

Druk op de stad

Een onderzoek naar gentrification veroorzaakt door toerisme in de binnenstad van Amsterdam en de invloed van de gemeente Amsterdam hierop

Door Daphne Martens



Bachelorthesis Geografie (Planologie en Milieu (GPM)
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen
Juni 2017

Druk op de stad

Een onderzoek naar gentrification veroorzaakt door toerisme in de
binnenstad van Amsterdam en de invloed van de gemeente
Amsterdam hierop

Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu (GPM)
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen
Juni 2017

Daphne Martens (s4477529)
Begeleider: Fariya Sharmeen

Aantal woorden: 24.905

Voorwoord

Als afronding van de bachelor Geografie, Planologie en Milieu ben ik afgelopen semester bezig geweest met het schrijven van deze bachelorthesis. Het onderzoek dat ik gedaan heb gaat over gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme in de binnenstad van Amsterdam. Daarnaast heb ik onderzocht wat de invloed van beleid van de gemeente Amsterdam op toerisme en gentrification door toerisme is. In het onderzoek werd de focus gelegd op wat de oorzaken, kenmerken en de gevolgen zijn van gentrification door toerisme in de binnenstad van Amsterdam.

Ik zou graag mijn begeleider Fariya Sharmeen willen bedanken voor alle tips over het inrichten van mijn onderzoek en feedback die zij mij gegeven heeft tijdens het schrijven van deze thesis. Daarnaast zou ik graag alle respondenten willen bedanken die de tijd en moeite hebben genomen om geïnterviewd te worden. Zij hebben mij veel nuttige informatie gegeven die ik nodig had voor mijn onderzoek.

Daphne Martens

Nijmegen, juni 2017

Samenvatting

Sinds de jaren tachtig van de vorige eeuw is in Europa de interesse in stedelijk toerisme toegenomen. Dit komt met name doordat het bezoeken van steden in populariteit is gestegen, de toename van low-budget vluchten en de verbeterde bereikbaarheid van Europese steden. Met de toename van toeristen in steden komen stedelijke bewoners steeds meer in aanraking met toeristen. Sommige stedelijke bewoners zien toeristen als een bedreiging, omdat toerisme invloed heeft op de lokale ontwikkelingen in een stad. Het kan een positieve invloed hebben, maar het kan ook negatieve effecten hebben. Gemeenten staan vaak positief tegenover de komst van toeristen, door de positieve effecten op de stad en economie. Om toeristen aan te trekken maken zij promotie voor de stad, vaak in de vorm van citymarketing of city branding.

Maar de komst van toeristen kan dus ook negatieve gevolgen hebben. Een voorbeeld van een negatief gevolg is gentrification. Minoia (2017) beschrijft de gevolgen van gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme als volgt: de lage- en middenklasse buitensluiten van hun recht tot de stad door hogere woningprijzen, verdwijnende producties en voorzieningen uit de stad en een reorganisatie van de mobiliteit van dagelijkse forenzen. Gotham (2008) schrijft dat wijken waar sprake is van gentrification door toerisme vaak middenklasse wijken zijn die al eerder gegentrificeerd zijn. Door de gentrification door toerisme transformeren deze wijken vervolgens in relatief rijke en exclusieve wijken, speciaal ingericht voor toeristen.

Het doel van dit onderzoek is om een theorie te vormen over hoe gentrification veroorzaakt door toerisme voorkomt in de binnenstad van Amsterdam en hoe de gemeente daarop reageert met beleid. De hoofdvraag is als volgt:

Hoe vindt gentrification veroorzaakt door toerisme plaats in de binnenstad van Amsterdam en wat is de invloed van beleid van de gemeente Amsterdam hierop?

Als eerste is er een literatuurstudie gedaan naar literatuur over stedelijk toerisme, gentrification en toerisme en duurzame ontwikkeling van toerisme. Het onderzoek is een enkelvoudige casestudy dat plaatsvindt in de binnenstad van Amsterdam. Binnen deze casestudy is er onderzoek naar (statistische) data gedaan, is het beleid dat de gemeente Amsterdam heeft onderzocht en zijn er interviews afgenomen met medewerkers van de gemeente Amsterdam en bewoners. Deze interviews zijn vervolgens geanalyseerd doormiddel van grounded theory.

Uit de resultaten van het data onderzoek bleek dat het aantal toeristen dat de stad bezoekt hoog is en dat het toeneemt. Het aantal toeristen dat overnacht in de stad is 7,2 miljoen en het totaal aantal bezoekers wordt geschat op 17,6 miljoen.

Uit de data bleek ook dat de woningprijzen in Amsterdam erg hoog zijn. Ook zijn deze woningprijzen de afgelopen jaren gestegen. De stijging van woningprijzen is onder andere een gevolg van de toename van investeringen in panden. Deze panden worden vervolgens voornamelijk gebruikt om te verhuren aan toeristen. Door deze stijging gaan ook de huren van winkels omhoog, waardoor veel winkels die ook bedoeld zijn voor bewoners moeten sluiten. Hier komen vaak toeristenwinkels voor in de plaats. Er is op dit moment een grote stijging van toeristenwinkels te zien in de binnenstad van Amsterdam.

Uit de beleidsanalyse is gebleken dat gemeente Amsterdam veel nadruk legt met beleid op het behouden van de balans van wonen, werken en bezoeken in de stad. Om deze balans proberen te

behouden is het document 'Stad in Balans' opgesteld. Hierin staan maatregelen en experimenten besproken die de gemeente wil uitvoeren. Hierin staat ook beschreven met welke andere vormen van beleid het programma in aanraking komt. Naast dit programma 'Stad in Balans' heeft de gemeente Amsterdam nog een aantal andere vormen van beleid ten opzichte van toerisme en gentrification door toerisme.

Uit de interviews bleek als eerste dat het toenemen van het inkomen, de mobiliteit en goedkopere vluchten wereldwijd grote invloed hebben op de toename van toerisme in Amsterdam. Ook bleek dat de gemeente Amsterdam erg succesvol is geweest met het aantrekken van toeristen. Het gevolg hiervan is dat er steeds meer toeristen naar Amsterdam komen.

Toeristen die de meeste overlast bezorgen volgens bewoners zijn toeristen die naar de stad komen om te feesten, te drinken en te blowen. De bewoners hebben het idee dat de binnenstad door dit soort toeristen in een soort pretpark veranderd, omdat alles gericht is op deze toeristen en niet op bewoners. Dit soort toeristen zorgt ook voor verschillende vormen van overlast, zoals geluidsoverlast, vervuiling door plas, poep, kots en door afval. Bewoners ervaren daarnaast ook overlast door vervoersmiddelen die te maken hebben met toeristen zoals touringcars en taxi's en ze hebben last van botsingen met toeristen.

Door de komst van toeristen vinden er veranderingen plaats in de binnenstad, bleek uit de interviews. Er komt meer ruimte voor voetgangers, de sociale cohesie en sociale veiligheid verandert op bepaalde plekken in de binnenstad en het winkelaanbod verschuift van winkels voor bewoners naar toeristenwinkels. Daarnaast neemt het aantal sociale huurwoningen af en neemt het aantal investeringen in panden toe, zoals hierboven al beschreven. Mede hierdoor neemt particuliere vakantieverhuur toe. Deze veranderingen op de woningmarkt zorgen samen met de toegenomen woning schaarste voor een stijging van woning- en winkelprijzen. Door deze stijging van prijzen zijn sommige winkels en bewoners genoodzaakt zich buiten de binnenstad te vestigen.

De gemeente Amsterdam heeft niet op alles grip dat gebeurt in de binnenstad met betrekking tot toerisme en gentrification door toerisme. Waar de gemeente wel maatregelen tegen neemt is illegale verhuur, doormiddel van het opzetten van een meldlijn en het invoeren van de meldplicht voor verhuurders. Bewoners vinden over het algemeen dat de gemeente een lakse houding heeft. Zij zouden willen dat de gemeente een meer proactieve houding aanneemt en niet wacht met het uitvoeren van maatregelen als het probleem al duidelijk merkbaar is.

Uit deze resultaten kan geconcludeerd worden dat de punten van Minoia (2017) en Gotham (2008) die hierboven beschreven zijn bijna allemaal van toepassing zijn op de binnenstad van Amsterdam. Er vindt in de binnenstad een stijging van de woningprijzen plaats, een verandering van het voorzieningsniveau en de stad lijkt steeds exclusiever voor toeristen te worden en minder toegankelijk voor bewoners. Daarnaast zijn er bewoners en winkels die door de stijging van de prijzen de binnenstad verlaten. Deze vorm van gentrification die plaatsvindt in de binnenstad kan ook omgekeerde gentrification genoemd worden, omdat het niet zorgt van een opwaardering van de binnenstad als woonomgeving. Er vindt enkel een economische opwaardering plaats en de leefbaarheid van de binnenstad voor bewoners gaat juist achteruit.

Ook kan er geconcludeerd worden dat de gemeente een aantal vormen van beleid heeft met betrekking tot toerisme en gentrification door toerisme, maar dat ze er over het algemeen niet

veel invloed op hebben. Dit komt doordat ze geen invloed hebben op bepaalde onderwerpen, maar ook omdat ze geen proactief beleid voeren.

Een aanbeveling voor vervolgonderzoek over dit onderwerp is het doen van meer onderzoek naar gentrification door toerisme, omdat daar nog maar weinig onderzoek over is en de literatuur daarover uitgebreid kan worden. Verder onderzoek naar dit onderwerp kan gedaan worden door dezelfde casus dieper te onderzoeken, maar kan ook door een andere casus te onderzoeken waar net als in Amsterdam een sterke toename van toerisme plaatsvindt. Een andere aanbeveling is het overnieuw doen van hetzelfde onderzoek op lange termijn, omdat het proces op dit moment volop bezig is en het interessant is om te kijken wat de gevolgen zijn op lange termijn. Een laatste aanbeveling voor vervolgonderzoek is om de rol van de gemeente Amsterdam ten opzichte van toerisme en gentrification door toerisme verder te onderzoeken om erachter te komen wat de invloed precies is en hoe de gemeente meer invloed zou kunnen hebben. Door de tijd die beschikbaar was voor het onderzoek was het niet mogelijk om dit zo uitvoerig te onderzoeken.

Een aanbeveling die te geven is aan de gemeente Amsterdam over de invloed van beleid dat zij voeren, is om een meer proactief beleid te voeren met betrekking tot de gevolgen van de toename van toerisme. Dit houdt in dat ze niet zolang moeten afwachten totdat de gevolgen echt merkbaar zijn. Op deze manier zou de invloed van het beleid vergroot kunnen worden. Een andere aanbeveling aan de gemeente Amsterdam is om bewoners goed voor te lichten over het beleid dat zij voeren. Door goede voorlichting kan ontevredenheid onder bewoner gedeeltelijk opgelost en voorkomen worden.

Inhoudsopgave

1 Inleiding	1
1.1 Projectkader	1
1.1.2 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	2
1.2 Doelstelling	3
1.3 Onderzoeksmodel	4
1.4 Vraagstelling	4
2 Theorie	6
2.1 Theoretisch kader	6
2.1.1 Stedelijk toerisme	6
2.1.2 Gentrification en gentrification door toerisme	13
2.2.3 Duurzame ontwikkeling toerisme	16
2.1 Conceptueel model	17
2.3 Operationalisatie	18
3 Methodologie	19
3.1 Casus selectie	19
3.2 Onderzoeksstrategie	19
3.3 Methode van dataselectie	20
3.3.1 Interviews	20
3.3.2 (Statistische) data onderzoek	21
3.3.3 Beleidsdocumentenstudie	21
3.4 Analyse interviews	22
4 (Statistische) data onderzoek	23
4.1 Casus beschrijving	23
4.1.1 Geschiedenis	23
4.1.2 Demografie	24
4.1.3 Ruimtelijke inrichting	25
4.2 Toerisme en gentrification door toerisme	25
4.2.1 Toerisme	25
4.2.2 Gentrification door toerisme	27
5 Beleidsanalyse	32
5.1 Balans in de stad	32
5.1.1 Startdocument Stad in Balans	32

5.1.2 Relatie met ander beleid	34
5.1.3 Voortgangsrapportage Stad in Balans	35
5.2 Beleid gentrification door toerisme	35
5.3 Overig beleid	37
6 Resultaten interviews	39
6.1 Oorzaken en gevolgen	39
6.1.1 Oorzaken toename toerisme	39
6.1.2 Gedrag toeristen in de binnenstad	40
6.1.3 Overlast door toerisme	41
6.2 Veranderingen in de binnenstad	43
6.2.1 Ruimtelijke veranderingen	43
6.2.2 Verandering woning- en winkelaanbod en vakantieverhuur	44
6.2.3 Sociale veranderingen	48
6.3 Beleid gemeente Amsterdam	49
6.3.1 Citymarketing	49
6.3.2 Overlast	49
6.3.3 Ruimtelijke inrichting	50
6.3.4 Woning- en winkelaanbod en vakantieverhuur	50
6.3.5 Sociale veranderingen	51
6.3.6 Rol gemeente in het algemeen	51
7 Conclusie	53
8 Discussie	58
8.1 Aanbevelingen	58
8.2 Kritische reflectie	59
9 Literatuurlijst	61
Bijlage 1 Interviewguides	66
Bijlage 2 Netwerk van groepen codes	71
Bijlage 3 Toelichting beleidsterreinen	73
Bijlage 4 Operationalisatieschema	76

1 Inleiding

1.1 Projectkader

Sinds de Tweede Wereldoorlog is in de westerse wereld de hoeveelheid vrije tijd van mensen toegenomen. Ook is de levenshouding van mensen in de westerse wereld veranderd, in plaats van sparen voor een huis, auto of voor later, leven mensen steeds meer in het nu waardoor geld sneller aan vakanties of reizen wordt uitgegeven (Smith, 1989). Sinds de jaren tachtig van de vorige eeuw is daarbij in Europa de interesse in stedelijk toerisme toegenomen (Pasquinelli & Bellini, 2017). Volgens Pasquinelli & Bellini (2017) komt dit omdat sinds deze tijd het idee van een vakantie aan zee of op het platteland is afgenomen terwijl toerisme in de stad is toegenomen. Dit komt met name ook door low-budget vluchten die naar steeds meer steden vliegen, samen met de verbeterde bereikbaarheid van Europese steden. Volgens recente data is het aantal weekenden waarin mensen steden bezoeken in de periode van 2009 tot 2013 toegenomen met 47% (Pasquinelli & Bellini, 2017).

Met de toename van toeristen in steden komen stedelijke bewoners steeds meer met toeristen in aanraking (Sheller & Urry, 2006). Traditioneel gezien is er een segmentatie tussen toeristen en stedelijke bewoners omdat toerisme gezien werd gezien als een escape uit het alledaagse leven (Gronau, 2017). Met deze toename van confrontatie tussen deze twee groepen worden toeristen door sommigen als bedreiging voor stedelijke bewoners gezien (Gronau, 2017). Deze bedreiging is vooral door de invloed van toerisme op lokale ontwikkelingen in steden, het is namelijk het geval dat hogere aantallen toeristen niet altijd goed zijn voor de lokale ontwikkelingen in een stad (Pasquinelli & Bellini, 2017). Het heeft vaak impact op de cultuur, politiek en economie van een stad en het zorgt voor ongelijkheid (Minoia, 2017). Deze ongelijkheid komt door het plaatsvinden van gentrification waarvan enkele lokale bewoners uit vooral de lage- en middenklasse het slachtoffer zijn. De gevolgen van gentrification kunnen onder andere erge drukte zijn, maar ook de toename van de huizenprijzen. Een gevolg daarvan kan zijn dat bewoners geen andere mogelijkheid zien dan het verlaten van de stad (Minoia, 2017). Dit komt volgens Minoia (2017) door gemeentes die vaak veel doen aan de bescherming van de fysieke omgeving en erfgoed, maar minder aan lokale economieën, culturen, traditionele kennis en voorzieningen.

Gemeenten staan vaak positief tegenover de komst van toeristen omdat het aantrekken van toeristen in steden helpt om steden opnieuw op de kaart te zetten en omdat het vaak een positief effect heeft op de economie van een stad (Minoia, 2017). Dit doen zij bijvoorbeeld in de vorm van promotie van de stad en door bepaalde aspecten te benadrukken. Zo creëren zij een thema (Coleman & Crang, 2002). Hierbij ontwikkelen ze vaak een 'brand' dat vervolgens het beeld wordt van de stad voor toeristen (Dinnie, 2011).

De binnenstad van Amsterdam zal centraal staan als casus in dit onderzoek. In Amsterdam is er sprake van een grote stroom toeristen, die zich vooral bevinden in de binnenstad (Gemeente Amsterdam, z.j.-1). In 2016 hadden Amsterdamse hotels 7,2 miljoen gasten, die gemiddeld 1,91 nachten bleven. Dit was een stijging van 7% vergeleken met 2015 (Gemeente Amsterdam, z.j.-1).

