroten en versterken van de betrokkenheid onder inwoners van Zeeuwse gemeenten te ondersteunen en te stimuleren. Alle tools kunnen worden ingedeeld in vijf categorieën die overeenkomen met vijf beleidsinstrumenten, die zijn opgesteld door de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (RLI) in het advies 'Waardevol toerisme – onze leefomgeving verdient het' als concrete sturingsmogelijkheden om met toeristische drukte om te gaan. De middelen uit deze inspiratiegids zijn gericht op het vergroten van het draagvlak voor toerisme, enerzijds door inwoners rechtstreeks te betrekken en anderzijds door mogelijkheden te bieden om toeristische drukte te sturen waardoor overlast voor inwoners wordt verminderd.

Niet alle tools beïnvloeden direct de betrokkenheid van inwoners. Sommigen hebben in eerste instantie eerder effect op andere aspecten. Deze aspecten zijn naast het gevoel van betrokkenheid van inwoners ook het gevoel van trots, het gevoel van sociale verbondenheid, persoonlijk economisch voordeel, gepercipieerde positieve impact en gepercipieerde negatieve impact. Als een tool in eerste instantie een ander aspect dan het gevoel van betrokkenheid beïnvloedt, heeft dit vaak mogelijk meer of sterkere betrokkenheid van inwoners als gevolg. Bij deze tools is het vergroten of versterken van betrokkenheid dus een indirect gevolg. Sommige tools beïnvloeden direct het gevoel van betrokkenheid van inwoners, terwijl andere tools dit gevoel eerder indirect beïnvloeden. Het is dus mogelijk dat bepaalde tools in eerste instantie meer geschikt lijken te zijn voor het sturen van toeristische drukte in de gemeente, deze tool heeft dan echter vergrote of versterkte betrokkenheid van de inwoners als indirect effect. Andersom kan een tool die in eerste instantie vooral de betrokkenheid van inwoners vergroot of versterkt ook sturing van toeristische drukte als indirect gevolg hebben. Deze diversiteit laat de inspiratiegids goed aansluiten op alle Zeeuwse gemeenten. Betrokkenheid onder inwoners kan namelijk ook worden vergroot in combinatie met een ander doel, of als indirect gevolg van het vergroten en/verbeteren van een ander gevoel van de inwoners. Zo kan het vergroten van het gevoel van trots zijn en sociale verbondenheid van inwoners bijvoorbeeld ook leiden tot een grotere wil om betrokken te worden van diezelfde inwoner.

Of de betrokkenheid van inwoners direct of indirect wordt beïnvloed door een bepaalde tool kan bovendien verschillen. De tools uit de inspiratiegids zijn algemeen beschreven en kunnen door verschillende gemeenten op verschillende manieren worden ingevuld. Afhankelijk van het beoogde doel, de invulling en de uitwerking zou het effect en het hoofddoel van dezelfde tool per gemeente kunnen verschillen. Een tool zou in een gemeente bijvoorbeeld als hoofddoel het vergroten van de betrokkenheid van inwoners kunnen hebben, terwijl diezelfde tool met een andere invulling en uitwerking in een andere gemeente eerder het sturen van toeristische drukte als hoofddoel zou kunnen hebben, met vergrote of versterkte betrokkenheid als indirect gevolg. Dit maakt het dus belangrijk om bij het inzetten van een tool goed na te denken over het gewenste hoofddoel van de tool, het beoogde resultaat en eventueel het gewenste indirecte effect. Elke gemeente kan zo een ander doel bereiken met dezelfde tools. De tools worden in dit hoofdstuk per beleidsinstrument toegelicht. Een totaaloverzicht van alle tools per beleidsinstrument is terug te vinden in de bijlagen.

5.1 Beleidsinstrument 1: Sturen op het bezoek aan een bestemming

Voorafgaand aan de daadwerkelijke komst van bezoekers kan op verschillende manieren worden gestuurd door de marketing te optimaliseren en de bereikbaarheid te vergroten of juist te verminderen. De betrokkenheid van de inwoners kan vergroot of versterkt worden als direct of indirect gevolg van deze tools.

5.1.1 Goedkopere ov-trajecten

Door sommige ov-trajecten goedkoper aan te bieden kan bezoek aan andere plekken worden gestimuleerd. Deze goedkopere ov-trajecten bieden ook voordelen voor de inwoners van de regio, die hier persoonlijk economisch voordeel van hebben. Een groter persoonlijk economisch voordeel voor inwoners kan leiden tot een grotere of sterkere betrokkenheid van inwoners. Het proces biedt bovendien veel kansen voor het betrekken van inwoners. Ook dit zou een mogelijkheid voor het vergroten en/of versterken van betrokkenheid kunnen zijn. Het goedkoper aanbieden van sommige ov-trajecten kan bijvoorbeeld het sturen van toeristische drukte als hoofddoel hebben met het vergroten/versterken van betrokkenheid als indirect effect.

5.1.2 Dynamic off-peak pricing

Dit houdt het hanteren van een dynamisch prijsbeleid in het openbaar vervoer in. Het goedkoper maken van het openbaar vervoer op minder drukke momenten kan bijdragen om de bezoekersstromen in een regio beter te reguleren. Dit dynamische prijsbeleid biedt ook de inwoners van de regio persoonlijk economisch voordeel. Een groter persoonlijk economisch voordeel voor inwoners kan leiden tot een grotere of sterkere betrokkenheid van inwoners. Ook het proces omtrent het hanteren van een dynamisch prijsbeleid biedt kansen voor het betrekken van inwoners. Het hanteren van een dynamisch prijsbeleid zou eerder kunnen worden geclassificeerd als sturing van toeristische drukte. In dit proces zouden inwoners echter betrokken kunnen worden, wat vergrote en/of versterkte betrokkenheid van inwoners als indirect gevolg genereert.

5.1.3 Samenwerking musea

Door samenwerkingen te stimuleren tussen grote musea en kleinere lokale musea, kunnen culturele voorzieningen in de regio worden behouden. Dit kan een bezoek aan de regio stimuleren. Bovendien stimuleert dit een ontwikkeling passend bij de lokale gemeenschap en zorgt dit voor behoud van de identiteit van de regio. Ook hier liggen kansen om inwoners te betrekken. Wat past goed bij de lokale gemeenschap en wat wordt gezien als de identiteit van de regio? Het behouden van culturele voorzieningen in de regio als gevolg van de vrijetijdsector zou ook de betrokkenheid van inwoners bij hun gemeente kunnen vergroten en/of versterken. Zo'n samenwerking tussen grote en kleinere lokale musea kan bijvoorbeeld door het aanbieden van combitickets en door de samenwerking zichtbaar te maken op de locaties.

