

Toerisme in je stad: genot of belemmering?



**Auteur:
Lieke Vogels**

Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu (GPM)

Faculteit der Managementwetenschappen

Radboud Universiteit Nijmegen

Juni 2013

Toerisme in je stad: genot of belemmering?

**Een onderzoek naar de invloed van het wonen in front- of
back regio's op attitudes ten aanzien van toerisme in
Vlissingen.**

Auteur: Lieke Vogels

Begeleider: Korrie Melis

Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu (GPM)

Faculteit der Managementwetenschappen

Radboud Universiteit Nijmegen

Juni 2013

Voorwoord

Voor u ligt een onderzoek in het kader van de bachelorscriptie Geografie, Planologie en Milieu (GPM) ter afronding van de bacheloropleiding Geografie, Planologie en Milieu (GPM) aan de Faculteit der Managementwetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen. Het betreft een onderzoek naar de invloed van het wonen in front-of back regio's op attitudes ten aanzien van toerisme, met Vlissingen als casus. De keuze voor dit onderwerp komt voort uit het feit dat ik al sinds jong af aan de zomer doorbreng in de omgeving van Vlissingen en er daardoor redelijk bekend ben. Daarnaast heb ik een aantal bekenden die midden in het centrum van Vlissingen woonachtig zijn. Vanwege hun enthousiasme bij evenementen in de stad, en hun soms geïrriteerde opmerkingen over toeristen ging ik mij interesseren in attitudes die de Vlissingse bevolking heeft ten aanzien van toerisme. Daarbij vroeg ik mij af hoe mensen die buiten het centrum wonen, en die naar mijn idee veel minder van de toeristische activiteiten meekregen, het toerisme ervaren. Met dit onderzoek heb ik geprobeerd te achterhalen in hoeverre de attitudes van beide groepen inwoners verschillen, en welke oorzaken daarvan aan het wonen binnen of buiten het centrum en de boulevard ontleend kunnen worden.

Tevens wil ik een aantal mensen bedanken die mij geholpen hebben bij het ontwikkelen van deze bachelorthesis. Ten eerste wil ik Korrie Melis bedanken voor de begeleiding en de nuttige feedback. Dit heeft ervoor gezorgd dat ik op een aantal momenten toch weer gemotiveerd werd en verder kon. Daarnaast wil ik alle respondenten bedanken voor hun moeite en verhalen. Door hen ben ik tot een aantal inzichten gekomen, waardoor ik mijn onderzoek goed kon uitvoeren en het uiteindelijk kon uitschrijven tot deze bachelorthesis.

Nijmegen, Juni 2013

Lieke Vogels

Samenvatting

In deze bachelorthesis wordt onderzoek gedaan naar de invloed van het wonen in front- of back regio's op attitudes over toerisme. In toeristische gebieden ondervinden inwoners zowel positieve als negatieve effecten van toerisme. Door deze effecten ontwikkelen zij attitudes over toerisme. Een attitude is een waardetoekenning die een groep of individu aan een bepaald object, in dit geval toerisme, toekent (Maio & Haddock, 2009). Attitudes kunnen positief, negatief of neutraal zijn en ze kunnen bepaalde intensiteiten hebben.

Door allerlei toeristische activiteiten en evenementen is een toeristische regio continu aan verandering onderhevig (Pacione, 2009). Daarnaast kan door toerisme en de bijbehorende citymarketing de authenticiteit van een stad veranderen. Een bijkomend positief effect van toerisme is dat een regio en ook de inwoners veel geld kunnen verdienen aan het toerisme. Zij zijn dan in zekere mate afhankelijk van toerisme. Daarnaast kunnen effecten van toerisme ook verschillend zijn voor verschillende geografische locaties binnen een toeristische regio. Zoals eerder gezegd zijn de effecten die inwoners van toerisme ervaren van invloed op de attitudes die zij over toerisme hebben.

Een theorie die attitudes kan verduidelijk en verklaren is de Social Exchange Theory. Met behulp van deze theorie kan verklaard worden waarom lokale inwoners die veel (economisch) profijt hebben van toerisme, het vaak beter accepteren en er een betere attitude over hebben. Bij de Social Exchange Theory gaat het erom in hoeverre positieve en negatieve effecten toerisme tegen elkaar opwegen (Kayat e.a., 2013). Volgens de Social Exchange Theory worden bij toerisme allerlei goeden en diensten aangeboden in ruil voor inkomsten (Ap, 1992). Positieve uitkomsten van uitwisselingen kunnen weer nieuwe uitwisseling teweeg brengen.

Een in de literatuur genoemd concept dat goed gebruikt kan worden om een scheiding in geografische locaties te maken is het wonen in front- of back regio's. Front regio's zijn plaatsen waar de lokale inwoners en de toeristen elkaar vaak ontmoeten. In front regio's zijn veel toeristische faciliteiten en activiteiten aanwezig, daardoor ondervinden inwoners in front regio's veel effecten van toerisme. In back regio's zijn nauwelijks toeristische faciliteiten en activiteiten aanwezig. Hier zijn ook niet veel toeristen aanwezig. Een goed voorbeeld van een scheiding van geografische locaties in front- en back regio's is het onderscheid tussen het centrum van een stad en de wijken van een stad die buiten het centrum liggen.

Vlissingen is een goed voorbeeld van een toeristische stad die in het hoogseizoen veel effecten van toerisme ondervindt. Het vormt dan ook de casus van dit onderzoek. In Vlissingen vinden de meeste toeristische activiteiten en evenementen plaats in het centrum en op de boulevard. Daar ondervinden de inwoners de meeste effecten van toerisme. De Gemeente Vlissingen voert een toeristisch beleid uit en zet onder andere bij de citymarketing in op de historische en maritieme beleving. Er heerst echter onduidelijkheid over de betrokkenheid van lokale inwoners bij het toeristisch beleid. Volgens Ap (1992) zijn de attitudes van lokale inwoners over toerisme belangrijk voor de ontwikkeling van toerisme. Volgens Ap is het dan ook belangrijk dat er naar de lokale inwoners geluisterd wordt. Vandaar dat het voor dit onderzoek interessant is om attitudes van de lokale inwoners over toerisme te onderzoeken. Hiermee kunnen aanbevelingen worden gedaan voor een verbetering van het toeristisch beleid van de Gemeente Vlissingen.

Er is in dit onderzoek gebruikt gemaakt van een case-study. Vlissingen vormt de casus en er zijn semi-gestructureerde face-to-face interviews gehouden onder de lokale inwoners. Er is hierbij ook een onderscheid gemaakt in front- en back regio's. In dit onderzoek vormt het centrum en de boulevard van Vlissingen de front regio. De back regio wordt gevormd door de wijken die buiten het centrum en de boulevard liggen. Door middel van semi-gestructureerde interviews zijn de attitudes van beide inwonersgroepen over toerisme onderzocht. Door deze te vergelijken en te analyseren is duidelijk geworden wat de rol is van het wonen in front- of back regio's op attitudes over toerisme. De interviews en de onderzoeksresultaten zijn geordend door middel van zes dimensies van effecten van toerisme, opgesteld door Hall & Page (2002). Dit zijn de economische-, toeristisch-commerciële-, socio-culturele-, psychologische-, politiek-bestuurlijke- en fysieke/omgevingsdimensie. Tevens dienen deze zes dimensies van effecten van toerisme als verklarend instrument voor de gevonden resultaten en verbanden binnen dit onderzoek. De effecten die de inwoners van toerisme ondervinden zijn in deze zes dimensies ondergebracht. Hoewel deze dimensies als verklarend instrument dienen, is er toch veel overlap tussen de dimensies en de daarin ondergebrachte onderzoeksresultaten.

Uit het onderzoek is gebleken dat beide onderzochte inwonersgroepen positieve attitudes over toerisme hebben, maar dat deze door andere factoren worden veroorzaakt.

Beide inwonersgroepen zijn nauwelijks economisch afhankelijk, maar een groot deel van beide groepen is zich wel bewust van de economische afhankelijkheid van Vlissingen. Vandaar dat zij voorstander zijn van een verdere ontwikkeling van toerisme in Vlissingen. Hoewel de inwoners in het centrum dus voor een verdere ontwikkeling zijn, zijn zij redelijk negatief over de verpaupering en leegstand in de Vlissingse binnenstad. Zij geven daar, al dan niet terecht, de gemeente de schuld van.

Daarnaast hebben beide inwonersgroepen positieve attitudes over het feit dat ze in de zomer kunnen deelnemen aan evenementen en activiteiten. De inwoners buiten het centrum ondervinden hier geen nadelen van. De inwoners binnen het centrum ondervinden wel nadelen hiervan, waaronder drukte en geluidsoverlast. Het lijken vooral de ouderen te zijn die hier het meest last van ondervinden. Maar de inwoners binnen het centrum zijn erop ingesteld dat zij deze negatieve effecten kunnen ondervinden, daardoor zoeken zij zelf naar oplossingen hiervoor. Beide inwonersgroepen ondervinden enkele nadelen van de drukte op de wegen en nadelen met parkeren.

Ook zijn beide inwonersgroepen positief over hun leefomgeving. Veel van hen zijn dan ook trots op Vlissingen, mede door de ontwikkeling van het toerisme. Ondanks deze ontwikkeling van het toerisme heeft het merendeel van beide groepen niet het idee dat de samenleving hierdoor veranderd is, enkel de verandering op de arbeidsmarkt worden genoemd als oorzaken voor een eventuele verandering van de samenleving.

Een andere uitkomst van het onderzoek is dat beide groepen hetzelfde beeld hebben over het soort toeristen dat in Vlissingen komt. Veel van hen hebben enkel contact met toeristen als die om de weg of andere informatie vragen. Wel zorgen de toeristen voor een gedragsverandering, waarbij werknemers in de horeca en lokale inwoners meer hun best doen voor de toeristen.

De Gemeente Vlissingen doet ook haar best om toeristen te trekken en te binden. Een middel dat zij hiervoor gebruiken is het uitstralen van de maritieme beleving. Vrijwel alle respondenten zijn positief over de maritieme beleving, maar vinden dat deze nog enkele verbeterpunten kent. De eerder genoemde leegstand en verpaupering worden als negatieve aspecten van het beleid van de gemeente gezien. Over de betrokkenheid bij het toeristisch beleid zijn de meningen van beide inwonersgroepen verdeeld. De inwoners buiten het centrum hebben

nauwelijks een beeld van het beleid. Zij voelen zich niet bij het beleid betrokken, maar vinden dit niet erg omdat zij er toch geen belangen bij hebben. Wel zijn zij tevreden over een aantal maatregelen die bepaalde verkeersoplossingen voor een deel hebben opgelost. De inwoners binnen het centrum zijn verdeeld over het toeristisch beleid. Een deel van hen gaf aan dat inwoners, vaak dezelfde, pas betrokken worden bij het beleid als zij zich er zelf mee proberen te bemoeien. Dan nog wordt er niet altijd naar de inwoners geluisterd door de gemeente. Dit is afhankelijk van de belangen die er voor individuen en de gemeente op het spel staan.

Over de omgang met de bestaande gebouwen zijn beide groepen verdeeld. Over omgang met de natuur zitten zij al dicht bij elkaar. Beide groepen noemden een aantal voorbeelden van een tegenstrijdig dilemma tussen toerisme en natuur. Meerdere individuen hebben andere belangen bij het ontwikkelen van toerisme of het behouden van natuur. Dit kan soms botsen.

Uit een analyse van de onderzoeksresultaten is gebleken dat vrijwel alle respondenten positieve attitudes over toerisme hebben, omdat de voordelen van toerisme voor hen zwaarder opwegen tegen de nadelen van toerisme. Hiermee worden de aannames van de Social Exchange Theory bevestigd.

Inwoners buiten het centrum ondervinden nauwelijks negatieve effecten van toerisme. Negatieve effecten van toerisme worden door inwoners binnen het centrum, zelf opgelost. Binnen de inwoners binnen het centrum heerst veel meer verdeeldheid dan binnen de inwoners buiten het centrum. De inwoners binnen het centrum worden veel meer met toerisme en de bijbehorende effecten geconfronteerd. Zij gaan daar ieder op een andere manier mee om. Daardoor zijn er veel verschillende attitudes. Deze attitudes kennen ook een hogere intensiteit dan de attitudes van inwoners buiten het centrum. Omdat de bevolking buiten het centrum toch nauwelijks effecten van toerisme ondervinden lijken zij alles prima te vinden, zij zijn dan ook niet dagelijks bewust bezig met toerisme. Daardoor wordt geconcludeerd dat zowel het wonen in front- of back regio's van invloed is op attitudes over toerisme. In front regio's ondervinden inwoners meer effecten, zijn zij bewuster met deze effecten bezig en hebben zij daardoor veel meer verdeelde en intense attitudes over toerisme. In back regio's ondervinden inwoners weinig effecten van toerisme, zij zijn hier dan ook niet bewust mee bezig. Daardoor hebben zij veel dezelfde attitudes die gekenmerkt worden door een lage intensiteit. Daarnaast zijn ook persoonlijke eigenschappen, waaronder leeftijd, in zekere mate van invloed op attitudes ten aanzien van toerisme.

Hoewel het doel van dit onderzoek is om aanbeveling aan de Gemeente Vlissingen te doen voor een verbetering van het toeristisch beleid, is dit niet echt nodig. Het overgrote overgrote deel van de respondenten lijkt redelijk tevreden te zijn over het toeristisch beleid. Enkel de informatievoorziening kan verbeterd worden, hierdoor zullen vooral de inwoners binnen het centrum meer tevreden zijn over het beleid. Voor verder onderzoek zou het interessant zijn om andere toeristische steden in Nederland te onderzoeken, zodat uitkomsten van onderzoeken op nationaal niveau generaliseerbaar worden. Daarnaast zou bij een volgend onderzoek enkel inwoners geïnterviewd kunnen worden die allen afhankelijk zijn van toerisme, daarmee kunnen de veronderstellingen van de Social Exchange Theory beter getoetst worden.

Inhoudsopgave

Pagina

Hoofdstuk 1 – Inleiding	1
1.1 Projectkader	1
1.2 Doelstelling	6
1.3 Onderzoeksmodel	7
1.4 Vraagstelling	8
1.5 Leeswijzer	9
Hoofdstuk 2 – Theoretisch Kader	10
2.1 Theoretisch Kader	10
2.2 Conceptueel Model	19
Hoofdstuk 3 – Methodologie	20
3.1 Onderzoeksstrategie	20
3.2 Onderzoeksmateriaal	22
3.3 Analysemethoden	23
Hoofdstuk 4 – Onderzoeksresultaten	24
4.1 Economische dimensie	24
4.2 Toeristisch-commerciële dimensie	26
4.3 Socio-culturele dimensie	28
4.4 Psychologische dimensie	30
4.5 Politiek-bestuurlijke dimensie	32
4.6 Fysieke/omgevingsdimensie	34
Hoofdstuk 5 – Analyseresultaten	35
5.1 Attitudes	35
5.2 Social Exchange Theory	36
5.3 Front regio's & Back regio's	40
5.4 Dimensies van Effecten van toerisme	42
Hoofdstuk 6 – Conclusie, aanbevelingen en kritische reflectie	44
6.1 Conclusie	44
6.2 Kritische reflectie en aanbevelingen	46
Literatuur	48
Bijlagen	51
Bijlage 1: Plattegrond van de wijken in Vlissingne	51
Bijlage 2: Profielen respondenten	52
Bijlage 3: Interviewguide	53

Hoofdstuk 1 - Inleiding

In dit hoofdstuk zal in paragraaf 1.1 een beeld geschetst worden van de huidige ontwikkelingen en de literatuur. In paragraaf 1.2 zal vervolgens op basis van het projectkader de doelstelling van dit onderzoek geformuleerd worden. Daarna zal in paragraaf 1.3 het onderzoeksmodel opgesteld worden. In dit model worden de doelstelling en de te nemen stappen in dit onderzoek schematisch weergegeven. In paragraaf 1.4 worden de vraagstelling en de deelvragen binnen dit onderzoek opgesteld.

1.1 Projectkader

Een warme zomeravond begin augustus 2011 in Vlissingen. Hoewel het al in de avond is, zitten de mensen nog in korte broeken op de terrassen, lopen er mensen op de boulevard en ligt er een enkele toerist nog even af te koelen in de zee. Een menigte mensen staat in het Bellamypark te wachten tot het jaarlijks terugkerende evenement 'Vlissingen Zingt' begint. Een evenement waarbij de menigte, met krantjes vol songteksten in de handen, samen een aantal nieuwe en oude hits gaan zingen. Een bruisende toeristische stad, zo lijkt het. Waar de toeristen voor veel sfeer zorgen en de extra evenementen meer bezoekers trekken en waar de lokale bevolking ook plezier aan beleeft. Erg positief lijkt het allemaal. Maar naast deze positieve elementen kent toerisme ook een keerzijde. Toerisme kan voor overlast zorgen, de natuurlijke omgeving kan worden aangetast en de bewoners kunnen het gevoel hebben dat hun stad door toeristen wordt overgenomen. Mensen die in het centrum wonen, zullen waarschijnlijk andere effecten van toerisme ondervinden dan mensen die buiten het centrum wonen, waar er minder toeristen samenkomen.

Deze positieve en negatieve effecten zorgen ervoor dat de lokale bevolking van een toeristische stad als Vlissingen een bepaalde attitude ten aanzien van toerisme ontwikkelt. Een attitude is een waardetoekenning die een groep of individu aan een bepaald object, in dit geval toerisme, toekent (Maio & Haddock, 2009). Deze attitudes kunnen enorm van elkaar verschillen. Per toeristische regio, maar ook binnen bepaalde bevolkingsgroepen woonachtig in een toeristische regio kunnen de attitudes van individuen sterk van elkaar verschillen.

Dit onderzoeksplan vormt de basis voor een onderzoek naar de attitudes van lokale bevolking ten aanzien van toerisme en de invloed van het wonen in front regio's of back regio's hierop. In de literatuur worden verschillende aspecten genoemd die van invloed zijn op die attitudes. Zo is de positieve of negatieve impact van toerisme van invloed op de attitudes van de lokale bevolking ten aanzien van toerisme. Een attitude betekent simpelweg in hoeverre een individu of een groep een object als positief of negatief ervaart. Maio & Haddock (2009, p. 4) definiëren attitude als "...an overall evaluation of an object that is based on cognitive, affective, and behavioral information". Centraal bij attitudes staan dus waardetoekenningen van individuen en groepen aan bepaalde objecten. Deze evaluaties over objecten zijn gebaseerd op meerdere informatiebronnen.

Effecten van toerisme

De lokale bewoners van een toeristische stad ondervinden zowel positieve als negatieve effecten van de aanwezigheid van toerisme. De urbane omgeving van een stad kan veranderen als gevolg van toerisme. Door allerlei evenementen, festivals, activiteiten en de toestroom van grote groepen toeristen is de omgeving steeds aan verandering onderhevig (Pacione, 2009). Daarnaast kan groeiend

toerisme van invloed zijn op de authenticiteit van een stad. Lindholm (2008, p. 1) definieert authenticiteit als "... the leading member of a set of values that includes sincere, essential, natural, original and real". Authenticiteit gaat dus onder andere over natuurlijke en originele waarden, die van oorsprong bij een regio of in dit geval een stad horen. Een transformatie van een stad naar een toeristisch gebied kan ertoe leiden dat de authenticiteit van een stad verandert. Vooral de citymarketing voor de stad als een toeristisch gebied leidt tot een veranderende authenticiteit, authenticiteit wordt namelijk door citymarketing ondermijnt. (Fainstein, 2012). Citymarketing is een manier waarop een stad zichzelf probeert uit te stralen en te profileren, citymarketing is "een marktgerichte vorm van exploitatie van het stedelijk (c.q. regionaal) produkt door de desbetreffende gemeente (c.q. regio), zo mogelijk in samenwerking met het bedrijfsleven" (Borchert & Buursink, 1987). Vlissingen bijvoorbeeld profileert zichzelf als kunststad waarbij er veel kunstwerken in de openbare omgeving zijn (Gemeente Vlissingen, n.d.a). Maar deze kunstwerken kunnen een negatieve invloed hebben op de authenticiteit van de stad doordat zij bijvoorbeeld niets of nauwelijks iets met de Vlissingse historie te maken hebben. Bijvoorbeeld als het moderne kunst betreft die geen enkele affiniteit met de historie van Vlissingen heeft. Daarnaast heeft Vlissingen meerdere slogans om zich als toeristische stad te profileren, een daarvan is "Vlissingen, stad aan zee ... een zee aan beleving (Gemeente Vlissingen, n.d.a).

Sommige steden zijn in een zekere mate op economisch gebied afhankelijk van toerisme en profiteren daarmee van het toerisme. Ook de lokale bewoners kunnen veel positieve invloed ondervinden in de vorm van de aanwezigheid van extra voorzieningen waaronder evenementen, festivals en markten. Maar naast deze positieve effecten kan de lokale bevolking ook negatieve effecten ondervinden van het toerisme. Omdat toerisme vaak seizoensgebonden is, kan er een seizoenswerkloosheid ontstaan. (Pacione, 2009).

Volgens Hall & Page (2002) kan de impact van toerisme onderverdeeld worden in een economische dimensie, een toeristische/commerciële dimensie, een socio-culturele dimensie, een psychologische dimensie, een politieke/administratieve dimensie en een fysieke/omgevingsdimensie. Per dimensie kunnen dus verschillende voor en nadelen van toerisme genoemd worden. In de literatuur komen vooral onderzoeken naar voren over de impact van toerisme vanuit de economische, socio-culturele en fysieke/omgevingsdimensie. Sharma & Dyer (2009) stellen bijvoorbeeld dat de attitudes van de lokale bevolking naar toerisme toe worden beïnvloed door hun economische afhankelijkheid, het soort van toerisme, en de afstand van hun huis tot toeristische bestemmingen. Deze laatstgenoemde ligt aan de basis van dit onderzoek. De attitudes van de lokale bevolking over toerisme worden ook gevormd door de relaties die zij met de toeristen hebben (Mathieson & Wall, 1982). Er zijn zowel positieve als negatieve relaties tussen de lokale bevolking en de toeristen. Sommige lokale bewoners vinden dat toeristen voor veel overlast zorgen terwijl anderen ze juist verwelkomen en graag toeristen de stad te gast te hebben (Pacione, 2009).