De toeristen die naar de stad komen, komen dus voornamelijk voor een kort verblijf. De groei komt vooral door de toename van buitenlandse toeristen, het aantal overnachtingen van Nederlandse toeristen is gedaald (Gemeente Amsterdam (1), z.j.). Amsterdam is dus een stad die steeds meer buitenlandse toeristen aantrekt, voor kort verblijf. In het kader van dit onderzoek is het interessant om naar deze casus te kijken.

1.1.2 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

In de huidige literatuur is veel geschreven over de manier waarop lokale overheden toeristen proberen aan te trekken en over de positieve gevolgen hiervan voor de stad. Het aantrekken van toeristen wordt vaak gedaan door middel van citymarketing, waarbij steden bepaalde aspecten uit de stad benadrukken om toeristen aan te trekken (Coleman & Crang, 2002). Toerisme wordt voor een stad als een van de belangrijkste inkomstenbronnen gezien, omdat het zowel kan bijdragen aan het lokale inkomen als aan het onderhoud van infrastructuur en publieke voorzieningen in de een stad (Pasquinelli & Bellini, 2017). De nadruk ligt in het huidig onderzoek dus vooral op de positieve gevolgen voor de stad.

Er wordt echter minder onderzoek gedaan naar het proces van gentrification dat als gevolg van toenemend toerisme kan plaatsvinden. Dit proces van gentrification door toerisme kan negatieve gevolgen hebben voor de wijk of stad waarin het plaatsvindt. De komst van toeristen heeft naast economische voordelen als gevolg dat er bepaalde voorzieningen uit de stad verdwijnen en dat door de toenemende woningprijzen, drukte en hotels in de stad mensen uit de lage- en middenklasse buiten worden gesloten van hun recht tot de stad (Minoia, 2017). Dit proces van gentrification met negatieve gevolgen staat dus naast de positieve effecten die het toenemen van toerisme voor de stad of wijk kan hebben. Om dit gat van negatieve gevolgen in de literatuur te dichten is het belangrijk dat hier meer onderzoek naar wordt gedaan. Door middel van dit onderzoek zal hier een bijdrage aan worden geleverd. Met de uitkomsten van dit onderzoek kan vervolgens verder onderzoek gedaan worden in het wetenschapsgebied van toerisme en gentrification.

Daarnaast zijn veel van de onderzoeken die gedaan zijn naar het verband tussen toerisme en gentrification gebaseerd op casussen buiten Europa en is er nog weinig onderzoek gedaan naar dit verband binnen Europa en dus ook niet binnen Nederland. Het is dus wetenschappelijk relevant om dit te onderzoeken voor de binnenstad van Amsterdam.

Door onderzoek te doen naar de negatieve gevolgen van het toenemen van toerisme in de vorm van gentrification naast de positieve gevolgen, kan een realistischer beeld gevormd worden van de komst van toeristen in een stad of wijk. Aan de hand van meer onderzoek naar de negatieve effecten zouden bijvoorbeeld lokale overheden in hun strategieën voor de werving van toerisme met deze effecten rekening kunnen houden. Als lokale overheden rekening houden met de negatieve gevolgen in hun beleid, kan dit positieve effecten hebben voor de lokale bewoners van de wijk of stad. Ook wordt er door onderzoek te doen naar effecten op de wijk of stad gekeken naar de gevolgen voor lokale bewoners, iets dat weinig gebeurt in onderzoek naar het aantrekken van toerisme. Hierdoor is het maatschappelijk relevant om onderzoek te doen naar gentrification als gevolg van toenemend toerisme. Het onderzoek kan op deze manier bijdragen aan de discussie over gentrification veroorzaakt door toerisme.

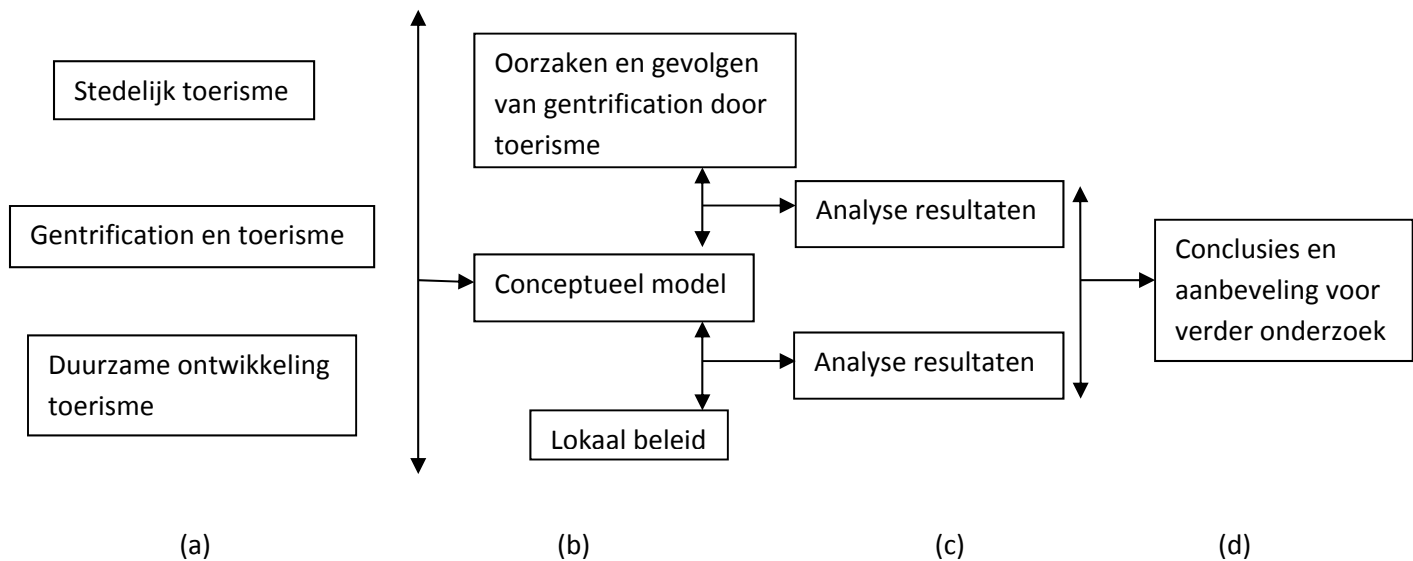
1.2 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht te krijgen in het proces van gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme en de invloed van lokaal beleid hierop. Er zal er een casestudy gedaan worden in de binnenstad van Amsterdam om hier onderzoek te doen naar gentrification veroorzaakt door toerisme en naar beleid van de gemeente Amsterdam op dit gebied. Om zicht te krijgen op de invloed van toerisme op gentrification zal onderzoek gedaan worden naar de oorzaken en gevolgen van dit proces en zullen kenmerken die in de literatuur zijn te vinden in verband worden gebracht met gentrification door toerisme in de binnenstad van Amsterdam. Daarnaast zal er onderzoek gedaan worden naar de manier waarop de gemeente Amsterdam omgaat met het aantrekken van toeristen en met gentrification als gevolg daarvan, in de vorm van beleid. Uit de resultaten zal een theorie gevormd worden, waardoor het dus een theorievormend onderzoek zal zijn.

Door het doen van een casestudy in de binnenstad van Amsterdam kan duidelijk gemaakt worden hoe gentrification veroorzaakt door toerisme werkt in een Nederlandse stad als Amsterdam en wat voor beleid de lokale overheid heeft met betrekking tot dit proces. Het doel van het doen van een casestudy in dit onderzoek is dus een beeld te krijgen van hoe dit proces werkt in een specifieke casus en wat voor beleid er is ten opzichte van dit proces in de casus.

De resultaten van dit onderzoek dragen bij aan de kennis over gentrification veroorzaakt door toerisme. Naast deze kennis draagt dit onderzoek ook bij aan kennis over beleid dat een lokale overheid voert ten opzichte van gentrification en toerisme, in een stad waar toerisme en de bijbehorende gevolgen toenemen. Deze kennis kan vervolgens gebruikt worden door lokale overheden om in te spelen op deze ontwikkeling. Ook kunnen deze resultaten gebruikt worden bij verder onderzoek naar gentrification door toerisme en bijdragen aan de discussie hierover. Het resultaat van het onderzoek zal dus bijdragen aan de theorievorming rondom gentrification veroorzaakt door toerisme. Dit onderzoek kan ook bijdragen aan inzichten rondom gentrification, toerisme en beleid met betrekking tot dit in soortgelijke steden waar toerisme toeneemt.

1.3 Onderzoeksmodel



Figuur 1: Onderzoeksmodel

Een bestudering van theorieën over (a) stedelijk toerisme, gentrification en toerisme en duurzame ontwikkeling van toerisme leveren het conceptueel model, op basis daarvan (b) wordt er onderzoek gedaan naar de oorzaken en gevolgen van gentrification door toerisme en naar de rol van lokaal beleid hierin. Een vergelijking van (c) deze analyseresultaten resulteert in (d) conclusies en aanbevelingen voor verder onderzoek over dit proces van gentrification veroorzaakt door toerisme.

1.4 Vraagstelling

De vraagstelling in dit onderzoek bestaat uit een hoofdvraag die ondersteund wordt door vijf deelvragen. Met behulp van de deelvragen zal in de conclusie van dit onderzoek de hoofdvraag beantwoord worden.

De hoofdvraag is als volgt:

Hoe vindt gentrification veroorzaakt door toerisme plaats in de binnenstad van Amsterdam en wat is de invloed van beleid van de gemeente Amsterdam hierop?

Met deze hoofdvraag zal de vraag beantwoordt worden over in wat voor vorm gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme plaatsvindt in de binnenstad van Amsterdam. Ook zal het een antwoord geven op de vraag wat de invloed van de gemeente hierop is.

Om deze vraag te beantwoorden zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- 1. Wat zijn de oorzaken van het toenemen van toerisme in de binnenstad van Amsterdam?*
- 2. Wat zijn de kenmerken van gentrification veroorzaakt door toerisme?*
- 3. Wat zijn de gevolgen van gentrification veroorzaakt door de toename van toerisme in de binnenstad van Amsterdam?*
- 4. Wat voor beleid heeft de gemeente Amsterdam met betrekking tot toerisme en gentrification?*
- 5. Wat is de invloed van het toerisme en gentrification beleid van de gemeente Amsterdam op gentrification veroorzaakt door toerisme en de overeenkomstige nieuwe business concepten?*

Door middel van deze deelvragen zal er een antwoord op de hoofdvraag gegeven worden. De eerste, tweede en derde deelvraag zullen een antwoord geven over de oorzaken, gevolgen en de kenmerken van gentrification door toerisme in de binnenstad. Door daar naar te kijken kan er een beeld gevormd worden over op wat voor manier gentrification door toerisme plaatsvindt in de binnenstad. De derde en de vierde deelvraag zullen een antwoord geven op de vraag wat voor beleid de gemeente voert en op wat voor invloed het beleid van de gemeente Amsterdam heeft op gentrification door toerisme. Op deze manier zal de vraagstelling bijdragen aan het doel van het onderzoek.

2 Theorie

2.1 Theoretisch kader

In het theoretisch kader zullen verschillende theorieën beschreven worden die te maken hebben met toerisme en gentrification door toerisme. Als eerste zullen er theorieën over stedelijk toerisme besproken worden, omdat in de casus sprake is van een toename van stedelijk toerisme. Als tweede zullen theorieën over gentrification en gentrification door toerisme besproken worden, om een achtergrond te geven in het onderwerp van dit onderzoek. Als laatste worden theorieën over duurzame ontwikkeling van toerisme beschreven, zodat er een beeld gevormd kan worden over hoe negatieve gevolgen van toerisme in steden voorkomen en bestreden kunnen worden.

2.1.1 Stedelijk toerisme

Sinds de jaren '80 is in Europa de interesse in stedelijke toerisme toegenomen (Pasquinelli & Bellini, 2017). Het idee van vakantie aan zee of op het platteland is afgenomen terwijl toerisme in de stad is toegenomen. Volgens Pasquinelli & Bellini (2017) komt dit door de toename van low-budget vluchten, samen met de verbeterde bereikbaarheid van Europese steden. Goedkope vluchten naar steden hebben voor een revolutie in de toerisme gezorgd, het heeft namelijk invloed op de hoeveelheid vluchten en het heeft ook een grote impact op bestemmingen van toeristen. Volgens recente data is het aantal weekenden dat mensen steden bezoeken in de periode van 2009 tot 2013 toegenomen met 47%. In een rapport van de European Cities markering (EMC) uit 2014 blijkt dat in grote Europese steden toerisme nog groeit, maar wel minder en dat in kleinere Europese steden toerisme erg in opkomst is, vooral in Oost-Europa (Pasquinelli & Bellini, 2017).

Stedentrips nemen dus toe en vormen al jarenlang de meest winstgevende en snelst groeiende deelmarkt binnen de Europese toeristenindustrie (Hospers, 2010). Het is vaak vanuit Nederland even goedkoop om te vliegen naar een Europese stad in het buitenland als met de trein naar Maastricht te gaan. Ook zijn stedentrips gemakkelijk via internet te regelen, dit is de manier waarop vakanties tegenwoordig vaak geboekt worden (Hospers, 2010). Om deze reden is er veel concurrentie tussen Europese steden om deze toeristen aan te trekken en richten veel gemeenten zich op het aantrekken van bezoekers, waaronder zowel toeristen, dagjesmensen als winkelend publiek verstaan worden (Hospers, 2010).

Daarnaast is volgens Pasquinelli & Bellini (2017) de ontwikkeling van toerisme wereldwijd ook nauw verbonden met stedelijke transformatie en urbanisatie. De groei van de stedelijke bevolking is namelijk verbonden met de groei van toeristen die impact hebben op fysieke en sociaaleconomische ontwikkelingen (Pasquinelli & Bellini, 2017).

In dit hoofdstuk over stedelijk toerisme wordt beschreven wat een stad aantrekkelijk maakt voor toeristen en hoe gemeenten hierop kunnen inspelen. In dit onderzoek is het interessant om theorieën over stedelijk toerisme toe te passen, omdat gentrification door toerisme veroorzaakt wordt door een toename van stedelijk toerisme in Amsterdam. Deze theorieën kunnen hierdoor

toegepast worden op de binnenstad van Amsterdam. Door de toepassing van deze theorieën kan een idee gevormd worden over de oorzaak van de komst van toeristen naar Amsterdam komen en hoe de gemeente hiermee om kan gaan.

De blik van de toerist

Volgens de Britse socioloog John Urry zijn toeristen op zoek naar visuele ervaringen die ze thuis en in hun dagelijkse leven niet kunnen vinden (Hospers, 2010). Als de toerist in een andere plaats is, ligt de nadruk vooral op het richten van de blik op bepaalde kenmerken van een plek zoals een bepaald gebouw, landschap of cultuuraspect. Urry spreekt in dit geval van de 'tourist gaze' (blik van de toerist) (Hospers, 2010). De blik van de toerist is de verbinding tussen het visuele en tijd en ruimte. Het gaat hierbij namelijk vooral om de consumptie van ruimte (Urry, 1992).

Toeristen bezoeken graag een plaats waarvan ze al beelden kennen en ze stellen zich van tevoren voor hoe het er op die plek zal zijn. Dat toeristen bepaalde plekken bezoeken komt vooral door manipulatie van de media en de toeristenindustrie, omdat deze ervoor zorgen dat beelden verspreid worden en mensen zich van tevoren al een beeld kunnen vormen van een plaats (Hospers, 2010). Hospers (2010) verwijst in dit verband naar de uitvinding van de camera. Sinds de uitvinding van de camera ging de groei van toerisme gelijk op met de vooruitgang in de fotografie (Hospers, 2010). Door foto's te maken van bepaalde plekken maakten bezoekers bepaalde plekken tot bezienswaardigheden. Dit 'heilig verklaren' van plekken was de motor achter de opkomst van het toerisme (Hospers, 2010). De plaats waar de blik van de toerist naartoe richt moet iets bijzonders hebben en onderscheidend zijn (Urry, 1992). Het moet zich afzetten van het dagelijks leven en ervaringen uit het dagelijks leven. Zaken waar toeristen graag naar kijken moeten bijzonder zijn om te zien (Urry, 1992).

McGregor (2000) schrijft over de rol van taal in de ervaringen en de blik van toeristen. Hij schrijft dat taal niet alleen toeristen leidt, maar ook controleert. Taal maakt hen najagers van afbeeldingen die zij hebben van een bepaalde plek, ze zijn op zoek naar wat hen verteld is dat ze gaan zien. Taal leidt hen in de zin dat zij op zoek gaan naar wat hen verteld is. Hierdoor is volgens hem de schijnbare vrijheid van toerisme vooral een illusie (McGregor, 2000).

Er bestaat niet één variant van een blik van de toerist, maar dit varieert per maatschappij, sociale groep en historische periode (Urry, 1990). Ook hangt het af van wat het contrast is van de blik van de toerist, welk beeld van niet-toeristische ervaringen in het dagelijks leven tegenover het beeld van de plek staat (Urry, 1990). Toeristen zijn op zoek naar een plaats die 'anders' is. Ze kijken naar verschillende plekken op verschillende manieren, er is dus niet één bepaalde blik en wat 'anders' is, verschilt per toerist of groep toeristen (McGregor, 2000).