5.2 Beleidsinstrument 2: Sturen op toegang en voorzieningengebruik ter plaatse

Toeristische druk kan ook worden beïnvloed door instrumenten in te zetten die sturen op de toegang en het gebruik van voorzieningen op de bestemming. Het gaat hier om het spreiden van toeristen in tijd en ruimte. De mogelijkheden om slimme ICT-toepassingen te benutten zijn hier enorm. Een bezoeker kan ook worden verleid alternatieve bestemmingen te bezoeken. Door regionaal samen te werken kunnen alternatieve bestemmingen bezoekers opvangen waar een soortgelijke beleving als op de bekende hotspots kan worden ervaren. De betrokkenheid van de inwoners kan vergroot of versterkt worden als direct of indirect gevolg van deze tools.

5.2.1 Een themajaar

Een themajaar kan als een mooie katalysator werken voor verbindende initiatieven in de stad of regio. Duurzaam programmeren is van groot belang. Het programma moet ook na het themajaar impact hebben in de regio. Aandacht voor relatie-opbouw en lange termijn initiatieven garandeert dat ontwikkelde producten voor dit themajaar ook na dit speciale jaar zullen dienen voor bewoners en bezoekers van de regio. De organisatie en ontwikkeling van een themajaar biedt veel kansen voor inbreng en betrokkenheid van inwoners. Een themajaar zou bijvoorbeeld kunnen worden georganiseerd door inwoners voor inwoners. Ook het uiteindelijke themajaar zelf kan de betrokkenheid van inwoners met hun gemeente vergroten en/of versterken.

Bijvoorbeeld

Een goed voorbeeld van themajaren in Zeeland is Goes. Hier wordt al sinds het 600-jarig bestaan van de stad in 2005 om de 4 jaar een themajaar georganiseerd in samenwerking met de inwoners. Inwoners kunnen ideeën aanleveren en er wordt een stuurgroep gevormd. In 2021 is het centrale thema 'Europa'. Rondom dit thema worden verschillende activiteiten, tentoonstellingen en openluchtspektakels georganiseerd (Reformatorisch Dagblad, 2004; Paardekam, 2020; De Kok, 2020).

Bijvoorbeeld

Rond het themajaar '75 jaar vrijheid' in 2020 presenteerden vijf musea op Schouwen-Duiveland de tentoonstelling 'Schouwen-Duiveland bevrijd!'. Ontwikkelde producten voor een themajaar als deze kunnen ook na afloop van het themajaar de inwoners en bezoekers van de regio dienen (MuseaSD, 2020).

5.2.2 Voorzieningen in de daluren

Door bezoekers te stimuleren om lokale voorzieningen te gebruiken in daluren worden bezoekers van de regio meer gespreid wat ten goede komt van de leefbaarheid van de regio. Het stimuleren van bezoekers om lokale voorzieningen meer te gebruiken in de daluren zou bijvoorbeeld kunnen door middel van prijselasticiteit. Dit proces leent zich uitstekend voor het betrekken van inwoners bij de opzet en uitvoering. De wensen of ideeën van inwoners zouden bijvoorbeeld meegenomen kunnen worden. Inwoners kunnen worden betrokken bij de ontwikkeling. Zo wordt bijvoorbeeld vergrote of versterkte betrokkenheid van inwoners gegenereerd als indirect gevolg van het sturen van toeristische drukte in de gemeente.

5.2.3 (Ver)plaatsing (nieuw)aanbod

Afhankelijk van de regionale ontwikkelstrategie kan worden gesteld waar restricties nodig zijn of waar juist wel plek is voor nieuw of verplaatst bestaand aanbod. Dit stimuleert een ontwikkeling die past bij de gemeenschap. Het proces biedt veel kansen om de wensen, ideeën en perspectieven van de inwoners ook te betrekken. Het betrekken van inwoners bij dit proces kan het verlangen naar of het gevoel van betrokkenheid van inwoners vergroten of versterken. Dit stimuleert een ontwikkeling die past bij de gemeenschap

5.2.4 Een heatmap

Een heatmap met daarop de actuele drukte weergegeven kan bijdragen aan de spreiding van bezoekers en inwoners en zo aan de leefbaarheid in de regio. De heatmap maakt inzichtelijk op welke plekken het druk is en waar nog voldoende ruimte is. Een heatmap draagt onder andere bij aan de spreiding van toeristische drukte. De leefbaarheid in de regio kan de betrokkenheid of het verlangen naar betrokkenheid van inwoners onder andere stimuleren of beïnvloeden. Positieve effecten op de leefbaarheid in de regio als gevolg van het inzetten van een heatmap zouden de betrokkenheid of de verlangens naar betrokkenheid van inwoners kunnen vergroten of versterken.

5.3 Beleidsinstrument 3: Sturen op gedrag van bezoekers

Toeristische druk kan ook worden beïnvloed door overlast veroorzakend gedrag van de bezoeker ter plaatse te sturen door middel van o.a. verleiding, bewustwording & voorlichting en handhaving & toezicht. De betrokkenheid van de inwoners kan vergroot of versterkt worden als direct of indirect gevolg van deze tools.

5.3.1 City Hosts

Trotse inwoners zorgen op vrijwillige basis voor een warm welkom voor de bezoekers van de regio. Bezoekers waarderen het contact met de city hosts, wat uiteindelijk bijdraagt aan return on hospitality: mooie ervaringen, een gevoel van verbondenheid, terugkerende bezoekers en economische meerwaarde. Dit kan enerzijds voor de inwoners leiden tot een vergroot of versterkt gevoel van betrokkenheid bij hun gemeente en anderzijds bijdragen aan het sturen van toeristische drukte in de regio. Als ambassadeur van gastvrijheid krijgen de city hosts professionele ondersteuning en training. Een programma met voordelen voor de hosts bij bijvoorbeeld musea en attracties kan ook stimuleren. City hosts dragen bij aan het bouwen van de gemeenschap en sterkere samenwerkingen tussen inwoners en de overheden. Het inzetten van city hosts is een mooie manier om te werken aan gastvrijheid en balans in de stad, met een centrale rol voor trotse bewoners.