Doordat toerisme positieve en negatieve effecten heeft voor de lokale bevolking, ontwikkelen de individuen binnen een groep verschillende attitudes naar toerisme toe. Deze individuele attitudes kunnen binnen een groep enorm verschillen, iets wat moeilijk te verklaren is. De lokale bevolking van een toeristisch gebied is vaak erg divers waardoor het moeilijk is de verschillende attitudes ten aanzien van toerisme te begrijpen (Sharma & Dyer, 2009). De diverse attitudes ten aanzien van toerisme zijn deels te verklaren door het feit dat binnen een bevolkingsgroep de individuen verschillende heterogene kenmerken hebben. Onder heterogene kenmerken worden leeftijd,

geslacht, etniciteit, psychologische factoren, nabijheid tot toeristische accommodaties, kennis over- en betrokkenheid bij de toeristische industrie verstaan (Zhang e.a., 2006, p. 198). De nabijheid tot toeristische accommodaties kunnen verduidelijkt worden door het onderscheid in het wonen in front regio's of back regio's. Front regio's zijn de plekken waar de toeristen en lokale bevolking elkaar vaak ontmoeten. Back regio's zijn de plekken waar veel lokale bevolking aanwezig is en waar weinig toeristen aanwezig zijn. In de back regio's ondervindt de lokale bevolking dan ook nauwelijks effecten van toerisme. Voorbeelden van front regio's zijn pretparken, horeca, hotels en verblijfsaccommodaties, stations, vliegvelden en stadscentra (Sharma & Dyer, 2009).

In de literatuur over de attitudes van lokale bevolking ten aanzien van toerisme komt daarnaast vaak de Social Exchange Theory terug. De Social Exchange Theory kan gebruikt worden om attitudes van lokale bewoners over toeristische gebieden te analyseren en te verduidelijken. Middels de Social Exchange Theory kan onderzocht worden in hoeverre (economische) voordelen die uit toerisme behaald worden opwegen tegen de effecten van toerisme. Door het toepassen van de Social Exchange Theory kan verklaard worden waarom lokale bevolking die veel profijt heeft van toerisme het vaak beter accepteert en meer steunt dan lokale bevolking die veel nadelen van toerisme ondervindt (Kayat e.a., 2013).

Politiek en maatschappelijke relevantie

Het onderzoeken van de attitudes van de lokale bevolking over toerisme is politiek relevant. Want de attitudes van de lokale bevolking ten aanzien van toerisme zijn van essentieel belang voor de ontwikkeling van toerisme. Als toerisme niet voldoende gepland, ontwikkeld en beheerd is, zullen de negatieve effecten van toerisme waarschijnlijk sterker zijn (Zhang e.a., 2006). Daarnaast is de lokale bevolking van invloed op het slagen of falen van toerisme. Door deelname van de lokale bevolking in de planontwikkeling en uitvoering van toeristisch beleid, kunnen zij indirect invloed uitoefenen op het welzijn binnen een toeristische regio, omdat zij ook bepaalde belangen bij het toerisme kunnen hebben (Ap, 1992). Attitudes ten aanzien van toerisme zijn belangrijk voor toekomstige ontwikkeling van toerisme: "...attitudes of residents toward the impacts of tourism are likely to be an important planning and policy consideration for the successful development, marketing and operation of existing and future tourism programs and projects" (Ap, 1992, p. 665).

Casus

In de inleiding van deze paragraaf werd Vlissingen genoemd als voorbeeld van een toeristische regio waar veel effecten van toerisme zijn waar te nemen. Vlissingen is een historische stad op het schiereiland Walcheren in Zeeland, in zomer trekt het grote aantallen toeristen. Een deel daarvan verblijft in de stad zelf, een ander deel is afkomstig van campings en verblijfsaccommodaties die buiten Vlissingen liggen (Gemeente Vlissingen, n.d.a). Daarnaast is Vlissingen een stad waar een duidelijk onderscheid tussen front regio's en back regio's te maken is. Het centrum en de boulevard, met zijn markten, hotels, hostels, horeca, faciliteiten en extra festivals, evenementen en activiteiten in zomer is duidelijk af te bakenen als een front regio. De rest van de stad, buiten het centrum dus, is af te bakenen als een back regio.

De Gemeente Vlissingen zet met haar beleid voor toerisme in op cultuur en historie middels de aanwezigheid van veel monumenten, culturele attracties, evenementen en festivals (Gemeente Vlissingen, n.d.a). Daarnaast bezit Vlissingen een badstrand en een boulevard die direct aan het centrum gelegen zijn. Vlissingen trekt zowel binnen als buiten het hoogseizoen een aanzienlijk aantal toeristen, waaronder een grote groep 50-plussers en een grote groep gezinnen. Deze toeristen zijn

voornamelijk afkomstig uit Nederland, Duitsland en België. In 2009 vonden er zo'n 180.000 overnachtingen plaats in de gemeente Vlissingen (Gemeente Vlissingen, n.d.a).

Vlissingen ondervindt zowel positieve als negatieve effecten van toerisme. Vooral op economisch gebied ondervindt het grote voordelen: "Toerisme is voor Zeeland en voor Vlissingen van grote economische waarde. De toeristische sector is belangrijk voor de werkgelegenheid, het cultuuraanbod, de detailhandel, de horeca en voor het voorzieningenniveau voor onze inwoners" (Gemeente Vlissingen, n.d. a, p. 6). In Vlissingen bestaat 5,8% van de totale werkgelegenheid uit banen in de toeristische- en recreatieve sector. In Zeeland ligt dit aantal op 7,4 % gemiddeld. Deze cijfers betreffen echter alleen banen die direct gelinkt zijn aan de toeristische- en recreatieve sector (Gemeente Vlissingen, n.d. a).

Ook de lokale bewoners van Vlissingen merken dat er in de zomer veel toeristen in hun stad aanwezig zijn. Inwoners die in het centrum van Vlissingen wonen, worden waarschijnlijk eerder direct geconfronteerd met toeristen, toeristische activiteiten en effecten van toerisme dan inwoners die in een wijk ver buiten het centrum wonen. In een wijk buiten het centrum zullen inwoners waarschijnlijk eerder indirecte dan directe effecten van toerisme ondervinden, bijvoorbeeld in het verkeer. Deze (in)directe effecten van toerisme zijn van invloed op de attitudes van de Vlissingse bevolking ten aanzien van toerisme. Als de lokale bevolking betrokken wordt bij het toeristisch beleid zullen de attitudes ten aanzien van toerisme waarschijnlijk anders zijn.

In de Strategische Visie – De Toeristische Stad Vlissingen (Gemeente Vlissingen, n.d. b) wordt vermeld dat er onder de lokale bevolking een grote betrokkenheid en verbondenheid bij vele ontwikkelingen heerst: "Particuliere organisaties en individuele personen lieten zich evenmin onbetuigd in het meedenken over de ontwikkelingsrichting van de stad en meer in het bijzonder over de toeristische potenties" (Gemeente Vlissingen, n.d.b, p. 6). Dit wordt verder echter niet door andere cijfers of beleidsdocumenten bevestigd. Bij een werkconferentie op 32 november 2000, die werd georganiseerd om een begin te maken met de visie op toeristische mogelijkheden, werden lokale bewoners niet uitgenodigd. Toch wordt in de Strategische Visie (Gemeente Vlissingen, n.d. b) wel vermeld dat de Gemeente Vlissingen een beroep op meerdere partijen waaronder de burgers zal blijven doen om het toeristisch beleid continu te kunnen bijstellen en ontwikkelen. Daarnaast wordt er in de Strategische Visie gesuggereerd dat de lokale bevolking bij het ontwikkelen van toeristisch beleid betrokken moet worden om de beleevingswaarde en het karakter van de stad uit te dragen. Door het betrekken van de lokale bevolking kan er meer begrip onder de lokale bevolking gecreëerd worden. In de Beleidsnota Toerisme 2011-2015 (Gemeente Vlissingen, n.d. a) worden allerlei actiepunten genoemd die uitgevoerd moeten worden om het toeristisch aanbod in Vlissingen te verbeteren, maar de lokale bevolking wordt daarbij weer niet benoemd als een van de betrokken partijen. Enkel de ondernemers worden een aantal keer genoemd als betrokken partij bij een aantal actiepunten. In de nota wordt wel enkele malen verteld dat wordt geprobeerd om de gemeente aantrekkelijker te maken, zowel voor toeristen als voor lokale bevolking. Daarnaast wordt vermeld dat er investeringen in de openbare ruimte worden gedaan die positief zijn voor zowel de toeristen als de inwoners van Vlissingen. In de twee bovengenoemde beleidsstukken heerst onduidelijkheid wat betreft de betrokkenheid van de bewoners. Vooral in de Strategische Visie wordt genoemd dat de lokale bevolking betrokken wordt, maar de manier waarop dit gebeurt komt verder niet aan de orde. In de Beleidsnota Toerisme 2011-2015 wordt de lokale bevolking nauwelijks meer genoemd. Omdat er veel onduidelijk heerst over de betrokkenheid van de lokale bevolking bij het toeristisch beleid, is dit een interessant punt om bij de attitudes over toerisme te onderzoeken. Middels dit

onderzoek kunnen dan ook aanbeveling aan de Gemeente Vlissingen gedaan worden over de betrokkenheid van de lokale bevolking bij het toeristisch beleid.

1.2 Doelstelling

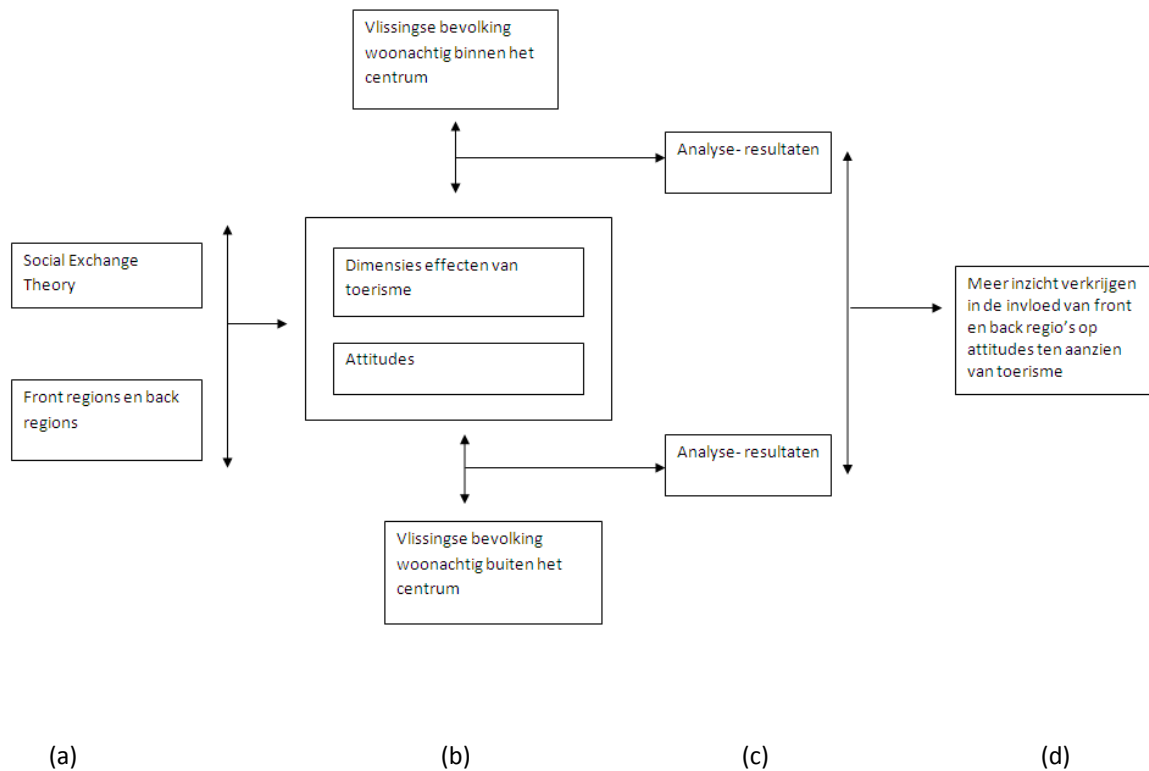
Attitudes ten aanzien van toerisme zijn verschillend per toeristische regio, en ook binnen toeristische regio's kunnen de attitudes ten aanzien van toerisme verschillen. De attitudes ten aanzien van toerisme zijn afhankelijk van meerdere factoren die de effecten van toerisme veroorzaken. Een van deze factoren is het wonen in front regio's of back regio's. Beide regio's kennen andere effecten van toerisme die tot verschillende attitudes ten aanzien van toerisme zullen leiden. Zo wordt er verondersteld dat bewoners in front regio's over het algemeen al meer effecten ondervinden van toerisme dan bewoners in back regio's, onder andere omdat een deel van de bewoners in front regio's (in)direct economisch afhankelijk is van het toerisme in de regio. Daarnaast kan de intensiteit van de effecten van toerisme ook enorm verschillen, waardoor er zeer diverse attitudes ten aanzien van toerisme kunnen ontstaan. In paragraaf 1.1 werd vermeld dat er rekening wordt gehouden met de Vlissingse bewoners in het toeristisch beleid, en dat zij worden betrokken bij het beleid, maar dit wordt niet met cijfers of andere beleidsstukken bevestigd. In de Beleidsnota Toerisme 2011-2015 (Gemeente Vlissingen, n.d. a) werd de lokale bevolking nauwelijks nog vermeld, wat kan duiden op een geringe betrokkenheid van de lokale bevolking in het toeristisch beleid. Volgens de Gemeente Vlissingen (n.d. a) is de lokale bevolking erg belangrijk voor de uitstraling van de stad. Een goede uitstraling bevordert namelijk een verdere ontwikkeling van het toerisme (Ap, 1992). In dit onderzoek is het dan ook nuttig om onderzoek te doen naar attitudes van de lokale bevolking ten aanzien van toerisme. Hiermee kunnen aanbevelingen worden gedaan voor het verbeteren van het huidig toeristisch beleid. Het onderscheid tussen front- en back regio's, de veronderstelde verschillende binnen deze twee regio's en de onduidelijkheid over de veronderstelde geringe betrokkenheid van de lokale bevolking bij het toeristisch beleid leidt tot de volgende doelstelling binnen dit onderzoek:

Doelstelling onderzoek:

Het doel van dit onderzoek is aanbevelingen doen voor het verbeteren van het toeristisch beleid van de Gemeente Vlissingen, door meer inzicht te verkrijgen in de invloed van front en back regio's op de attitudes ten aanzien van toerisme, door te onderzoeken hoe de attitudes van de Vlissingse bevolking, woonachtig binnen of buiten het centrum, over toerisme eruit zien.

In dit onderzoek zal onderzoek gedaan worden naar de attitudes van de Vlissingse bevolking ten aanzien van toerisme. Hierbij zal een onderscheid gemaakt worden in mensen die binnen of buiten het centrum van Vlissingen worden. Door het onderscheid in woonplaats wordt de doelstelling goed afgebakend. Het onderzoeken van attitudes ten aanzien van toerisme voor individuen uit twee verschillende woongebieden is methodologisch haalbaar.

1.3 Onderzoeksmodel



Figuur 1: Onderzoeksmodel

(a) Een bestudering van de wetenschappelijke literatuur over de Social Exchange Theory en Front- en Back regio's levert (b) de dimensies van attitudes ten aanzien van toerisme, waarmee de attitudes van de Vlissingse bevolking wonende binnen als buiten het centrum kunnen worden geanalyseerd. Door (c) een vergelijking van de resultaten van deze twee analyses kan (d) de invloed van het wonen in front of back regio's op de attitudes ten aanzien van toerisme vastgesteld worden.

1.4 Vraagstelling

In dit onderzoek zal de invloed van het wonen in front en back regio's op de attitudes ten aanzien van toerisme onderzocht worden. De invloed van front en back regio's zal onderzocht worden door te kijken naar de verschillende effecten die van invloed zijn op attitudes ten aanzien van toerisme. De vijf dimensies van effecten van toerisme, genoemd in paragraaf 1.1, te weten een economische, toeristische/commerciële, socio-culturele, politieke/administratieve en fysieke/omgevings dimensie, dienen als een verklarend instrument voor de attitudes ten aanzien van toerisme.

Deze dimensies van effecten van toerisme en de in paragraaf 1.2 geformuleerde doelstelling leiden tot de volgende hoofdvraag:

Wat is de rol van het wonen in front regio's of back regio's op de attitudes van de lokale Vlissingse bevolking ten aanzien van toerisme?

Om deze hoofdvraag in dit onderzoek te beantwoorden zal er gebruik worden gemaakt van de volgende deelvragen:

1. Hoe zijn de attitudes van de individuen woonachtig binnen het centrum van Vlissingen ten aanzien van toerisme gevormd en welke dimensies van effecten van toerisme komen daarbij naar voren?
2. Hoe zijn de attitudes van de individuen woonachtig buiten het centrum van Vlissingen ten aanzien van toerisme gevormd en welke dimensies van effecten van toerisme komen daarbij naar voren?
3. Welke verbanden komen naar voren uit een analytische vergelijking van de attitudes en dimensies van effecten van toerisme van de individuen woonachtig binnen het centrum en de individuen woonachtig buiten het centrum?
4. In hoeverre kunnen de gevonden verbanden de relatie tussen dimensies van effecten van toerisme en attitudes verklaren?

1.5 Leeswijzer

In dit hoofdstuk is de onduidelijkheid over de betrokkenheid van Vlissingse lokale bevolking bij het toeristisch beleid, en het ontstaan van attitudes ten aanzien van toerisme uiteengezet. In Hoofdstuk 2 zullen de theorieën en begrippen uiteengezet worden die relevant zijn binnen dit onderzoek. In Hoofdstuk 3 zullen de onderzoeksstrategieën, de onderzoeksmaterialen en de analysemethoden voor dit onderzoek beschreven worden. Vervolgens zullen in Hoofdstuk 4 de onderzoeksresultaten gepresenteerd worden. Dit betreffen de attitudes over toerisme van beide onderzochte inwonersgroepen en een vergelijking daartussen. Deze onderzoeksresultaten zullen in Hoofdstuk 5 geanalyseerd worden door middel van een aantal in Hoofdstuk 3 behandelde theorieën, namelijk theorieën over attitudes, front- en back regio's, de Social Exchange Theory en dimensies van effecten van toerisme. Uit de onderzoeksresultaten en de analyseresultaten volgt Hoofdstuk 6. Hierin komt de conclusie aan bod, waarin antwoord zal worden gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek. Daarnaast vindt er in Hoofdstuk 6 een kritische reflectie op dit onderzoek plaats en worden van daaruit aanbevelingen gedaan voor de Gemeente Vlissingen wat betreft het toeristisch beleid. Ook worden er aanbevelingen gedaan voor verdere onderzoeken.

Hoofdstuk 2 – Theoretisch Kader

De hoofdvraag van dit onderzoek, geformuleerd in paragraaf 1.4, bevat een aantal begrippen. Deze begrippen zullen in paragraaf 2.1 uiteen worden gezet om hun betekenis en hun verbanden te verduidelijken. In paragraaf 2.2 wordt het conceptueel model opgesteld. Dit model vormt een schematische weergave van de in paragraaf 2.1 uiteengezette concepten en theorieën.

2.1 Theoretisch Kader

Attitudes

In paragraaf 1.1 werd al vermeld dat een attitude betekent in hoeverre individuen of groepen bepaalde objecten als positief of negatief ervaren. Het positief of negatief ervaren van een object is van invloed op gedrag, denkbeelden en wereldbeelden van individuen en groepen. Attitudes zijn van invloed op het dagelijks leven. Om menselijk gedrag en menselijke gedachten te kunnen begrijpen is het belangrijk om attitudes te kunnen achterhalen. Het concept 'attitude' is in de wetenschappelijke literatuur op verschillende manieren gedefinieerd. Eagly & Chaiken (1993, p. 1) definiëren attitude als volgt: "a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or disfavor". Een andere definitie, opgesteld door Fazio (1995, p. 247) is "an association in memory between given object and a given summary evaluation of the object". Zanna & Rempel stelden een kort maar krachtige definitie van attitude op: "the categorization of a stimulus object along an evaluative dimension" (Zanna & Rempel, 1988, p. 319). Alle voorgaande definities leggen de nadruk op het evalueren van entiteiten en objecten. Maio & Haddock (2009, p. 4) vatten deze voorgaande definities samen als "an attitude as an overall evaluation of an object that is based on cognitive, affective, and behavioral information". Centraal bij attitudes staan dus evaluaties over objecten en waardetoekenningen aan objecten. Die evaluaties zijn gebaseerd op meerdere informatiebronnen.

Attitudes zijn in drie vormen onder te verdelen: er zijn positieve attitudes, negatieve attitudes en neutrale attitudes. Daarnaast kunnen attitudes variëren in intensiteit. Negatieve attitudes kunnen bijvoorbeeld zwak zijn, maar negatieve attitudes kunnen ook sterk zijn. Iemand kan een bepaald persoon niet leuk vinden, terwijl een ander die persoon haat. Beiden hebben een negatieve attitude over een bepaald persoon maar de intensiteit ervan is verschillend. Deze intensiteit kan onderzocht worden door aan individuen of groepen meer door te vragen waarom een attitude bijvoorbeeld negatief of positief is en welke oorzaken daarvoor te vinden zijn. Bovendien hebben attitudes meerdere eigenschappen. Ten eerste kan de vorm van een attitude variëren tussen concreet en abstract. Bij een abstracte attitude is algemeen bekend welke vorm een attitude heeft, dat wil zeggen of het positief, negatief of neutraal is. Bij concrete attitudes zijn meerdere specifieke kenmerken van de attitude bekend. Ten tweede kunnen attitudes voor individuen gelden, maar ook voor groepen. Groepen hebben dan een gedeelde attitude die door de gehele groep ondersteund wordt. Ten derde kunnen attitudes door de tijd heen veranderen. Een vierde eigenschap, is dat eigenlijk alles een attitude object kan zijn, als men er maar een oordeel over kan nemen. (Maio & Haddock, 2009). Objecten kunnen dus bestaan uit mensen, groepen van mensen, maatschappelijke problemen, bepaalde situaties en fysieke objecten (Fazio & Petty, 2008). Een vijfde eigenschap van attitudes is dat ze niet direct waarneembaar zijn en daarmee subjectief zijn. Dit is een nadeel voor het onderzoeken van attitudes. Attitudes kunnen alleen via responses

worden afgeleid. Attitudes kunnen direct gemeten worden, ze worden dan afgeleid door aan respondenten te vragen hun attitude aan te geven. Er wordt respondenten dan gevraagd een bepaald object te evalueren, dat wil zeggen of ze iets als positief, negatief of neutraal ervaren. Vervolgens kan worden doorgevraagd waarom de respondenten bepaalde objecten als positief, negatief of neutraal ervaren. Naast direct meten kunnen attitudes ook indirect gemeten worden. Een voorbeeld hiervan is dat een respondent achter een computerscherm zit waar een bepaald object weergegeven wordt. Een respondent moet dan kiezen tussen twee buttons, namelijk 'goed' of 'slecht'. De snelheid waarmee er voor een van de twee buttons gekozen wordt is dan van invloed op de intensiteit van attitudes. Bij het indirect meten van attitudes is het dus niet altijd nog nodig om respondenten direct vragen te stellen (Maio & Haddock, 2009).