Globalisering heeft de productie van afbeeldingen versterkt. Het is moeilijk om niet hiermee in aanraking te komen, omdat het deel uitmaakt van het globale toerisme en globale toerisme overall aanwezig is (Urry, 2008). Globalisering en toerisme zijn geen twee aparte componenten meer, maar zijn met elkaar verbonden. Ze maken deel uit van dezelfde complexe en verbonden processen en samen is het mogelijk om zich te verspreiden en te reproduceren over de wereld. Globalisering heeft de theorie over de blik van de toerist dus alleen maar versterkt (Urry, 2008).

Urry (1990) beschrijft twee typen toeristen met hun bijbehorende blik. Als eerste is er de 'romantische toerist', die op zoek is naar privacy, authenticiteit en een persoonlijke, half-spirituele relatie met het object dat hij ziet (Urry, 1990). Als tweede heb je de collectieve toerist. De collectieve toerist vindt de aanwezigheid van andere toeristen juist prettig (Urry, 1990). Hospers (2010) beschrijft dat volgens Urry er een nieuwe type toerist ontstaat, namelijk de post-massatoerist. Deze toerist weet dat alle bezienswaardigheden eigenlijk geconstrueerd zijn en het maakt hem niet uit of hij een bekende of onbekende stad bezoekt (Hospers, 2010).

Daarnaast beschrijven Pasquinelli & Bellini (2017) twee soorten bezoekers van een stad: de stedelijke toerist en de stedelijke reiziger. Het verschil tussen deze twee bezoekers is vaak de duur van hun verblijf, toeristen blijven korter dan reizigers. Daarnaast is er ook een verschil in hoe zij zich gedragen in een stad, een toerist bezoekt bepaalde toeristische, culturele plekken en gaat voor standaard toeristische pakketten, terwijl de reiziger actief meedoet in het leven in de stad en probeert te leven als een lokale bewoner (Pasquinelli & Bellini, 2017).

McGregor (2000) beschrijft ook een tweedeling tussen toeristen, hij maakt een onderscheid tussen de massatoerist en de reiziger. Het verschil zit in de omarming van de 'toeristen bubbel'. De toeristen bubbel is het kussen dat de reisindustrie creëert voor faciliteiten en services tussen de lokale cultuur en de cultuur van de toerist (McGregor, 2000). Volgens hem omarmt de massatoerist de toeristen bubbel veel meer dan de reiziger. De massatoerist vindt het bijvoorbeeld fijn om een speciaal getrainde meertalige gids te hebben, terwijl de reiziger probeert zo min mogelijk gebruik te maken van toeristgeoriënteerde services. Zij willen niet geassocieerd worden met de massatoerist en proberen dit daarom zoveel mogelijk te mijden (McGregor, 2000).

Hospers (2010) beschrijft dat in steden het Mattheüseffect kan ontstaan: wie heeft zal nog meer krijgen en wie niets heeft, zal alles worden ontnomen. Hiermee wordt bedoeld dat steden die veel aandacht krijgen in bijvoorbeeld de media, nog steeds meer aandacht naar zich toe trekken. In steden die veel afgebeeld worden, zijn er dus bepaalde objecten waar toeristen graag en steeds vaker hun blik op richten (Hospers, 2010). Als toeristen in een stad zijn, fotograferen ze het meeste objecten die al vaak gefotografeerd zijn. De toerist reproduceert dus voornamelijk plaatjes waarvan hij al wist dat hij die zou zien. Door alle beelden die er bestaan wordt het voor de toerist moeilijker om onbevangen naar een stad te kijken (Hospers, 2010).

Volgens McGregor (2000) is het mogelijk om te suggereren dat hoe minder een bepaalde toerist geeft om authenticiteit, hoe groter de kans is dat een bepaalde representatie van een plaats in de vorm van tekst of een afbeelding een sterke invloed heeft op hun perceptie van de plaats. Zij vinden het niet nodig om te twifelen over de representatie van de plaats (McGregor, 2000). Voor deze groep toeristen is de ervaring plezieriger als de representatie over de plaats klopt en zij de afbeelding waarvoor zij waren gekomen in het echt kunnen zien. De authenticiteit is niet belangrijk om hen tevreden te stellen (McGregor, 2000). De zoektocht naar authenticiteit is belangrijk voor een bepaalde groep toeristen, meestal de door McGregor (2000) genoemde reizigers. Maar voor anderen, de massatoerist, is dit niet belangrijk. Zij zijn al tevreden als de brochure de plaats beschrijft als een 'authentieke reproductie' (McGregor, 2000).

Er is wel wat kritiek op de theorie over de 'tourist gaze' van Urry (1990). Perkins & Thorns (2001) schrijven dat er twijfel is over de niet-reflexieve natuur van de toerist in de theorie over de blik van de toerist van Urry. Zij schrijven juist dat toeristen actieve en reflexieve wezens zijn. Toeristen

nemen niet alle representaties klakkeloos aan die in bijvoorbeeld advertenties weergegeven worden. Toerisme operators hebben volgens hen niet de complete controle over het creëren van afbeeldingen voor toeristen. Toeristen moeten volgens hen niet zomaar gezien worden als passieve ontvangers van de culturele betekenis van een plaats die gecreëerd is door reclamemakers (Perkins & Thorns, 2001).

Disneyfication en authenticiteit

Toerisme wordt vaak gezien als iets dat meehelpt aan een gehomogeniseerde wereld door een standaard ervaring te genereren. Toerisme wordt gezien als de McDonaldisation van het reizen (Coleman & Crang, 2002). Sommige plekken zijn eerder gecreëerd voor toeristen dan dat ze authentiek zijn, waardoor de plaats die zij bezoeken eerder een verlengde van thuis wordt dan een nieuwe plek. Het vergroot de ervaring van toeristen niet (Coleman & Crang, 2002). Coleman & Crang (2002) noemen het ironisch dat de aanwezigheid van toeristen het idee van het ontdekken van een authentieke en totaal verschillende cultuur juist kapot maakt. Het is paradoxaal dat steden zich proberen te verkopen als bijzonder en uniek, maar dat door het richten van de aandacht van een stad op toerisme er juist een verlies van die authenticiteit en uniciteit plaatsvindt (De Nijs & Zevenbergen, 2014). Toch kan dit creëren van een plaats wel bijdragen aan de ontwikkeling van een stad, als het veel toeristen aantrekt (Camprag, 2017).

Een van de eerste formuleringen hiervan is Boorstin's analyse van de 'pseudo-event' (Urry, 1990). Volgens hem kunnen Amerikanen niet direct de realiteit ervaren maar gaat dit via 'pseudo-events'. Toerisme is hiervan een belangrijk voorbeeld, omdat massatoeristen in groepen reizen en plezier vinden in niet-authentieke attracties. Hierdoor raken zij geïsoleerd van de omgeving waarin zij zijn en van de lokale bevolking. Zij ervaren plezier in het bekijken van 'pseudo-events' en laten hierbij de echte wereld buiten beschouwing (Urry, 1990). Ondernemers en de lokale bevolking spelen hier vervolgens op in door dit te versterken. Via advertenties en de media worden daarnaast bepaalde beelden van plekken gegenereerd en dit zorgt voor een systeem van illusies die de toerist de basis geven voor het selecteren van de plaats die zij gaan bezoeken. Het beeld dat zij van de plaats hebben is dus eigenlijk niet meer dan een illusie en dit zorgt ervoor dat de toerist vervreemd raakt van de echte plaats (Urry, 1990).

Een andere formulering hiervan is die van MacCannell (Urry, 1990). Hij zegt dat het echte leven van lokale bewoners alleen op de achtergrond te vinden is en niet direct zichtbaar is voor toeristen. Ook zal de blik van toeristen te veel in het leven van mensen indringen als het echte leven direct zichtbaar zou zijn. Daarom creëren lokale bewoners en ondernemers het echte leven van mensen op een kunstmatige manier. Hij noemt dit 'gefaseerde authenticiteit'. De manier waarop deze attracties voor toeristen worden geconstrueerd hangt af van de lokale bewoners. Zij doen dit om zichzelf te beschermen tegen indringers in hun persoonlijke leven en om voordeel te halen uit de financiële mogelijkheden die het geeft (Urry, 1990). Een verschil dat hij noemt ten opzichte van Boorstin's formuleringen is dat hij schrijft dat 'pseudo-events' ontstaan vanuit de sociale relaties die door toerisme veroorzaakt worden en niet vanuit de zoektocht van mensen naar niet-authenticiteit (Urry, 1990).

Hospers (2010) schrijft dat in een wereld waarin toeristen gemanipuleerd worden, het moeilijk is om nog authentieke plaatsen te vinden. Hij noemt als voorbeeld van 'pseudo-events' plaatsen als Edam en Gouda, deze plaatsen hebben musea en activiteiten op het gebied van kaas en laten

buitenlandse toeristen geloven dat ze het 'echte' Holland hebben gevonden (Hospers, 2010). Touroperators en promotors moeten ervoor zorgen dat niet per se een authentieke ervaring van plaats of personen wordt ervaren maar een ervaring die voldoet aan de afbeeldingen en andere representaties die zij al kennen van de plaats (Perkins & Thorns, 2001). Ook proberen touroperators toeristen aan te trekken met 'spektakels', waarbij ze de toeristen aansporen te consumeren. Hierdoor worden mogelijkheden voor toeristen om iets van het zogenaamde lokale culturele leven te ervaren vervangen door toegankelijke toeristenplaatsen die schaamteloos nep zijn (Perkins & Thorns, 2001).

Critici beweren al langer dat door massatoerisme steden veranderen in een soort pretpark (De Nijs & Zevenbergen, 2014). Hierbij komen plezier en vermaak centraal te staan en dit gaat ten koste van andere functies in de stad. Dit wordt ook wel 'disneyfication' genoemd. Door thematisering en het aanbieden van verschillende consumptievormen zoals horeca, musea en winkels moet het straatbeeld een beleving van plezier uitdragen (De Nijs & Zevenbergen, 2014). Dit kan een karakter van een plek veranderen en het maakt de grenzen van de maakbaarheid van toeristische plaatsen zichtbaar (De Nijs & Zevenbergen, 2014).

Disneyfication is bijvoorbeeld merkbaar doordat consumptie en recreatie de boventoon voeren in het straatbeeld en het is te zien aan het aanbod van voorzieningen. Zo zijn er vaak minder winkels die gericht zijn op dagelijkse behoeften en meer winkels gericht op toeristen (De Nijs & Zevenbergen, 2014). Pogingen om van stadscentra pretparken te maken kunnen leiden tot homogenisering en thematisering (Van Aalst, 2002). Ook overlast van toerisme voor bewoners kan een gevolg zijn van disneyfication (De Nijs & Zevenbergen, 2014).

Toerisme kan leiden tot commodificatie van bepaalde plaatsen of een lokale gemeenschap. Dit gebeurt als bepaalde aspecten van een plaats of cultuur geproduceerd worden voor de consumptie van toeristen. Het verandert de betekenis van culturele producten en relaties tussen mensen en kunnen deze zelfs betekenisloos maken (Perkins & Thorns, 2001). Commodificatie kan de authenticiteit van lokale producten laten verdwijnen en het vervangen door 'gefaseerde authenticiteit', waarin cultuur is opgezet voor toeristen (Perkins & Thorns, 2001). In een toeristische wijk waar veel in geïnvesteerd wordt door bijvoorbeeld entertainment bedrijven en ketens kunnen deze bedrijven de herontwikkeling van commerciële plekken en woonomgevingen beïnvloeden (Gotham, 2005). In dit proces leggen deze bedrijven het accent vaak op een bepaald thema die bij hun bedrijf past. Dit doen ze door gebruik te maken van beelden en symbolen van de plaats die het lokale combineert met een plezierige ervaring. Op deze manier creëren ze een bepaald thema dat toeristen aanspreekt (Gotham, 2005).

Ook zijn er door de globalisering van toerisme steeds meer gelijkenissen tussen 'thuis' en 'ergens anders'. Er komen op de wereld steeds meer plaatsen die als toeristische plek worden gezien en alledaagse plekken en activiteiten worden steeds meer aangepast aan toerisme, dat zich bijvoorbeeld uit in omgevingen met een bepaald thema (Urry, 2008). Hierdoor lopen toerisme en woonomgevingen steeds meer in elkaar over (Urry, 2008). Traditioneel wordt toerisme gezien als een escape uit het alledaagse leven en als het bezoeken van buitengewone plaatsen en behoren toerisme en het alledaagse leven dus tot verschillende ontologische werelden (Gronau, 2017). Deze ontologische werelden lopen tegenwoordig steeds meer in elkaar over (Urry, 2008). Sheller & Urry (2006) plaatsen met hun mobiliteit paradigma reizen en toerisme eerder in het centrum

van het sociale en culturele leven dan aan de rand daarvan. Binnen dit mobiliteit paradigma worden plaatsen voor toerisme en plaatsen om te leven als een geheel gezien. Een nieuw perspectief op toerisme kan dan ook zijn dat toerisme overal is (Minoia, 2017).

Citymarketing/city branding

Toerisme is een centrale component in de culturele en entertainment functie van steden (Ashworth & Tunbridge, 2011). Verschillende landen hebben in 2012 in de verklaring van Istanbul, gepromoot bij de World Tourism Organisation (UNWTO), ermee ingestemd dat toerisme een van de belangrijkste bronnen is voor steden en lokale bewoners. Een reden is dat het kan bijdragen aan zowel het lokale inkomen als aan het onderhoud van de infrastructuur en de publieke voorzieningen van een stad (Pasquinelli & Bellini, 2017). In deze verklaring wordt toerisme genoemd als een van de grootste industrieën van de wereld die positieve economische effecten kan creëren en cultuur, sociale cohesie en erfgoedbehoud kan promoten. Om dit te bereiken is het belangrijk dat het beleid van een stad de positieve impacts van toerisme promoot en de stad probeert te beschermen tegen de negatieve effecten (Pasquinelli & Bellini, 2017).

Het promoten van steden gebeurt vaak doormiddel van marketingstrategieën, wat resulteert in citymarketing (Braun, 2008). Een definitie van citymarketing is als volgt:

'City marketing is the coordinated use of marketing tools supported by a shared customer-oriented philosophy, for creating, communicating, delivering, and exchanging urban offerings that have value for the city's customers and the city's community at large.' (Braun, 2008, p. 43).

Stedenstrijd is niet iets nieuws, ook in bijvoorbeeld de Griekse en Romeinse tijd en de tijd van de Hanzesteden speelde stedelijke rivaliteit al een rol (Hospers, 2010). Promotie van steden was lange tijd niet meer dan promotie via advertenties. Vanaf 1980 waren gemeenten steeds meer geïnteresseerd in de strategische kant van het werven van personen naar de stad en kwam de term citymarketing in beeld (Hospers, 2010).

Citymarketing beslaat vele beleidsvelden zoals wonen, werken, recreëren en studeren. Het maakt deel uit van het stedelijke beleidsproces (Lombarts, 2011). In veel gevallen is citymarketing een antwoord op economische, politieke en sociale veranderingen in steden en de omgeving van deze steden. Steden gebruiken citymarketing als een manier om zichzelf te situeren in de toenemende competitie tussen steden, die gaat over investeringen in kapitaal, de vestiging van bedrijven en de komst van bezoekers en toeristen (Karavatzis & Ashworth, 2007). Door citymarketing is de stad in staat om bepaalde doelgroepen aan te trekken en de stad als het ware te verkopen. Ook zorgt citymarketing ervoor dat er verschillende activiteiten en evenementen georganiseerd worden in de stad (Goovaerts, Van Biesbroeck & Van Tilt, 2014).

Citymarketing is anders dan marketing van bedrijven. Steden produceren geen tastbare of commerciële producten en ze hebben ook geen eigenaren. In plaats daarvan hebben steden verschillende stakeholders met verschillende belangen. Citymarketing is daarom complex (Lombarts, 2011). Citymarketing is in feite een mix van drie verschillende disciplines: marketing, geografie en bestuurskunde (Hospers, 2010).

Bezoekers zijn voor citymarketing de meest ontvankelijke doelgroep. Bezoekers, waaronder toeristen, dagjesmensen en winkelend publiek vallen, zijn te manipuleren met brochures,

verhalen, websites en ander promotiemateriaal. Mensen gaan graag naar een bepaalde plek die ze al kennen van bijvoorbeeld foto's. Met behulp van citymarketing kan dit doelgericht beïnvloed worden (Hospers, 2010). Ook kleinere steden die nog niet bekend zijn, hebben de mogelijkheid om een toeristische trekpleister te worden door middel van citymarketing. Zij moeten hiervoor (pseudo)authentieke aspecten hebben en daarmee inspelen op hypes, trends of verschijnselen die specifieke bezoekersgroepen aanspreken (Hospers, 2010).