Bijvoorbeeld

In Den Haag zijn er op meer dan 100 dagen per jaar city hosts actief in de stad. Deze vrijwilligers ontvangen bezoekers met een glimlach tijdens verschillende gelegenheden op verschillende locaties. Ook helpen zij de bezoekers op weg in de stad. Het doel is om bezoekers oprecht welkom te laten voelen in Den Haag. Hiermee hoopt men bezoekers zelf ambassadeurs te maken van de stad en zo een bijdrage te leveren aan het imago én anderen aanzetten om een bezoek te brengen aan Den Haag. De city hosts geven bezoekers een warm welkom, beantwoorden vragen over de locatie waar zij staan, beantwoorden vragen over overige bezienswaardigheden en activiteiten in de stad, geven reisadvies binnen de stad en delen informatiematerialen, zoals plattegronden, uit (Ambassade van Den Haag, z.d.).

5.3.2 Bewustwordingscampagne

Dit betreft een campagne die samen met bewoners is ontwikkeld om het bewustzijn van het eigen gedrag onder bezoekers te vergroten. Inwoners kunnen worden betrokken bij bijvoorbeeld de doelen, de ontwikkeling en de uitvoering van deze campagne. Centraal staat dat bezoekers, ieder in hun eigen taal, worden aangesproken op hun gedrag en de effecten daarvan op de regio. Dit verkleint de afstand tussen bezoeker en inwoner en vergroot het besef dat ook zij met net gedrag bij kunnen dragen aan het leefbaar houden van de stad of regio. De uitvoering biedt kansen om inwoners te betrekken en ook het resultaat kan leiden tot vergrote en/of versterkte betrokkenheid van inwoners.

Bijvoorbeeld

In Amsterdam is er een campagne opgezet om bezoekers bewust te maken van hun gedrag en de impact daarvan op de inwoners en de regio. De doelgroep is met name mannen uit Nederland en Engeland tussen de 18 en 34 jaar die naar Amsterdam komen om te feesten. De campagne wijst de doelgroep op de consequenties van hun gedrag. Omdat Amsterdam wereldwijd geroemd wordt om haar vrijheid is in de campagne gekozen voor een positieve creatieve insteek en voor vrijheid van keuze. De doelgroep wordt al in de oriëntatiefase van hun reis bereikt met de campagne. Bovendien worden ze in de stad nogmaals getriggerd: in de metro/bus, de hotels, restaurants en op vele andere plaatsen hangen posters. De campagne bestaat uit posters met daarop een foto van de stad en een stelling. Vervolgens zijn er twee keuzes weergegeven die gelinkt zijn aan bepaald gedrag.

De keuze met het gewenste bedrag is gratis, maar aan de keuze met het ongewenste gedrag hangt een boete. Aan de bezoekers de keuze (I Amsterdam, 2018).



Figuur 7: Een onderdeel van de bewustwordingscampagne in Amsterdam.

5.3.3 Voluntourism

Om op de bestemming wat mooi is, mooi te houden, kan het noodzakelijk zijn om de bestemming (tijdelijk) te sluiten om onderhoudswerkzaamheden te kunnen uitvoeren en om de bestemming tijdelijk onaangetast te houden. Closed for maintenance, open for voluntourism. Dit wil zeggen dat de bestemming op slot gaat voor toeristen, maar open blijft voor vrijwilligers die samen met de inwoners onderhoudswerkzaamheden willen uitvoeren. Voluntourism creëert betekenisvolle ervaringen voor bezoekers en inwoners van de regio. Bovendien vergroot dit het bewustzijn van de impact op en afhankelijkheid van de natuurlijke (leef)omgeving. Dit resulteert in concrete herstelwerkzaamheden die de draagkracht van het gebied ten goede komen. Het inzetten van deze tool kan leiden tot vergrote en/of versterkte betrokkenheid van de inwoners. Ook bij de organisatie, ontwikkeling en doelstellingen van een project als deze zouden inwoners betrokken kunnen worden.

Bijvoorbeeld

In het voorjaar van 2019 waren de Faeröer eilanden gesloten voor toeristen. Jaarlijks krijgen de eilanden ongeveer 110.000 bezoekers, die vooral worden aangetrokken door het landschap, de watervallen, vogels, kliffen en zeegrotten. Alleen degenen die bereid waren om tijdens een weekend onderhoudswerkzaamheden met de lokale bevolking te verrichten waren welkom op de eilanden. Er waren veel projecten onder leiding van de lokale bevolking. Vrijwilligers, de lokale bevolking en gemeenten waren enorm tevreden met de resultaten. Binnen 24 uur meldden bijna 6000 vrijwilligers zich aan om deel uit te maken van de onderhoudsploeg op de Faeröer eilanden. De actie garandeert dat zowel bewoners als bezoekers van de eilanden kunnen blijven genieten (Visit Faroe Islands, 2020).

5.3.4 Reinvent Tourism

Dit betreft een informeel verband van pioniers binnen en buiten de toerismebranche uit de regio die werken aan betekenisvol toerisme. Met een netwerk van diverse organisaties worden initiatieven ontwikkeld om bezoekers een positieve bijdrage aan de regio te laten leveren. Zo kan toerisme behalve een inkomstenbron ook een culturele verrijking vormen voor bewoners en een impuls geven aan duurzame ontwikkeling in de regio.

5.3.5 Bezoekersbelofte

Bezoekers van de regio worden gevraagd een 'belofte' af te leggen. Deze belofte wordt gezamenlijk opgesteld door een collectief van organisaties en inwoners. Hierin wordt de bezoekers gevraagd om respect te hebben voor de tradities en waarden van de inwoners door de belofte uit te spreken. Door in gezamenlijkheid de belofte te formuleren worden stakeholders in de regio verbonden. Bovendien wordt geïdentificeerd wat men belangrijk vindt en waar men voor staat.

Het opstellen van de belofte daagt de stakeholders uit om te bedenken wat van de bezoekers wordt verwacht en wat de bezoekers van hen mogen verwachten. Bij het opstellen van een bezoekersbelofte zijn er veel mogelijkheden om inwoners van een gemeente of regio te betrekken. Het vragen naar en het meenemen van de wensen, ideeën en perspectieven van de inwoners biedt kansen om inwoners te betrekken bij dit proces. Het uiteindelijke resultaat zou zowel het vergroten/versterken van de betrokkenheid van inwoners als het sturen van toeristische drukte in de regio als gevolg kunnen hebben.