Attitudes kunnen vanuit herinneren naar boven worden gehaald. Er zijn twee manieren waarop attitudes naar boven kunnen worden gehaald. Ten eerst kunnen ze spontaan geactiveerd worden indien een individu weer in ontmoeting komt met het desbetreffende object waarover het individu eerder heeft beoordeeld. Het individu is zich er dan niet van bewust dat hij of zij het object evalueert, omdat hij of zij spontaan weer in ontmoeting komt met dat object, het is niet van tevoren gepland dat het individu dit object weer tegenkomt. Ten tweede kunnen attitudes weer geactiveerd worden als het individu actief het eerder beoordeelde object opnieuw evalueert, hij of zij is dan bewust met zijn of haar attitude ten aanzien van het object bezig (Fazio & Petty, 2008). Dit is als het ware van tevoren gepland. Deze twee manieren komen overeen met het onderscheid tussen automatische en gecontroleerde processen. Automatische processen zijn onontkoombaar, attitudes worden automatisch geactiveerd ondanks dat er geen reflectie op het desbetreffende object plaatsvindt. Shiffrin & Dumais (1981, p. 117) stellen dat processen automatisch zijn indien ze leiden tot het activeren van reacties op concepten "... whenever a given set of external initiating stimuli are presented, regardless of a subject's attempt to ignore or bypass the distraction". Automatische processen ontstaan dus ongeacht de poging van een individu om de afleidingen van objecten te negeren. Automatische processen vereisen dus aangeleerde responses. Gecontroleerde processen vereisen actieve aandacht van individuen. Als in een bepaalde situatie duidelijk wordt dat het belangrijk is om attitudes te onderzoeken, kan een individu proberen om een eerdere evaluatie van het object te herinneren, of een individu zal ter plaatse een attitude ontwikkelen. Er wordt in dit geval bewust met attitudes omgegaan.

Algemeen kan gesteld worden dat de sterkte van de associaties tussen objecten en evaluaties bepalend is voor de mate waarin een attitude automatisch geactiveerd kan worden: "... the activation of one's affect toward an object (...) depends on the strength of the association" (Fazio & Petty, 2008, p. 19). Sterke associaties kunnen waarschijnlijk sneller uit het geheugen naar boven worden gehaald en herinnerd: "attitudes characterized by strong object-evaluation associations may be more accessible from memory" (Fazio & Petty, 2008, p. 19). Maar dit betekent niet dat die attitude associaties dan gelijk automatische processen zijn. Het kunnen ook gecontroleerde processen zijn, waarbij individuen bewust proberen een eerdere attitude uit het geheugen naar boven te halen.

Veel onderzoek naar attitudes is gedaan middels kwantitatieve methoden als de Thurstone schaal, de Likert schaal de Semantische differentiaal (Fazio & Petty, 2008). Bij een Thurstone schaal krijgt de respondent een lijst met items gepresenteerd, de respondent moet vervolgens aangeven met welke vragen hij of zij het eens is (Vennix, 2010). Bij een Likert schaal krijgt een respondent een lijst met

stellingen voorgelegd die beantwoord moeten worden. De antwoorden variëren op een vijfpuntsschaal, waarbij de antwoorden variëren van bijvoorbeeld ‘helemaal mee eens’, ‘mee eens’, ‘niet mee eens/niet mee oneens’, ‘niet mee eens’, ‘helemaal niet mee eens’ (Fazio & Petty, 2008). De Semantische differentiaal houdt in dat aan respondent gevraagd wordt direct een attitude object te evalueren door antwoord te geven door middel van een serie van schalen. Deze is meestal een zevenpuntsschaal variërend tussen verschillende bipolaire bijvoeglijke naamwoorden. Voorbeelden hiervan zijn “...good-bad, favorable-unfavorable, pleasant-unpleasant, wise-foolish, and valuable-worthless” (Fazio & Petty, 2008, p. 35).

Het gebruik van kwantitatieve methoden heeft slechts het vaststellen van bepaalde attitudes tot gevolg. Met kwantitatieve methoden kan niet achterhaald worden waarom een respondent bepaalde attitudes heeft, attitudes worden met kwantitatieve methoden alleen beschreven. Ap (1992, p. 66) stelt dan ook: “The lack of explanatory research limits the current literature on understanding residents’ behavior toward the impacts of tourism”. In dit onderzoek is het nuttig om kwalitatieve methoden te gebruiken voor het onderzoeken van attitudes, hiermee kan namelijk worden onderzocht waarom een respondent bepaalde attitudes heeft. Vervolgens kunnen de attitudes in front regio’s en back regio’s met elkaar vergeleken worden en kan er verklaard worden waarom er bepaalde overeenkomsten en verschillen tussen front en back regio’s zijn.

Dimensies van effecten van toerisme

De verschillende attitudes en percepties die de lokale bevolking heeft over toerisme worden onder andere veroorzaakt door de verschillende effecten die zij van toerisme ondervinden. Hall & Page (2002) noemen zes dimensies die kunnen worden gehanteerd om de effecten van toerisme onder te verdelen. Per dimensie kunnen de effecten als positief, negatief of neutraal worden ervaren. De zes dimensies zijn een economische-, toeristisch/commerciële-, socio-culturele-, psychologische-, politiek-bestuurlijke- en fysieke/omgevingsdimensie. De eigenschappen van de effecten van de zes dimensies zouden schematisch weer kunnen worden gegeven in een matrix-model. De volgende figuur is een voorbeeld van zo’n matrix-model:

Eigenschap → Dimensie ↓	Negatief	Neutraal	Positief
Economisch			
Toeristisch-commerciële			
Socio-cultureel			
Psychologisch			
Politiek-bestuurlijk			
Fysieke/omgeving			

Figuur 2: Matrix Model van dimensies van effecten van toerisme en hun eigenschappen

De economische dimensie betreft effecten die te maken hebben met de lokale economie, de werkgelegenheid, regionale ontwikkeling, investeringen in de regio, de levensstandaard, de kosten en uitgaven van de lokale bevolking, inflatie en kapitaal. Economische effecten kunnen direct of indirect zijn. Direct wil zeggen dat de lokale bevolking effecten ondervindt van de directe uitgaven

die toeristen in een regio doen. Bijvoorbeeld als toeristen eten en drinken kopen. Indirecte economische effecten ontstaan door transacties die in de regio gedaan worden als gevolg van toeristische inkomsten. Bijvoorbeeld als werknemers van een bedrijf in de toeristische branche hun geld weer uitgeven aan andere goederen en diensten (Hall & Page, 2002). Toerisme kan veel werkgelegenheid creëren waardoor de levensstandaard van de lokale bevolking erop vooruit kan gaan. Maar toeristische regio's trekken vaak ook veel werklozen aan die in toeristische regio's van het goede leven willen genieten. Daardoor hebben sommige toeristische regio's hogere werkloosheidscijfers dan het nationale gemiddelde (Mullins, 1990). Een ander economisch effect van toerisme is dat kapitaal tussen regio's en kapitaal binnen regio's vaak ongelijk verdeeld is. Deze ongelijke verdeling van kapitaal is weer van invloed op de regionale ontwikkeling van zowel toeristische regio's als niet-toeristische regio's (Hall & Page, 2002). Deze ongelijke verdeling van kapitaal zou daarnaast ook van invloed kunnen zijn op front en back regio's. Dat wil zeggen dat er in front regio's meer kapitaal aanwezig zou kunnen zijn dan in back regio's.

De toeristisch/commerciële dimensie betreft de effecten van toerisme door de aanwezigheid van extra evenementen en faciliteiten, infrastructuur en toegankelijkheid, de reputatie en beelden van een toeristische regio, commerciële activiteiten en nieuwe concurrentiemogelijkheden binnen een toeristische regio (Hall & Page, 2002). In toeristische regio's vinden in het hoogseizoen vaak extra evenementen plaats om nog meer toeristen te trekken. Een voorbeeld hiervan het in paragraaf 1.1 genoemde evenement 'Vlissingen Zingt'. Middels dit soort evenementen worden meer toeristen getrokken die van invloed zijn op de effecten van toerisme. Daarnaast kennen toeristische regio's vaak een verbeterde infrastructuur omdat verblijfsaccommodaties en andere faciliteiten goed bereikbaar moeten zijn. In het hoogseizoen kennen toeristische regio's vaak een hoger gebruik van de toeristische infrastructuur, het is vaak drukker op de wegen en van het openbaar vervoer wordt meer gebruikt gemaakt (Hall & Page, 2002). Beelden in de media en uitgesproken ervaringen van toeristen die een regio eerder bezocht hebben zorgen voor een bepaalde reputatie van een toeristische regio. Deze reputatie kan snel veranderen onder invloed van onder andere inflatie en afwijkende gebeurtenissen in een regio. Een ander effect in een toeristische regio is dat een groeiend toerisme ervoor kan zorgen dat er meer concurrentiemogelijkheden binnen een regio ontstaan. Hierdoor kan er een verandering in het aanbod van commerciële activiteiten ontstaan (Hall & Page, 2002).

De socio-culturele dimensie van effecten van toerisme gaat over "...the manner in which tourism and travel effects changes in collective and individual value systems, behaviour patterns, community structures, lifestyle and the quality of life" (Hall & Page, 2002, p. 145). Toerisme is dus van invloed op waardesystemen, gedrag, samenlevingen, levensstijlen en de levenskwaliteit. Deze effecten hebben betrekking op de affiniteit van de lokale bevolking met toeristische activiteiten, de waarden en tradities van de lokale bevolking, toename van de criminaliteit in een regio, veranderingen binnen gemeenschappen in een regio en maatschappelijke ontwrichting (Hall & Page, 2002). In Broome, Australië bijvoorbeeld heeft een cultuurverandering plaatsgevonden door een overspoeling van toerisme op grote schaal en de ontwikkeling van toerisme in een relatief kort tijdsbestek. Hierdoor tellen aboriginals en mensen met een donkere huidskleur minder mee in de samenleving dan voorheen, daarnaast vindt er meer racisme plaats. Hoewel de lokale bevolking in Broome dus veel negatieve effecten van het toerisme ondervond bleven ze de gehele ontwikkeling van het toerisme toch steunen omdat ze er uiteindelijk meer voordelen dan nadelen van ondervonden (Hudson, 1990). De levenskwaliteit van een lokale bevolkingsgroep kan lager worden door allerlei ziektes waaronder AIDS, die verder verspreid wordt door sekstoerisme en prostitutie.

Sekstoerisme en prostitutie zijn ook voor een deel van invloed op criminaliteit binnen een toeristische regio. Een ander effect van toerisme bij de socio-culturele dimensie is hoe de affiniteit van de lokale bevolking met hun regio eruitziet en hoe die kan veranderen als gevolg van toerisme. De affiniteit van de lokale bevolking met hun regio is onder andere afhankelijk van de 'sense of place' die ze met hun regio hebben, dat wil zeggen als mensen een speciale band of relatie met een regio voelen (Hall & Page, 2002).

De psychologische dimensie betreft effecten van toerisme die van invloed zijn op de trots van de lokale bevolking, het toenemende bewustzijn van de lokale bevolking van percepties die anderen van hun regio hebben, en vijandigheid tussen de toeristen en de lokale bevolking (Hall & Page, 2002). Als er meerdere misverstanden tussen de lokale bevolking en toeristen ontstaan kan er een vijandigheid tussen hen ontstaan. Deze vijandigheid zorgt ervoor dat er defensieve attitudes kunnen ontstaan, de lokale bevolking wil dan zijn eigen regio beschermen.

De politiek-bestuurlijke dimensie betreft toeristisch beleid, waaronder het rekening houden met de welvaart van de lokale bevolking, en toenemende of afnemende belastingen. In sommige toeristische regio's wordt er in het toeristisch beleid rekening gehouden met de wensen en behoeften van de lokale bevolking, in andere regio's is dit niet het geval. Hoewel toeristisch beleid vaak als doel heeft het toerisme verder te ontwikkelen, kan dit beleid negatieve effecten voor de lokale bevolking hebben. Ieder individu heeft namelijk andere belangen bij het wel of niet verder ontwikkelen van toerisme. Effecten die voordelig zijn voor de ontwikkeling van toerisme kunnen in bepaalde situaties nadelig zijn voor bepaalde individuen.

De laatste dimensie, de fysieke/omgevingsdimensie heeft betrekking op de effecten van toerisme voor de fysieke omgeving van een toeristische regio. Dit betreft de ontwikkeling van nieuwe faciliteiten, verbeteringen in de infrastructuur, het behouden van monumenten, maar ook de beschadiging van het milieu, veranderende natuurprocessen, verpaupering van bestaande bebouwingen en een afnemende populatie van de flora en fauna van een toeristische regio (Hall & Page, 2002). De fysieke/omgevingsdimensie is een lastig te bestuderen dimensie omdat de effecten door iedereen anders ervaren kunnen worden. Een individu in een bepaalde bevolkingsgroep kan bijvoorbeeld blij zijn met de aanleg van een zwembad omdat het voor meer recreatie zorgt, terwijl een ander individu in diezelfde groep ontevreden met deze aanleg zal zijn omdat daarmee een stuk natuur verloren gaat. Een voorbeeld van zo'n tegenstelling is het volgende citaat van Mathieson & Wall (1982, p. 97): "In the absence of an attractive environment, there would be little tourism". Dit betekent dat er zonder de ontwikkeling van een aantrekkelijke toeristische omgeving in een regio, die regio minder toeristen zou trekken en er dus minder toerisme aanwezig zou zijn. Het is daarom nodig een deel van de natuur of de omgeving te transformeren naar een aantrekkelijk toeristische omgeving. Dit kan slecht voor het milieu zijn omdat een deel van de natuur verloren gaat, maar wel positief voor (de ontwikkeling van) het toerisme.

Front regio's & Back regio's

De lokale bevolking van een toeristische regio heeft bepaalde attitudes ten aanzien van toerisme, die worden beïnvloedt door de verschillende effecten van toerisme die zij ervaren. Deze attitudes kunnen per toeristische regio verschillen. Een concept dat gebruikt kan worden bij het onderzoeken van attitudes voor- en binnen verschillende regio's is het onderscheid in 'front regio's' enerzijds en 'back regio's' anderzijds. Met front- en back regio's kan onderzocht worden in hoeverre attitudes ten aanzien van toerisme beïnvloedt worden door de geografische ligging van hun woning en in hoeverre attitudes worden bepaald door de intensiteit van effecten van toerisme.

Front regio's zijn de plekken waar de toeristen en lokale bevolking elkaar vaak ontmoeten. Back regio's zijn de plekken waar de lokale bevolking vaak aanwezig is en waar weinig toeristen aanwezig zijn. In de back regio's ondervindt de lokale bevolking dan ook andere en soms minder effecten van toerisme. Voorbeelden van front regio's zijn pretparken, horeca, hotels en verblijfsaccommodaties, stations en vliegvelden (Sharma & Dyer, 2009). MacCannel (1973) beschrijft front regio's als plekken waar de lokale bevolking en de toeristen elkaar ontmoeten, en back regio's als plekken waar de lokale bevolking zich in alle rust bevindt: "The front is the meeting place of hosts and guests or customers and service persons, and the back is the place where members of the home team retire between performances to relax and to prepare" (MacCannel, 1973, p. 590).

Front- en back regio's kunnen zowel in een ruimtelijk als sociaal perspectief gezien worden. Vanuit het ruimtelijke perspectief ontmoeten toeristen en lokale bevolking elkaar bijna alleen in front regio's, in back regio's is dit niet of nauwelijks het geval. Vanuit het ruimtelijk perspectief kan er een scheiding tussen front- en back regio's gemaakt worden door middel van een scheiding in geografische locaties. Voorbeelden van scheidingen in geografische locaties zijn urbane gebieden (front regio's) en suburbane en landelijke gebieden (back regio's), het centrum van een stad (front regio's) en de gebieden in de stad buiten het centrum, omliggende wijken (back regio's), centrum (front regio's), en periferie (back regio's). (Sharma & Dyer, 2009).

Vanuit het sociale perspectief gezien richten front regio's zich specifiek op bepaalde doelgroepen, het zijn plaatsen waar een bepaalde werkelijkheidsvoorstelling wordt gegeven: "the term 'front region' to refer to the place where the performance is given" (Goffman, 1959). Een voorbeeld hiervan is de maritieme beleving die de Gemeente Vlissingen in het centrum en op de boulevard van Vlissingen probeert uit te stralen. De gegeven voorstellingen in front regio's voldoen vaak aan bepaalde standaarden. Deze standaarden zijn in twee groeperingen onder te verdelen, namelijk een van beleefdheid en een van etiquette. De etiquette kent morele en instrumentele eisen wat betreft de omgang met anderen. Een voorbeeld van etiquette is dat men in front regio's de bezoekers ook echt als toeristen behandelt, en niet als lokale bevolking.

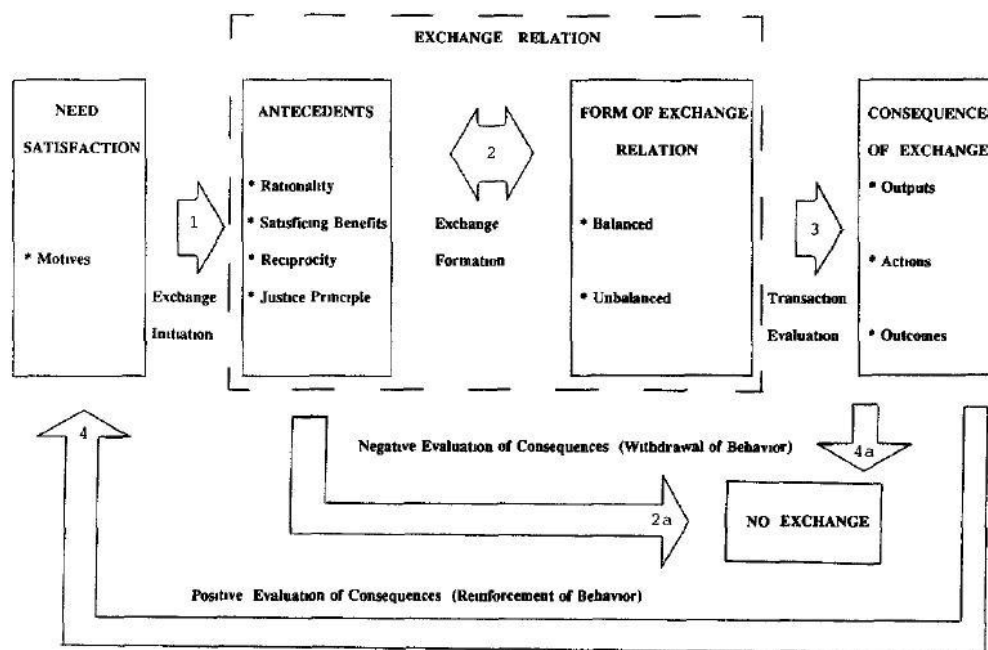
Back regio's zijn afgesloten voor deze doelgroepen, er vinden activiteiten plaats die van negatieve invloed kunnen zijn op het beeld van de front regio's. Back regio's zijn plaatsen waar de werkelijkheid plaatsvindt, hier wordt geen werkelijkheidsvoorstelling gecreëerd. De sociale en maatschappelijke werkelijkheid in front- en back regio's komen vaak niet overeen. De sociale werkelijkheid in front regio's kan dan als een valse werkelijkheid worden gezien en de sociale werkelijkheid in back regio's als reële werkelijkheid. (MacCannel, 1973). Dit kan gelinkt worden aan de dimensies van effecten van toerisme. Namelijk dat inwoners van back regio's de leefbaarheid in hun regio heel anders ervaren dan inwoners van front regio's, omdat men in front regio's dagelijks geconfronteerd wordt met toerisme en de werkelijkheidsvoorstellingen die daar worden weergegeven. Hierdoor ervaren zij de leefbaarheid van hun omgeving anders dan inwoners van back regio's. Dat beide inwonersgroepen de leefbaarheid van hun regio's anders ervaren kan tot gevolg hebben dat zij ook andere attitudes over leefbaarheid en over toerisme hebben.

Social Exchange Theory

De Social Exchange Theory is een theorie die van oorsprong is ontstaan in de sociologische wetenschap, maar die ook in andere wetenschappelijke gebieden waaronder sociale geografie en psychologie wordt gebruikt. De theorie gaat over individuen en groepen die middelen met elkaar uitwisselen binnen een bepaalde interactie: "It is a general sociological theory concerned with understanding the exchange of resources between individuals and groups in an interaction situation"

(Ap, 1992, p. 668). De middelen die worden uitgewisseld kunnen van materiele, sociale of psychologische aard zijn. Voorbeelden van uitwisselingen van middelen zijn het huwelijk, marketing, het geven van cadeau's, en in dit geval ook toerisme (Ap, 1992). Bij toerisme worden allerlei goederen en diensten aangeboden in ruil voor inkomsten. Onder die goederen en diensten behoren verblijfsaccomodaties, faciliteiten, extra evenementen, en goederen die worden aangeboden op markten, in winkels en in de horeca. De Social Exchange Theory is een theorie die eerder gebruikt is om relaties tussen lokale bevolking en toeristen te onderzoeken en attitudes van lokale bewoners ten aanzien van toerisme te onderzoeken en te analyseren, waaronder in het onderzoek van Andriotis & Vaughan (2003) naar de attitudes van de bevolking van Kreta over de ontwikkeling van toerisme. Een voordeel van deze theorie is dat het zowel positieve als negatieve attitudes ten aanzien van toerisme kan verklaren en dat er zowel individuele als collectieve relaties mee onderzocht kunnen worden (Ap, 1992).