In de globale markt van toerisme en competitie tussen steden is het dus steeds belangrijker geworden voor plaatsen die toeristen willen aantrekken dat zij hun plaats goed promoten. Dit doen zij door bepaalde aspecten te benadrukken en zo een thema te creëren (Coleman & Crang, 2002). Het resultaat hiervan is globalisering, waarin lokale aspecten worden verkocht op de markt. Dit is geen proces dat alleen bij grote resorts plaatsvindt maar ook oud-industriële steden maken hier bijvoorbeeld gebruik van (Coleman & Crang, 2002). Deze marketingstrategieën van steden worden veel toegepast door middel van 'city branding', waarbij de stad wordt gepromoot door een bepaalde 'brand' (Dinnie, 2011). Het startpunt van het ontwikkelen van een 'brand' voor een stad is het beeld van de stad, omdat de aantrekkelijkheid van een stad wordt bepaald door percepties en beelden (Kavaratzis, 2004). De perceptie en het mentale beeld van de stad zijn ook belangrijk voor het economische succes of het falen (Braun, 2008).

Ook wordt er soms gebruik gemaakt van co-creating bij het bedenken van 'brands'. Hierbij worden de ideeën van lokale bewoners samengebracht met doelen op het gebied van toerisme van een stad. Hierdoor hebben lokale inwoners meer invloed op het toerisme in de stad waar zij wonen (Kavaratzis, 2017). Volgens Kavaratzis (2017) kan dit lokale bewoners en toeristen dichter bij elkaar brengen. Om negatieve gevolgen van toerisme tegen te gaan, is het belangrijk om bewoners erbij te betrekken. City branding zorgt namelijk aan de ene kant voor de basis van de ontwikkeling van beleid om de economie te verbeteren, maar tegelijkertijd heeft het ook de leiding over hoe bewoners zich identificeren met de stad (Kavaratzis, 2004).

De concepten van 'branding' strategieën komen vanuit de commerciële wereld en worden steeds meer gebruikt door steden in stedelijke ontwikkeling, herstructurering en het verbeteren van de kwaliteit van een stad. Hierbij speelt het aantrekken van toerisme dus ook een belangrijke rol (Dinnie, 2011). Volgens Dinnie (2011) is 'city branding' een onderwerp dat de interesse oproept van zowel academici als beleidsmakers. De oorzaak van deze grote interesse in citymarketing en city branding is volgens Dinnie (2011) de erkenning dat alle soorten plaatsen door middel van strategieën hun imago kunnen verbeteren.

Er zijn verschillende beleidsvormen die gebruikt worden door Europese steden (Pasquinelli & Bellini, 2017). Een van de meest populaire beleidsschema's is een schema van de EU, genaamd 'Creative Europe Program'. Dit programma is ontworpen om support te leveren aan culturele en creatieve sectoren. Elk jaar wordt er bijvoorbeeld de prijs voor de Culturele hoofdstad uitgereikt. Deze prijs staat in verband met toerisme omdat steden die deze prijs winnen meer toeristen aantrekken (Pasquinelli & Bellini, 2017). Als er in een stad veranderingen plaatsvinden in de culturele infrastructuur, geeft dit vaak ook een nieuwe impuls voor de ontwikkeling van het culturele leven van de stad. Deze transformatie van de stad verhoogt dan de aantrekkelijkheid voor toeristen (Borsekova et al., 2017).

Steden kunnen verschillende strategieën hebben om toeristen aan te trekken en ook de soort toeristen die steden aan willen trekken verschilt per stad (Pasquinelli & Bellini, 2017). Zo heb je verschillende thema's die steden kunnen toepassen, zoals de groene stad, de veerkrachtige stad, de innovatieve stad en de creatieve stad. De prijs van de Culturele hoofdstad is bijvoorbeeld erg belangrijk voor de creatieve stad, omdat dit het soort toeristen en nieuwe bewoners aantrekt dat zij in de stad willen hebben (Pasquinelli & Bellini, 2017).

Lokale overheden zijn steeds bedrijfsmatiger gaan werken en citymarketing is een van de gevolgen hiervan (Van Leeuwen, 2011). Citymarketing is aanwezig in zowel de doelgroepen die geprobeerd worden aan te trekken als verschillende beleidsdomeinen. Hierdoor kan eigenlijk bijna het complete beleid van de stad gezien worden als citymarketing beleid (Goovaerts et al., 2014). Volgens Goovaerts et al. (2014) hebben maatregelen die op het gebied van citymarketing worden gemaakt dus invloed op het gehele beleid van de stad.

2.1.2 Gentrification en gentrification door toerisme

In deze paragraaf zullen als eerste theorieën over gentrification in het algemeen besproken worden. Vervolgens zal in worden gegaan op een specifieke vorm van gentrification, namelijk gentrification dat door toerisme wordt veroorzaakt. Het is belangrijk voor het onderzoek om in te gaan op gentrification in het algemeen, omdat gentrification door toerisme een vorm van gentrification is en er op deze manier een achtergrond wordt gegeven op het onderwerp. Het is ook van belang om theorieën die al bestaan over gentrification door toerisme te bestuderen, omdat de uitkomsten uiteindelijk hiermee vergeleken kunnen worden en er een aanvulling gedaan kan worden op huidige theorieën.

Gentrification in het algemeen

Het begrip gentrification werd voor het eerst gebruikt door de socioloog Ruth Glass in 1964. Zij beschreef hiermee de beweging van bewoners uit de middenklasse naar wijken in Londen waar vooral mensen uit de lage inkomensklasse wonen, om daar te gaan wonen (Hannigan, 1995). De rehabilitatie van woningen was hier een aspect van, maar daarnaast ook de herstructurering van de economie, sociale en ruimtelijke verhoudingen (Hannigan, 1995). Gentrification kan beschreven worden als de sociale en ruimtelijke transitie van een industriële naar een postindustriële economie. Dit is gebaseerd op financiële, creatieve en business services. Het gaat hierbij om veranderingen in de natuur en de locatie van werk, de occupatie van klasse structuren en inkomsten en de structuur van de huizenmarkt (Hamnett, 2003). Door gentrification vindt er in de wijk vaak een opwaardering plaats, zowel een fysieke als een socio-economische opwaardering. Opwaardering heeft een aantal positieve effecten op de wijk, maar deze positieve effecten worden niet altijd ervaren door bewoners uit de lagere klassen (Walks & Maaranen, 2008). Gentrification kan namelijk ook zorgen voor een vermindering van betaalbare huurwoningen, verdrijving van de lagere klasse uit de wijk, de verandering van binnenstedelijke wijken van productie georiënteerd naar consumptie georiënteerd voor de middenklasse en speculatieve vastgoedmarkten die de kosten van wonen opdrijven (Walks & Maaranen, 2008).

Gentrification kan dus gezien worden als een positief proces, als het niet gepaard gaat met verdrijving van bewoners (Freeman & Braconi, 2004). Gentrification kan namelijk ook de mogelijkheid bieden tot het vergroten van de sociaaleconomische, ras- en etnische integratie. De toename van de middenklasse in een stad kan zo dus bijdragen aan de desegregatie van stedelijke

gebieden (Freeman & Braconi, 2004). Daarnaast kan de toename van de middenklasse in een stedelijk gebied volgens Freeman & Braconi (2004) ook bijdragen aan de vermindering van armoede in een wijk en de oorspronkelijke bewoners van de wijk kunnen hiernaast ook profiteren van nieuwe investeringen, services en banen die dit met zich meebrengt. Gentrification wordt vooral door lokale overheden gezien als een positief proces van revitalisering van steden (Clerval & Fleury, 2012). Ook kan gentrification in een wijk, als het positieve gevolgen heeft, goed zijn voor de lokale overheid in de internationale competitie tussen steden. Door het positieve klimaat verkrijgt de stad meer bekendheid en trekt zo ook meer toeristen aan (Clerval & Fleury, 2012).

Toch wordt gentrification niet alleen als een positief proces gezien met positieve gevolgen, maar worden ook de negatieve gevolgen gezien (Clerval & Fleury, 2012). Het grootste negatieve gevolg is dat huishoudens met een lager inkomen en die kwetsbaar zijn de kans hebben verdreven te worden uit hun leefomgeving, als gevolg van de stijgende woningprijzen door gentrification (Freeman & Braconi, 2004). De graad waarin beleid van lokale overheid gentrification moet promoten om sociale en revitalisatie doelen te halen, moet overwogen worden aan de hand van consequenties voor lagere inkomensgroepen, bijvoorbeeld verdrijving van deze groepen uit hun oorspronkelijke woonomgeving (Freeman & Braconi, 2004).

Gentrification begint vaak bij mensen uit de middenklasse die de buitenwijken verlaten om een consumptie gericht leven te leiden in het centrum van de stad (Hannigan, 1995). Hannigan (1995) stelt dat er twee verschillende stromingen zijn om de toename van gentrification uit te leggen, namelijk consumptiegerichte stromingen en stromingen die gentrification zien als het resultaat van structurele veranderingen in het kapitalistische accumulatie proces. Structurele verklaringen van gentrification zijn dat gentrification veroorzaakt wordt door bankiers, vastgoedmakelaars, lokale overheden en andere grote institutionele actoren, terwijl consumptiegerichte verklaringen zijn dat gentrification komt door de vraag en keuzes in levenswijze van individuele consumenten (Hannigan, 1995). Wat onduidelijk blijft in de oorzaak van gentrification is in hoeverre gentrification een spontaan proces van bepaalde groepen uit de middenklasse is, of dat gentrification een levensstijl is die gemaakt is door de bedrijfssector en andere institutionele actoren (Hannigan, 1995). Deze laatste oorzaak wordt ook wel de terugkomst van kapitaal in de stad genoemd, in plaats van de terugkomst van mensen (Diappi & Bolchi, 2013).

Gentrification vindt tegenwoordig op een veel grotere schaal plaats dan een aantal jaar geleden. Ook maakt het vaak deel uit van een veel groter geheel van economische, sociale en politieke transformaties. De vraag is of er steeds meer wijken zijn waar gentrification plaatsvindt of dat er meer mensen zijn die wij zien als gentrifiers (Atkinson, 2003).

Gentrification door toerisme

Sommige wetenschappers in onderzoek naar toerisme zoals Sheller & Urry (2006) benadrukken dat de traditionele segmentatie van toerisme en het alledaagse leven steeds meer in elkaar overlopen, zoals lokale bewoners en toeristen die met elkaar in aanraking komen. Gronau (2017) zegt dat het misschien nodig is om een nieuw model voor burgerschap te maken, waarin verschillende patronen van verplichting en verantwoordelijkheden worden vastgelegd voor deze nieuwe categorie van bevolking. Door sommigen worden toeristen als een bedreiging voor stedelijke bewoners gezien (Gronau, 2017). Er is op dit moment discussie gaande over de invloed

van toerisme op lokale ontwikkeling in steden, het is namelijk aangetoond dat hogere aantallen toeristen niet altijd goed zijn voor de lokale ontwikkeling in een stad (Pasquinelli & Bellini, 2017).

Vanuit een geografisch standpunt is de impact die consumptie en het reproduceren van plaatsen heeft groot, naast de omvangrijke culturele impact die toerisme heeft op lokale bewoners (Minoia, 2017). Volgens Minoia (2017) is het aantrekken van toerisme in steden vaak erg welkom om steden opnieuw op de kaart te zetten. Dit heeft een positieve culturele, politieke en economische impact maar het zorgt ook voor ongelijkheid in de stad. Het toenemen van toerisme kan namelijk zorgen voor gentrification met negatieve gevolgen voor lokale bewoners uit de lage- en middenklasse, door bijvoorbeeld de stijging van woningprijzen. Zij hebben dan geen andere keuze dan wegtrekken uit de stad (Minoia, 2017). Wijken waar sprake is van gentrification door toerisme zijn vaak wijken die tot de middenklasse behoren en soms al eerder gegentrificeerd zijn. Door de gentrification die door toerisme is veroorzaakt transformeren deze wijken in een relatief rijke en exclusieve enclave die zich uitbreidt met entertainment industrie en plaatsen speciaal voor toeristen (Gotham, 2005).

Gentrification door toerisme wordt door Minoia (2017) beschreven als een proces dat verschillende uitkomsten heeft: de lage- en middenklasse buitensluiten van hun recht tot de stad door hogere woningprijzen, verdwijnende producties en voorzieningen uit de stad en een reorganisatie van de mobiliteit van dagelijkse forenzen (Minoia, 2017). Toeristen consumeren in een stad kunst, eten en ook het vastgoed van de stad. Gemeenten doen vaak veel aan de bescherming van de fysieke omgeving en erfgoed, terwijl zij minder aandacht hebben voor lokale economieën, culturen, traditionele kennis en voorzieningen. Lokale bewoners zijn zo dus minder beschermd tegen deze toenemende toerisme en de gevolgen daarvan (Minoia, 2017).

Gotham (2005) schrijft dat er op z'n minst twee redenen zijn waarom het van belang is naar gentrification door toerisme te kijken. Als eerste lopen in het proces van gentrification door toerisme globalisering en lokalisering door elkaar. Dit komt omdat toerisme aan de ene kant een globale industrie is die wordt gedomineerd door bijvoorbeeld internationale hotelketens en tour operators. Aan de andere kant is toerisme een lokale industrie die gekarakteriseerd wordt door de productie van cultuur en de consumptie van de lokale ruimte. Toerisme is een globaal proces, maar is dus ook gebaseerd op lokale activiteiten en organisaties. Deze lokale activiteiten vinden bezoekers vaak exotisch en uniek (Gotham, 2005). Als tweede reden noemt Gotham (2005) dat gentrification door toerisme een uitdaging presenteert voor traditionele verklaringen van gentrification zoals de consumptiegeoriënteerde verklaring en de productiegeoriënteerde verklaring. Gentrification door toerisme legt namelijk verband tussen deze beide verklaringen van gentrification (Gotham, 2005). Door het analyseren van gentrification veroorzaakt door toerisme wordt er licht geworpen op de complementaire natuur van beide verklaringen en dit geeft een uniek perspectief van toerisme en de herontwikkeling van steden (Gotham, 2005).

Als een stad aantrekkelijk is voor toeristen, is dit vaak door het authentieke karakter (Minoia, 2017). Dit authentieke karakter trekt naast toeristen ook nieuwe elite aan, die bijvoorbeeld een tweede huis nemen op die plek. Dit kan zorgen voor een versterkt proces van gentrification (Minoia, 2017). Minoia (2017) schrijft dat over het algemeen toenemende toerisme in een stad vaak zorgt voor gentrification, dat het een vermindering van het leven in de stad veroorzaakt en dat planning met betrekking tot toerisme zorgt voor een toeristische monocultuur.

2.2.3 Duurzame ontwikkeling toerisme

In deze paragraaf worden theorieën besproken die zicht geven op hoe toerisme zich kan ontwikkelen terwijl er zo min mogelijk negatieve gevolgen plaatsvinden. Er wordt hier besproken hoe toerisme zich duurzaam kan ontwikkelen, zonder negatieve veranderingen voor bijvoorbeeld lokale bewoners te veroorzaken. Het is interessant om theorieën over een duurzame ontwikkeling van toerisme te bestuderen in dit onderzoek omdat aan de hand hiervan kennis kan worden opgedaan en aanbevelingen of adviezen kunnen worden gegeven aan lokale overheden over hoe toerisme zich duurzaam en zonder negatieve gevolgen zou kunnen ontwikkelen in een stad.

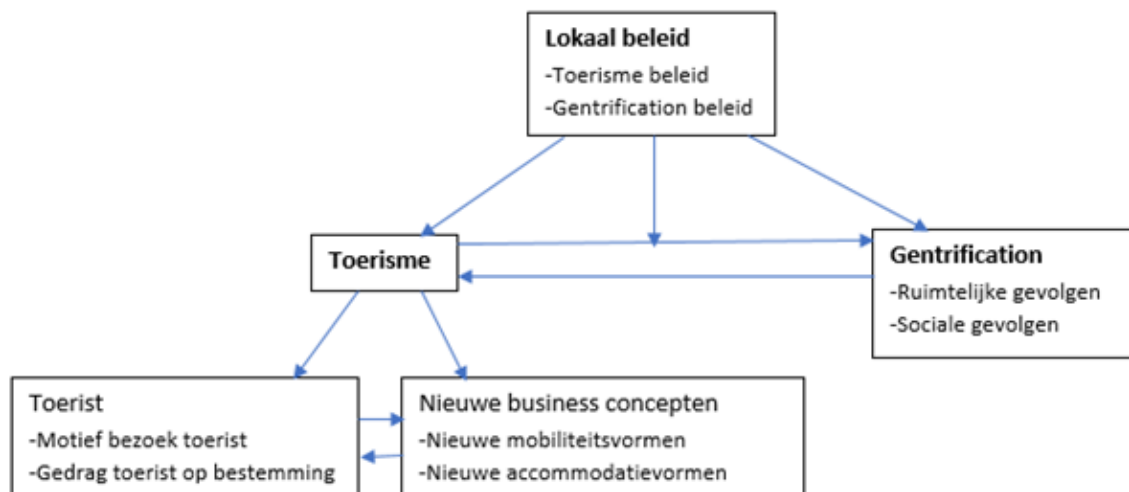
Het idee van een duurzame ontwikkeling van toerisme in steden is een antwoord op de negatieve effecten van de snelle groei van toerisme in steden die de laatste jaren heeft plaatsgevonden (Pasquinelli & Bellini, 2017), zoals in de vorige paragraaf beschreven is. Hoe dit gerealiseerd kan worden is op dit moment een centraal thema in veel onderzoek naar toerisme in steden.