5.3.6 De reisgids van de toekomst

Herschrijf de reisgids van de gemeente of regio. Vraag inwoners om een bijdrage te leveren aan de reisgids van de toekomst. Hier liggen enorm veel kansen om onder andere de ideeën, wensen en perspectieven van de inwoners te betrekken bij het resultaat. Ook bij de opzet en ontwikkeling van het proces zouden inwoners betrokken kunnen worden. Deze reisgids kan een fysieke vorm, maar ook een digitale vorm krijgen. Het kan de inwoners makkelijker worden gemaakt door inspirerende rubrieken en passende voorbeelden uit reisgidsen of tijdschriften te geven. Het inzetten van deze tool zou zowel het vergroten en/of versterken van de betrokkenheid van de inwoners als het sturen van toeristische drukte in de regio als gevolg kunnen hebben.

5.3.7 De hier-moet-je-zijn-kaart

Ga het gesprek aan met bewoners rondom een fysieke kaart van de gemeente, regio etc. Samen met de inwoners kunnen belangrijke vraagstukken rondom de kaart besproken worden als bijvoorbeeld:

- Waar sturen we in 2030 bezoekers naar toe?
- Waar is nog ruimte voor groei?
- Wat is het meest ondergewaardeerde stukje van de regio?
- Welke andere plekken wil je bezoekers laten zien?

De markt, een festival of een buurtbijeenkomst zijn goede plekken om deze input van inwoners op te halen. Een methodiek waarbij mensen kunnen voortborduren op andere ideeën is aan te raden. Ook bij het opstellen van de vragen zouden bijvoorbeeld inwoners betrokken kunnen worden. De hier-moet-je-zijn-kaart kan het vergroten en/of versterken van de betrokkenheid van inwoners als direct gevolg hebben met het sturen van toeristische drukte in de regio als indirect gevolg, of juist andersom.

5.4 Beleidsinstrument 4: Sturen op faciliteiten voor toerisme: vergroten of verkleinen

De fysieke draagkracht op de plaats van een toeristische bestemming kan worden vergroot door de faciliteiten voor toerisme uit te breiden of van een betere kwaliteit te maken. Ook het tegenovergestelde is mogelijk: het reguleren van de groei of het beperken van de capaciteit. De betrokkenheid van de inwoners kan vergroot of versterkt worden als direct of indirect gevolg van deze tools.

5.4.1 Balans in de woningmarkt

Het reguleren van de verhuur van woningen kan de druk op de leefbaarheid in de regio verlagen. Dit draagt bij aan de sturing van de toeristische drukte in de gemeente en zou kunnen leiden tot een vergroot of versterkt gevoel van betrokkenheid onder de inwoners van de gemeente. Daarnaast zouden inwoners hierbij kunnen worden betrokken. Er zou sprake kunnen zijn van samenwerking met de inwoners. Ook dit zou de betrokkenheid van de inwoners van een gemeenten kunnen vergroten en/of versterken.

5.4.2 DNA-optimalisatie en ontwikkeling van aanbod

Aan de hand van de (regionale) ontwikkelstrategie kan bepaald worden in welke mate het toeristisch-recreatief aanbod geoptimaliseerd kan worden en in hoeverre het nieuwe aanbod ontwikkeld kan worden in lijn met het DNA van de leefomgeving en regio. De optimalisatie van het bestaande aanbod en het ontwikkelen van nieuw aanbod in lijn met het DNA van de regio en leefomgeving stimuleert een ontwikkeling passend bij de gemeenschap en stimuleert behoud van de identiteit van de regio. Dit proces leent zich uitstekend voor het betrekken van inwoners. Ideeën en wensen van inwoners zouden hierin kunnen worden meegenomen. Ook dit zou betrokkenheid van inwoners kunnen vergroten en/of versterken.

5.4.3 Verbinden van startups, creatievelingen en ambachten

Door startups, creatievelingen en ambachten uit de regio met elkaar te verbinden kunnen kansen worden gecreëerd. Dit kan zorgen voor innovatie en het verbeteren van de kwaliteit van het aanbod en de leefomgeving. Een indirect gevolg hiervan zou vergrote of versterkte betrokkenheid of in ieder geval een verlangen hiernaar van inwoners kunnen zijn. Bovendien zouden inwoners bij het proces en de uitvoering betrokken kunnen worden. Het verbinden van startups, creatievelingen en ambachten biedt hier goede kansen en mogelijkheden voor.

5.5 Beleidsinstrument 5: Sturen op compensatie voor bewoners

De sociale draagkracht op de plaats van een toeristische bestemming kan worden beïnvloed door bewoners te compenseren voor de druk die zij ondervinden van toerisme. Dit kan door hen profijt te laten ondervinden of hen te betrekken en zeggenschap te geven bij plannen en maatregelen. De betrokkenheid van de inwoners kan vergroot of versterkt worden als direct of indirect gevolg van deze tools.

5.5.1 Betrokkenheidscommunicatie

Om de betrokkenheid van inwoners binnen een gemeente te kunnen vergroten, is het belangrijk dat inwoners zich bewust zijn van de mogelijkheden om betrokken te worden. Dit begint bij een duidelijke communicatie over de mogelijkheden voor inwoners om betrokken te worden binnen de gemeente. Als de mogelijkheden makkelijk, duidelijk en overzichtelijk te vinden zijn voor inwoners, verlaagt dit ook de drempel voor een inwoner om betrokken te raken bij zijn of haar gemeente. Communicatie hierover is in de praktijk uiteraard op tal van manieren mogelijk. De website van een gemeente is een belangrijk startpunt voor inwoners die graag meer betrokken willen worden. Door inwoners hier goed te informeren over de mogelijkheden kan de betrokkenheid van inwoners worden vergroot en/of versterkt.

Bovendien heeft elke inwoner wettelijk vastgelegde inspraak door middel van bijvoorbeeld het recht op bezwaar en beroep, die de burger een positie geeft om invloed uit te oefenen op het besluit van de gemeente. Door als gemeente hierover goed te communiceren en door de inwoners hierover voldoende te informeren, kan de betrokkenheid onder inwoners worden vergroot.

5.5.2 Leaflet & Infographic

Door periodiek een leaflet met de impact van toerisme op de regio te publiceren, kan het voor de inwoners duidelijker worden wat toerisme bijdraagt aan hun dagelijks leven. Een leaflet kan ook de indirecte gevolgen van toerisme in de regio duidelijk maken zoals bijvoorbeeld meer of grotere voorzieningen/infrastructuur en extra banen als gevolg van het toerisme in de regio. Dit zou kunnen leiden tot een vergrote en/of versterkte betrokkenheid van inwoners of het verlangen hiernaar. Het duidelijk communiceren van deze impact creëert verduidelijking voor de inwoners en geeft hen een goed inzicht in het toerisme in hun leefomgeving. Het is belangrijk om deze informatie zo goed mogelijk te communiceren met de inwoners. Ook kan de publicatie van een leaflet en/of infographic bijdragen aan de mate waarin inwoners toeristische druk in hun regio ervaren (of juist niet) door inzicht te bieden in de verschillende soorten impact van toerisme op de regio.