De volgende afbeelding, figuur 2, is een model van het Social Exchange Process, opgesteld door Ap (1992). Dit model verduidelijkt de motieven voor een uitwisseling van middelen, de vorm van de uitwisselingsrelatie, de consequenties van de uitwisseling en de positieve- en/of negatieve evaluatie van een uitwisseling:



Figuur 3: Model of the Social Exchange Proces (Uit: Ap, 1992, p. 670).

De behoeftebevrediging die een individu of een groep heeft komt voort uit een of meerdere motieven. Deze zorgen samen voor een eerste kennismaking met een uitwisselingsrelatie. Na deze eerste kennismaking wordt de uitwisselingsrelatie gevormd. De uitwisselingsrelatie kan als negatief worden geëvalueerd met als gevolg dat sommige uitwisselingen niet zullen plaatsvinden of dat uitwisselingen worden veranderd. Na de vorming van de uitwisselingsrelatie vindt de werkelijke uitwisseling plaats waarnaar de consequenties van de uitwisseling ontstaan. Deze consequenties worden op hun beurt geëvalueerd. Positieve evaluaties kunnen veranderingen in gedrag met zich meebrengen en nieuwe uitwisselingen tot gevolg hebben. (Ap, 1992).

Voor een onderzoek naar attitudes ten aanzien van toerisme kan voorgaand model als volgt worden ingevuld. De behoeftebevrediging die de lokale bevolking van een toeristische regio heeft bestaat vaak uit het willen verbeteren van het economisch en sociaal welzijn van de lokale bevolking. Dit zorgt voor een eerste kennismaking met de uitwisseling waarna de uitwisselingsrelatie gevormd wordt. Deze relatie bestaat uit het bieden van allerlei faciliteiten aan toeristen. Dat wil zeggen verblijfsaccommodaties, winkels, markten, horeca, extra evenementen, infrastructuur et cetera. Vervolgens vindt de echte uitwisseling plaats, dat wil zeggen dat voorgaande faciliteiten daadwerkelijk aangeboden worden, dat de toeristen als ook de lokale bevolking hiervan gebruik maken en dat er inkomsten mee gegenereerd worden. Deze daadwerkelijke uitwisseling brengt een aantal consequenties, ook wel effecten, met zich mee vervolgens geëvalueerd zullen worden. De effecten kunnen variëren van negatief tot positief, en zullen in dit onderzoek geordend worden naar de dimensies van effecten van toerisme die in eerder deze paragraaf uiteengezet zijn.

Toegepast in dit onderzoek zal dit betekenen dat attitudes ten aanzien van toerisme en de steun voor een verdere ontwikkeling van het toerisme beïnvloedt wordt door hoe de individuen de effecten van toerisme ervaren: " ...social exchange theory proposes that individuals' attitudes towards tourism and their subsequent level of support for its development will be influenced by their evaluations of the outcomes of tourism for themselves and their communities" (Ward & Berno, 2011, p. 1557).

Met behulp van de Social Exchange Theory kan verklaard worden waarom lokale bevolking die veel (economisch) profijt heeft van toerisme het toerisme vaak beter accepteert en er een betere attitude over heeft dan wanneer de lokale bevolking veel nadeel van toerisme ondervindt: "The social exchange theory... rationalizes that residents who perceive the benefits they receive from tourism as outweighing its costs are likely to perceive tourism positively and support tourism" (Kayat e.a., 2013, p. 1). Daarnaast kan het verklaren waarom de lokale bevolking uitwisselingen van middelen aan wil gaan met toeristen als zij meer voordelen ondervinden dan dat zij kosten maken. Algemeen kan gezegd worden dat als de lokale bevolking tevreden is over de uitwisselingen die ze doen, ze positieve attitudes naar toerisme toe zullen hebben en ze de verdere ontwikkeling van toerisme zullen steunen (Andriotis & Vaughan, 2003). Sutton (1967) veronderstelde dat de interacties waarbinnen uitwisselingen van middelen plaatsvinden vaak asymmetrisch zijn en een zekere onbalans kennen. De interacties kunnen nieuwe uitwisselingsmogelijkheden voor de lokale bevolking creëren waarmee zij meer voordelen uit toerisme kunnen halen. Maar de interacties kunnen ook uitwisselingen creëren waarbij de lokale bevolking uitgebuit wordt waardoor ze negatieve attitudes ten aanzien van toerisme ontwikkelen (Ap, 1992).

Het uitwisselingsproces van de Social Exchange Theory kent volgens Andriotis & Vaughan (2003) drie elementen, te weten een economisch element, een omgevingsselement en een sociocultureel element. Deze elementen kunnen gelinkt worden aan de eerder genoemde dimensies van effecten, in dit geval de economische dimensie, de socio-culturele dimensie en de fysieke/omgevingsdimensie. In de Social Exchange Theory veronderstelt het economisch element dat de lokale bevolking die economisch voordeel uit toerisme kan halen meer geneigd is positiever ten opzichte van toerisme(ontwikkeling) te staan. Het omgevingsselement veronderstelt dat een deel van de lokale bevolking meer waarde hecht aan de natuur en de omgeving dan aan het behalen van

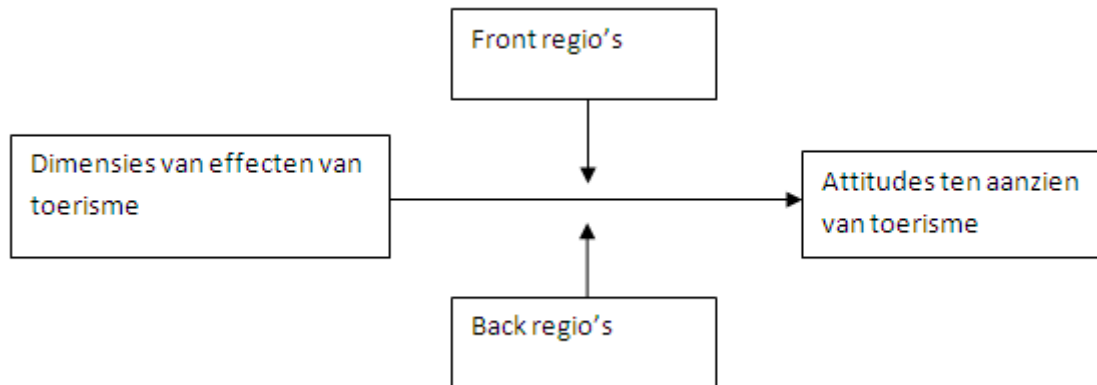
economisch voordeel uit toerisme. Het sociocultureel element veronderstelt dat een deel van de lokale bevolking van mening is dat zij door toerisme in hun regio meer over hun eigen cultuur en tradities kunnen leren en dat zij daarmee ook hun folklore kunnen behouden. Hoe de lokale bevolking deze drie elementen waarneemt, is van invloed op reacties op de effecten van toerisme en daarmee ook van invloed op de attitudes ten aanzien van toerisme. Het economisch element, het omgevingselement en het sociocultureel element komen in zekere mate overeen in de hierboven genoemde drie dimensies van effecten van toerisme. Deze drie elementen van de Social Exchange Theory vormen belangrijke factoren die van invloed zijn op attitudes ten aanzien van toerisme.

Verbanden tussen concepten en theorieën

Het in deze paragraaf uiteengezette concept attitudes, kent meerdere eigenschappen. Zo zijn ze positief, negatief of neutraal en kennen ze bepaalde sterkten en intensiteiten. Daarnaast kunnen ze zowel automatisch als gecontroleerd vanuit herinneringen geactiveerd worden. Welke attitudes een individu heeft ten aanzien van toerisme, wordt ook bepaald door de effecten die een individu van toerisme ondervindt. In deze paragraaf zijn vijf dimensies van effecten van toerisme uiteengezet, te weten een economische-, toeristisch/commerciële-, socio-culturele-, psychologische-, politiek-bestuurlijke- en fysieke/omgevingsdimensie. Door middel van deze dimensies kunnen effecten van toerisme geordend en onderverdeeld worden. De effecten van toerisme en de daarmee gepaarde attitudes ten aanzien van toerisme zullen onderzocht worden voor twee bewonersgroepen van Vlissingen, namelijk de inwoners binnen het centrum en de boulevard van Vlissingen en de inwoners buiten het centrum van Vlissingen. Dit onderscheid is gemaakt aan de hand van de theorie over front- en back regio's. Het centrum en de boulevard vormen in dit onderzoek de front regio omdat er in dit gebied in het zomerseizoen veel faciliteiten aanwezig zijn en er veel extra evenementen en activiteiten worden georganiseerd. In het gebied buiten het centrum worden nauwelijks extra evenementen en activiteiten georganiseerd, vandaar dat dit gebied in dit onderzoek de back regio vormt. Met de uitkomsten van de onderzoeksresultaten kan een vergelijking tussen deze twee groepen worden gemaakt en kan onderzocht worden of deze overeenkomen met de veronderstellingen van de Social Exchange Theory, namelijk of bewoners die veel (economisch) profijt hebben van toerisme, het ook beter accepteren en er een positieve attitude over hebben dan bewoners die veel nadeel van toerisme ondervinden. Daarnaast kan met de uitkomst van de onderzoeksresultaten achterhaald worden hoe de verschillende dimensies van effecten van toerisme verschillend zijn per gebied, en wat daardoor de rol van het wonen in front- of back regio's is op attitudes over toerisme.

2.2 Conceptueel model

De in paragraaf 2.1 genoemde theorieën en kernbegrippen, en hun onderlinge veronderstelde relaties, kunnen in het volgende conceptueel model worden weergegeven:



Figuur 4: Conceptueel model

In dit conceptueel model is er sprake van een interactie effecten met het onderscheid in front regio's en back regio's als interactievariabele. De 'dimensies van effecten van toerisme' zijn van invloed op de 'attitudes ten aanzien van toerisme', maar de sterkte van dit effect is afhankelijk van het wonen in front- of back regio's, in dit geval binnen- of buiten het centrum van Vlissingen. Meer in het bijzonder is dit effect sterker voor bevolking woonachtig binnen het centrum van bevolking woonachtig buiten het centrum.

Hoofdstuk 3 - Methodologie

In dit hoofdstuk zal de methodologie van dit onderzoek uiteengezet worden. In paragraaf 3.1 zal de onderzoeksstrategie gekozen worden. In paragraaf 3.2 zal vervolgens de keuze voor het onderzoeksmateriaal uiteengezet worden. Ten slotte worden in paragraaf 3.3 de analysemethoden voor dit onderzoek beschreven.

3.1 Onderzoeksstrategie

Een onderzoek kan op verschillende manieren gedaan worden. Verschuren & Doorewaard (2007) noemen vijf onderzoeksstrategieën, namelijk;

1. Survey
2. Experiment
3. Casestudy
4. Gefundeerde theoriebenadering
5. Bureauonderzoek

Welke van deze vijf strategieën geschikt is voor een bepaald onderzoek wordt bepaald door een aantal keuzes en afwegingen: gaat het om breedte of diepgang? Is het een kwalitatief of kwantitatief onderzoek? Is het een empirisch of een bureau-onderzoek? Door het maken van keuzes en afwegingen kan verklaard worden welke strategieën wel en welke niet geschikt zijn voor een bepaald onderzoek (Verschuren & Doorewaard, 2007).

Dit onderzoek, over de attitudes van de lokale Vlissingse bevolking ten aanzien van toerisme, en de invloed van het wonen in front regio's of back regio's hierop, zal een diepgaand onderzoek zijn. Bij een diepgaand onderzoek wordt een bepaald fenomeen, in dit geval attitudes ten aanzien van toerisme, kleinschalig en gedetailleerd onderzocht. Dit leidt tot complexiteit en een sterke onderbouwing waarbij er nauwelijks onzekerheid bestaat (Verschuren & Doorewaard, 2007). Bij het onderzoek zal gebruik worden gemaakt van een kwalificerende benadering. Zo kan er meer diepgang in de attitudes van de lokale bevolking bereikt worden. Bij deze benadering wordt er verbaal gerapporteerd. Een kwalificerende benadering is deductief en beschouwend (Verschuren & Doorewaard, 2007). In dit onderzoek betekent dit dat vanuit meerdere onderzoeksmaterialen, dat wil zeggen attitudes van beide onderzoeksgroepen over dezelfde aspecten, onderzocht zal worden wat de rol van het wonen in front- of back regio's is op attitudes ten aanzien van toerisme. Daarbij zal het onderzoeksmateriaal door middel van empirisch onderzoek gegenereerd worden.

Voor het onderzoek over de attitudes van de Vlissingse bevolking ten aanzien van toerisme is een *survey-onderzoek* niet geschikt. Met een survey-onderzoek is het mogelijk om attitudes te meten maar het is niet mogelijk ermee te onderzoeken waarom respondenten bepaalde attitudes hebben. Vandaar dat er in dit onderzoek geen survey-onderzoek uitgevoerd zal worden omdat er in dit onderzoek diepte-onderzoek zal worden gedaan naar attitudes. Zoals eerder genoemd, zijn er in eerdere onderzoeken voora kwantitatieve benaderingen gebruikt waardoor het moeilijk te achterhalen is waarom individuen en groepen bepaalde attitudes hebben. In dit onderzoek is het echter belangrijk om te weten waarom individuen en groepen bepaalde attitudes hebben, vandaar dat er in dit onderzoek geprobeerd wordt om de diepte in te gaan. Er wordt in dit onderzoek dan ook geen kwantitatief onderzoek gedaan en daarmee zijn een grote groep onderzoekseenheden en

enquêtes ook niet nodig. Ook een *experiment* is niet geschikt, er zullen geen interventies worden gedaan. Effecten van interventies voor twee verschillende groepen hoeven dan ook niet onderzocht te worden. Een andere kwalitatieve onderzoeksstrategie, de *gefundeerde theoriebenadering*, is ook niet geschikt voor dit onderzoek. Bij gefundeerde theoriebenadering worden theorieën gevormd. Omdat er in dit onderzoek naar attitudes ten aanzien van toerisme van tevoren al een aantal theorieën en concepten vaststaan die getoetst worden, is de gefundeerde theoriebenadering niet geschikt in dit onderzoek. Ook het *bureauonderzoek*, waarbij er bestaand onderzoeksmateriaal geanalyseerd wordt, is niet geschikt voor dit onderzoek. In dit onderzoek naar attitudes ten aanzien van toerisme zal namelijk door middel van praktijkonderzoek, in dit geval interviews, zelf onderzoeksmateriaal gegenereerd worden.

Een onderzoeksmethode die wel geschikt is in dit onderzoek is de casestudy. Bij een casestudy wordt een bepaald fenomeen in tijdruimtelijk af te bakenen objecten of processen middels kwalitatieve methoden onderzocht. “ De casestudy (gevalstudie) is gericht op de diagnose of evaluatie van een specifieke situatie” (Wester & Peters, 2004, p. 35). Hiermee is het de bedoeling dat er diepgang in het onderzoek wordt bereikt door het onderzoeken van subjectieve belevingen van zowel individuen als groepen (Wester & Peters, 2004). Een casestudy wordt gekenmerkt door een klein aantal onderzoekseenheden, ook wel de case of casus genoemd. De kwalitatieve methoden bestaan uit een methodentriangulatie bestaande uit het houden van diepte-interviews, het bestuderen van documenten en gedetailleerde waarnemingen en observaties op bepaalde locaties. De casestudy kan ook bestaan uit het uitvoeren van slecht één of twee hierboven genoemde methoden. De diepte-interviews worden op locatie gehouden en er worden slechts enkele specifieke respondenten geselecteerd die geïnterviewd gaan worden, er vindt dus een strategische steekproef plaats. (Verschuren & Doorewaard, 2007).

Een casestudy is erg geschikt voor dit onderzoek naar attitudes ten aanzien van toerisme, het zal daarom ook in dit onderzoek gebruikt worden. Door middel van de casestudy kan er diepgang in het onderzoek bereikt worden. Er zullen semi-gestructureerde face-to-face interviews worden gebruikt om tot diepgaande onderzoeksresultaten te komen. Vlissingen vormt de casus van het onderzoek, en daarbinnen specifiekere vormen bewoners binnen het centrum en bewoners buiten het centrum de onderzoekseenheden. De interviews zullen in de persoonlijke omgeving van de respondenten afgenomen worden, iets dat een specifiek kenmerk van de casestudy is (Vennix, 2010). Voor deze casestudy is de vergelijkende casestudy, met als subvariant de hiërarchische methode, het meest geschikt om tot diepgaande analyseresultaten te komen die vervolgens met elkaar vergeleken kunnen worden. Bij de hiërarchische methoden wordt in de eerste fase voor de afzonderlijke cases onderzoek gedaan. In de tweede fase worden deze behaalde onderzoeksresultaten met elkaar vergeleken (Verschuren & Doorewaard, 2007). De twee subcases in deze dit onderzoek bestaan uit de Vlissingse bevolking woonachtig binnen het centrum en de Vlissingse bevolking woonachtig buiten het centrum. Voor beide subcases wordt eerst onafhankelijk op eenzelfde manier een onderzoek uitgevoerd en vervolgens zullen deze analyseresultaten met elkaar vergeleken worden door middel van een vast patroon. Zo kunnen er verschillen en overeenkomsten gevonden worden die vervolgens verklaard kunnen worden (Verschuren & Doorewaard, 2007).

3.2 Onderzoeksmateriaal

In dit onderzoek vormen (groepen van) personen de belangrijkste databronnen. Zij vormen de onderzoeksobjecten. In de rol van een respondent kunnen zij snel en diverse informatie verschaffen over zichzelf. In dit onderzoek zijn die personen de Vlissingse bevolking woonachtig binnen het centrum en de Vlissingse bevolking woonachtig buiten het centrum. Zij zullen informatie gaan verschaffen over hun attitudes ten aanzien van toerisme. Er wordt aan hen een aantal vragen gesteld over de effecten die zij ondervinden van toerisme, en wat daardoor hun attitudes ten aanzien van toerisme zijn. Er worden face-to-face interviews uitgevoerd.

Er zijn in dit onderzoek dertien respondenten geïnterviewd. Zeven daarvan zijn woonachtig binnen het centrum en de boulevard. Zes daarvan zijn woonachtig buiten het centrum. Aan de leeftijden van deze respondenten zijn geen eisen gesteld, maar er is wel geprobeerd een zo groot mogelijk variatie aan leeftijden binnen beide groepen te hebben. Daarnaast zijn er ook geen kinderen en jongeren geïnterviewd. Deze keuze komt voort uit het feit dat kinderen en jongeren zich waarschijnlijk nog niet op de arbeidsmarkt bevinden. Deze keuze komt voort uit het feit dat in dit onderzoek de attitudes worden onderzocht met dimensies van effecten van toerisme als verklarend instrument. Een van de dimensies, de economische dimensie, is in eerder onderzoek veel teruggekomen. Deze dimensie is in dit onderzoek ook belangrijk omdat veel inwoners van Vlissingen (in)direct werkzaam zijn in de toeristische sector en hun inkomen (in)direct uit het toerisme genereren. Daarnaast wordt verondersteld dat personen boven de 18 jaar een mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid hebben en ze daarom ook zo objectief mogelijke antwoorden op de vragen zullen geven. Door verschillende bronnen, in dit geval twee kennissen, heb ik mensen in Vlissingen benaderd. Door snowballing ben ik weer met andere mensen in contact genomen. Daarnaast heb ik een aantal mensen op straat aangesproken en gevraagd of ze mee wilde werken aan een interview voor dit onderzoek. Door deze manieren voor het zoeken naar respondenten is een diversiteit aan respondenten gecreëerd en kon worden voorkomen dat er eenzelfde soort respondenten geselecteerd werd. Twee van de 7 respondenten zijn ondervraagd door middel van een duo-interview. Alle andere respondenten zijn individueel geïnterviewd. In dit onderzoek zijn er voor de respondenten fictieve namen gebruikt. Hun persoonlijke eigenschappen en hun woonplek binnen Vlissingen zijn in Bijlage 2 uiteengezet. De interviewgids voor dit onderzoek is in bijlage 3 weergegeven.

Daarnaast worden er in dit onderzoek literatuurbronnen gebruikt. Dit zijn literatuurbronnen over effecten van toerisme, attitudes, front- en back regio's en de Social Exchange Theory. Vervolgens kunnen de uitkomsten van de analyses van de face-to-face interviews vergeleken worden met de literatuurbronnen. Door zowel het uitvoeren van face-to-face interviews als het gebruik van literatuurbronnen zal de betrouwbaarheid van het onderzoek sterker worden. Er vindt namelijk triangulatie plaats. Er zullen in dit onderzoek geen observaties plaatsvinden. Dit onderzoek heeft namelijk tot doel om attitudes van individuen te onderzoeken, deze kunnen niet door middel van observaties onderzocht worden.

3.3 Analysemethoden

De afgenomen interviews zijn letterlijk uitgetypt en geanalyseerd met behulp van het programma Atlas.Ti. Een analyseperspectief waarmee de interviews geanalyseerd worden is Fenomenologie. Fenomenologie kan gebruikt worden om voor meerdere individuen de betekenis van een beleving van een bepaald verschijnsel te beschrijven: “a phenomenological study describes the meaning for several individuals of their lived experiences of a concept or a phenomenon” (Creswell, 2007, p. 57). Het gaat erom wat individuen gemeen hebben in hun ervaringen. Daaruit kan vervolgens een universele essentie geschreven worden: “The basic purpose of phenomenology is to reduce individual experiences with a phenomenon to a description of the universal essence” (Creswell, 2012, p. 76). Fenomenologie is erg geschikt voor dit onderzoek omdat kan worden onderzocht in hoeverre de attitudes van beide onderzoeksgroepen overeenkomen en verschillen. In dit onderzoek worden de onderzoeksresultaten geordend naar de eerder genoemde zes dimensies van effecten van toerisme. Vervolgens zullen de onderzoeksresultaten tussen groepen en dimensies van effecten van toerisme met elkaar worden vergeleken en daarna zullen deze geanalyseerd worden aan de hand van de in hoofdstuk 2 uiteengezette theorieën. Door middel van deze analyseresultaten zal een antwoord worden gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek.