Er zijn twee verschillende vormen van toerisme in een stad, namelijk 'urbanisatie toerisme' en 'toerisme urbanisatie' (Pasquinelli & Bellini, 2017). Bij toerisme urbanisatie is toerisme de belangrijkste drijfveer achter de fysieke, sociale en economische ontwikkeling van de stad. De stad vormt zich hierbij naar toerisme. Volgens Pasquinelli & Bellini (2017) is er steeds meer vraag naar een duurzame ontwikkeling van toerisme binnen steden waarbij urbanisatie toerisme centraal staat. Hierin neemt toerisme dus niet de leiding in de lokale economie maar draagt juist bij aan de diversiteit van een stad en aan ontspanningsmogelijkheden en culturele consumptie.

In armere gebieden en steden ter wereld wordt toerisme gezien als een optie om meer mogelijkheid voor levensonderhoud te creëren. Dit komt doordat toerisme wordt gezien als iets zeer globaals, met lage instapmogelijkheden en met mogelijkheid van het gebruik van lokale attracties en kennis (Gibson, 2009). Toch is het verbeteren van armoede moeilijk door middel van toerisme, door corruptie, competitie en de arbeidsverdeling. In veel van de gevallen profiteren de armeren minder dan de rijkere en degenen met veel macht (Gibson, 2009). In dit soort gebieden is het belangrijk dat er gelet wordt op duurzaamheid van toerisme, waarbij ook de armeren profiteren. Voorbeelden hiervan zijn participatie van de gemeenschap, het opbouwen van relaties en het maken van etnische beslissingen. Ook het tegengaan van massatoerisme dat door de staat gepromoot wordt, strikte regels voor gemeenschapsbezit en aandacht voor het milieu zijn hierin belangrijk (Gibson, 2009). Het economische karakter van toerisme telt dus duidelijk mee, maar er moet ook aandacht besteed worden aan de belichaming van politieke waarden, de kwaliteit van relaties en etnische beslissingen omdat deze ook meetellen (Gibson, 2009).

Dit geldt niet alleen voor gebieden en steden in armere landen, maar voor plaatsen over de hele wereld. Er moet bij een duurzame ontwikkeling van toerisme in steden ook rekening gehouden worden met de balans van wonen, werken en recreëren in een stad. Met het toenemen van toerisme zijn namelijk vaak consumptie en recreatie erg belangrijk in een stad, maar dit gaat ten koste van de lokale bewoners. Voor een duurzame ontwikkeling van toerisme is deze balans van groot belang (De Nijs & Zevenbergen, 2014).

2.1 Conceptueel model



Figuur 2: Conceptueel model

In het onderzoek wordt gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme onderzocht, hiervoor moet worden gekeken naar wat de invloed is van toerisme op gentrification. Met inzicht in dit verband kan het proces van toerisme naar gentrification beschreven en begrepen worden.

Daarnaast wordt er onderzoek gedaan naar de invloed van lokaal beleid op toerisme, op gentrification en op het verband tussen toerisme en gentrification. Hierbij wordt gekeken hoe lokale overheden staan ten opzichte van het aantrekken van toerisme en wat voor beleid zij voeren hierin, wat voor beleid zij voeren ten opzichte van gentrification en hoe zij staan tegenover het proces van gentrification door toerisme. Door dit te onderzoeken kan de invloed van lokaal beleid op dit proces beschreven worden.

Toerisme is onderverdeeld in twee concepten, namelijk 'toerist' en 'nieuwe business concepten'. Deze twee beide aspecten vallen onder toerisme en horen bij de oorzaken van gentrification veroorzaakt door toerisme. Ze hebben beide dus invloed op gentrification. Ze hebben echter ook invloed op elkaar, vandaar dat ze onderverdeeld zijn in twee aparte concepten en er pijl van en naar beide concepten gaat.

Er loopt ook een pijl terug van gentrification naar toerisme, omdat niet alleen toerisme invloed heeft op gentrification maar gentrification ook invloed kan hebben op toerisme. Wijken waar gentrification heeft plaatsgevonden zijn vaak aantrekkelijk voor toeristen en deze wijken kunnen dus extra veel toeristen aantrekken. In dit onderzoek wordt echter niet veel aandacht besteed aan dit verband, omdat dit buiten de kaders van dit onderzoek valt. De pijl is echter wel weergegeven in het conceptueel model omdat deze in de werkelijkheid wel aanwezig is.

2.3 Operationalisatie

Toerisme

In dit onderzoek wordt er onder toerisme verstaan: mensen die voor recreatieve doeleinden naar een andere plek trekken waar ze normaal gesproken niet wonen. In dit onderzoek wordt alleen naar stedelijk toerisme gekeken, dus mensen die een stad bezoeken waar zij niet wonen, voor recreatieve doeleinden. Binnen de kader van dit onderzoek wordt ook alleen gekeken naar toeristen die kort verblijven in de stad, met een maximum verblijf van drie weken. Deze mensen hebben over het algemeen minder contact met lokale bewoners dan mensen die voor een langere tijd in een stad blijven en ze zijn geneigd belangstelling te hebben voor de hoogtepunten van de stad.

Ook nieuwe business concepten vallen onder toerisme. Met nieuwe business concepten worden in dit onderzoek nieuwe concepten bedoeld die direct onder toerisme vallen en gentrification door toerisme kunnen veroorzaken.

Gentrification

In dit onderzoek wordt onder gentrification verstaan: gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme. Dit is een van de vele vormen van gentrification die zich ontwikkeld hebben. Gotham (2004) beschrijft gentrification door toerisme als volgt: *'as a heuristic device to explain the transformation of a middle-class neighbourhood into a relatively affluent and exclusive enclave marked by a proliferation of corporate entertainment and tourism venues.'* (Gotham, 2004, p. 1102). Deze definitie zal in dit onderzoek ook gebruikt worden, dus gentrification als proces waarin een wijk uit de middenklasse verandert in een wijk dat voornamelijk ingericht is voor toeristen en minder voor lokale bewoners.

Lokaal beleid

Met lokaal beleid wordt in dit onderzoek beleid van de gemeente Amsterdam bedoeld.

Operationalisatieschema

Het Operationalisatieschema inclusief dimensies, indicatoren en de methodes van dataverzameling is te vinden in bijlage 4.

3 Methodologie

3.1 Casus selectie

In dit onderzoek zal een casestudy worden gedaan om tot resultaten te komen. De casus die onderzocht zal worden is de binnenstad van Amsterdam. Amsterdam krijgt steeds meer te maken met een toenemende stroom toeristen (Gemeente Amsterdam, z.j.-a) en veel bewoners hebben overlast van toeristen (Blokker & Lonkhuyzen, 2016). In 2016 waren er in Amsterdam 7,2 miljoen hotelgasten (Gemeente Amsterdam, z.j.-a) en 17 miljoen bezoekers in totaal (Van Loon, 2016). De meeste van deze bezoekers bezoeken de binnenstad (Gemeente Amsterdam, z.j.-a). De gemeente Amsterdam is zich hiervan ook bewust en probeert hier oplossingen voor te zoeken door bijvoorbeeld afspraken te maken met bepaalde instanties als Airbnb (Blokker & Lonkhuyzen, 2016). Door het probleem van steeds toenemende toerisme in de binnenstad, de overlast en andere negatieve effecten die bewoners ervaren en de actieve rol van de gemeente hierin, is de binnenstad van Amsterdam een interessante casus om te onderzoeken.

In hoofdstuk 4 wordt een verdere en meer gedetailleerdere beschrijving van de casus weergegeven.

3.2 Onderzoeksstrategie

Er is gekozen voor een casestudy in dit onderzoek omdat het proces van gentrification door toerisme dan uitvoerig bestudeerd kan worden in een bepaalde casus. Het onderzoek zal een eenzijdige casestudy zijn, waarbij één casus uitvoerig onderzocht zal worden. In dit onderzoek is dat de dus binnenstad van Amsterdam. Er is gekozen voor een eenzijdige casestudy omdat er dan diep onderzoek gedaan kan worden naar de oorzaken en gevolgen van gentrification, de toename van toerisme en de rol van de lokale overheid hierin in de specifieke casus. Door diep op een casus in te gaan kan er goed en diep inzicht verkregen worden in het proces van gentrification door toerisme en de invloed die de lokale overheid hierop heeft. De uitvoering van een eenzijdige casestudy sluit hierdoor aan op de doel- en vraagstelling, namelijk het inzicht krijgen in de invloed van toerisme op gentrification in de binnenstad van Amsterdam en de invloed van de gemeente Amsterdam hierop.

De theorieën die in het theoretisch kader besproken worden kunnen door het doen van een eenzijdige casestudy en door het doen van bureauonderzoek ernaast uitvoerig bestudeerd en onderzocht worden. Theorieën over stedelijk toerisme, gentrification en duurzame toerisme kunnen zo onderzocht worden in deze specifieke casus.

3.3 Methode van dataselectie

Het onderzoek zal een kwalitatief onderzoek worden, waarin gebruik zal worden gemaakt van verschillende vormen van dataverzameling om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen. Het gebruik van meerdere methoden van dataverzameling wordt bronnentriangulatie genoemd (Creswell, 2017).

In dit onderzoek zijn drie verschillende methoden van dataverzameling gekozen, namelijk: interviews, (statistische) datastudie en beleidsdocumentenstudie. In de volgende paragrafen zullen deze methoden verder uitgelegd worden.

3.3.1 Interviews

Als eerste methode van dataselectie is gebruik gemaakt van het houden van diepte-interviews. Dit waren semigestructureerde interviews die inzicht gaven in de ideeën met betrekking tot gentrification veroorzaakt door toerisme en lokaal beleid. Deze diepte-interviews zijn gebruikt om de hoofd- en deelvragen te beantwoorden. De interviews zijn face-to-face of telefonisch gehouden en zijn individueel afgenomen met personen die interessant waren om te interviewen binnen de gekozen casus. Deze personen zijn bewust geselecteerd.

Voor het onderzoek was het van belang om mensen van verschillende partijen te interviewen die te maken hebben met het onderwerp. In het onderzoek is als eerste een dubbelinterview gehouden met de communicatiemedewerker van het programma 'Stad in Balans' van de gemeente Amsterdam en een andere medewerker van de gemeente Amsterdam. Vervolgens zijn er vier inwoners uit de binnenstad geïnterviewd. Twee van deze respondenten woonden in de buurt van het meest toeristische gedeelte van de binnenstad, de Wallen. De andere twee woonden beide aan de rand van de binnenstad. Door deze verdeling kan er een beeld verkregen worden van bewoners die middenin het toeristische deel wonen en bewoners die meer aan de rand wonen, om eventuele verschillen te ontdekken. De respondenten hadden verschillende relaties met toeristen, hierop zijn ze ook geselecteerd. Eén respondent verhuurde een kamer in haar huis aan toeristen, waardoor ze veel interactie had met toeristen. Een andere respondent kwam daarentegen minder vaak met toeristen in aanraking. De andere twee respondenten hadden niet direct contact met toeristen, maar merkten wel duidelijk de gevolgen ervan. Dit onderscheid tussen bewoners is gemaakt om een completer beeld van de inzichten van bewoners te krijgen. Alle respondenten woonden al langer in de binnenstad, sommige zelfs al hun hele leven. De differentiatie qua leeftijden was groot, waardoor er een beeld kan worden gevormd van bewoners uit verschillende leeftijdsgroepen.

De respondenten zijn op verschillende manieren gevonden. De medewerkers van de gemeente zijn gevonden door mailcontact met de gemeente Amsterdam. Eén van de respondenten is gevonden via mailcontact met een bewonersorganisatie. Een andere respondent is gecontacteerd via Airbnb en de rest via Facebook, na oproepen die geplaatst zijn op verschillende bewonersplatforms.

Tijdens de interviews zijn verschillende vragen gesteld aan de respondenten. De vragen waren voor het plaatsvinden van de interviews voorbereid in een interviewguide. Voor de interviews met medewerkers van de gemeente Amsterdam en de bewoners zijn verschillende

interviewguides opgesteld. Deze twee interview guides zijn te vinden in bijlage 1. De gestelde vragen omvatten meerdere onderwerpen die waren opgesteld aan de hand van verschillende dimensies en indicatoren die uit de literatuurstudie in hoofdstuk 2 kwamen. Bij elke dimensie waren meestal meerdere indicatoren en bij elke indicator was minstens één vraag. Hierbij was ruimte gelaten om dieper in te kunnen gaan op een indicator en op deze manier de betrouwbaarheid van de data te kunnen verhogen. Door ruimte open laten voor meer vragen naast de gestructureerde vragenlijst waren de interviews dus semigestructureerd. Tijdens het interview hield de interviewer alle indicatoren bij de hand waardoor deze allemaal uitgebreid besproken werden.

Alle interviews zijn opgenomen om de interviews goed te kunnen analyseren. Na het plaatsvinden van de interviews zijn de interviews getranscribeerd en getransporteerd naar Atlas.ti. In dit programma konden ze geanalyseerd worden door middel van grounded theory.

3.3.2 (Statistische) data onderzoek

Als tweede methode van dataverzameling is gebruikt gemaakt van data onderzoek. Dit houdt in dat er data verkregen is uit gepubliceerde statistische cijfers het uit bestuderen van documenten.

Over toerisme en gentrification in de binnenstad van Amsterdam is veel data te vinden op internet. De gemeente Amsterdam heeft zelf een afdeling Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS) waar veel statistische data over Amsterdam te vinden is. Hier zijn statistieken per stadsdeel over veel verschillende onderwerpen te vinden, waardoor het mogelijk was om specifiek naar de binnenstad te kijken. Ook het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) heeft veel verschillende statistieken over buurten in de binnenstad van Amsterdam en de binnenstad als geheel.

In dit onderzoek is gekeken naar cijfers over demografie, ruimtelijke inrichting, toerisme en gentrification. Deze zijn weergegeven in hoofdstuk 4. De cijfers zijn vervolgens overzichtelijk weergegeven in een tabel of verwerkt in een grafiek. Door de cijfers op deze manier te verwerken wordt er een beeld gegeven over de binnenstad en van de situatie in de binnenstad met betrekking tot toerisme en gentrification door toerisme in cijfers.

3.3.3 Beleidsdocumentenstudie

Om meer te weten te komen over het beleid dat de gemeente Amsterdam voert, zijn in dit onderzoek beleidsdocumenten van de gemeente Amsterdam bekeken die gaan over toerisme en gentrification door toerisme. Deze documenten waren verbonden aan het te onderzoeken gebied, de binnenstad.

Als eerste is naar het document 'Stad in Balans' gekeken, een programma van de gemeente Amsterdam dat inspeelt op de drukte in de binnenstad door toerisme en zoveel mogelijk probeert de balans tussen wonen, werken en recreëren in de binnenstad te behouden. Hierin staat de strategie beschreven van de gemeente Amsterdam hoe ze de balans in de binnenstad willen herstellen en de maatregelen die zij hiervoor gaan nemen. Het document Stad in Balans is ook gebruikt om te onderzoeken met welke beleidsvormen Stad in Balans raakvlakken heeft. Daarnaast zijn verschillende documenten gebruikt om overig beleid dat de gemeente Amsterdam voert ten opzichte van toerisme te beschrijven.

Als laatste is gebruik gemaakt van beleidsdocumenten waarin beleid van de gemeente Amsterdam met betrekking tot gentrification door toerisme wordt beschreven. Het gaat hierbij om bijvoorbeeld beleid met betrekking tot de stijging van huizenprijzen en de verandering van het voorzieningsniveau.

3.4 Analyse interviews

De analysemethode die in dit onderzoek is gekozen, is grounded theory. Grounded theory kan bijdragen aan het doel van het onderzoek, namelijk het vormen van een theorie over gentrification veroorzaakt door toerisme en hiermee bijdragen aan de literatuur hierover. Met grounded theory is dit mogelijk, omdat het buiten de beschrijving gaat en er uit de data verkregen uit interviews een theorie wordt gegenereerd (Creswell & Poth, 2017). Een belangrijk aspect van grounded theory is dat de ontwikkeling van een theorie niet zomaar 'van de plank' komt, maar dat het wordt gegenereerd of 'grounded' vanuit data die zijn verkregen uit ervaringen met het proces van respondenten (Creswell & Poth, 2017).