5.5.3 Een dorpsraad

Dorpsraden komen op voor de algemene belangen van dorp en inwoners. Dit kan echter bijvoorbeeld ook een wijkraad, stadsraad, eilandraad, regionaal of iets dergelijks zijn. In de praktijk is de invulling van een dorpsraad enorm verschillend van dorp tot dorp. Per dorp wordt echter ook iets anders verwacht van de dorpsraad. Het is dus belangrijk dat de taken en rollen van een dorpsraad goed aansluiten bij de wensen van de inwoners. Een dorpsraad kan een aantal verschillende rollen en taken vervullen. Dit kan gaan om een representatieve functie, waar de dorpsraad dient als inspraakorgaan richting de gemeente. Ook kan een dorpsraad een adviserende en/of verbindende functie hebben.

Ook een activerende functie is mogelijk, dit houdt in dat een dorpsraad onder andere nieuwe bewonersinitiatieven ondersteunt en stimuleert. Sommige dorpsraden vervullen slechts 1 rol, anderen combineren verschillende rollen. Dit is sterk afhankelijk van de wensen van de inwoners en de gemeente.

5.5.4 Een jongerenraad

Deze raad kan de gemeente op de hoogte houden van de wensen en behoeften van alle jongeren in de gemeente. De jongeren zouden bijvoorbeeld zo bij de gemeente terecht kunnen met vragen, maar worden tegelijkertijd ook betrokken bij de plannen van de gemeente.

Een jongerenraad kan in essentie dezelfde functies hebben als een dorpsraad. Het is afhankelijk van de wensen van jongeren en de gemeente welke functies een jongerenraad vervult. De definitie van jongeren kan per gemeente variëren, sommige gemeenten kiezen ervoor om zich vooral op jongvolwassenen te richten, maar ook (jonge) kinderen kunnen worden betrokken bij een jongerenraad. Een aparte kinderraad of een combinatie van beiden is uiteraard ook een goede optie.

5.5.5 Een themaraad

Het is ook mogelijk om een raad op te richten die zich voornamelijk focust op een specifiek thema in de gemeente. Er bestaan momenteel al talloze themaraden met inwoners als leden. Veel voorkomende thema's zijn: sport, cultuur, senioren, sociale zaken, speciale evenementen etc. De specifieke taken en rollen van zo'n raad kunnen sterk verschillen per gemeente en zijn ook afhankelijk van de wensen van inwoners en gemeente zelf. Een themaraad zou gevraagd en ongevraagd advies kunnen geven aan de gemeente betreffende dit thema, maar zou bijvoorbeeld ook een budget kunnen krijgen om zelfstandig bepaalde evenementen of zaken te organiseren en naast de adviesrol ook verantwoordelijkheid kunnen krijgen om zelfstandig bepaalde zaken uit te voeren. De thema's en taken of rollen van een themaraad kunnen per gemeente verschillen.

Bijvoorbeeld

De cultuurraad in de gemeente Kapelle bestaat alleen uit inwoners van de gemeente, verenigd in de Stichting Kapelle Cultureel. Deze raad geeft adviezen aan de burgemeester en wethouders over bijvoorbeeld muziekgezelschappen, zangkoren, schilder- en beeldhouwclubs, exposities, het fruitteeltmuseum, de bibliotheken en bibliobus, de podiumkunsten en de monumentale gebouwen. Naast deze adviesfunctie krijgt Kapelle Cultureel ook zelf een budget van de gemeente om optredens van podiumkunstenaars en sprekers te organiseren. Het initiatief en de verantwoordelijkheid liggen in dit geval dus bij de inwoners.

5.5.6 Samenlevingsfonds

Een samenlevingsfonds is bedoeld om inwoners te kunnen ondersteunen bij hun initiatieven. Het voornaamste doel van een samenlevingsfonds is het vergroten van de leefbaarheid in een gemeente. Een bedrag uit het samenlevingsfonds zou bijvoorbeeld kunnen bijdragen aan de verbetering van infrastructurele voorzieningen en zowel aan fysieke als sociale aspecten. Dit fonds stelt de burgers van een gemeente in staat om te participeren met hun eigen ideeën. Een grote voorwaarde hieraan is dat de burger echter wel zelf verantwoordelijk is voor de organisatie en de uitvoering van het initiatief. Aan een subsidie kunnen ook nog aanvullende voorwaarden worden gesteld. De gemeente vervult hierin dus een ondersteunende en faciliterende rol: het initiatief, de organisatie en de verantwoordelijkheid liggen bij de burger.

5.5.7 Inwonerspanel

Een inwonerspanel biedt inwoners de mogelijkheid om deel te nemen aan besluitvorming rondom bijvoorbeeld toerisme of andere thema's in de gemeente of regio door hen een stem te geven in de beslissingen rondom toekomstige ontwikkelingen. Een inwonerspanel zet participatie van inwoners om in denkkracht. De samenstelling van het panel moet open en transparant gebeuren. Inwoners mogen zich niet buitengesloten voelen. Bovendien moet er worden gelet op de onafhankelijkheid en eventuele doorwegende belangen van panelleden.

5.5.8 Een kinderburgemeester

Het aanstellen van een kinderburgemeester kan de betrokkenheid onder jongeren binnen een gemeente helpen vergroten en versterken. Vaak mag de kinderburgemeester van een gemeente bijzondere bijeenkomsten bijwonen en krijgt deze een ceremoniële functie. Bovendien kan een kinderburgemeester de wensen en het sentiment van de kinderen in een gemeente communiceren met bijvoorbeeld de gemeenteraad of de wethouders. Zo wordt er niet alleen over kinderen gepraat, maar vooral ook met kinderen. Een kinderburgemeester kan als geen ander vertellen wat kinderen belangrijk vinden en wat de gemeente voor hen kan betekenen. Steeds meer gemeenten stellen een kinderburgemeester aan.

5.5.9 Een toerismedebat

Een toerismedebat is een goed middel om vragen omtrent toerisme en de vrijetijdssector in de regio en het betrekken van inwoners hierbij te beantwoorden. Stel deze vragen aan inwoners, ondernemers en andere betrokkenen. Het is belangrijk om dit goed voor te bereiden zodat de juiste dingen worden besproken in een constructieve sfeer waarbij deelnemers achteraf het gevoel hebben dat ze echt gehoord zijn en relevante input de uitkomst is. Een toerismedebat kan zowel online als offline worden georganiseerd.