Hoofdstuk 4 – Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zal een vergelijking gemaakt worden tussen de attitudes van de individuen woonachtig binnen het centrum en de boulevards van Vlissingen en de attitudes van de individuen woonachtig in de buitenwijken van Vlissingen. In deze vergelijking zullen de eerder gebruikte dimensies van effecten van toerisme als verklarend instrument gebruikt worden.

4.1 Economische dimensie

Zoals in de theorie beschreven, wordt de economische dimensie gezien als een belangrijke dimensie die van invloed is op attitudes ten aanzien van toerisme. In toeristische regio's is vaak een redelijk deel van de bevolking (in)direct economisch afhankelijk van het toerisme, omdat toerisme veel werkgelegenheid creëert. Zoals eerder vermeld, zorgt het toerisme in Vlissingen voor 5,8 % van de totale werkgelegenheid (Gemeente, Vlissingen, n.d. a).

Toerisme in de toekomst

Beide onderzochte inwonersgroepen zijn nauwelijks economisch afhankelijk van toerisme, slechts enkele inwoners zijn werkzaam in de toeristische sector: *“ Wij verhuren het appartement beneden ons, (...)het geeft ons wat extra's. Zodat we onszelf extra dingen kunnen permitteren” (Jasper, verhuurt appartementen)*. Toch hebben beide groepen niet dezelfde attitudes over de verdere ontwikkeling van het toerisme in Vlissingen. De inwoners binnen het centrum en de boulevard zijn over het algemeen positief over een verdere ontwikkeling van het toerisme in Vlissingen omdat het meer werkgelegenheid oplevert. Een kanttekening die daarbij een aantal keer geplaatst werd, is dat zij denken dat er buiten het toerisme geen grote verscheidenheid aan werkgelegenheid is. Dit vinden zij jammer. Hoewel dit niet met de werkelijkheid overeenkomt, 5,8% van de totale werkgelegenheid in Vlissingen bestaat uit banen in de toeristische- en recreatieve sector (Gemeente Vlissingen, n.d.a), worden deze gedachten door een deel van de inwoners buiten het centrum ondersteund. Een redelijk deel van hen vindt het een zwakke positie dat Vlissingen in zekere mate afhankelijk is van toerisme en zou liever zien dat er meer werkgelegenheid in andere sectoren is. Een van de inwoners is ook van mening dat de Vlissingse bevolking op de arbeidsmarkt meer buiten het toerisme moet ondernemen: *“ Ik zou wel weer graag van de eigen bevolking willen dat ze meer ondernemen, meer gaan doen. Als je van het toerisme afhankelijk bent, en de toeristen wegblijven, dan komt er ook geen inkomen binnen. Dus als wij mensen wat iets anders, de bevolking iets meer doet, dan heb je ook veel meer geld. En die blijft hier ook” (Gijs, werkzaam in de verkoop)*. Een ander deel van de inwoners buiten het centrum is positief over een verdere ontwikkeling van het toerisme omdat zij het goed voor Vlissingen vinden. Daarnaast denken zij dat een verdere ontwikkeling van het toerisme niet meer negatieve effecten voor hen zal veroorzaken. Er lijkt dus geen verband te zitten tussen het zelf economisch afhankelijk zijn van toerisme en het ondersteunen van een verdere ontwikkeling van het toerisme. Wel lijkt er een verband te zijn tussen het bewustzijn van de economische afhankelijkheid van Vlissingen van het toerisme en een positieve attitude over een verdere ontwikkeling van het toerisme. Een groot deel van alle inwoners lijkt een verdere toeristische ontwikkeling te ondersteunen doordat zij denken dat dit positief kan uitpakken voor Vlissingen, en omdat Vlissingen eigenlijk geen andere keus heeft. Vlissingen is volgens hen namelijk al in zekere mate afhankelijk van het toerisme. En hoewel een aantal liever ziet dat er meer werkgelegenheid in andere sectoren zou zijn, hebben zij het idee dat dit niet mogelijk is. Zij denken niet dat andere werksectoren nog veel kunnen groeien, van het toerisme denken zij dat wel: *“ ik denk dat Vlissingen het toch wel moet*

hebben van het toerisme” (Marieke, werkzaam als taxichauffeur voor vaste klanten). Dit kan een oorzaak zijn voor het feit dat een groot deel voorstander is van een verdere ontwikkeling van het toerisme in Vlissingen.

Investerings in de toeristische sector

Over de investeringen in de toeristische sector zijn de attitudes van beide onderzochte groepen verschillend. De inwoners binnen het centrum en de boulevards zijn verdeeld over de investeringen die er in de toeristische sector gedaan worden. Een deel van hen is van mening dat er weinig investeringen zijn, en dat de investeringen die er gedaan worden meer in handen van de particulieren zijn dan in handen van de gemeente. Daarnaast wordt door een van de respondenten beweerd dat de gemeente te weinig investeert en een veel te dure huur voor de winkels vraagt, waardoor winkels weggaan en er leegstand ontstaat. De winkelleegstand is echter een probleem dat niet alleen in Vlissingen speelt. In de rest van Nederland hebben de centra ook te maken met leegstand als gevolg van de crisistijd, de opkomst van het online winkelen en de concurrentie van winkelcentra buiten het centrum (Kamer van Koophandel, 2012). Het is dan ook niet rechtvaardig om de Gemeente Vlissingen de schuld te geven van de leegstand in de Vlissingse binnenstad. Daarnaast investeert de Gemeente Vlissingen ook in zekere mate in de toeristische sector: “Vlissingen subsidieert het VVV en de Stichting Vlissingen Promotie, welke een verbindende partij zijn tussen de Gemeente en ondernemers. In de gemeentelijke begroting 2012 – 2015, programma 10: “Toerisme en economie”, wordt een budget van € 30.000 opgenomen ter stimulering van toeristische initiatieven” (Gemeente Vlissingen, n.d. a, p. 31). Daarnaast behoren investeringen in de binnenstad niet persé tot het toeristisch beleid. Het beleid dat verpaupering en leegstand tegen moet gaan kan ook tot andere afdelingen van de gemeente behoren. Daarnaast zijn investeringen in de toeristische sector niet alleen afhankelijk van de gemeente. Ook andere instanties en particulieren zijn verantwoordelijk voor investeringen in de toeristische sector. Dat blijkt uit het feit dat de Gemeente €30.000 investeert om toeristische initiatieven van de ondernemers te bevorderen. De inwoners van de buitenwijken zijn niet negatief over de investeringen in de toeristische sector. Zij noemen de opknappbeurt van het centrum, de ontwikkeling van de cruisterrin en het Scheldeterrein als positieve investeringen. Over de opknappbeurt van het centrum zijn de inwoners binnen het centrum verdeeld. De een vindt de opknappbeurt van bijvoorbeeld het Bellamypark goed, de ander vindt het jammer: *“Aan de andere kant vind ik dat men Vlissingen als stad eigenlijk verpest heeft door nieuwbouw, en door hele slechte architectuur. Kijk maar naar dat plein hier. Dat was een leuk, beetje oudbolig plein met bomen etcetera, voor de horeca is er een groot terras gecreëerd. En het is drie keer niks meer” (Jasper, verhuurt appartementen).* Een ander is positief over de opknappbeurt over de panden, terwijl een ander daar negatief over is : *“ik heb ook wel het idee dat ze grote dingen laten liggen. Ik bedoel net als dat straatje in Walstraat, waar al die gevels nog steeds zijn. Goed, dat zijn dan wel monumentale gevels dus die mochten ze niet afbreken. Maar ze staan in de steigers en verder doen ze er ook niks mee, dat is al jaren zo” (Carlijn, werkzaam in de zorg).*

4.2 Toeristisch-commerciële dimensie

Volgens de toeristisch/commerciële dimensie zijn er in toeristische regio's zoals Vlissingen, veel faciliteiten en voorzieningen voor toeristen aanwezig. Ook worden er extra evenementen en festivals georganiseerd om nog meer toeristen te trekken. Hoewel deze voorzieningen positief moeten uitpakken voor de toeristen, hebben ze ook positieve en/of negatieve effecten voor de lokale bevolking.

Aanbod toeristische activiteiten en de bijbehorende effecten

Beide onderzochte groepen hebben over het algemeen een positieve attitude ten aanzien van het aanbod van toeristische activiteiten. Deze wordt verklaard door het feit dat zij kunnen deelnemen aan extra evenementen die in de zomer voor meer levendigheid zorgen: *"Dat vind ik wel leuk. Sail, De Ruyter bijvoorbeeld, bevrijdingsfestival hierzo in Vlissingen. Dat is voor de lokale bevolking natuurlijk ook fijn. Dat ik daar van kan meegenieten"* (Geert, werkzaam in het basisonderwijs). De inwoners buiten het centrum zijn ook positief doordat ze er nauwelijks effecten van ondervinden. De inwoners binnen het centrum ondervinden wel meer effecten van activiteiten in het centrum, waaronder geluidsoverlast. Een aantal van hen denkt dat het vooral ouderen zijn die last hebben van de drukte en de geluidsoverlast. Er werd echter aangegeven dat men het beeld heeft dat inwoners binnen het centrum zelf naar oplossingen voor het overlast zoeken door het expres wegblijven van huis bij evenementen. Dit wijst erop dat inwoners binnen het centrum erop ingesteld zijn dat ze negatieve effecten van toerisme kunnen ondervinden. De inwoners binnen het centrum en de boulevards vinden over het algemeen wel dat de bestaande faciliteiten, met name de horeca en de verblijfsplaatsen, en de naamsbekendheid ervan, verbeterd en uitgebreid kunnen worden. Volgens een van hen kan vooral de kwaliteit van de horeca een verbetering krijgen: *"Mijn vrouw en ik gaan in Vlissingen niet uit eten, (...) het is allemaal heel erg slechte kwaliteit. Het is allemaal microwave, Sligro, en niks kok of wat dan ook"* (Jasper, verhuurt appartementen). Faciliteiten die volgens hen ontwikkeld worden om de maritieme beleving beter uit te stralen zijn de cruiseterminal en het Scheldeterrein. Een verdere ontwikkeling van faciliteiten en voorzieningen kan leiden tot een grotere tevredenheid onder de toeristen. Er lijkt een verband te bestaan tussen het ondervinden van positieve effecten van activiteiten en positieve attitudes ten aanzien van toerisme. Er lijkt echter geen verband te zijn tussen het ondervinden van negatieve effecten van activiteiten en positieve attitudes ten aanzien van toerisme, omdat de inwoners in de buitenwijken nauwelijks negatieve effecten ondervinden van toeristische activiteiten. Een andere overeenkomst is dat beide onderzochte groepen het over het algemeen jammer vinden dat er in de winter veel minder activiteiten plaatsvinden in Vlissingen. Vlissingen is volgens veel respondenten dan ook erg rustig buiten het zomerseizoen om, een inwoners omschreef Vlissingen dan ook als *"Doods in de winter, en levendig in de zomer"* (Carlijn, werkt in de zorg). Er lijkt dat ook geen verband te bestaan tussen het al dan niet wonen in het centrum en de boulevards en de negatieve attitudes ten aanzien van het magere aanbod aan activiteiten in de winter.

Verkeer en parkeren

De attitudes van de onderzochte groepen over de vervoersmogelijkheden in Vlissingen komen in zekere mate overeen, maar deze attitudes kennen per groep verschillende oorzaken. De inwoners binnen het centrum zijn redelijk verdeeld over de vervoersmogelijkheden. Zij ondervinden soms nadelen van drukte op de wegen in de zomer, maar zij kiezen er bewust voor de fiets te pakken om deze problemen te omzeilen. Over de parkeermogelijkheden zijn zij ook verdeeld, sommigen

ondervinden nadelen van het betaald parkeren en het hebben van een parkeervergunning, terwijl sommigen er wel tevreden mee zijn. Vanwege de parkeervergunning zijn er plaatsen waar zowel inwoners als toeristen kunnen parkeren. Dit zorgt ervoor dat inwoners geen vaste parkeerplek hebben. Maar in rustige tijden kunnen zij hun auto wel vaak op dezelfde plek(ken) parkeren : *“soms staan ze wel eens geparkeerd en denk ik van goh, dat mijn plekje”*(Kars, werkzaam in de zeevaart). De inwoners buiten het centrum ondervinden ook drukte op de wegen en de bijbehorende geluidsoverlast. Ook ondervinden zij nadelen van het parkeerbeleid, doordat sommige toeristen hun auto's buiten het centrum, soms in de plantsoenen, parkeren: *“En, ja bij grote evenementen staan er ook vaak auto's van toeristen echt in het plantsoen, zeg maar. Verderop zeker, in deze wijk niet zo erg maar vlak onder de boulevards, daar staan ook gewoon normale woningen. Daar staan parkeerauto's dan op het grasveld, zeker bij evenementen”* (Laurens, werkzaam in een supermarkt). Zij vinden ook dat er in de zomer te weinig parkeerplekken zijn, maar zij kiezen er ook bewust voor de fiets te pakken. Een van de inwoners buiten het centrum benadrukte tevens het enorm vervelend te vinden dat de bruggen in de zomer vaak openstaan als gevolg van de drukke pleziervaart. Doordat de attitudes van beide groepen over het vervoer verschillende oorzaken kennen, is er geen verband tussen het wonen binnen of buiten het centrum en de boulevard en de verdeelde attitudes ten aanzien van de vervoersmogelijkheden. Wel bestaat er een verband tussen het ervaren van drukte op de wegen en de parkeerplaatsen en het gebruik van de fiets.

4.3 Socio-culturele dimensie

De Vlissingse samenleving kan, evenals de levenskwaliteit en de levensstijlen van de samenleving, positieve en/of negatieve effecten ondervinden van toerisme. Deze effecten zijn van invloed op attitudes ten aanzien van toerisme.

Prettige leefomgeving

Van beide onderzochte groepen hebben bijna alle inwoners een positieve attitude over hun leefomgeving, wel hebben zij daar andere argumenten voor. De inwoners in de buitenwijken vinden hun woonplek erg prettig, een van de oorzaken hiervan is dat zij in de buitenwijken nauwelijks effecten van toerisme ondervinden. Er bestaat dan ook een verband tussen het nauwelijks ondervinden van effecten van toerisme en het hebben van positieve attitudes over de leefomgeving. De inwoners binnen het centrum en de boulevard zijn ook positief over hun woonplek. Zij ondervinden wel effecten van toerisme, maar zij hebben er, zoals bij de toeristische-commerciële dimensie al is benadrukt, bewust voor gekozen in het centrum en de boulevard te gaan wonen. Daardoor zijn zij er op ingesteld dat zij wel effecten van toerisme kunnen ondervinden. Ze zoeken zelf naar oplossingen voor eventuele nadelige effecten die zij van het toerisme ondervinden. Er is dan ook een verband tussen het ingesteld zijn op effecten van toerisme en het tevreden zijn over de leefomgeving. Tussen de positieve attitudes van beide groepen over de leefomgeving lijkt geen verband te bestaan. Beide onderzochte groepen hebben positieve attitudes over hun veiligheidsgevoelens. Vrijwel alle respondenten gaven aan dat het toerisme niets of nauwelijks iets met hun veiligheidsgevoelens doet. Voor de inwoners buiten het centrum kan dit gelinkt worden aan het feit dat zij nauwelijks effecten ondervinden van toerisme.

Leven in de brouwerij

Beide onderzochte groepen worden daarnaast gekenmerkt door het hebben van positieve attitudes ten aanzien van de levendigheid van het centrum en de boulevard in de zomer. Een deel van de inwoners gaf aan dat mensen uit het centrum in de zomer thuisblijven en in de periodes daarbuiten op vakantie gaan, omdat zij in de zomer mee kunnen genieten van de toeristische activiteiten in Vlissingen. Hierdoor lijkt er een verband te bestaan tussen positieve attitudes over de levendigheid in de zomers en het thuisblijven in de zomer. Hoewel een redelijk deel van beide onderzochte groepen aangeeft mee te genieten van toeristische activiteiten in de zomer, voelen zij zich verder niet echt betrokken bij het toerisme: *“Nee, het is gewoon mijn woonplaats. Het is leuk als ze wat hebben. En als dat niet is, is het ook prima” (Marieke, werkzaam als taxichauffeur voor vaste klanten)*. Een aantal inwoners binnen het centrum en de boulevard geeft aan zich niet veel (meer) betrokken te voelen met toeristische activiteiten, zoals festivals en sportevenementen op het strand, omdat zij zich daarvoor te oud voelen: *“Nee, niet meer. Ik ben natuurlijk op een leeftijd dat ik daar niet meer aan mee doe. Maar ik vind het wel fijn dat je Sail Vlissingen, en dat je op het water en reddingsboten, alles wordt er georganiseerd. Dat vind ik prachtig hier” (Kees, gepensioneerd)*.

De uitstraling van Vlissingen

De inwoners binnen het centrum zijn naast de positieve attitudes over de levendigheid in de zomer en de bijbehorende zomerse uitstraling, deels negatief over de uitstraling van Vlissingen. Deze wordt veroorzaakt door de verpaupering en slechte architectuur in de binnenstad, iets dat door de inwoners in de buitenwijken maar sporadisch genoemd wordt.

Verandering van de samenleving door de komst van toerisme

Binnen de groep inwoners die binnen het centrum en de boulevard wonen zijn de ideeën over een verandering van de samenleving als gevolg van toerisme verdeeld. Een deel ziet wel een verandering van de samenleving vanwege veranderingen die er op de arbeidsmarkt zijn geweest, als gevolg van de ontwikkeling van toerisme: *“ja. Ik denk dat het wel is veranderd. Want vroeger waren er natuurlijk veel meer bij de Schelde werkten ofzo. En die zijn nu toch verhuist of richting de andere dorpen gegaan. Ik denk dat als Vlissingen wat toeristischer wordt, dat er dan ook weer wat meer mensen hierheen gaan om te wonen” (Dorine, werkzaam in de zorg)*. Dit wijst op een verband tussen de verandering van de arbeidsmarkt en een verandering van de samenleving. Een ander deel van hen, vooral de wat jongere respondenten, denkt niet dat de samenleving is veranderd als gevolg van het toerisme, omdat ze het niet waargenomen hebben. Vrijwel alle inwoners in de buitenwijken hebben ook geen verandering waargenomen, vandaar dat zij geen idee hebben of er een verandering van de samenleving heeft plaatsgevonden als gevolg van de ontwikkeling van het toerisme. Tussen de attitudes over veranderingen van de samenleving van beide inwoners lijkt geen verband te bestaan.

4.4 Psychologische dimensie

Verschillende effecten van toerisme zijn van invloed op het beeld dat inwoners over toeristen hebben en de relaties die zij met toeristen hebben. Daarnaast is toerisme van invloed op de mate van trots op de eigen woonplaats, en de manier waarop lokale inwoners Vlissingen als (toeristische) stad zien. Ook hebben inwoners binnen het centrum en de boulevard een beeld over hoe inwoners in de buitenwijken het toerisme ervaren. Andersom hebben de inwoners uit de buitenwijken ook een beeld over hoe de inwoners uit het centrum en de boulevard het toerisme in Vlissingen ervaren.

Trots op Vlissingen

Beide onderzochte inwonersgroepen zijn in zekere mate trots op Vlissingen, maar de argumenten hiervoor verschillen per groep. De inwoners binnen het centrum en de boulevard zijn vooral trots vanwege de fijne leefomgeving, deels in combinatie met het toerisme: *“Ik vind het een van de mooiste boulevards van heel Europa. Er varen zeeschepen op een paar honderd meter voorbij van de kant. En de stranden daar ben ik ook heel trots op. Dat dat allemaal zo is hier”* (Kees, gepensioneerd). Daarnaast is een deel van hen trots omdat ze geboren en/of getogen zijn in Vlissingen waardoor ze zich echte Vlissingers voelen. Een enkeling geeft aan pas trots te kunnen zijn als er meer zou worden geïnvesteerd en meer tegen de verpaupering zou worden gedaan. Dit kan weer duiden op het eerder genoemde feit dat er nog veel aan de faciliteiten verbeterd kan worden in Vlissingen. De inwoners van de buitenwijken zijn ook trots als inwoner, maar zijn vooral echt trots vanwege het toerisme dat zich in Vlissingen ontwikkeld heeft: *“Ja best trots, ja. Ik woon hier al heel mijn leven, dus ik weet niet anders natuurlijk. Maar het is gewoon, het geeft wel altijd een goed gevoel in de zomermaanden, als je zelf op het strand ligt. Of op de boulevard loopt. Daar wordt je toch wel trots op als je dat ziet”* (Laurens, werkzaam in een supermarkt). Er lijkt dan ook een verband te bestaan tussen het ervaren van een fijne leefomgeving en het trots zijn op Vlissingen. Daarnaast lijkt er ook een verband te bestaan tussen het ervaren van een ontwikkeling van het toerisme in Vlissingen en het trots zijn op Vlissingen.

De toerist in Vlissingen

Vrijwel alle inwoners van beide onderzochte groepen hebben het zelfde beeld over het soort toeristen dat in Vlissingen aanwezig is. Als meestvoorkomende toeristen worden Duitsers, Nederlanders en Belgen genoemd. Het gaat vooral om (jonge) gezinnen en senioren. Daarnaast worden beide groepen gekenmerkt door het feit dat er niet heel veel contact is met toeristen, alleen als die de weg of andere informatie vragen in het openbaar. Een klein aantal komt in contact met toeristen bij hun werk, maar daarbij blijft het meestal ook bij het vragen van de weg of andere zaken. Een opmerkelijk verschijnsel dat door een van de inwoners binnen het centrum wordt genoemd is een gedragsverandering van de inwoners binnen het centrum en werknemers in de toeristische sector. In de zomer schijnt het dat mensen veel hun best doen om toeristen tevreden te stellen, om ze aan Vlissingen proberen te binden: *“Op het moment dat de toeristen hier zijn, dan gaan ze ook hun best doen om die mensen naar zich toe trekken en om ze te behouden. En ik vind dat je dat in de cafeetjes en de kroegen best wel goed ziet. En dan lacht iedereen en dan is het leuk. Natuurlijk zitten de terrassen ook vol. Maar op het moment dat wij in de winter of op het moment dat het zonnetje er is, op een terrasje willen zitten of in de kroeg willen zijn, dan willen ze ook nog wel eens zeuren over het feit dat het allemaal niet goed is en niet. Terwijl wat ik net al zeg, in het zomerseizoen vind ik dat allemaal veel minder en goed en leuk en gezellig. Ook op het moment dat het dan wat rustiger is. Omdat ze dan, nou ja, ik weet niet. Ze zitten dan in een bepaalde flow ofzo,*

denk ik'' (Carlijn, werkzaam in de zorg). Dit kan duiden op een verband tussen wonen in het centrum en de boulevard en je best doen voor toeristen. De inwoners buiten het centrum doen niet extra hun best voor toeristen. Bij hen heersen er eerder een aantal lichte irritaties aan toeristen, waaronder de taal en toeristen in het verkeer.