Bij grounded theory lopen het verzamelen van data en de analyse ervan vaak in elkaar over. Het afnemen van interviews is de belangrijkste vorm van dataverzameling bij grounded theory. Tijdens het houden van interviews, worden bij grounded theory de resultaten constant vergeleken met eerder verkregen resultaten. Er wordt steeds heen en weer gegaan tussen de verschillende respondenten om alvast ideeën te krijgen over de te vormen theorie (Creswell & Poth, 2017). In dit onderzoek is dat ook gebeurd, de onderzoeker hield tijdens het houden van interviews de resultaten van de andere interviews in gedachten en vergeleek telkens de data van interviews om alvast wat ideeën te krijgen.

Na afloop van elk interview werd het interview getranscribeerd en gecodeerd, terwijl de andere interviews in gedachten gehouden werden. Het coderen werd gedaan met het programma Atlas.ti en verliep in drie stappen, zoals vaak het geval is bij grounded theory (Creswell & Poth, 2017). Als eerste werden de interviews gecodeerd door middel van open coding. Bij open coding werden verschillende codes aan de tekst van het transcript verbonden en werden er vervolgens verschillende families gevormd van deze codes. Op deze manier werden codes die bij elkaar passen met elkaar verbonden in een categorie. Vervolgens is axial coding toegepast, hierbij is de focus gelegd op bepaalde categorieën en werden van deze categorieën alle details verzameld en relaties bepaald om een theoretisch model te vormen. Dit theoretisch model is in dit onderzoek in de vorm van een code netwerk waarin de samenhang tussen bepaalde concepten te zien is. Het code netwerk is te zien in bijlage 2. Als laatste is selective coding toegepast, hierbij is een theorie gevormd aan de hand van het code netwerk.

4 (Statistische) data onderzoek

In dit hoofdstuk wordt weergegeven wat er aan de hand van statistische data en data uit documenten bekend is over de binnenstad. Als eerste zal er een casusbeschrijving gegeven worden, waarbij de geschiedenis, demografie en de ruimtelijke inrichting van de binnenstad centraal staan. Vervolgens zullen er cijfers worden weergegeven over toerisme in Amsterdam en de binnenstad en over gentrification door toerisme, aan de hand van een aantal indicatoren.

4.1 Casus beschrijving

4.1.1 *Geschiedenis*

Als er wordt gekeken naar de geschiedenis van Amsterdam, kan geconcludeerd worden dat Amsterdam altijd al een stad is geweest met veel internationale contacten en bezoekers, met name door de handelspositie, de haven en de functie als stapelmarkt die de stad had (Gemeente Amsterdam, z.j.-b). Gekeken naar de periode vanaf de Tweede Wereldoorlog tot nu, is de infrastructuur en de bereikbaarheid van Amsterdam erg vooruitgegaan. Schiphol groeide snel uit tot een van de grootste luchthavens van Europa. Ook werden de kanalen, de havenmond en de sluizen regelmatig vergroot en verbeterd (Gemeente Amsterdam, z.j.-b). Naast de verbeteringen aan de infrastructuur, werden er ook nieuwe woonwijken gebouwd. Vanaf de jaren zestig was de vraag of in Amsterdam de economie of de woonfunctie voorop stond. Als tegenhanger van de schaalvergroting van de stad ontwikkelde zich in deze tijd een visie van Amsterdam als ontmoetingscentrum, woonplaats en broedplaats van ideeën. Er was een explosie van jeugdcultuur, wat Amsterdam wereldberoemd maakte. Het beeld van de stad Amsterdam als plaats voor jongeren trok hippies en rugzaktoeristen vanuit diverse plekken naar de stad (Gemeente Amsterdam, z.j.-b).

Ook in het bestuur van de stad hebben veranderingen plaatsgevonden, er zijn veranderingen doorgevoerd die erop zijn gericht het bestuur dichterbij de burgers te brengen en de democratie te versterken. Zo is de stad bijvoorbeeld sinds begin jaren tachtig van de vorige eeuw en in de huidige vorm sinds 2014 opgedeeld in zeven staddelen die elk verantwoordelijk zijn voor bijvoorbeeld de openbare ruimte en de economische en ruimtelijke ontwikkeling van het stadsdeel (Gemeente Amsterdam, z.j.-b).

Voornamelijk de afgelopen decennia is in Amsterdam toerisme een steeds belangrijker aspect geworden voor de Amsterdamse economie. Het zijn verschillende soorten toeristen die de stad tegenwoordig aantrekt, van mensen die voor de vele musea komen tot toeristen die zich aangetrokken voelen tot het liberale druggebruik en de vele coffeeshops. Ook trekt Amsterdam bijvoorbeeld veel homotoeristen, door het vrije karakter van de stad (Gemeente Amsterdam, z.j.-b). Kavaratzis & Ashworth (2007) beschrijven dat het beeld van Amsterdam als toeristenstad gebaseerd is op twee verschillende thema's. De eerste wordt gedomineerd door het stedelijke ontwerp van de vroege moderne tijd, door het beeld van smalle huizen aan de grachten en een welvarende handelsstad in de zogenaamde 'Gouden Eeuw'. Het tweede beeld wordt

gedomineerd door het tegenwoordig vooral populaire beeld dat in de jaren zestig van de vorige eeuw is gevormd. Deze is gebaseerd op de jeugdcultuur, seksueel liberalisme en het soepele drugsbeleid (Kavaratzis & Ashworth, 2007).

4.1.2 Demografie

Op 1 januari 2017 had de binnenstad van Amsterdam 86.422 inwoners. Dit is ongeveer een tiende van de totale bevolking van Amsterdam, dat 844.952 bewoners telde op dat moment (OIS, 2017). Van de 86.422 bewoners van de binnenstad van Amsterdam is 59% Nederlands, 26% westers en 15% niet-westers (OIS, 2017). Hiervan is 52% man en 48% vrouw (OIS, 2017). De meeste van deze inwoners zijn tussen de 25 en 34, waarvan de leeftijdsgroep 25-29 de grootste groep is. Er wonen in de binnenstad van Amsterdam dus relatief meer jongeren dan ouderen (OIS, 2017). De meeste huishoudens zijn eenpersoonshuishoudens (39%). Daarnaast is 27% van de huishoudens samenwonend zonder kinderen, 21,4% samenwonend met kinderen en 7,8% zijn eenoudergezinnen (OIS, 2017). Meer dan de helft van de huishoudens heeft dus geen kinderen. Het opleidingsniveau van de bewoners van de binnenstad (in 2014) is vrij hoog, 57% is hoogopgeleid, 30% middelbaar opgeleid en 12% laagopgeleid (OIS, 2016). Het gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden was in 2014 36.700 euro per jaar (OIS, 2016).

Een overzicht van deze cijfers over de demografie van de binnenstad zijn weergegeven in tabel 1.

Totaal aantal inwoners Amsterdam	844.952
Aantal inwoners binnenstad Amsterdam	86.422
Afkomst inwoners binnenstad	59% Nederlands
	26% westers
	15% niet-westers
Verdeling geslacht inwoners binnenstad	52% man
	48% vrouw
Grootste leeftijdsgroep	25-29 jaar
Verdeling huishoudtypes binnenstad	39% eenpersoonshuishoudens
	27% samenwonend zonder kinderen
	21,4% samenwonend met kinderen
	7,8% eenoudergezinnen
Opleidingsniveau inwoners binnenstad (2014)	57% hoog opgeleid
	30% midden opgeleid
	12% laagopgeleid
Gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden (2014)	36.700 euro per jaar

Tabel 1: Demografie binnenstad Amsterdam. Bron: OIS, 2017

4.1.3 Ruimtelijke inrichting

In de binnenstad van Amsterdam waren op 1 januari 2017 54.026 woningen (OIS, 2017). In 2016 was het grootste gedeelte (ongeveer 70%) van deze woningvoorraad huurwoningen met als grootste deel particulieren huurwoningen (OIS, 2017). De woningwaarde ligt vrij hoog: 28,1% van de woningen heeft een waarde van tussen 239.500 en 317.500 euro en 42% van de woningen is meer dan 317.500 euro waard (OIS, 2016). De woningdichtheid in 2014 was 8.623 huizen per km² land en de bevolkingsdichtheid 13.758 inwoners per km² land (OIS, 2016). De binnenstad van Amsterdam is in totaal 6,29 km² groot (OIS, 2017).

Op 1 januari 2015 waren de voorzieningen van de binnenstad van Amsterdam als volgt: er waren 397 winkels voor dagelijkse goederen, 1551 winkels voor niet-dagelijkse goederen en de grootste branche was de branche van overige artikelen (OIS, 2016).

De tevredenheid onder de bewoners over de ruimtelijke inrichting van de binnenstad was in 2015 hoog, zijn beoordelen het met een 7,3 op schaal van 1 tot 10. Dit is hoger dan het gemiddelde van de stad (OIS, 2016).

Een overzicht van de cijfers met betrekking tot de ruimtelijke inrichting is weergegeven in tabel 2.

Aantal woningen (1 januari 2017)	54.026
Percentage huur/koopwoningen	70% huurwoningen (grootste deel particulier)
	30% koopwoningen
Woningwaarde (2016)	28,1% tussen 239.500 en 317.500 euro
	42% meer dan 317.500 euro
Woningdichtheid (2014)	8.623 huizen per km ²
Bevolkingsdichtheid (2016)	13.758 inwoners per km ²
Oppervlakte binnenstad (2017)	6,29 km ²
Winkelverdeling (2016)	397 winkels voor dagelijkse goederen
	1.551 winkels voor niet-dagelijkse goederen
Tevredenheid bewoners over ruimtelijke inrichting (2015)	7,3 op schaal van 1 tot 10

Tabel 2: Ruimtelijke inrichting binnenstad Amsterdam.

4.2 Toerisme en gentrification door toerisme

4.2.1 Toerisme

In 2016 hebben 7,2 miljoen toeristen Amsterdam bezocht. Hiervan verbleef het grootste gedeelte in de binnenstad (Gemeente Amsterdam, z.j.-a). Dit aantal neemt toe, in 2016 steeg het aantal hotelgasten met 7% ten opzichte van het jaar daarvoor (Gemeente Amsterdam, z.j.-a). De

toeristen die naar de binnenstad van Amsterdam komen zijn steeds meer buitenlandse toeristen, die voornamelijk voor een kort verblijf van gemiddeld 2 dagen komen (Gemeente Amsterdam, z.j.-a). Dit zijn enkel de bezoekers van de stad die ook in Amsterdam overnachten, met dagjesmensen erbij wordt het aantal bezoekers geschat op 17,6 miljoen mensen (Gemeente Amsterdam, 2015).

De toename van het aantal toeristen brengt ook andere toenames met zich mee in de binnenstad van Amsterdam, zoals de toename van het aantal hotels en het aantal banen in de toeristische sector. Deze zijn beide toegenomen ten opzichte van 2015. Het aantal banen in de toeristische sector is op dit moment 10% in Amsterdam en het aantal banen in deze sector groeit harder dan het totaal aantal banen in de stad (Gemeente Amsterdam, z.j.-a). In de metropoolregio Amsterdam is de omvang van de toegevoegde waarde van het cluster 'Toerisme en Recreatie' in 2015 4,7 miljard euro en er werkten in totaal 109.000 personen in dat cluster. Terwijl de rest van de economie stagneerde, is dat cluster de afgelopen jaren gegroeid (Gemeente Amsterdam, 2015). In juli 2016 was het aantal hotels in de binnenstad van Amsterdam 264 (van de 458 in totaal in Amsterdam) (OIS, 2016). Daarnaast zijn er 3.226 Airbnb's in de binnenstad van Amsterdam (Inside Airbnb, 2017) en zijn er nog ongeveer 50 gelijksoortige aanbieders als Airbnb op internet te vinden (Gemeente Amsterdam, 2015).

Naast kamers die op zulke sites worden aangeboden, zijn er ook illegale hotels. Dit zijn hotels die zich niet aan de regels houden of zonder vergunningen verhuren. Illegale verhuur is ook toegenomen, hierdoor worden woningen aan de woningvoorraad onttrokken. Dit zijn naar schatting ongeveer 20.000 woningen, wat 10% van alle sociale woningen is (Gemeente Amsterdam, 2015). Over het aantal illegale hotels zijn geen cijfers, maar deze spelen dus weldegelijk een rol. In 2015 zijn namelijk 167 illegaal verhuurde woningen ontdekt en gesloten en in 2016 waren dat er ongeveer 210 (OIS, 2017).

Tussen 2008 en 2015 zijn er 9.000 nieuwe hotelkamers bijgekomen in geheel Amsterdam. Daarnaast zijn er in de gehele regio ook een paar duizend hotelkamers bijgekomen. De bezettingsgraad van hotelkamers in de binnenstad ligt op 80%, daarmee behoort het tot de top van Europese steden wat betreft bezettingsgraden (Gemeente Amsterdam, 2015). Ook zijn de afgelopen jaren veel oude kantoorpanden gerenoveerd tot hotel. Door hier hotels van te maken zijn de gebouwen aanzienlijk opgeknapt, zorgen zij voor veiligheid door de aanwezigheid van portiers en dergelijke en vervullen sommigen een buurtfunctie (Gemeente Amsterdam, 2015).

In tabel 3 wordt een overzicht gegeven van de cijfers over toerisme die hierboven beschreven zijn.

Totaal aantal toeristen (2015)	17,6 miljoen
Toeristen die overnachten (2016)	7,2 miljoen
Stijging aantal hotelgasten (2016)	7%
Gemiddelde duur verblijf in dagen	2 dagen
Toename banen in toeristische sector in %	10%
Omvang toegevoegde waarde cluster 'Toerisme en Recreatie' (2015)	4,7 miljard euro

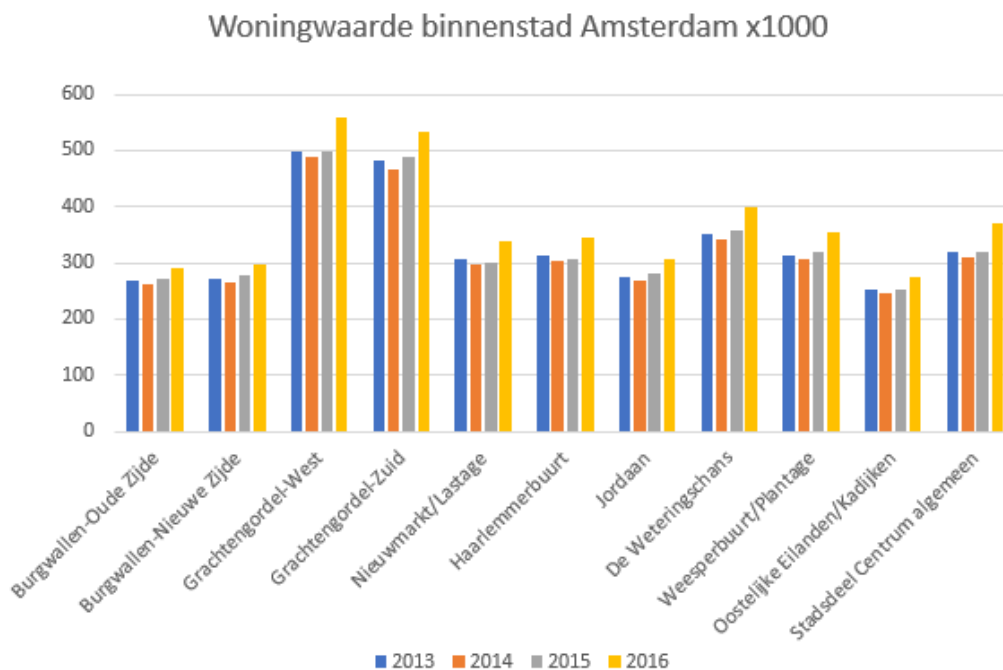
Aantal banen in cluster 'Toerisme en Recreatie' (2015)	109.000 banen
Aantal hotels in de binnenstad (2016)	264 hotels
Aantal hotels in geheel Amsterdam (2016)	458 hotels
Aantal Airbnb's in de binnenstad (2017)	3.226 Airbnb's
Schatting omvang illegale verhuur (2015)	20.000 woningen
Ontdekte illegale verhuur 2015	167
Ontdekte illegale verhuur 2016	Ca. 210
Nieuwe hotelkamers tussen 2008 en 2015	9.000 hotelkamers
Bezettingsgraad hotelkamers in de binnenstad	80%

Tabel 3: cijfers over toerisme in Amsterdam en de binnenstad

4.2.2 Gentrification door toerisme

Er zijn indicatoren van gentrification door toerisme te vinden in de binnenstad van Amsterdam. Zoals in hoofdstuk 2 in het theoretisch kader beschreven is, is gentrification door toerisme een proces dat verschillende uitkomsten heeft: de lage- en middenklasse buitensluiten van hun recht tot de stad, verdwijning en verandering van producties en voorzieningen uit en in de stad en een reorganisatie van de mobiliteit van dagelijkse forenzen (Minoia, 2017). In dit onderzoek is gekeken naar cijfers over de stijging van huizenprijzen en de opkomst van voorzieningen speciaal voor toerisme. Ook is er gekeken naar cijfers over veiligheid en overlast, omdat deze iets kunnen zeggen over de manier waarop bewoners de binnenstad ervaren om te wonen en het mee kan spelen in het besluit niet meer in de binnenstad te willen of kunnen wonen.