5.5.10 De toeristische barometer

Mensen zijn vaak gehaast en gaan niet altijd graag een gesprek aan. Een toeristische barometer maakt het daarom erg laagdrempelig voor inwoners om kort en snel hun mening te geven over een bepaalde stelling. Via een snelle antwoordmogelijkheid kunnen bewoners toch enigszins betrokken worden bij welk thema dan ook. Op wat voor manier dan ook snel hun stem laten horen of uitbrengen over een bepaalde stelling, of hun gevoel communiceren via bijvoorbeeld een smiley, geeft de inwoner toch in enige mate het gevoel betrokken te zijn bij dit thema en gehoord te worden.

5.5.11 De toeristische klagmuur

Als inwoners in de toekomst meer en beter betrokken worden, is het belangrijk om ook eerlijk te erkennen dat toerisme in de regio op sommige plekken en tijden voor overlast kan zorgen. De inwoners zouden hier bijvoorbeeld over gehoord kunnen worden door een zogeheten toeristische klagmuur op te zetten. Via de toeristische klagmuur zouden inwoners hun mening over of problemen met het toerisme in de regio kunnen laten blijken. De toeristische klagmuur zou ook tot eventuele oplossingen kunnen leiden als goed wordt gecommuniceerd om inwoners bij het uiten van hun meningen of problemen goed te vragen naar wat voor hun een potentiële oplossing zou kunnen zijn. Als men 'klaagt', vindt men het over het algemeen ook heel leuk om mee te denken over een oplossing en fijn om ook hierover gehoord en begrepen te worden.

5.5.12 Inwoners vereeuwigen

Geef de inwoners van een stad, gemeente of regio een fysiek plekje in hun stad, gemeente of regio. Betrek de inwoners actief om hun gevoel van trots voor de regio te vergroten. Door de inwoners een fysiek plekje te geven wordt het gevoel van trots onder de inwoners alleen maar vergroot. Voor de invulling hiervan zijn veel mogelijkheden denkbaar. Bij de onthulling, plaatsing of hoe de invulling ook wordt uitgevoerd, kunnen vervolgens de inwoners en hun connectie met de stad, gemeente of regio worden betrokken. Dit verbindt de inwoners met elkaar en kan leiden tot het vergroten of versterken van de betrokkenheid van inwoners. Het vereeuwigen van inwoners zou bijvoorbeeld ook goed kunnen worden gecombineerd met een themajaar.

Bijvoorbeeld

Delft kleurde tijdens het themajaar 'Rembrandt & de Gouden Eeuw' in 2019 goud. Ook de campagne 'delft is goud, jij bent goud' werd opgezet. Iedereen die iemand 'goud' vond kon deze persoon een gouden klinker cadeau doen. Hierin werden vervolgens de initialen van deze persoon gegraveerd. Deze klinkers vormen nu een gouden loper in de Jozefstraat. Elke klinker symboliseert de verbintenis tussen twee mensen. Tijdens de feestelijke legmomenten vond de verbinding van Delftenaren en hun verhaal daadwerkelijk en fysiek plaats (Delft is goud, jij bent goud, z.d.).

5.5.13 Ontdek je regio

Dit is een initiatief speciaal voor de inwoners, om op een laagdrempelige te laten zien wat hun stad, gemeente of regio op bijvoorbeeld cultureel, sportief of culinair gebied te bieden heeft. Dit biedt tevens een platform voor lokale ondernemers, inwoners en culturele instellingen om de trots van hun stad, gemeente of regio met elkaar te delen.

De ontwikkeling, organisatie en uitvoering biedt bovendien veel kansen om inwoners bij het proces te betrekken. Inzet van deze tool zou een boost kunnen geven aan de betrokkenheid of het verlangen naar betrokkenheid van de inwoners van een gemeente.

5.5.14 Kunst in de regio

Deze tool zet museale exposities in om inwoners van een dorp, stad of regio trotser te maken. Kunst uit lokale musea wordt tentoongesteld in het dorp, de stad of de regio. Via deze tentoonstellingen worden bezoekers, maar ook inwoners zelf, gestimuleerd om de lokale musea te bezoeken. Bovendien dragen deze tentoonstellingen bij aan het imago van de stad of regio als een stad of regio waar kunst en cultuur volop aanwezig is. Ook worden de inwoners via deze tentoonstellingen betrokken bij de lokale musea, kunst en cultuur. De inhoud en locaties van de tentoonstellingen wordt samen met de bewoners geselecteerd.

Bijvoorbeeld

In Utrecht werden bezoekers door tentoonstellingen gestimuleerd om exposities en musea te bezoeken. De tentoonstellingen droegen bovendien bij aan het imago van Utrecht als stad waar kunst en cultuur volop te vinden is. Om de inwoners van Utrecht te verbinden met dat imago werden drie wijken uitgekozen om kunst uit het Centraal Museum letterlijk naar de straat te brengen. Samen met de inwoners van deze wijken werden verschillende afbeeldingen geselecteerd om later levensgroot op muren van gebouwen te laten schilderen. Het resulteerde in trotse inwoners. Er is specifiek gekozen voor wijken waar inwoners normaal gesproken minder met kunst en cultuur in aanraking komen. "Door op deze laagdrempelige manier letterlijk meer kleur in de wijk te brengen, zie je dat ook deze bewoners zich verbonden voelen met wat Utrecht is. Tijdens de onthulling was het daarnaast mooi om te zien hoe bewoners elkaar, soms voor het eerst, vonden".

Het proces rondom de uitvoering van deze tool leent zich bovendien uitstekend om inwoners bij te betrekken. Het betrekken van inwoners bij het proces en de uitvoering van deze tool én het effect op alle inwoners van het inzetten van deze tool kan de betrokkenheid onder inwoners vergroten en/of versterken (Utrecht Marketing, 2019).

5.5.15 Een droomlab

Een droomlab kan een goede manier zijn om samenwerking tussen inwoners en overheden te stimuleren en faciliteren. Zo worden inwoners betrokken bij bijvoorbeeld toekomstig toeristisch-recreatieve ontwikkelingen, de leefbaarheid in de gemeenschap, de woningmarkt en de ontwikkeling van toerisme op een schaal die past bij de gemeenschap. Een droomlab biedt ook een goede mogelijkheid om jongeren en kinderen te betrekken bij de toekomst van de gemeente.