Hoe andere inwoners in Vlissingen het toerisme ervaren

Aan beide onderzochte groepen is tevens gevraagd hoe zij denken dat de andere groep het toerisme ervaart. Beide groepen zijn verdeeld in hun denkbeelden over hoe de andere onderzochte inwonersgroep het toerisme ervaart. Inwoners binnen het centrum denken dat hoe inwoners in de buitenwijken het centrum ervaren erg persoonlijk is per individu. Daardoor denkt een deel van de inwoners binnen het centrum dat inwoners buiten het centrum het toerisme positief ervaren vanwege de extra activiteiten in het centrum waar zij in de zomer aan kunnen deelnemen. Een deel van de inwoners uit het centrum denkt daardoor dat een deel van de inwoners buiten het centrum het toerisme niet als fijn ervaart vanwege alle drukte in de zomer in en naar het centrum toe. Ook de inwoners in de buitenwijken zijn verdeeld over hoe inwoners binnen het centrum het toerisme ervaren. Van de inwoners van de buitenwijken denkt een deel dat de inwoners binnen het centrum geen last hebben van het toerisme en het prima vinden, omdat zij daarop ingesteld zijn. Een ander deel van de inwoners in de buitenwijken denkt dat het vooral de ouderen op de boulevard zijn die negatieve effecten ondervinden van toerisme. Uit de beelden die beide groepen over elkaar hebben, kunnen geen duidelijke verbanden worden getrokken.

4.5 Politiek-bestuurlijke dimensie

Zonder een toeristisch beleid zou het toerisme in Vlissingen een andere ontwikkeling hebben doorgemaakt. De gemeente Vlissingen voert een toeristisch beleid uit, met als doel het toerisme verder te ontwikkelen. In een toeristisch beleid wordt vaak ook geprobeerd rekening te houden met (de welvaart van) de burgers, omdat de ontwikkeling van toerisme ook negatieve effecten voor de lokale bevolking kan hebben. Middels allerlei projecten en maatregelen wordt dit beleid uitgevoerd. Zo doet de gemeente aan citymarketing, er wordt geprobeerd Vlissingen op een bepaalde manier neer te zetten. In dit geval wordt geprobeerd Vlissingen neer te zetten als een culturele en historische stad, de maritieme beleving vormt daar een van de belangrijkste onderdelen van. De attitudes die de individuen woonachtig binnen het centrum over het toeristisch beleid hebben zijn erg verdeeld.

Citymarketing: de maritieme beleving als speerpunt

Over het algemeen zijn beide onderzochte inwonersgroepen positief over de citymarketing van Vlissingen, het uitstralen van de historische en maritieme beleving. Daarnaast zijn beide groepen ook van mening dat de maritieme beleving nog beter ontwikkeld en gepromoot kan worden: *“Maar ook in de binnenstad zouden ze veel meer die maritieme uitstraling mogen hebben. Van een leuke kustplaats. En het culturele, vind ik ook dat ze nog veel meer aan zouden kunnen doen” (Peter, werkzaam in de toeristische sector)*. Door de maritieme en historische beleving te verbeteren kan Vlissingen een betere naamsbekendheid krijgen waardoor er meer toeristen getrokken kunnen worden.

Leegstand en verpaupering

Een punt waarop van beide inwonersgroepen commentaar komt is de leegstand, maar beide groepen hebben een andere attitudevorming over dit probleem. De inwoners binnen het centrum en de boulevard geven de gemeente, al dan niet terecht, de schuld van de leegstand, verpaupering, en slechte architectuur in het centrum. Dit duidt op een verband tussen het wonen in het centrum en het hebben van negatieve attitudes over leegstand en verpaupering. De inwoners in de buitenwijken geven niemand de schuld, en geven tevens aan dat er al maatregelen plaatsvinden om de binnenstad op te knappen en leegstand te bestrijden. Alleen de vele nieuwbouwprojecten lijken daar volgens een van de respondenten tegenstrijdig aan te zijn: *“Ja, ze zijn nu heel druk bezig geweest met het Scheldekwartier. Ze richten het niet echt op toerisme maar ze richten het op gewone mensen om er te gaan wonen. En ik weet niet waarom. Want er is heel veel leegstand in Vlissingen. Er zijn gigantisch veel huizen te koop en ze bouwen hele nieuwe complexen. Dus ik denk, het is toch een beetje verspilling van het geld. Dat hadden ze beter neer kunnen zetten” (Marieke, werkzaam als taxichauffeur voor vaste klanten)*.

Betrokkenheid bij en tevredenheid over het toeristisch beleid

De inwoners in de buitenwijken zijn daarnaast nauwelijks betrokken bij het toeristisch beleid, maar dat vinden zij prima aangezien zij daar geen belangen bij hebben. Doordat zij niet betrokken worden bij het toeristisch beleid heeft een groot deel van hen ook geen beeld over het beleid. Sommigen zijn negatief over het beleid omdat ze vinden dat het niet toeristisch gericht is, anderen zijn wel positief over het beleid omdat ze vinden dat de gemeente wel inzet op toerisme. Andere ontwikkelingen die bijdragen aan de tevredenheid over het toeristisch beleid zijn de verkeersoplossingen die uitgevoerd zijn: *“als er een file staat hier voor de stoplichten verder op, dan hoor je het gebrom van de auto's*.

Maar dat is al een groot deel opgelost met de rotonde die daar ligt'' (Carla, werkzaam op een huisartsenpost). Er lijkt dan ook een verband te zijn tussen het niet betrokken zijn bij het toeristisch beleid en het niet hebben van een beeld over het beleid. Binnen de groep inwoners woonachtig binnen het centrum heerst veel verdeeldheid over de tevredenheid over het beleid en de betrokkenheid bij het beleid. Zij geven aan dat er pas door de gemeente geluisterd wordt na bemoeienissen van de lokale bewoners. Daarnaast zouden het altijd dezelfde zijn die zich met het beleid proberen te bemoeien, deze worden door de gemeente dan ook tamelijk genegeerd. Daarnaast vindt een aantal dat er juist te veel rekening met de burgers wordt gehouden, en dat dit misschien ook niet nodig is vanuit een democratisch oogpunt: *'' Ik vind dat de gemeente zelfs veel te veel luistert en rekening houdt met de bewoners, in het toeristisch beleid. Ik vind dat er daar een heleboel dingen niet gebeuren, omdat de echte Vlissinger dat misschien niet wil. Of omdat het meer overlast zou betekenen. Terwijl ik denk, sommige dingen moet je gewoon ontwikkelen als je een toeristische stad wilt zijn'' (Peter, werkzaam in de toeristische sector).* Daarbij wordt door een van de respondenten uit het centrum wel verteld dat de informatievoorziening van de gemeente naar de inwoners toe prima is. Doordat de attitudes over de betrokkenheid binnen deze groep verdeeld zijn, zijn hun attitudes over de tevredenheid over het toeristisch beleid ook verdeeld. De weinige investeringen en de tegenwerking van evenementen en het milieubeleid zijn daar belangrijke oorzaken van. Binnen deze groep komen positieve attitudes over het beleid voort uit het feit dat sommigen het idee hebben dat er wel naar hen geluisterd wordt en doordat een deel het niet nodig vindt bij het beleid betrokken te worden. Er is dan ook verband tussen het hebben van belangen bij het toeristisch beleid en het betrokken zijn bij het toeristisch beleid.

4.6 Fysieke/omgevingsdimensie

De fysieke omgeving van Vlissingen ondervindt ook effecten van het toerisme. In deze dimensie wordt onder de fysieke omgeving verstaan de effecten van toerisme op de infrastructuur, monumenten, bestaande bebouwing, natuur en milieu.

De inwoners in de buitenwijken zijn redelijk positief over het onderhoud van de fietspaden en de opknapbeurt van het centrum en haar monumentenpanden. Zij zijn redelijk positief vanwege het feit dat de historische en maritieme beleving hiermee versterkt kan worden en dat daarmee meer toeristen kunnen worden getrokken. De inwoners binnen het centrum en de boulevard zijn hier, zoals al vermeld bij de economische en politiek-bestuurlijke dimensie, deels minder positief over. Een deek van hen vindt het jammer dat historische pleinen en gebouwen gesloopt of niet goed onderhouden zijn, waardoor de historische uitstraling van Vlissingen achteruit is gegaan: *“ Kijk maar naar dat plein hier. Dat was een leuk, beetje oudbollig plein met bomen etcetera, voor de horeca is er een groot terras gecreëerd. En het is drie keer niks meer” (Jasper, verhuurt appartementen)*. Dit is mede versterkt door de leegstand en de verpaupering in de binnenstad. Inwoners binnen het centrum en de boulevard zijn minder positief over de omgang met gebouwen, monumenten en renovaties, dan de inwoners in de buitenwijken. Dit kan worden veroorzaakt door het feit dat zij dit veel bewuster meemaken dan de inwoners in de buitenwijken.

Wat betreft de natuur komen de attitudes van beide groepen meer met elkaar overeen. In beide groepen komt het tegenstrijdige dilemma tussen toerisme en natuur naar voren: Zo zijn er burgerinitiatieven voor toeristische activiteiten, maar die worden door de gemeente tegengehouden omdat ze slecht zijn voor het milieu. Terwijl andere evenementen, die ook slecht kunnen zijn voor het milieu, wel mogen doorgaan: *“ Nou net als mijn schoonzoon, die heeft een motorzaak. En die wilden een raceduo doen met boten. Vanaf hier starten en dan langs de kust. En er waren toch milieuverenigingen die daarop tegen waren. Maar ze doen ook wel andere evenementen wel eens. Dan denk ik van nou zo iets zouden we ook eens kunnen doen. Er zouden er honderden komen, echt heel druk, dus dat is voor toerisme ook wel weer goed. Maar dan krijg je de milieu weer tegen” (Johanna, werkzaam geweest in de zorg)*. Zoals in de theorie beschreven, hebben verschillende individuen andere belangen bij toerisme en/of milieu. Toch vinden beide groepen dat er redelijk goed met de natuur wordt omgegaan. Door de inwoners buiten het centrum wordt versterking van de dijken als voorbeeld genoemd. Een enkel verschil tussen beide groepen zit er in de beelden over afval op het strand. De inwoners binnen het centrum hebben het idee dat de mate van afval buiten het seizoen minder is, terwijl de inwoners van de buitenwijken van mening zijn dat het strand in de zomer goed onderhouden wordt en er dan juist minder afval op het strand ligt. Uit de attitudes die beide groepen over de omgang met de natuur hebben kunnen geen sterke verbanden worden getrokken.

Hoofdstuk 5 - Analyseresultaten

In dit hoofdstuk zullen de onderzoeksresultaten uit hoofdstuk 4 geanalyseerd worden door middel van de in Hoofdstuk 2 uiteengezette theorieën. Het betreft hier de theorieën over attitudes, de Social Exchange Theory, front- en back regio's en dimensies van effecten van toerisme.

5.1 Verschillende attitudes van inwoners binnen en buiten het centrum over toerisme.

In dit onderzoek zijn meerdere attitudes uiteengezet van zowel individuen, als groepen, als delen van groepen. Er zijn een aantal attitudes die door beide onderzochte inwonersgroepen worden gedeeld. Namelijk:

- algemene positieve attitudes ten aanzien van toerisme,
- redelijk positieve attitudes ten aanzien van de verdere ontwikkeling van toerisme in Vlissingen
- negatieve attitudes over het feit dat er buiten het toerisme geen groot aanbod aan andere werkgelegenheid is
- positieve attitudes ten aanzien van het aanbod van evenementen
- positieve attitudes over het kunnen deelnemen aan evenementen
- negatieve attitudes over de minimale evenementen buiten het hoogseizoen
- positieve attitudes over de leefomgeving
- positieve attitudes ten aanzien van de levendigheid van het centrum en de boulevard in de zomer
- redelijke positieve attitudes ten aanzien van het trots zijn op Vlissingen
- positieve attitudes ten aanzien van toeristen
- positieve attitudes over de citymarketing en maritieme beleving

Niet alle van de hierboven genoemde gedeelde attitudes kunnen verklaard worden. Dat beide inwonersgroepen positieve attitudes hebben over de verdere ontwikkeling van het toerisme, kan verklaard worden uit het feit dat beide groepen denken dat een verdere ontwikkeling van toerisme goed is voor Vlissingen. Zij denken namelijk dat Vlissingen al in zekere mate afhankelijk is van het toerisme, zij hebben niet het idee dat Vlissingen zich op andere gebieden nog kan verbeteren. Zij denken dat Vlissingen eigenlijk geen keus heeft, vandaar dat zij redelijk positieve attitudes hebben over de verdere ontwikkeling van toerisme in Vlissingen. Dit verklaart ook waarom beide inwonersgroepen redelijk negatieve attitudes hebben over het feit dat er buiten het toerisme geen groot aanbod aan andere werkgelegenheid is. Hierdoor kunnen andere sectoren niet groeien, enkel de toeristische sector. Dat beide inwonersgroepen negatieve attitudes hebben over het minimale aanbod aan evenementen in de winter kan verklaard worden doordat beide groepen positief zijn over de levendigheid en omdat beide groepen het als voordeel zien dat zij in de zomer kunnen deelnemen aan extra evenementen. Met het wegvallen van de evenementen buiten het hoogseizoen is er minder te doen in Vlissingen, hierdoor is de levendigheid buiten het zomerseizoen minder.

Attitudes die voor de gehele inwonersgroep binnen het centrum gelden zijn negatieve attitudes over de leegstand en de verpaupering, negatieve attitudes over de omgang met oude monumenten en historische gebouwen. Binnen de inwonersgroep binnen het centrum en de boulevard zijn daarnaast veel verschillende attitudes over bepaalde onderwerpen. Veel individuen kijken anders naar dezelfde

onderwerpen. Er lijkt dan ook meer diversiteit in de groep binnen het centrum te zijn. Zij zijn veel meer verdeeld dan de inwoners buiten het centrum. Attitudes die voor de gehele inwonersgroep in de buitenwijken gelden zijn positieve attitudes over de opknopbeurt van het centrum, positieve attitudes over het nauwelijks ondervinden van effecten van toerisme, negatieve attitudes over de drukte op de wegen en naar het centrum toe, positieve attitudes over het niet betrokken zijn bij het toeristisch beleid, positieve attitudes over het onderhoud van de fietspaden. Ook binnen deze inwonersgroep zijn de individuen over een aantal punten verdeeld. Maar de verdeeldheid binnen de groep inwoners van de buitenwijken is niet zo sterk als de verdeeldheid binnen de groep inwoners in het centrum en de boulevard. Dit komt door inwoners binnen het centrum veel meer effecten van toerisme ondervinden. Daardoor houden zij zich ook meer bezig met toerisme dan de inwoners buiten het centrum. Ze hebben daardoor sterkere meningen, de attitudes kennen daarmee een sterke intensiteiten. Deze sterke attitudes verschillen ook veel van elkaar, ieder persoon kijkt namelijk anders tegen toerisme aan. Deze verdeeldheid in attitudes wordt onder andere veroorzaakt door de verschillende leeftijden van de individuen. Dit komt overeen met het feit dat attitudes soms moeilijk te verklaren zijn vanwege heterogene kenmerken, waaronder leeftijd (Zhang e.a., 2006). Uit het onderzoek van Andriotis (2004) in Kreta bleek dat oudere mensen het toerisme daar veel meer als voordeel zagen dan de jongere mensen, dit is in Vlissingen niet het geval. In Vlissingen zien bijna alle inwoners het toerisme als voordeel. Andere heterogene kenmerken, waaronder geslacht en etniciteit, zijn in dit onderzoek geen bepalende factoren voor attitudes over toerisme. De attitudes van de inwoners buiten het centrum kennen minder sterke intensiteiten. Doordat zij toch nauwelijks effecten van toerisme ondervinden lijkt het alsof zij alles wel prima vinden. Daardoor hebben zij ook niet veel sterke meningen en is de intensiteit van hun attitudes een stuk minder sterk.

De onderzochte individuen, groepen, en delen van groepen hebben evaluaties gedaan over bepaalde objecten. De attitudes in dit onderzoek werden opnieuw geëvalueert, dit zijn gecontroleerde processen. De geïnterviewde inwoners waren bewust met hun attitudes bezig. Er werd namelijk direct aan de geïnterviewde inwoners gevraagd hoe zij bepaalde aspecten van toerisme ervaren. Deze attitudes zijn ontstaan doordat zij eerdere evaluaties van objecten hebben geprobeerd te herinneren. Ook zijn bepaalde attitudes ontstaan omdat het de eerste keer kon zijn dat ze bepaalde objecten gingen evalueren. Het is onmogelijk om te zeggen welke attitudes gecontroleerde processen zijn en welke attitudes nieuw gevormd zijn, omdat deze attitudes en object-evaluaties zich in het hoofd van de geïnterviewde inwoners bevinden.

5.2 Social Exchange Theory

De voordelen en uitkomsten van uitwisselingen

Volgens de Social Exchange theorie wisselen individuen en groepen middelen met elkaar uit binnen een bepaalde interactie (Ap, 1992). De middelen die in Vlissingen bij het toerisme uitgewisseld worden zijn zowel van materiële, sociale, en psychologische waarden. Deze middelen zijn uitgewisseld tussen inwoners, toeristen en de gemeente. Voorbeelden van materiële middelen in Vlissingen zijn de horeca, verblijfsplaatsen, faciliteiten, voorzieningen en extra evenementen. Voorbeelden van sociale middelen zijn de weg wijzen aan toeristen, vragen van toeristen beantwoorden, het betrekken van lokale inwoners bij het toeristisch beleid door de gemeente. Een voorbeeld van een psychologisch middel is de in paragraaf 4.4 genoemde gedragsverandering

waarbij lokale inwoners en werkenden in de toeristische sector extra hun best doen om toeristen aan Vlissingen te binden. Een model waarmee deze uitwisselingen verduidelijkt kunnen worden is het in paragraaf 2.1 uiteengezette model van het Social Exchange Proces, opgesteld door Ap (1992). Dit model veronderstelt dat individuen of groepen bepaalde motieven hebben voor een uitwisseling. Een uitwisselingsrelatie heeft daarbij een bepaalde vorm en bepaalde antecedenten. Na de vorming van de uitwisselingsrelatie vindt het doen van de uitwisseling plaats. Vervolgens wordt de uitwisseling geëvalueerd (Ap, 1992). Een aantal van de in hoofdstuk 4 gevonden verbanden kunnen beter verduidelijkt worden met dit model:

Verhuur van appartementen

Een van de inwoners binnen het centrum en de boulevard verhuurt appartementen aan toeristen. Zijn motief hiervoor is om extra geld te verdienen. Een toerist heeft hiervoor als motief om een tijdelijke verblijfplaats in Vlissingen te hebben. Door het verhuur van de appartementen verdient de inwoner extra geld, daarnaast komt hij intensiever in contact met toeristen. Dit heeft tot gevolg dat sommige van die toeristen terugkeren en weer zijn appartement willen huren. De verhuurder heeft een positieve evaluatie als hij extra geld heeft verdiend en toeristen heeft weten te binden, zodat deze later terugkeren. De toerist heeft een positieve evaluatie indien hij het naar zijn zin heeft gehad en weer terug wil komen. De volgende keer dat de toerist weer terugkeert naar hetzelfde appartement, ontstaan er nieuwe uitwisselingsrelaties die voor een groot deel overeen kunnen komen met een vorige uitwisselingsrelatie.

De horeca

De horeca wisselt voedsel en waren uit met toeristen en lokale inwoners in ruil voor geld. De horeca doet dit om geld te verdienen, toeristen te trekken en de toeristen tevreden te houden. Daarnaast dient de horeca ook als voorziening voor de lokale inwoners. Een van de inwoners binnen het centrum is erg negatief over de horeca vanwege de slechte kwaliteit. Dit kan verklaard worden vanuit het feit dat de behoefte van de lokale inwoner anders is dan wat er voor de toeristen wordt aangeboden. Consequenties hiervan zijn dat de lokale inwoner erg negatief kan zijn over de kwaliteit van de horeca, maar dat de horeca waarschijnlijk wel veel toeristen trekt en dat deze ook tevreden zijn over de horeca. Hierdoor kan het zijn dat toeristen blijven terugkeren en weer nieuwe uitwisselingen in de horeca aangaan, terwijl de lokale inwoner niet meer terugkomen en geen nieuwe uitwisselingen meer aangaat met de horeca.

Evenementen in de zomer

In de zomer worden er allerlei evenementen georganiseerd. Deze evenementen worden met de toeristen en met de lokale inwoners uitgewisseld in ruil voor andere (neven)inkomsten. Motieven voor de organisatie van deze evenementen zijn geld verdienen, toeristen en lokale inwoners trekken. De motieven van de inwoners en de toeristen om de evenementen te bezoeken is omdat ze het leuk vinden en er plezier aan beleven. De consequenties van deze evenementen zijn de grote stroom van toeristen, de komst van inwoners naar de binnenstad, drukte en geluidsoverlast. Een negatieve consequentie die hieraan verbonden kan worden is dat er in de winter nauwelijks evenementen worden georganiseerd. De evenementen worden als positief geëvalueerd omdat zowel de inwoners als de toeristen plezier beleven aan de evenementen. Een negatief punt is de geluidsoverlast, maar zoals eerder genoemd is een deel van de inwoners in het centrum hierop ingesteld. Sommigen van hen gaan bewust weg van huis als er evenementen zijn met geluidsoverlast. Een deel van de

inwoners en de toeristen zal bij een volgend evenement terugkeren waarmee er nieuwe uitwisselingsrelaties ontstaan.