Er is sprake van een stijging van de huizenprijzen in de binnenstad van Amsterdam (CBS, 2017). Deze stijging is te zien in figuur 1. Vooral tussen 2015 en 2016 is een flinke stijging te zien. Er zijn verschillende aspecten die bijdragen aan de stijging van huizenprijzen (ING Economisch Bureau, 2017). Een aspect dat zorgt voor de opdrijving van de huizenprijzen is het verhuren van woningen aan toeristen. Door het verhuren van woningen via sites als Airbnb is een woning meer dan alleen om in te wonen, het is een verdienmodel geworden. Dit heeft een prijsopdrijvend effect gehad op de woningmarkt (ING Economisch Bureau, 2017). De druk op de huizenprijzen komt dus gedeeltelijk door investeerders die geld willen verdienen aan een woning. De gemeente Amsterdam heeft gezegd meer te gaan inzetten op handhaving van illegale verhuur. Als deze handhaving werkt, zal de vraag van investeerders naar woningen afnemen (ING Economisch Bureau, 2017). Een te verwachten keerzijde van deze handhaving is dat door de stijgende vraag naar vakantieverhuur, de tarieven van legale vakantieverhuur door de daling van illegale verhuur zullen stijgen. Zo wordt de verdien capaciteit van het verhuren van woningen hoger en dit heeft een verhogend effect op de huizenprijzen. Ook kan het weer nieuw aanbod van woningverhuur door particulieren uitlokken (ING Economisch Bureau, 2017). ING Economisch Bureau (2017) stelt wel dat het prijsopdrijvende effect de komende jaren zal afvlakken. Ze schrijven dat het moeilijk is precies te voorspellen, maar dat naarmate Airbnb langer bestaat, een steeds groter deel van dit effect verdisconteerd is in de huizenprijzen (ING Economisch Bureau, 2017).



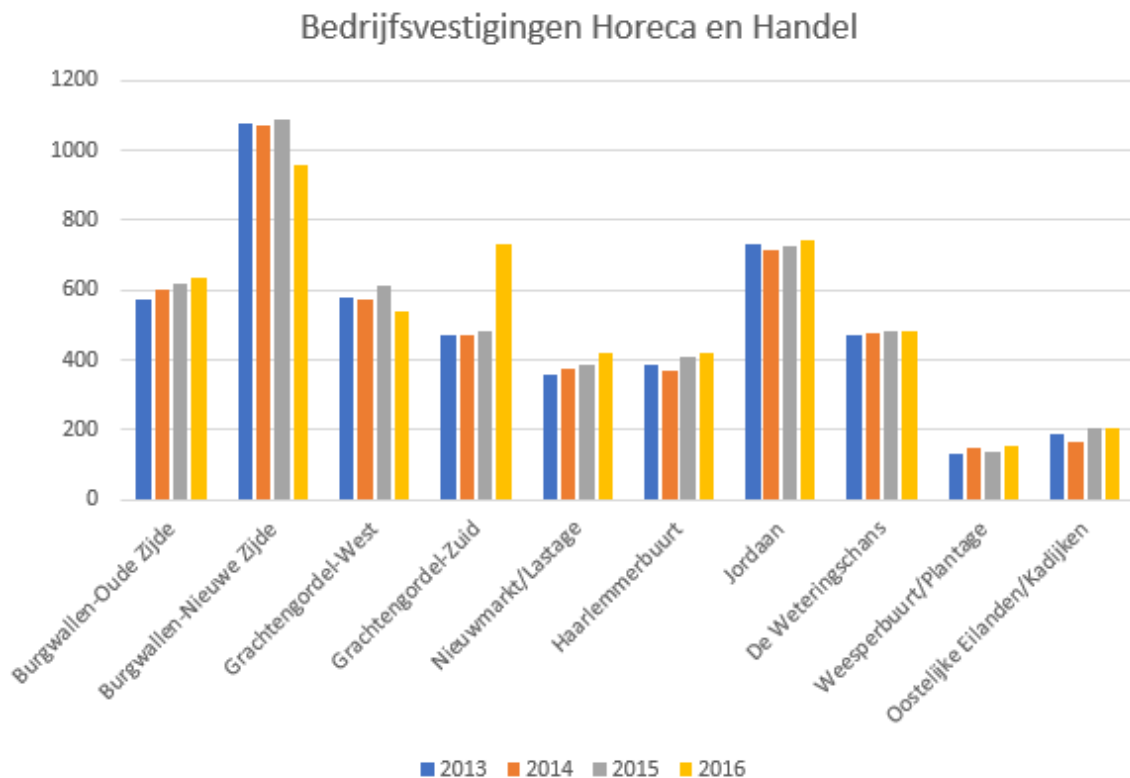
Figuur 1: Woningwaarde binnenstad Amsterdam x1000

Er worden steeds meer investeringen gedaan in Amsterdam door binnenlandse en buitenlandse investeerders. Zowel in de hotelmarkt als de woningmarkt wordt geïnvesteerd (Financieel Dagblad, 2017). Sinds 2014 is ook in Nederland de ontwikkeling van kopen om te verhuren herkenbaar. Er zijn sterke prijsstijgingen, door de lage rente en de toenemende vraag naar woningen. Het dieptepunt op de woningmarkt is voorbij en dit gaat samen met de groei van particuliere verhuur, dus het kopen om te verhuren aan particulieren (Martens, 2016). Het is echter moeilijk om aan data te komen over mensen die woningen kopen om te verhuren, omdat er geen recente data beschikbaar is over wie de investeerders zijn, met welk doel dit wordt gedaan en hoe de aankoop wordt gefinancierd (Martens, 2016). Een deel van deze investeringen worden aan toeristen verhuurd, wat zoals hierboven staat beschreven ook een prijsopdrijvend effect heeft waardoor de huizenprijzen zullen blijven stijgen (ING Economisch Bureau, 2017).

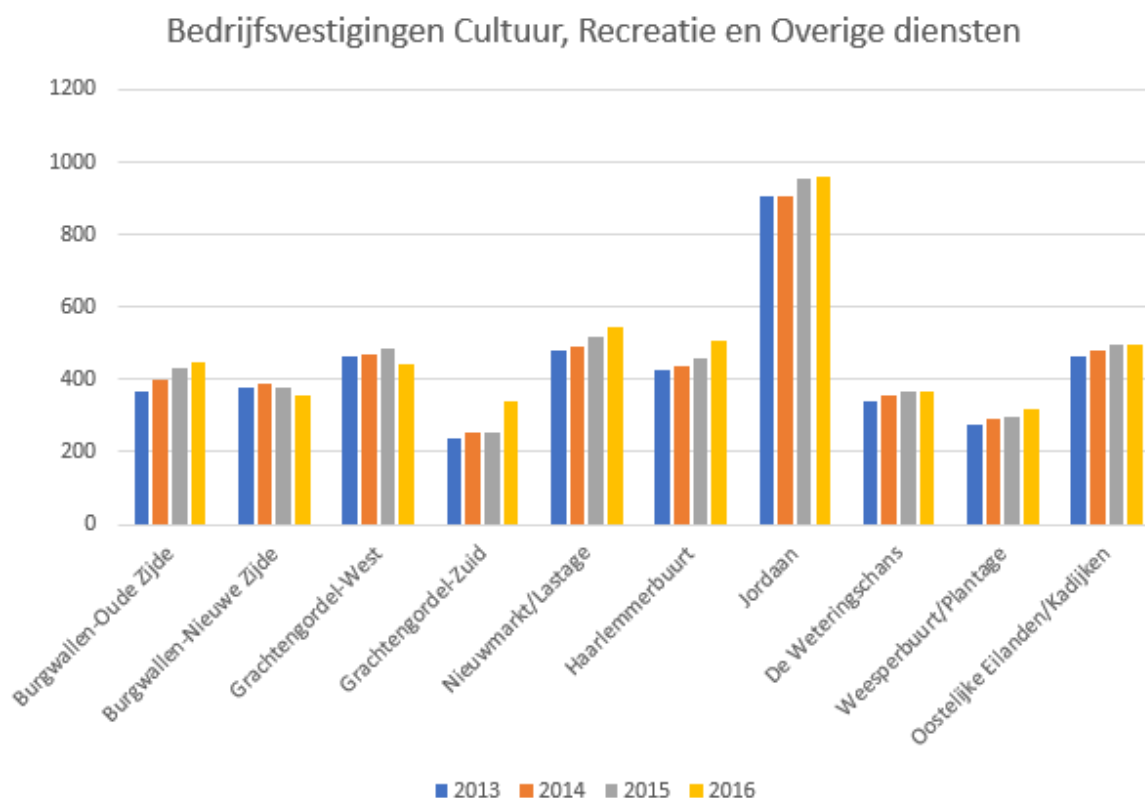
Ook illegale verhuur van woningen zorgt dus voor druk op de woningmarkt. Ten eerste zorgt het voor gemis aan inkomsten door ontduiking van toerismebelasting. Ten tweede zorgt het voor overlast en een gevoel van vervreemding, dit maakt het voor sommige bewoners moeilijk om op een prettige manier in de stad te blijven wonen. Het aantal meldingen over deze overlast is de afgelopen jaren met 70% toegenomen. De lucratieve kanten van deze verhuur zorgen vervolgens voor prijsopdrijving. Deze prijsdruk, naast de verruimde mogelijkheden voor liberalisatie van huren, kunnen in de nabije toekomst zorgen voor een ruimtelijke segregatie (Gemeente Amsterdam, 2015).

In het voorzieningsniveau van de binnenstad van Amsterdam is ook een verandering te zien. In de categorieën Horeca en Handel en Cultuur, Recreatie en Overige diensten is in beide in de meeste buurten in de binnenstad een stijging te zien van 2013 tot 2016 (CBS, 2017). Deze verandering is weergegeven in de figuren 2 en 3. In de gehele binnenstad zijn in de categorie Horeca en Handel het aantal vestigingen gestegen van 4.955 naar 5.290 tussen 2013 en 2016. In de categorie

Cultuur, Recreatie en Overige diensten is het aantal vestigingen tussen 2013 en 2016 van 4.335 naar 4.770 gestegen. Er is in beide categorieën dus een stijging te zien de afgelopen jaren. Deze twee categorieën hebben allebei direct of indirect met toerisme te maken. Hiernaast is het aantal toeristenwinkels in de binnenstad van Amsterdam (op 14 mei 2016) hoog, er zijn 191 winkels die bedoeld zijn voor toeristen. 108 van deze winkels zijn souvenirshops die vooral zijn gevestigd tussen het Damrak en het Singel, 46 winkels zijn wafel- en pannenkoekenwinkels en 19 winkels zijn kaaswinkels (Het Parool, 2016).

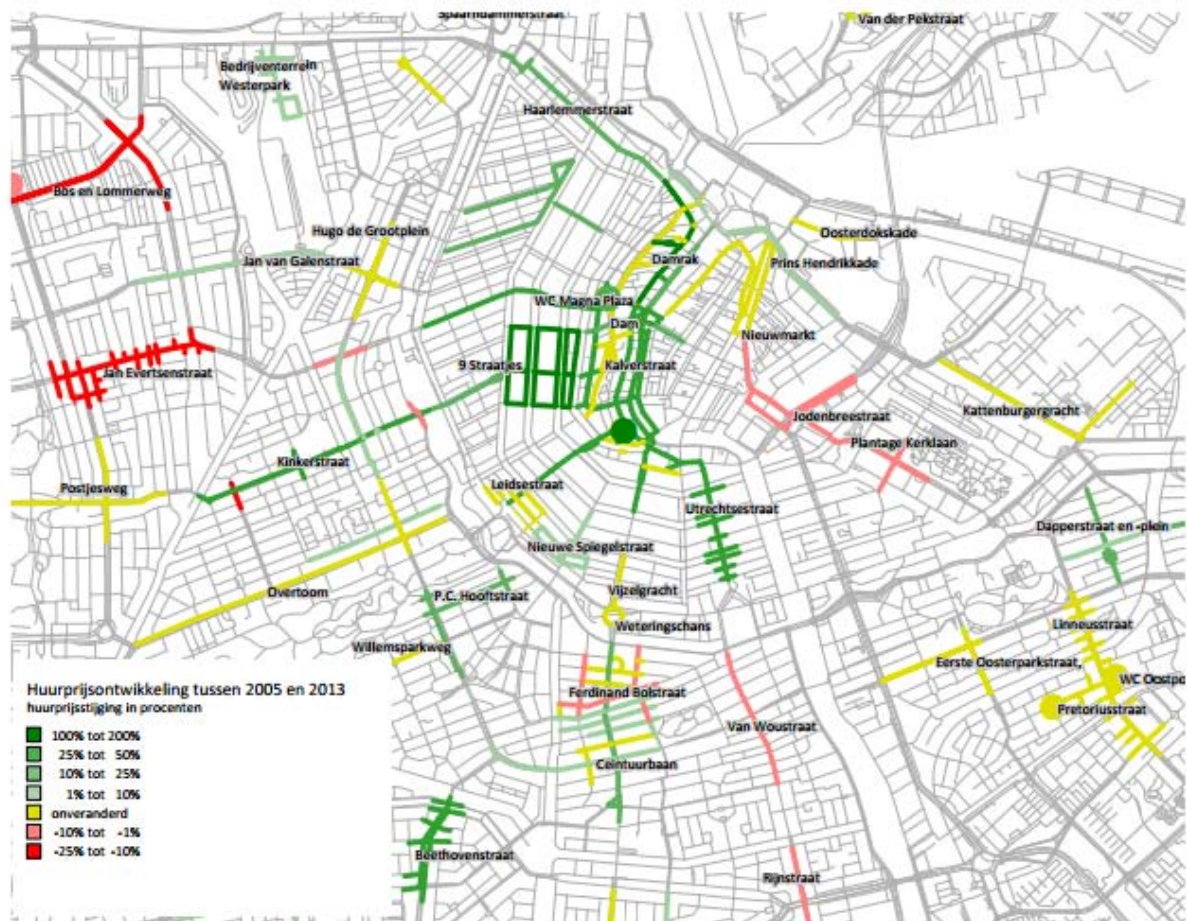


Figuur 2: Bedrijfsvestigingen Horeca en Handel, 2013-2016



Figuur 3: Bedrijfsvestigingen Cultuur, Recreatie en Overige diensten, 2013-2016.

Naast de woningprijzen, stijgen op veel plekken ook de huurprijzen voor winkelpanden. In de binnenstad zijn in veel winkelstraten de winkelhuren in 2016 gestegen ten opzichte van 2015 (DTZ Zadelhoff, 2016). In onderstaande afbeelding 1 is een weergave te zien van de ontwikkeling van de huurprijsontwikkeling van winkelpanden in de binnenstad tussen 2005 en 2013 (Gemeente Amsterdam, 2015).



Afbeelding 1: Huurprijsontwikkeling van winkels tussen 2005 en 2013. Bron: Gemeente Amsterdam, 2015

Gekeken naar overlast en veiligheid, scoort de binnenstad op het gebied van overlast in het algemeen heel hoog. Ook op verloedering scoort de binnenstad hoog. Daarentegen is de onveiligheidsbeleving vrij laag (CBS, 2017). De sociale cohesie is ook hoog vergeleken met de andere stadsdelen, de sociale cohesie hoort bij de hoogste drie van de verschillende stadsdelen (CBS, 2017). De veiligheidsbeleving en samenhang is dus hoog, maar er is wel sprake van overlast voor bewoners.

De afgelopen 30 jaar is Amsterdam een stad geworden met internationale aantrekkingskracht. Niet alleen als woonplaats, maar ook om te werken, studeren en te bezoeken. Een keerzijde van deze ontwikkeling is dat er schaarste van de woningruimte ontstaat. Het succes van de stad zorgt voor prijsstijgingen van het onroerend goed, hierdoor komt de betaalbaarheid van de woningvoorraad onder druk te staan. Door deze druk op de binnenstad bestaat voor de armere bevolking het risico dat zij de groei niet kunnen bijbenen en hierdoor moeilijk een plek kunnen vinden in Amsterdam (Gemeente Amsterdam, 2015).

5 Beleidsanalyse

In dit hoofdstuk zal aan de hand van beleidsdocumenten van de gemeente Amsterdam besproken worden wat voor beleid de gemeente voert met betrekking tot toerisme, gentrification door toerisme en gevolgen hiervan.