Bijvoorbeeld

De gemeente Dongen, gemeente Oosterhout en de provincie Noord-Brabant organiseerden een droomlab-sessie met het streven om inwoners, ondernemers, belanghebbenden, organisaties en verenigingen te stimuleren om het landelijk gebied tussen Oosterhout en Dongen een kwaliteitsimpuls te geven. Inwoners kwamen met ideeën, dromen en wensen op het gebied van recreatie, ondernemerschap, ontspanning, natuur en toegankelijkheid van het gebied. Het resultaat van de dag werd vastgelegd in een beeldend verhaal, het dromenboek (Dongen Nieuws, 2019).

5.5.16 Scithos

Scithos is een simulatietool/serious game om de effecten van beleidskeuzen op verschillende factoren te kunnen beoordelen. In dit spel staan factoren als 'bezoekbaarheid door toeristen' en 'leefbaarheid van inwoners' centraal. Deze worden met andere factoren als ecologie en economie afgewogen door met belanghebbenden in gesprek te gaan. Door deze simulatietool kunnen effecten van beleidskeuzen op de korte termijn en de lange termijn worden gesimuleerd. "Deze tool stelt beleidsmedewerkers in staat om strategieën te ontwikkelen voor een duurzame bestemming". Door via Scithos te luisteren naar de inwoners van de regio worden de belangrijkste ervaren negatieve effecten van toerisme duidelijk. Dit kan vervolgens aangepakt worden.

De effecten hiervan kunnen via de simulatietool in beeld worden gebracht voor de korte termijn en lange termijn. De effecten van gebruik van Scithos kunnen ervaren negatieve effecten van toerisme en recreatie voor inwoners verbeteren/aanpakken. De uitkomst hiervan zou kunnen leiden tot vergrote of versterkte betrokkenheid van inwoners of in ieder geval het verlangen hiernaar. Bovendien kunnen inwoners worden betrokken bij deze tool. Inwoners kunnen worden gevraagd naar bijvoorbeeld de belangrijkste ervaren negatieve effecten. Ook dit genereert een vorm van betrokkenheid van inwoners.

6. Literatuurlijst

Ambassade van Den Haag. (z.d.). Inzet City Hosts.

<https://www.ambassadevandenhaag.nl/wat-doen-we/inzet-city-hosts/>

Antonides, L., Witte, C., de Moor, T., & Boele, A. (2018). De functies van bewonersoverlegorganisaties in een veranderende samenleving. Universiteit Utrecht. https://www.lvkk.nl/fileadmin/user_upload/UvU.Def.Eindrapport.Onderzoek.pdf

Bleijenberg, C. (2019, 3 mei). De "unusual suspects": hoe bereik en betrek je ze? Overheid in contact.

<https://www.overheidincontact.nl/de-unusual-suspects-hoe-bereik-en-betrek-je-ze/>

Citizens. (2018, juni). Betrokkenheid organiseer je zo (versie juni 2018).

de Graaf, J. (2017). Van top tot teen in verbinding - beweging van onderop, beweging aan de top. Hogeschool Utrecht - Kenniscentrum Sociale Innovatie. <https://www.socialevraagstukken.nl/wp-content/uploads/HU-openbare-les-Laurens-de-Graaf-Van-top-tot-teen-in-verbinding.pdf>

de Graaf, L. J., Schaap, L., & Theuns, M. (2016). Raadswerk is Maatwerk. Tilburgse School voor Politiek & Bestuur.

De Kok, E. (2020, 19 maart). Goes' themajaar in het teken van Europa. Internetbode.nl.

<https://www.internetbode.nl/regio/beveland/310355/goes-themajaar-in-het-teken-van-europa->

Delft is goud, jij bent goud. (z.d.). Delft is goud, jij bent goud. <https://delftsgoud.nl/en/>

Dongen Nieuws. (2019, 7 januari). Gebiedsontwikkeling Dongen en Oosterhout in co-creatie met inwoners.

<https://dongen.nieuws.nl/nieuws/20190107/gebiedsontwikkeling-dongen-en-oosterhout-in-co-creatie-met-inwoners/>

Gemeente Borsele. (z.d.). Gemeente Borsele. <https://www.borsele.nl>

Gemeente Goes. (z.d.). Gemeente Goes. <https://www.goes.nl>

Gemeente Hulst. (z.d.). Gemeente Hulst. <https://www.gemeentehulst.nl>

Gemeente Kapelle. (z.d.). Gemeente Kapelle. <https://www.kapelle.nl>

Gemeente Middelburg. (z.d.). Gemeente Middelburg. <https://www.middelburg.nl>

Gemeente Noord-Beveland. (z.d.). Gemeente Noord-Beveland. <https://www.noord-beveland.nl/>

Gemeente Reimerswaal. (z.d.). Gemeente Reimerswaal. <https://www.reimerswaal.nl>

Gemeente Schouwen-Duiveland. (z.d.). Gemeente Schouwen-Duiveland. <https://www.schouwen-duiveland.nl/>

Gemeente Sluis. (z.d.). Gemeente Sluis. <https://www.gemeentesluis.nl>

Gemeente Terneuzen. (z.d.). Gemeente Terneuzen. <https://www.terneuzen.nl>

Gemeente Tholen. (z.d.). Gemeente Tholen. <https://www.tholen.nl/inwoners>

Gemeente Veere. (z.d.). Gemeente Veere. <https://www.veere.nl>

Gemeente Vlissingen. (2020, 23 november). Uitnodiging Online festival Vlissingen 2040 [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wXD47yXID-5Q&feature=youtu.be>

Gemeente Vlissingen. (z.d.-a). Gemeente Vlissingen. <https://www.vlissingen.nl/home.html>

Gemeente Vlissingen. (z.d.-a). Gemeente Vlissingen: Online festival. <https://www.vlissingen.nl/inwoner/toekomstvisie-vlissingen-2040/programma-toekomstvisie/online-festival.html>

Gemeente Vlissingen. (z.d.-b). Online festival Vlissingen. <https://www.vlissingen2040.nl/>

Hoonhorst, R. (20-06-23). Veere stuurt ansichtkaarten om inwoners mee te laten doen met enquête. PZC. <https://www.pzc.nl/walcheren/veere-stuurt-ansichtkaarten-om-inwoners-mee-te-laten-doen-met-enquete-a48c705e/>

i amsterdam. (2018, 29 mei). Amsterdam start campagne tegen hufferig gedrag. <https://www.iamsterdam.com/nl/over-ons/amsterdam-en-partners/nieuws/2018/lancing-enjoy-and-respect>