Contact met toeristen

In de zomer zijn er veel toeristen die de weg kwijt zijn of iets willen weten. Daarom spreken ze lokale inwoners aan waardoor en contact ontstaat en daarmee ook een nieuwe uitwisseling ontstaat. De toerist heeft als motief dat hij informatie wil zodat hij verdere acties kan ondernemen. De lokale inwoners hebben geen motieven, zij gaan de uitwisselingsrelatie ook niet aan vanwege eigenbelangen. Soms op de terrassen komen toeristen en inwoners ook in contact met elkaar. Er staan hier nauwelijks motieven op het spel. Zowel de toeristen als de inwoners doen het vaak voor de gezelligheid. Middels het uitwisselen van middelen, dat wil zeggen dat de toerist antwoord krijgt op zijn vraag, kan de toerist verder gaan. Een nadelige consequentie hierbij kan de taal zijn. De lokale bewoner heeft hier meestal een neutrale evaluatie over. Een toerist heeft een positieve evaluatie als hij verder kan. Een volgende keer dat een toerist iets niet weet kan hij weer lokale inwoners aanspreken, waardoor er weer een nieuwe uitwisselingsrelatie ontstaat. Werknemers in de horeca doen extra hun best in het contact met toeristen. Hun motief hiervoor is dat zij de toerist in de horeca tevreden willen stellen en aan zich willen binden. Dit heeft als consequentie de eerder genoemde gedragsverandering, waarbij werknemers in de horeca meer hun best gaan doen voor toeristen. Een positieve evaluatie hiervan kan zijn dat de toerist inderdaad tevreden is en terugkeert, met een nieuwe uitwisselingsrelatie tot gevolg. Een negatieve evaluatie kan zijn dat de lokale inwoner zich gaat irriteren aan het feit dat er in de zomer meer voor de klanten wordt gedaan dan daarbuiten.

Betrokkenheid lokale inwoners bij toeristisch beleid

Een aantal van de inwoners in het centrum heeft aangegeven dat het altijd dezelfde inwoners zijn die zich met het toeristisch beleid proberen te bemoeien. De inwoners die dit vertelden, gaven aan zelf ook wel eens te hebben geprobeerd zich met een aantal plannen te bemoeien, omdat zij hier persoonlijke belangen bij hadden. De motieven van inwoners om zich te bemoeien bestaan uit het feit dat zij er eigen, persoonlijke belangen bij hebben als een bepaald (toeristisch) project wel of niet doorgaat of als het veranderd wordt. De motieven van de gemeente om inwoners te betrekken kunnen bestaan uit het tevreden willen houden van de bewoners, of vanwege gemeentelijke belangen. Zij gaan een uitwisseling aan waarin de lokale inwoner zich met een bepaald plan probeert te bemoeien en deze vervolgens wel bij het project betrokken wordt of niet. Als de lokale inwoner wel betrokken wordt heeft dit als consequentie dat een project wel of niet door kan gaan of dat het verandert. Een positieve evaluatie is dan voor de lokale inwoners dat er dingen gebeurd of veranderd zijn om hun belangen te behartigen. Dit kan een negatieve evaluatie van de gemeente tot gevolg hebben, omdat die het oorspronkelijke plan misschien niet uitvoert, en er daarmee veel tijd en geld verloren gaat. Daarnaast is het volgens enkelen vanuit democratisch oogpunt ook niet nodig dat de gemeente lokale inwoners betreft bij plannen van het toeristisch beleid. In een volgend project kan de inwoner zich weer proberen te bemoeien met het beleid, wat leidt tot nieuwe uitwisselingsrelaties. Als de inwoner zich probeert te bemoeien, maar er niet naar hem geluisterd wordt, is het motief van de gemeente om uit eigen belangen de lokale inwoner niet te betrekken. De belangen van de gemeente wegen dan zwaarder op tegen de belangen van enkele lokale inwoners. Voor de gemeente kan dit een positieve evaluatie tot gevolg hebben, waarbij zij tevreden zijn met het feit dat zij hun plannen en projecten niet hebben hoeven te stoppen of veranderen. Voor de

inwoner kan dit leiden tot een negatieve evaluatie omdat er niet naar hem of haar geluisterd werd. Ook als de inwoner een negatieve evaluatie heeft, kan dit ertoe leiden dat hij of zij alsnog de volgende keer probeert zich met plannen te bemoeien waardoor er nieuwe uitwisselingsrelaties ontstaan.

Meer (economische) voordelen, dus ook positieve attitudes over toerisme

Door middel van de Social Exchange Theory kan verklaard worden waarom inwoners of inwonersgroepen die meer (economische) voordelen dan nadelen van het toerisme ervaren, vaak een positieve attitude over toerisme hebben, het beter ondersteunen en voorstander zijn van een verdere ontwikkeling van toerisme (Kayat e.a., 2013). Een deel van de in Hoofdstuk 4 beschreven verbanden tussen attitudes en dimensies van effecten kunnen vanuit de Sociale Exchange Theory verklaard worden.

Van de onderzochte inwonersgroepen is slechts een heel klein deel werkzaam in de toeristische sector en daarmee afhankelijk van het toerisme. Economisch gezien halen zij individueel nauwelijks voordeel uit het toerisme. Vandaar dat het economische deel van de Social Exchange Theory, dat mensen toerisme beter accepteren en er een betere attitude over hebben als ze veel economisch profijt hebben van toerisme (Kayat e.a., 2013), niet individueel op hen toegepast kan worden. Wel kan het worden toegepast op beide groepen. Beide groepen geven namelijk aan in te zien dat Vlissingen in zekere mate economisch afhankelijk is van het toerisme, zij denken dat Vlissingen ook geen andere keuze heeft. Daarom steunen de meesten het toerisme ook. Daarnaast zijn zij voorstander van een verdere toeristische ontwikkeling van Vlissingen, omdat zij denken dat Vlissingen hier meer economisch voordeel uit kan halen. Het economische deel van de Social Exchange Theory kan dus wel op stadsniveau worden toegepast.

Een andere attitude die door middel van de Social Exchange Theory verklaard kan worden is de positieve attitude ten aanzien van toerisme. Bijna alle respondenten hebben deze attitude. Positieve effecten van toeristen die beide groepen ondervinden is, dat zij zich ervan bewust zijn dat Vlissingen veel geld kan verdienen aan toeristen en dat toeristen voor meer levendigheid zorgen. Negatieve effecten die zij van toeristen ondervinden, zijn irritaties vanwege de taal en toeristen in het verkeer. Een effect dat als neutraal wordt ervaren is het contact met toeristen, als zij de weg vragen of als zij andere dingen vragen. De positieve effecten van toeristen wegen hier zwaarder op tegen de negatieve effecten van toeristen, vandaar dat zij een positieve attitude ten aanzien van toeristen hebben. Dit leidt tot de eerder genoemde gedragsverandering, waarbij de werknemer in de horeca en de lokale inwoner meer zijn best doet voor toeristen om deze aan Vlissingen te binden.

De inwoners buiten het centrum ondervinden nauwelijks (negatieve) effecten van toerisme, slechts een aantal verkeersproblemen. Positieve effecten van toerisme ondervinden zij in de vorm van het kunnen deelnemen aan evenementen. Voor de inwoners buiten het centrum wegen de positieve effecten zwaarder op tegen de negatieve effecten, vandaar dat zij een positieve attitude ten aanzien van toerisme hebben. De inwoners binnen het centrum en de boulevard ondervinden meer effecten van toerisme. Zo hebben zij te maken met druktes in de zomer, geluidsoverlast, volle parkeerplaatsen. Deze effecten zouden gezien kunnen worden als negatieve effecten. Volgens een groot deel van de respondenten is een groot deel van inwoners binnen het centrum erop ingesteld dat zij negatieve effecten van toerisme kunnen ondervinden. Zij zouden er zelf voor hebben gekozen om in het centrum te gaan wonen. Vandaar dat zij zelf zoeken naar oplossingen. Positieve effecten ondervinden zij ook in de vorm van het kunnen deelnemen aan evenementen, het gebruik maken van extra faciliteiten en voorzieningen, en de levendigheid in de zomer. Doordat zij erop ingesteld

zijn dat zij negatieve effecten van toerisme kunnen ondervinden, wegen deze niet sterker op tegen de positieve effecten die zij van toerisme ervaren. De positieve effecten lijken meer op te wegen tegen de negatieve effecten. Vandaar dat zij een redelijk positieve attitude ten aanzien van toerisme hebben. Vanuit de Social Exchange Theory kan voor de toeristisch-commerciële dimensie dan ook geconcludeerd worden dat beide inwoners groepen meer positieve dan negatieve effecten van toerisme ondervinden waardoor zij een positieve attitude ten aanzien van toerisme hebben en het daarom ook beter ondersteunen.

Dat de inwoners binnen het centrum erop ingesteld zijn dat zij nadelige effecten van toerisme kunnen ondervinden, is ook van invloed op de attitudes die zij over hun leefomgeving hebben. Ondanks de drukte in de zomers en de bijbehorende effecten vinden zij hun woonplek erg prettig. Zij hebben dan ook een positieve attitude ten aanzien van hun leefomgeving, omdat de positieve effecten zwaarder opwegen tegen de negatieve effecten. Ook de inwoners buiten het centrum hebben positieve attitudes over hun leefomgeving. Ook dit kan verklaard worden uit het feit dat zij nauwelijks effecten van toerisme ondervinden. De positieve effecten, bijvoorbeeld dat zij eenvoudig naar het centrum kunnen reizen om deel te nemen aan evenementen, wegen zwaarder op tegen de negatieve effecten, die zij nauwelijks ondervinden.

De inwoners binnen het centrum en de boulevard zijn negatiever over de investeringen en de rol van de gemeente daarbij, dan de inwoners van de buitenwijken. Dit kan verklaard worden vanuit het feit dat zij in het centrum meer effecten van toerisme ondervinden, en dat zij zich daar ook bewust van zijn. In het dagelijks leven komen zij ontwikkelingen tegen die (in)direct gelinkt zijn aan toerisme. Zij worden er veel meer mee geconfronteerd dan de inwoners in de buitenwijken. Vandaar dat zij zich ook eerder aan zaken als de verpaupering en de leegstand irriteren en zij de gemeente er ook de schuld van geven. Daarnaast ondervinden de inwoners in het centrum ook meer effecten van het toeristisch beleid. Zo zijn er allerlei ontwikkelingen waarvan zij denken er geen invloed op te hebben, terwijl ze er wel belangen bij hebben. Vandaar dat een deel van hen zich met het beleid probeert te bemoeien. Soms met succes, soms worden ze genegeerd. Doordat een deel van de inwoners binnen het centrum meer belangen heeft bij het beleid, en er meer betrokken bij wordt of wil worden, hebben zij veel meer een beeld over het toeristisch beleid. Doordat zij veel meer een beeld over het beleid hebben, zijn zij er ook minder tevreden over. Vanuit de Social Exchange Theory kan dan ook geconcludeerd worden dat de inwoners binnen het centrum meer negatieve effecten van het toeristisch beleid ondervinden dan de inwoners in de buitenwijken. Voor hen wegen deze negatieve effecten zwaarder op tegen positieve effecten van het beleid, vandaar dat zij een lichte negatieve attitude hebben ten aanzien van het toeristisch beleid.

5.3 Front regio's & Back regio's

In dit onderzoek wordt onder front regio's het centrum en de boulevard van Vlissingen verstaan. Alle woonwijken van de Stad Vlissingen die daarbuiten liggen behoren tot de back regio's. In paragraaf 2.1 wordt al vermeld dat front regio's over het algemeen een hogere intensiteit van effecten van toerisme kennen, en dat back regio's weinig tot nauwelijks effecten van toerisme ondervinden (MacCannell, 1973). Dit wordt door beide onderzochte groepen bevestigd. De inwoners in de buitenwijken ondervinden slechts effecten in de vorm van drukte op de wegen, geparkeerde auto's van toeristen en gestrande toeristen. De inwoners binnen het centrum en de boulevard ondervinden veel meer effecten van toerisme. Het is bij hun woonplek veel drukker, ze hebben soms problemen met parkeren en soms geluidsoverlast. Daarnaast zij er veel meer voorzieningen, faciliteiten en evenementen waarvan zij gebruik kunnen maken. Doordat zij meer en andere effecten van toerisme

ondervinden worden hun attitudes over bepaalde zaken ook anders gevormd dan die van de inwoners in de buitenwijken. De attitudes van inwoners binnen het centrum zijn veel diverser en meer verdeeld dan de attitudes van inwoners in de buitenwijken. Hoewel de inwoners in de buitenwijken nauwelijks effecten van toerisme ondervinden, bevinden zij zich regelmatig in het centrum waar ze wel meer effecten van toerisme ondervinden. De effecten die zij dan ondervinden, en hun denkbeelden over de effecten die inwoners in het centrum van toerisme ervaren, komen dan ook redelijk overeen met hoe de inwoners binnen het centrum de effecten van toerisme ervaren.

Beide inwonersgroepen hebben positieve attitudes over toerisme, maar deze zijn anders gevormd. Bij een onderzoek in de staat Victoria, in Australië, kwam naar voren dat inwoners die verder weg van toeristische activiteiten wonen, en die minder betrokken zijn bij toeristische activiteiten, toerisme beter accepteren (Inbakaran & Jackson, 2006). In dit onderzoek bleek dat inwoners in de back regio's, waar ze minder effecten van toerisme ondervinden, het toerisme beter accepteren. In Vlissingen is dit niet het geval. Hier accepteren zowel de inwoners van front- als back regio's het toerisme en hebben beide inwonersgroepen positieve attitudes over toerisme.

In de theorie wordt vermeld dat vanuit een ruimtelijk perspectief gezien, de lokale bevolking en de toeristen elkaar bijna alleen maar in front regio's ontmoeten, en niet of nauwelijks in back regio's (Sharma & Dyer, 2009). Dit wordt door beide onderzochte groepen niet helemaal bevestigd. In het centrum en de boulevard verblijven in de zomer veel meer toeristen, daarnaast zijn er veel toeristen die de stad en extra evenementen bezoeken. Toeristen vragen dan de weg, andere dingen, of ze kletsen met inwoners op het terras. In de wijken buiten het centrum zijn in minder groten getale toeristen te zien. Het betreft daar meer toeristen die in auto's langskomen, die aan het fietsen zijn in de omgeving, of toeristen die verdwaald en gestrand zijn. Ook daar bestaat het contact bijna alleen maar uit het vragen van de weg en het vragen van andere dingen. Het contact in beide onderzochte gebieden ziet er dus redelijk hetzelfde uit, alleen kennen het centrum en de boulevard een hoger aantal toeristen dat aanwezig is. Vandaar dat het voor Vlissingen niet helemaal geldt dat de bevolking en toeristen elkaar bijna alleen maar in het centrum en de boulevards ontmoeten, en nauwelijks in de buitenwijken.

In de theorie wordt ook vermeld dat vanuit een sociaal perspectief er in front regio's een bepaalde werkelijkheidsvoorstelling gegeven wordt omdat front regio's zich op bepaalde doelgroepen richten (Goffman, 1959). In Vlissingen is dit nauwelijks het geval. Vlissingen probeert door middel van citymarketing de stad weer te geven als een historische en culturele stad met de maritieme beleving als onderdeel. Deze citymarketing is gericht op een bepaalde doelgroep, namelijk toeristen. Er wordt dus een soort werkelijkheidsvoorstelling gegeven, maar deze komt in grote mate overeen met de reële werkelijkheid van Vlissingen. Vlissingen is namelijk een historische en culturele stad die vroeger veel maritieme activiteiten kende. Dit wordt dan ook gebruikt om de stad op een bepaalde manier neer te zetten, en zo toeristen naar de stad te trekken en aan Vlissingen te binden. In de wijken buiten het centrum wordt deze werkelijkheidsvoorstelling minder of nauwelijks weergegeven. Er bestaat in Vlissingen dus geen groot verschil tussen de gegeven werkelijkheidsvoorstelling en de reële werkelijkheid.

5.4 Onderlinge samenhang van dimensies van effecten van toerisme

De economische dimensie is in dit onderzoek een belangrijke dimensie die van invloed is op de algemene attitude van beide inwonersgroepen over toerisme. Beide inwonersgroepen zien in dat Vlissingen al in zekere mate afhankelijk is van toerisme, en dat Vlissingen het ook niet van iets anders moet hebben. Zij denken dat Vlissingen verder geen keuze heeft, vandaar dat zij het toerisme ondersteunen en daarmee algemeen een positieve attitude ten aanzien van toerisme hebben. Binnen deze dimensie werden een aantal problemen blootgelegd, namelijk de leegstand en de verpaupering, die weer een verdere invloed hebben op de in de politiek-bestuurlijke dimensie genoemde attitudes over het toeristisch beleid van de Gemeente Vlissingen. De economische dimensie kan ook weer gelinkt worden aan de fysieke/omgevingsdimensie, waar een deel van de oorzaken van de leegstand en verpaupering liggen. De leegstand en verpaupering zijn twee ontwikkelingen die in meerdere dimensies terugkwamen, dit probleem werd meer uiteengezet door de inwoners binnen het centrum en de boulevards. De inwoners in de buitenwijken lijken het probleem te kennen maar zijn er niet intensief bekend mee. Binnen de fysieke/omgevingsdimensie kwam ook het tegenstrijdige dilemma tussen toerisme en natuur naar voren. Dit kan weer gelinkt worden aan het in de politiek-bestuurlijke dimensie genoemde milieubeleid van de Gemeente Vlissingen. Beide inwonersgroepen zijn redelijk tevreden over de citymarketing van het toeristisch beleid, met name de maritieme beleving die de gemeente probeert uit te stralen. Deze maritieme beleving kan gelinkt worden aan de bij de toeristisch-commerciële dimensie genoemde tevredenheid over het aanbod en de voordelen van extra faciliteiten en evenementen. De hierbij genoemde overlast voor inwoners binnen het centrum, en het feit dat zij daarop ingesteld en zelf naar oplossingen zoeken, kan gelinkt worden aan de in de socio-culturele dimensie genoemde tevredenheid over de leefomgeving. Dit geldt ook voor de inwoners buiten het centrum, omdat zij nauwelijks effecten van toerisme in hun woonomgeving ondervinden. Door de fijne leefomgeving is een groot deel van beide inwonersgroepen trots op Vlissingen, genoemd bij de psychologische dimensie. In de socio-culturele dimensie kwamen een aantal ideeën over een verandering van de samenleving als gevolg van het toerisme naar voren. In dit geval houdt dit volgens een aantal inwoners een verandering op de arbeidsmarkt in. De samenleving is veranderd doordat zij nu in andere sectoren werkzaam zijn. Deze vorm van verandering van de samenleving is anders dan de in de theorie vermelde veranderinge samenleving in Broome (Australië). Hier kreeg de verandering van de samenleving de vorm van racisme en het uitsluiten van aboriginals en mensen met een donkere huidskleur (Hudson, 1990). De veranderingen op de arbeidsmarkt in Vlissingen, kunnen weer gelinkt worden aan de in de economische dimensie genoemde ontwikkeling van toerisme in Vlissingen. De ontwikkeling van toerisme kan weer gelinkt worden aan de het bij de politiek-bestuurlijke dimensie genoemde toeristisch beleid, iets waar de inwoners buiten het centrum meer tevreden over zijn dan de inwoners binnen het centrum. Een positief punt van het beleid voor een deel van hen is de oplossing van een aantal verkeersproblemen, iets dat gelinkt kan worden aan de in de toeristisch-commerciële genoemde drukte op de wegen en parkeerproblemen. De in de psychologische dimensie genoemde positieve attitudes ten aanzien van toeristen kunnen niet aan andere dimensies gekoppeld worden. Wel zijn ze belangrijk omdat ze bijdragen aan de algemene positieve attitude ten aanzien van toerisme. De positieve attitude ten aanzien van toerisme leidt tot een ontwikkeling, waarbij er een gedragsverandering plaatsvindt. Namelijk dat inwoners en werknemers in de horeca meer hun best doen voor toeristen.

De economische dimensie, de toeristisch-commerciële dimensie en de psychologische dimensie zijn in dit onderzoek dan ook de belangrijkste dimensies die het meest bijdragen aan

attitudes over toerisme. De socio-culturele dimensie en de fysieke/omgevingsdimensie zijn minder belangrijk voor de ontwikkeling van attitudes over toerisme.

Hoofdstuk 6 – Conclusie, aanbevelingen en kritische reflectie

6.1 Conclusie

Het doel van dit onderzoek was aanbevelingen doen voor het verbeteren van het toeristisch beleid van de Gemeente Vlissingen, door meer inzicht te verkrijgen in de invloed van front en back regio's op de attitudes ten aanzien van toerisme, door te onderzoeken hoe de attitudes van de Vlissingse bevolking, woonachtig binnen of buiten het centrum, over toerisme eruit zien. Om het doel van het onderzoek te bereiken werd de volgende hoofdvraag opgesteld:

Wat is de rol van het wonen in front regio's of back regio's op de attitudes van de lokale Vlissingse bevolking ten aanzien van toerisme?

Om antwoord te krijgen op deze vraag is onderzoek gedaan naar de attitudes over toerisme van de lokale Vlissingse bevolking woonachtig binnen het centrum en lokale Vlissingse bevolking woonachtig buiten het centrum. Vervolgens is er een vergelijking tussen deze twee groepen gemaakt. Aan de hand van de dimensies van effecten van toerisme is onderzocht hoe de attitudes over toerisme van beide bevolkingsgroepen eruitzien.

Vlissingen is een stad die in het zomerseizoen veel toeristen trekt, daarnaast zijn er in het centrum van Vlissingen in de zomer veel extra faciliteiten en evenementen aanwezig. Vandaar dat er is gekozen voor Vlissingen en voor een scheiding in groepen, namelijk inwoners die binnen het centrum en de boulevard wonen en inwoners die in de buitenwijken wonen. Er hebben aan dit onderzoek dertien respondenten deelgenomen. Zeven daarvan zijn woonachtig binnen het centrum en de boulevard, zes daarvan zijn woonachtig in de buitenwijken. Met deze respondenten zijn semi-structureerde face-to-face interviews gehouden om tot diepgaande onderzoeksresultaten te komen. Hiermee is meer inzicht verkregen in attitudes over toerisme.

Uit de interviews is gebleken dat beide onderzochte inwonersgroepen een aantal attitudes delen. De belangrijkste daarvan is de algemene positieve attitude ten aanzien van toerisme en de verdere ontwikkeling ervan. Deze komt deels voort uit het feit dat beide inwonersgroepen zich ervan bewust zijn dat Vlissingen eigenlijk niet zonder toerisme kan. Zij denken dat Vlissingen niet op andere aspecten kan groeien, alleen in het toerisme zien zij mogelijkheden. Ook delen zij een positieve attitude over het aanbod van- en het kunnen deelnemen aan faciliteiten en evenementen. Daarnaast delen zij positieve attitudes over de citymarketing en de maritieme beleving. Binnen de groep inwoners binnen het centrum en de boulevard heerst veel verdeeldheid over vele punten. Dit kan verklaard worden vanuit het feit dat deze groep zeer divers is en dat zij veel effecten van toerisme ondervinden. Zij worden daar dagelijks mee geconfronteerd. Daarnaast heeft ieder individu daar andere gedachten over en gaat ieder individu daar op een andere manier mee om. Zij hebben daardoor sterke meningen over allerlei aspecten van toerisme. Vandaar dat zij veel verschillende attitudes over effecten van toerisme hebben. De groep woonachtig in de buitenwijken heeft een stuk meer gedeelde attitudes. Zij ondervinden maar weinig effecten van toerisme in hun leefomgeving, enkel effecten in het verkeer. Daardoor zijn zij zich veel minder bewust van de effecten die toerisme heeft voor henzelf, maar ook voor de inwoners binnen het centrum en de boulevard. Doordat zij daar minder bewust mee bezig zijn lijken zij alles prima te vinden. Daardoor hebben zij ook niet zo sterke meningen over toerisme als de inwoners binnen het centrum en de boulevard. Binnen de

inwonersgroep uit de buitenwijken zijn ook een aantal gedeelde attitudes. Maar de meningen van individuen binnen deze groep zijn niet zo divers als de meningen van individuen die binnen het centrum en de boulevard wonen.

Vanuit de Social Exchange Theory kan deels verklaard worden waarom beide onderzochte inwonersgroepen het toerisme ondersteunen en voorstander zijn van een verdere ontwikkeling van het toerisme. Beide groepen zijn nauwelijks afhankelijk van toerisme, het overgrote deel haalt dus niet direct inkomsten uit het toerisme. Wel zijn beide groepen zich ervan bewust dat Vlissingen als stad wel veel inkomsten uit het toerisme genereert. Deze inkomsten van toerisme voor Vlissingen wegen zwaarder op dan de nadelen die beide groepen van het toerisme ondervinden. Daardoor zijn zij voorstander van toerisme en een verdere ontwikkeling ervan. Of beide inwonersgroepen denken individueel ook beter te kunnen worden door de ontwikkeling van toerisme, was niet duidelijk.

Los gekeken van de inkomsten die Vlissingen als stad uit het toerisme genereert, hebben beide groepen nog steeds positieve attitudes over toerisme. Voor de inwoners binnen het centrum wegen de voordelen die zij van toerisme ondervinden, namelijk het kunnen deelnemen aan extra evenementen, levendigheid in de zomer, zwaarder op tegen de nadelen die zij van toerisme ondervinden, namelijk drukte en geluidsoverlast, problemen met parkeren, het niet altijd eens zijn met het toeristisch beleid, de verpaupering en de leegstand, en het nauwelijks betrokken worden bij het toeristisch beleid door de gemeente. Hoewel het lijkt dat zij meer nadelen dan voordelen ondervinden, hebben de voordelen toch de overhand. Dit komt doordat zij erop ingesteld zijn dat ze negatieve effecten van toerisme kunnen ondervinden, zij hebben er bewust voor gekozen om binnen het centrum en de boulevard te gaan wonen, daardoor zoeken zij zelf naar andere oplossingen. Ook de inwoners in de buitenwijken hebben, los gezien van de inkomsten die Vlissingen uit het toerisme haalt, een positieve attitude over toerisme en de verdere ontwikkeling ervan. Ook bij hen wegen de voordelen, namelijk de levendigheid in de zomer en het kunnen deelnemen aan extra evenementen, zwaarder op tegen de nadelen die zij van toerisme ondervinden, namelijk drukte in het verkeer. Zij zijn zich ook niet heel bewust van de nadelen die zij en anderen van toerisme kunnen ondervinden. Van veel zaken die gepaard gaan met toerisme, hebben zij nauwelijks ideeën. Zij hebben daardoor ook niet heel sterke meningen ten aanzien van toerisme en andere zaken die daarmee gepaard gaan. Zij lijken zich daardoor wat bewuster te zijn van de positieve effecten die zij van toerisme ondervinden.

Er kan geconcludeerd worden dat zowel het wonen in front regio's als het wonen in back regio's een zekere invloed heeft op attitudes ten aanzien van toerisme. In front regio's, in dit onderzoek dus het centrum en de boulevard van Vlissingen, ondervindt men veel meer effecten van toerisme. Daardoor is men zich veel bewuster van de effecten die men van toerisme ondervindt. In front regio's zijn inwoners dan ook veel meer bezig met wat er speelt. Daardoor hebben zij er sterke meningen over, wat tot gevolg heeft dat er veel verschillende attitudes zijn en dat bepaalde attitudes meerdere oorzaken kennen. Doordat inwoners in front regio's meer effecten van toerisme ondervinden zijn zij ook geneigd om daar enige invloed op te willen uitoefenen. Of zij ook daadwerkelijk invloed kunnen uitoefenen op zaken die gepaard gaan met het toeristisch beleid, is afhankelijk van hoe de gemeente zich opstelt. Doordat inwoners in front regio's ook meer bezig is met effecten van toerisme zoeken zij zelf naar oplossingen voor eventuele nadelige effecten van toerisme, zij zijn daarop ingesteld.

In back regio's, in dit onderzoek dus de wijken buiten het centrum en de boulevard, ondervindt men niet veel effecten van toerisme. Daardoor zijn de inwoners van deze gebieden niet

heel bewust bezig met de nadelen die zij en anderen van toerisme (kunnen) ervaren. Over de voordelen van het toerisme lijken zij zich iets bewuster te zijn. Er kan dan ook geconcludeerd worden dat deze inwoners over het algemeen minder bewust bezig zijn met het toerisme dan de inwoners binnen het centrum en de boulevard. Daardoor hebbende inwoners in de buitenwijken er ook geen sterke meningen over en lijken zij het allemaal wel prima te vinden. Dit heeft tot gevolg dat binnen deze inwonersgroep de attitudes over toerisme dan ook in redelijke mate met elkaar overeenkomen.

In dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat het wonen in front regio's een sterke invloed heeft op de attitudes over toerisme, doordat mensen in front regio's zich veel meer bewust zijn van het toerisme en er meer mee bezig zijn. Front regio's zorgen in zekere mate ook voor een sterke intensiteit van attitudes over toerisme. Het wonen in back regio's heeft een minder sterke invloed op attitudes over toerisme, omdat mensen in back regio's zich veel minder bewust zijn van toerisme. Daardoor kent een redelijk deel van de attitudes over toerisme dan ook geen sterke intensiteit. Het wonen in front regio's of back regio's is in dit onderzoek niet van invloed op het hebben van positieve of negatieve attitudes over toerisme, wel op de intensiteit ervan. Daarnaast zijn persoonlijke eigenschappen, waaronder leeftijd, ook van invloed op attitudes ten aanzien van toerisme.

6.2 Kritische reflectie en aanbevelingen

Dit onderzoek had tot doel aanbevelingen te doen voor het beteren van het toeristisch beleid van de Gemeente Vlissingen, omdat er veel onduidelijk heerste over de manier waarop inwoners betrokken worden bij het toeristisch beleid. Er kan geconcludeerd worden dat er op dit punt geen verbeteringen nodig zijn. Een groot deel van de respondenten is tevreden met de betrokkenheid bij het beleid. Het zijn vooral de inwoners binnen het centrum die soms hun twijfels hebben over het beleid, maar als zij eigen belangen hebben bij bepaalde ontwikkelingen zullen zij waarschijnlijk zelf stappen ondernemen om meer te worden betrokken. Het is dan aan de gemeente om te kijken welke belangen er op het spel staan en of het dan geschikt is om de betreffende inwoners bij het toeristisch beleid en bepaalde ontwikkelingen te betrekken. Een andere aanbeveling voor de Gemeente Vlissingen is om meer informatie aan inwoners te verschaffen over de leegstand en verpaupering. De inwoners zijn namelijk niet volledig bekend met de oorzaken hiervan, waardoor ze de gemeente de schuld geven. Door de inwoners hierover beter te informeren zullen zij de oorzaken van deze problemen te weten komen en zullen zij minder negatief zijn over de gemeente.

Een beperking van dit onderzoek is dat er door de geringe tijd maar één casus onderzocht kon worden. Doordat er slechts een casus is behandeld kunnen de onderzoeksresultaten niet gegeneraliseerd worden naar een nationaal niveau. Mede door de geringe tijd konden er ook maar 13 respondenten geïnterviewd worden. Een beperking van een aantal interviews was dat de respondenten die op straat werden aangesproken, nog niet bekend waren met het onderwerp en met mij als interviewer. Omdat zij op straat werden aangesproken en geïnterviewd gaven zij minder lange en diepgaande antwoorden op vragen dan de respondenten waarmee de interviews vooraf gepland waren.

Daarnaast kunnen er een aantal aanbevelingen worden gedaan voor verdere onderzoeken. Omdat in dit onderzoek de respondenten zelf nauwelijks economisch afhankelijk zijn van toerisme, is het interessant om een gelijksoortig onderzoek uit te voeren waarbij alle respondenten (of een deel daarvan) wel economisch afhankelijk zijn van toerisme. Daarmee zouden de veronderstellingen van de Social Exchange Theory versterkt kunnen worden. Een andere aanbeveling is om in een volgend onderzoek Vlissingen niet als stad te beschouwen, maar de regio en de dorpen eromheen ook in

beschouwing te nemen. Tijdens de interviews kwam meerdere malen naar voren dat de respondenten erop ingesteld zijn dat het toerisme in de omliggende dorpen ook voor effecten in Vlissingen zorgt. Door de regio en omliggende dorpen ook in beschouwing te nemen kan er een vollediger beeld geschetst worden over attitudes van de Vlissingse bevolking over toerisme. Een derde aanbeveling is om een soortgelijk onderzoek voor meerdere toeristische steden of regio's in Nederland uit te voeren. Dan pas kan blijken of een deel van de gevonden veronderstellingen in dit onderzoek ook naar Nederland als geheel generaliseerbaar zijn.

Literatuur

Andriotis, K. (2004). The perceived impact of tourism development by Cretan residents. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 1:2, 123-144.

Andriotis, K. & Vaughan, R. D. (2003). Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42, 172-185.

Ap, J. (1991). Residents' Perceptions On Tourism Impacts. *Annals of tourism Research*, 19:4, 665-690.

Borchert, J.G. & J. Buursink (red.). (1987) *Citymarketing en geografie*. Nederlandse Geografische Studies 43. Amsterdam/Nijmegen.

Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: choosing among five approaches*. California: Sage publications, Inc. Thousand Oaks.

Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: choosing among five approaches*. California: Sage publications, Inc. Thousand Oaks.

Eagly, A.H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Orlando, FL: Harcourt Brace.

Fainstein, S.S. (2012). Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews* 41:104, 104-105.

Fazio, R.H. (1995). Attitudes as object-evaluation associations: Determinants, consequences, and correlates of attitude accessibility. In R.E. Petty & J.A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 247-282). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Fazio, R.H. & Petty, R.E. (2008). *Attitudes. Their Structure, Function and Consequences*. New York: Psychology Press.

Gemeente Vlissingen. (n.d.a). *Beleidsnota Toerisme 2011-2015. Vlissingen stad aan zee ... een zee aan beleving*. Vlissingen: Gemeente Vlissingen.

Gemeente Vlissingen. (n.d.b). *Strategische Visie: De Toeristische Stad Vlissingen*. Vlissingen: Gemeente Vlissingen

Hall, C. & Page, J. (2002) *The geography of tourism and recreation: Environment, Place and Space*. London: Routledge.

Hudson, P. (1990). Structural changes in three small north-western Australian communities: The relationship between development and local quality of life. Paper presented at the Annual Conference of Regional Science Association, Australian and New Zealand section, Perth, December.

Inbakaran, R. & Jackson, M. (2006) Resident attitudes inside Victoria's tourism product regions: A cluster analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13:1, 59–74.

Kamer van Koophandel (2012). *Winkelleegstand praktisch oplossen: Inspiratie uit praktijkvoorbeelden*. Rotterdam: Kamer van Koophandel

Kayat, K. & Sharif, N.,Karnchanan, P. (2013). Individual and Collective Impacts and Residents' Perceptions of Tourism. *Tourism Geographies*. 10:180

Lindholm, C. (2008). *Culture and Authenticity*. Oxford: Blackwell.

Maio, G. R. & Haddock, G. (2009). *The Psychology of Attitudes and Attitude Change*. Los Angeles: SAGE.

MacCannel, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *The American Journal of Sociology* 79:3, 589-603.

Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. New York: Longman Inc.

Mullins, P. (1990). Tourist cities as new cities: Australia's Gold Coast and Sunshine Coast, *Australian Planner*, 28(3): 37-41.

Pacione, M. (2009). *Urban Geography. A Global Perspective*. Routledge: Londen and New York

Sharma, B. & Dyer, P. (2009). An Investigation of Differences in Residents' Perceptions on the Sunshine Coast: Tourism Impacts and Demographic Variables. *Tourism Geographies*. 11:2, 187-213.

Shiffrin, R.M. & Dumais, S. T. (1981). The development of automatism. In J. R. Anderson (Ed.), *Cognitive skills and their acquisition* (p. 111-140). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Sutton, J.W. (1967). Travel and Understanding: Notes on the Social Structure of Touring. *Journal of Comparative Sociology*, 8: 217-223

Vennix, J.A.M. (2010). *Theorie en praktijk van empirisch onderzoek*. Essex: Pearson Education Limited.

Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers

Ward, C. & Berno, T. (2011). Beyond Social Exchange Theory: Attitudes Towards Tourists. *Annals of Tourism Research*. 38:4, 1556-1569.

Wester, F. & Peters, V. (2004). *Kwalitatieve analyse. Uitgangspunten en procedures*. Bussum: Uitgeverij Coutinho

Zanna, M.P. & Rempel, J.K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. In D. BarTal & A.W. Kruglanski (Eds.), *The social psychology of knowledge* (pp. 315-334). Cambridge: Cambridge University Press.

Zhang, J., Inbakaran, R.J., Jackson, M.S. (2006). Understanding Community Attitudes Towards Tourism and Host-Guest Interaction in the Urban-Rural Border Region. *Tourism Geographies*. 8:2, 182-204.

Internetsites:

http://zoom.nl/foto/full/1455855/overig/nacht-panorama-vlissingen.html?object=user&object_id=11560

<http://www.beeldbanksailderuyter.com/apps/photos/>

<http://www.uitidee.nl/strand/strand-vlissingen/uitje-strand-vlissingen-89929>

Interviews:

De interviews zijn gehouden op 20 april, 23 april en 18 mei.

Bijlagen

Bijlage 1: Plattegrond van de wijken in Vlissingen

Onder het centrum wordt in dit onderzoek de Binnenstad en het gebied rondom de Boulevards verstaan. De Binnenstad bestaat uit de buurten Oude Binnenstad, Scheldestraat e.o. en het Stadhuisplein e.o. De Boulevards die in dit onderzoek tot het centrum behoren zijn Boulevard Evertsen, Boulevard Bankert, Boulevard de Ruyter, de Koopmanshaven en de Vissershaven. De keuze voor het toevoegen van de Boulevards aan het centrumgebied komt voort uit het feit dat er in de zomer op de boulevards veel evenementen plaatsvinden, waardoor de bewoners op de boulevards waarschijnlijk veel effecten van toerisme zullen ondervinden. Op onderstaande figuur is het centrumgebied voor dit onderzoek lichtblauw weergegeven, de wijken buiten centrum voor dit onderzoek zijn beige weergegeven. De wijken en buurten die in dit onderzoek niet mee worden genomen zijn wit weergegeven, het betreft omliggende dorpen, bedrijventerreinen en omliggende landelijke gebieden.



Afbeelding: Onderzoeksgebieden Vlissingen. Bron: Gemeente Vlissingen, n.d., persoonlijke communicatie

Bijlage 2: Profielen respondenten

Respondenten binnen het centrum en de boulevard	Respondenten buiten het centrum en de boulevard
Johanna 65 jaar Scheldestraat e.o. Werkzaam geweest in de zorg	Carla 48 jaar Rosenburg Werkzaam op een huisartsenpost
Dorine 25 jaar Stadhuisplein e.o. Werkzaam in de zorg	Johan 32 jaar Zuidbeek Werkzaam in de autotechniek
Kees 76 jaar Stadhuisplein e.o. Gepensioneerd	Gijs 36 jaar Bloemenlaan e.o. Werkzaam in de verkoop
Carlijn 26 jaar Oude Binnenstad Werkzaam in de zorg	Geert 34 jaar Westerzicht Werkzaam in het basisonderwijs
Jasper 66 jaar Boulevard – Spuikom – Vredenhof Zuid Verhuurt appartementen	Marieke 30 jaar Paauwenburg-Oost Werkzaam als taxichauffeur voor vaste klanten
Kars 29 jaar Stadhuisplein e.o. Werkzaam in de zeevaart	Laurens 22 jaar Rosenburg Werkzaam in een supermarkt
Peter 38 jaar Oude Binnenstad Werkzaam in de toeristische sector	

Bijlage 3: Interviewguide

Interview: semi-gestructureerd

In deze bachelorthesis zal onderzoek gedaan worden naar attitudes ten aanzien van toerisme. Attitudes zijn denkbeelden die mensen over een bepaald fenomeen, in dit geval toerisme, hebben. Deze denkbeelden zijn meestal positief, negatief of neutraal. Er zal onderzoek worden gedaan naar de attitudes van mensen die binnen het centrum van Vlissingen wonen en mensen die buiten het centrum van Vlissingen wonen. Om deze attitudes ten aanzien van toerisme te onderzoeken zal ik u een aantal vragen gaan stellen.

Naam respondent:

Leeftijd:

Woonplaats:

Emailadres:

Algemeen

- Hoelang woont u al in Vlissingen? Heeft u ook elders in Vlissingen gewoond? (binnen of buiten centrum)

Economische dimensie

- Bent u werkzaam in de toeristische sector? Of is uw baan gerelateerd aan de toeristische sector? Hoe ervaart u dat? In hoeverre bent u dan economisch afhankelijk van het toerisme in uw regio?
- In hoeverre denkt u dat het toerisme in uw regio van invloed is op de verdere economische ontwikkeling van de regio?
- Wat vindt u ervan dat uw regio in zekere mate economisch afhankelijk is van het toerisme? Bijvoorbeeld detailhandel en horeca.
- Worden er volgens u in Vlissingen economische investeringen in de toeristische sector gedaan om toerisme te bevorderen? Wat vindt u daarvan? Kunt u hier een voorbeeld van noemen?

Toeristisch/commerciële dimensie

- Wat vindt u van de extra faciliteiten, evenementen etc. die er in Vlissingen in de zomer aanwezig zijn? Welke voor- of nadelen ondervindt u ervan?
- Wat vindt u ervan dat er in de zomer toeristen in Vlissingen aanwezig zijn? Welke soorten groepen toeristen zijn er in de zomer aanwezig in Vlissingen? Wat is uw beeld over hen? Zijn er bijvoorbeeld bepaalde groepen waar u zich enorm aan ergert en andere groepen waar u nauwelijks overlast van ondervindt?
- In hoeverre ondervindt u effecten van toerisme op de vervoersmogelijkheden in uw omgeving? (OV, drukke wegen, parkeergelegenheden).

Socio-culturele dimensie

- Welke effecten ondervindt u van toerisme? Merkt u bijvoorbeeld een toename of afname van de criminaliteit en wat doet dat met uw veiligheidsgevoelens?
- In hoeverre voelt u zich betrokken bij toeristische activiteiten in uw regio? Voelt u zich verbonden met Vlissingen als toeristische regio?
- In hoeverre zijn er volgens u veranderingen in de Vlissingse samenleving (waarden en tradities) waar te nemen als gevolg van het toerisme?
- Welke effecten ondervindt de rest van de Vlissingse bevolking volgens u?

Psychologische dimensie

- In hoeverre bent u trots op Vlissingen? In hoeverre bent u trots op Vlissingen als toeristische regio?
- Heeft u wel eens contact met toeristen? Zo ja, hoe ziet dit contact eruit?
- Hoe denkt u dat toeristen uw regio zien?
- Hoe denkt u dat de rest van Nederland uw regio ziet?

Politiek-bestuurlijke dimensie

- Welk beeld heeft u over het toeristisch beleid van de Gemeente Vlissingen?
- De Gemeente Vlissingen doet aan citymarketing en zet daarbij in op Vlissingen als een culturele en historische stad. Daarnaast wordt er ingezet op de zogenoemde maritieme beleving. De hoofdthema's die door de Gemeente Vlissingen worden uitgedragen zijn maritiem, ongepolijst en kleurrijk. Herkent u Vlissingen in het beeld dat de gemeente presenteert? Wat vindt u ervan dat Vlissingen op deze manier gepresenteerd wordt? Zou u dat liever anders zien? Hoe ziet uw beeld eruit?
- In hoeverre heeft u het idee dat er met u als lokale bewoner van Vlissingen rekening wordt gehouden als het gaat om het toeristisch beleid dat de Gemeente Vlissingen voert? Zou u dat liever anders zien?
- In hoeverre ondervindt u effecten van het toeristisch beleid? Bijvoorbeeld meer mogelijkheden of juist meer beperkingen?

Fysieke/omgevingsdimensie

- Toerisme is natuurlijk ook van invloed op de natuurlijke omgeving in en rondom Vlissingen. Welke effecten kunt u noemen? Wat is uw mening hierover?
- Wat vindt u van de effecten die toerisme heeft op bestaande gebouwen en plekken in Vlissingen, bijvoorbeeld op monumenten? Hoe vindt u dat er hiermee wordt omgegaan?
- Onderscheid u verschillende effecten van toerisme tussen het centrum en de woonwijken?