IJben, H. (2019). De eerste stap richting een (nog meer) bewuste toeristische bestemming - Wat is de houding (attitude) van de inwoners van de provincie Zeeland ten aanzien van toerisme? HZ Kenniscentrum Kusttoerisme. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/6f/Rapportage_inwonersonderzoek_Zeeland_LR.pdf

Kapelle Cultureel. (z.d.). Kapelle Cultureel | Culturele activiteiten in de Gemeente Kapelle. <https://kapellecultureel.nl/>

Lenos, S., Sturm, P., Vis, R. (2006). Burgerparticipatie in gemeenteland. Quick scan van 34 coalitieakkoorden en raadsprogramma's voor de periode 2006 - 2010. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek

Likert-schaal: Wat het is en hoe het te gebruiken. (z.d.). SurveyMonkey. <https://nl.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2019, 29 oktober). Burgerparticipatie. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/burger-schap/burgerparticipatie>

MuseaSD. (2020, 5 november). Het laatste oorlogsjaar van Schouwen-Duiveland. [museasd.nl. https://museasd.nl/themajaar/](https://museasd.nl/themajaar/)

NBTC Holland Marketing. (2020). Werk maken van bewonersprofiel - Ideeën en concrete handvatten om (meer) draagvlak te creëren bij bewoners voor het toeristisch beleid.

NBTC Holland Marketing. (2020a). Toolkit bewoners betrekken bij de toekomst van toerisme. <https://nbtcmagazine.maglr.com/toolkitbewonersbetrekken/toolkit>

Paardekam, R. (2020a, maart 19). Europa staat centraal tijdens nieuw themajaar in Goes. PZC. <https://www.pzc.nl/bevelanden/europa-staat-centraal-tijdens-nieuw-themajaar-in-goes-a7104791/>

Peters, A., Schalk, J., Meijneken, D., Mensinga, C., & Voutz, H. (2013, 11 juni). Veranderingen in de relatie tussen overheid en burger, een uitdaging voor onderzoekers: een verkenning van de VSO-netwerkgroep - Beleidsonderzoek Online · Boom bestuurskunde tijdschriften. <https://tijdschriften.boombestuurskunde.nl/tijdschrift/bso/2012/09/BELEIDSONDERZOEK-D-12-00021>

Raad voor de leefomgeving en infrastructuur. (2019). Waardevol Toerisme - Onze leefomgeving verdient het. https://www.rli.nl/sites/default/files/rli_advies_waardevol_toerisme_onze_leefomgeving_verdient_het.pdf

Reformatorisch Dagblad. (2004, 29 december). Goes viert in 2005 600 jaar stadsrechten. Digibron.nl. https://www.digibron.nl/viewer/collectie/Digibron/id/tag:RD.nl,20041229:newsml_95157497cbc34bad68a4f076c7ab10b1

Rosenblatt, G. (2010, 1 februari). The Engagement Pyramid: Six Levels of Connecting People and Social Change. <http://groundwire.org/blog/groundwire-engagement-pyramid/>

Schram, J., van Twist, M., & van der Steen, M. (2018, 26 september). Burgers worden meer betrokken bij beleid, maar er is een grens. <https://www.sociale-vraagstukken.nl/betrek-burger-helemaal-bij-beleid-maar-maak-hem-geen-eindverantwoordelijke/elen-een-verkenning/>

Smart City Hospitality. (z.d.). SCITHOS – Smart City Hospitality. <https://scithos.eu/>

Sondervan, C. (20-05-16). Burgemeester beloont maandag de toptekening van Veere. PZC. <https://www.pzc.nl/walcheren/burgemeester-beloont-maandag-de-toptekening-van-veere-a1ea6869/>

Trampe, D. (2019, 3 mei). Participatie: inspelen op betrokkenheidsprofielen. Overheid in contact. <https://www.overheidincontact.nl/participatie-stimuleren-door-in-te-spelen-op-betrokkenheidsprofiel>

Utrecht Marketing. (2019, 29 augustus). Enorme muurschildering in Overvecht onthuld door burgemeester Jan van Zanen. <https://www.utrechtmarketing.nl/nieuwsbericht/enorme-muurschildering-in-overvecht-onthuld-door-burgemeester-jan-van-zanen/>

Van Dale. (z.d.). Betrokkenheid. In Van Dale. Geraadpleegd op 9 december 2020, van <https://bibliotheek.ehb.be:2424/zoeken/zoeken.do#>

Van Dale. (z.d.-b). Burgerparticipatie. In Van Dale. Geraadpleegd op 9 december 2020, van <https://bibliotheek.ehb.be:2424/zoeken/zoeken.do#>

van de Wijdeven, T., de Graaf, L., Hendriks, F., & van der Staak, M. (2013). Actief burgerschap - Lijnen in de literatuur. Tilburgse School voor Politiek & Bestuur. https://www.platform31.nl/uploads/media_item/media_item/8/96/Actief_burgerschap_-_Lijnen_in_de_literatuur_-_TSPB_mei_2013_-_def-1372327736.pdf

Visit Faroe Islands. (2020, 8 juni). Closed for Maintenance, Open for voluntourism. <https://www.visitfaroeislands.com/closed/>

7. Bijlagen

Bijlage I: Totaaloverzicht Inspiratiegids Vergroten Draagvlak Toerisme

Beleidsinstrument 1: Sturen op het bezoek aan een bestemming	Beleidsinstrument 2: Sturen op toegang en voorzieningengebruik ter plaatse	Beleidsinstrument 3: Sturen op gedrag van bezoekers	Beleidsinstrument 4: Sturen op faciliteiten voor toerisme: vergroten of verkleinen	Beleidsinstrument 5: Sturen op compensatie van bewoners
Goedkopere OV-trajecten	Een themajaar	City Hosts	Balans in woningmarkt	Betrokkenheidscommunicatie
Dynamic off-peak pricing	Dynamic off-peak pricing Voorzieningen in de daluren	Bewustwordingscampagne	DNA-optimalisatie en ontwikkeling van aanbod	Leaflet & Infographic
Samenwerking musea	(ver)plaatsing (nieuw)aanbod	Voluntourism	Verbinden start-ups, creatievelingen en ambachten	Een dorpsraad
	Een heatmap	Reinvent Tourism		Een jongerenraad
		Bezoekersbelofte		Een themaraad
		De reisgids van de toekomst		Samenlevingsfonds
		De hier-moet-je-zijn-kaart		Inwonerspanel
				Een kinderburgemeester
				Een toerismedebat
				De toeristische barometer
				De toeristische klagmuur
				Inwoners vereeuwigen
				Ontdek je regio
				Kunst in de regio
				Dromenlab
				Scithos