5.1 Balans in de stad

Met betrekking tot het aantrekken van toerisme voert de gemeente Amsterdam niet per se beleid dat neerkomt op het aantrekken van toerisme naar de stad Amsterdam zelf. Het citymarketing bureau van de stad, Amsterdam Marketing, heeft als doel om citymarketing uit te voeren voor de hele Metropool Amsterdam, ook wel MRA (Metropool Regio Amsterdam) genoemd. Door de hele MRA te promoten hopen zij een spreiding van bezoekers en bedrijvigheid in de stad en metropool te zien (I amsterdam, z.j.). Het uitgangspunt van Amsterdam Marketing is een goede balans in werken, wonen en recreëren. MRA is dan ook een plek waar wordt geleerd, geleefd, onderzocht en gewerkt en een plek waar bezoekers (zakelijke- en vrijetijdsbezoekers) zich thuis voelen (I amsterdam, z.j.).

Dat de balans tussen wonen, werken en recreëren centraal staat in het beleid van de gemeente Amsterdam, is ook te zien in de bestuursopdracht 'Stad in Balans'. Stad in Balans is een bestuursopdracht dat vanuit het college van B en W komt (Gemeente Amsterdam, z.j.-b). Stad in Balans gaat groei en toenemende drukte in de stad niet tegen, maar zorgt ervoor dat ze hier grip op krijgen en groei en drukte in balans met de woonfunctie van de stad kunnen houden. Dit in balans houden van de functies van de stad doen ze door middel van maatregelen uit te voeren en het uitvoeren van experimenten in verschillende delen van de stad. Deze maatregelen en experimenten zijn vaak kleinschalig en erop gericht grip op de groei van de stad te krijgen (Gemeente Amsterdam, z.j.-b).

Stad in Balans heeft in 2015 een startdocument opgesteld waar alle plannen voor maatregelen en experimenten in staan. Daarnaast hebben ze in 2016 een voorgangsrapportage uitgebracht waarin de vorderingen staan beschreven (Gemeente Amsterdam, z.j.-b). In deze documenten staat het beleid beschreven dat de gemeente Amsterdam voert met betrekking tot het in balans houden van de toenemende drukte in de stad.

5.1.1 Startdocument Stad in Balans

Om de groei van Amsterdam en de regio in goede banen te leiden, hanteert het college van B en W vier koersen. Ten eerste willen zij de stad groter maken, door bijvoorbeeld bezoekers meer te spreiden en het stimuleren van de ontwikkeling van buurten buiten de binnenstad (Gemeente Amsterdam, 2015). Er zijn al succesvolle voorbeelden hiervan te noemen, zoals de Hallen in West. De populariteit hiervan geeft aan dat er vraag is naar nieuwe plekken die niet in de binnenstad liggen. Ook het promoten van MRA werkt, in 2011 was het aantal internationale bezoekers dat de regio bezocht gestegen met 23% ten opzichte van 2008 (Gemeente Amsterdam, 2015)

Ten tweede zal de stad slimmer gebruikt worden, door gebruik te maken van de vele hoogwaardige kennisinstellingen en nieuwe technologieën. Deze worden ingezet om de stad sneller aan te passen aan veranderende gebruik van de stad (Gemeente Amsterdam, 2015). Voorbeelden hiervan zijn het gebruik maken van technologieën die drukte kunnen meten en voorspellen, waarop vervolgens geanticipeerd kan worden. Een ander voorbeeld is de ruimte slimmer te benutten door gebruiksruidten en gebruikspatronen beter op elkaar af te stemmen (Gemeente Amsterdam, 2015)

Ten derde worden mensen uitgedaagd om anders naar de stad te kijken, door middel van het uitvoeren van experimenten. Het college vindt dat veranderingen in het gebruik van de stad vragen om snelle reacties en om nieuwe invalshoeken en dit willen zij doen door middel van experimenten. Hierbij staat eerst doen en dan pas praten centraal, door het eerst uit te voeren wordt onderzocht of iets werkt, voor wie het werkt en hoe het verbeterd kan worden. Ook wordt het doen van experimenten gezien als een mogelijkheid om afstand te nemen en met een frisse blik naar de stad te kijken (Gemeente Amsterdam, 2015).

Ten vierde roepen ze belangstellenden op om het samen te doen, omdat veel oplossingen in de stad zelf liggen. Dit vraagt dus om verantwoordelijkheid van betrokken partijen, de gemeente kan en wil het niet alleen doen (Gemeente Amsterdam, 2015). Zo zijn initiatieven en ideeën van bewoners, investeerders of ondernemers die bijdragen aan een betere balans in de stad onderdeel van het succes van het programma. Ook staat in het document dat kleine aanpassingen in gedrag veel kunnen bijdragen aan een goede sfeer in de stad, aanpassingen van zowel de bezoekers als van de bewoners (gemeente Amsterdam, 2015).

Het college ziet de groei van de stad als een positieve ontwikkeling, vooral in de context van wereldwijde urbanisatie en de toenemende populariteit van steden. Tegelijkertijd is het college zich er ook van bewust dat schaalvergroting dilemma's en spanningen met zich meebrengen en dit het sociale evenwicht van de stad kan verstoren. Daarom zullen er in het beleid van de gemeente Amsterdam keuzes gemaakt moeten worden (Gemeente Amsterdam, 2015).

Maar voordat er keuzes gemaakt worden, wil de gemeente Amsterdam eerst op kleine schaal experimenten uitvoeren zonder te wachten totdat iedereen het met een beslissing eens is. Voor, tijdens en na ieder experiment worden de ervaringen gemeten. Om dit te meten, is in 2015 een monitor ontwikkeld. Elk experiment wordt voorzien van een nulmeting die de feitelijke waarneming en de beleving van de verschillende doelgroepen waarneemt. Ook worden de resultaten door de tijd heen gevolgd. De aandacht bij experimenten wordt vooral gericht op dingen waar het schuurt, het betrekken van andere delen van de stad en de regio en de uitvoering van experimenten die het draagvlak voor moeilijke keuzes verkennen. De uitvoering van experimenten biedt zo meer inzicht in het draagvlak en het effect van maatregelen. Op basis hiervan kunnen er betere keuzes gemaakt worden (Gemeente Amsterdam, 2015). De experimenten zijn voortgekomen uit reeds voorgenomen acties die in gebiedsplannen uit 2015 en in uitvoeringsagenda's zijn beschreven. Ook dragen zij bij aan het versnellen en testen van voorgenomen beleidsmaatregelen (Gemeente Amsterdam, 2015). Enkele voorbeelden van maatregelen die op korte termijn genomen zullen worden zijn strengere handhaving op wangedrag en overlast van zwerfvuil in de openbare ruimte, structurele capaciteitsvergroting op

de handhaving van illegale verhuur van woningen en experimenten om parken buiten de binnenstad beter te benutten (Gemeente Amsterdam, 2015).

Stad in balans is afhankelijk van maatregelen en beleid op afzonderlijke beleidsterreinen, zoals economie, wonen en ruimtelijke ordening. Om deze reden is het van belang dat er een actieve betrokkenheid is van alle portefeuilles en dat maatregelen van Stad in Balans in samenhang worden gebracht met het eigen beleidsterrein van de portefeuillehouders (Gemeente Amsterdam, 2015). De wethouder Economie, Lucht- en Zeehaven, Monumenten, Kunst en Cultuur, Lokale Media, Deelnemingen en Stadsdeel Centrum is de coördinerend wethouder van Stad in Balans, zij werkt samen met de portefeuillehouders en de bestuurscommissies (Gemeente Amsterdam, 2015).

Bij het vinden van een juiste balans hoopt de gemeente dat de samenwerking tussen beleid en uitvoering en de samenwerking tussen bedrijven, overheid, instellingen en bewoners een belangrijke succesfactor zal zijn. Stad in Balans is dus afhankelijk van veel beleidskaders. In het onderstaande schema in afbeelding 2 wordt weergegeven welk doel van Stad in Balans: groter, slimmer, anders en samen, samenhangt met verschillende beleidskaders (Gemeente Amsterdam 2015).

	Verplaatsen	Verblijven	Recreëren
Groter	Ontwikkelstrategie Uitvoeringsagenda Mobiliteit Agenda Groen Watervisie Strategische agenda toerisme in de MRA 2025 BBROVA Parkeerplan	Ontwikkelstrategie Actieplan Woningbouw Regionale Hotelstrategie Strategische agenda toerisme in de MRA 2025	Kunstenplan City Marketing voor de MRA Regionale Hotelstrategie Agenda Groen Watervisie Actieplan Geluid Strategische agenda toerisme in de MRA 2025
Slimmer	Agenda Duurzaamheid BBROVA	Actieplan Woningbouw Agenda Duurzaamheid	City Marketing voor de MRA Watervisie
Anders	Uitvoeringsagenda Mobiliteit Visie openbare ruimte Parkeerplan OV beleid	Actieplan Woningbouw Ontwikkelstrategie	Uitvoeringsagenda Mobiliteit Agenda Duurzaamheid Watervisie Touringcar beleid
Samen	Uitvoeringsagenda Mobiliteit Actieplan Geluid Strategische agenda Toerisme in de	Actieplan Woningbouw Strategische agenda Toerisme in de MRA 2025	City Marketing voor de MRA Actieplan Geluid Strategische agenda Toerisme in de

Afbeelding 2: Raakvlakken doelen Stad in Balans met beleidskaders. Bron: Gemeente Amsterdam, 2015.

5.1.2 Relatie met ander beleid

Stad in Balans heeft een coördinerende taak, het moet de verschillende aspecten in beleidsterreinen die raken aan Stad in Balans urgentie aanbrengen en aandacht vragen in deze beleidsterreinen voor het thema Balans (Gemeente Amsterdam, 2015). Voorbeelden van beleidsterreinen die raken aan Stad in Balans zijn:

- Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025
- Evenementenbeleid
- Actieplan Woningbouw
- Toeristische verhuur
- Uitvoeringsagenda Mobiliteit
- Actieplan geluid
- Visie Openbare Ruimte
- Watervisie
- Agenda groen

In bijlage 3 wordt een toelichting gegeven op deze beleidsterreinen die raken aan Stad in Balans.

5.1.3 Voortgangsrapportage Stad in Balans

In 2016 is er een voortgangsrapportage van Stad in Balans gemaakt. Hierin worden de ontwikkelingen en ondernomen activiteiten sinds de vaststelling van het startdocument in 2015 door het college van B en W getoond (Gemeente Amsterdam, 2016).

In de rapportage worden voornamelijk de resultaten van 2015 besproken en de aandachtspunten voor 2016. Ook bespreekt de rapportage de experimenten die tot nu toe zijn uitgevoerd in de stad en de experimenten die nog uitgevoerd moeten worden. Daarnaast bespreekt de rapportage welke bijeenkomsten en gesprekken er hebben plaatsgevonden in de stad om de groei van de stad in goede banen te leiden en hierbij de aantrekkelijkheid te behouden. Ook geeft de rapportage inzicht over hoe het met de ontwikkeling van de datamonitor gaat. Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS) heeft een groot deel van de experimenten gemonitord. Ook is Stad in Balans betrokken bij verschillende onderzoeken. Deze worden besproken in de rapportage. Tot slot wordt er in de voortgangsrapportage een inzicht gegeven in de financiën van Stad in Balans (Gemeente Amsterdam, 2016).

5.2 Beleid gentrification door toerisme

De gemeente Amsterdam heeft een aantal vormen van beleid die negatieve effecten van gentrification kunnen tegengaan. In deze paragraaf wordt beleid beschreven op het gebied van vakantieverhuur, woningprijzen en detailhandel, drie aspecten die gentrification kunnen veroorzaken.

-Vakantieverhuur

De gemeente Amsterdam heeft als één van de eerste steden ter wereld beleid voor het reguleren van toeristische verhuur van woningen (Ivens, 2017). Zoals in het vorige hoofdstuk werd beschreven, kan particuliere vakantiehuur voor prijsopdrijving zorgen en dit kan bijdragen aan gentrification in de binnenstad (ING Economisch Bureau, 2017). Ook zullen er door de nieuwe maatregelen weer woningen vrij moeten komen voor bewoners, die door de verhuur aan toeristen van de woningmarkt onttrokken worden (Volkskrant, 2016). Enkele voorbeelden van regels die de gemeente Amsterdam in het vakantieverhuurbeleid heeft opgesteld (Gemeente Amsterdam, z.j.-i) zijn:

- De woning mag maximaal 60 dagen per jaar verhuurd worden
- De woning wordt uitsluitend verhuurd door de hoofdbewoner
- Er moet toeristenbelasting en inkomstenbelasting betaald worden
- De woning mag aan maximaal vier personen verhuurd worden
- Er mag geen overlast zijn

De gemeente Amsterdam werkt op dit moment aan een meldplicht voor iedereen die zijn woning verhuurt aan toeristen. Als de meldplicht wordt aangenomen, zal dit ook onderdeel worden van de regels. Het college van B en W wil dit op 1 oktober 2017 invoeren. Op dit moment moet hier nog een besluit over genomen worden en kan men inspraak hebben over de plannen. Als de meldplicht ingevoerd gaat worden, moeten alle verhuurders die via een platform (waarvan Airbnb de bekendste is) verhuren elke verhuur vooraf online melden bij de gemeente (Gemeente Amsterdam, z.j.-g)

De Gemeente Amsterdam wil daarnaast meer inzetten op de handhaving van illegale verhuur. Illegale verhuur houdt in dat de verhuurders van kamers die zich niet aan bovenstaande regels houden. Deze worden aangepakt omdat de onttrekking van woningen aan de woningvoorraad onacceptabel is (Gemeente Amsterdam, 2015). Er is een meldlijn waar mensen illegale vakantieverhuur kunnen melden, dus als de verhuur van een woning aan toeristen niet voldoet aan de opgestelde regels (Gemeente Amsterdam, z.j.-i). Ook maakt de gemeente Amsterdam steeds meer afspraken met Airbnb om de handhaving van illegale verhuur te verbeteren, zij zijn onder andere bereid om gegevens van overtreders met de gemeente te delen en gebruikers aan de regels van Amsterdam te laten houden. De gemeente Amsterdam wil deze hulp ook graag van andere bedrijven waarop particulier wordt verhuurd (Bouma & Gualthérie Van Weezel, 2017). Met de meldplicht kan de gemeente Amsterdam daarnaast het heft ook in eigen handen nemen (Bouma & Gualthérie Van Weezel, 2017).

Doormiddel van dit beleid probeert de gemeente Amsterdam de negatieve gevolgen van vakantieverhuur terug te dringen, namelijk de stijgende huizenprijzen (ING Economisch Bureau, 2017) en de overlast die verhuur geeft (Bouma & Gualthérie Van Weezel, 2017).

-Stijging woningprijzen

De gemeente Amsterdam is bezig met het opstellen van de Woonagenda 2025, die in de zomer van 2017 zal worden besproken in de gemeenteraad (Gemeente Amsterdam, z.j.-j). De woningmarkt staat onder druk in alle segmenten. Amsterdam heeft daarom een aantal beleidsplannen, beleidsprogramma's en doelstellingen opgesteld ten aanzien van het wonen en bouwen in Amsterdam. Het is gericht op meer bouwen, kwalitatief goede woningen en betaalbare woningen voor alle doelgroepen (Gemeente Amsterdam, 2016).

De Woonagenda 2025 gaat over geheel Amsterdam. De gemeente Amsterdam heeft ook de Woonvisie Amsterdam tot 2020 opgesteld. Hierin staat het gebied Centraal stedelijke zone beschreven, waaronder ook de binnenstad valt. Hierin wordt beschreven dat in dit gebied de stijging van de marktwaaarde en de vastgoedprijzen bovengemiddeld hoog zijn en dat men voor sociale huurwoningen veel woonduurjaren moet hebben opgebouwd (Gemeente Amsterdam, 2009). Het probleem in dit gebied is dat er op dit moment steeds minder ruimte is voor de middengroepen, omdat er of woningen in het sociale segment of in het dure segment worden verhuurd of dat het koopwoningen zijn (Gemeente Amsterdam, 2009). Naar aanleiding van deze

problemen worden er een aantal ambities in de Woonvisie beschreven. Voorbeelden van deze ambities zijn het behoud van een groot deel van kleine, oude woningen, aanbod voor het middensegment creëren en het bestrijden van illegale hotels en woonfraude (Gemeente Amsterdam, 2009)

-Verandering detailhandel

De gemeente Amsterdam heeft in 2012 de ruimtelijke detailhandelsbeleidsnota 'Amsterdam Winkelstad: Een kwaliteit aan winkelgebieden 2011-2015' vastgesteld. Deze gold tot 2015, voor het nieuwe tijdvak is gestart met onderzoek in hoeverre dit geactualiseerd moet worden. Tot die tijd vigeert de oude beleidsnota nog (Gemeente Amsterdam, z.j.-h).

Volgens de gemeente Amsterdam (z.j.-h) is ondernemerschap een belangrijke motor voor de economie van Amsterdam. Detailhandel maakt het vestigingsklimaat en bezoekmotief aantrekkelijker voor toeristen, bedrijven en mensen die naar Amsterdam willen komen. Omgekeerd dragen toeristen, bedrijven en mensen die in Amsterdam komen of zich vestigen ook bij aan het economisch draagvlak voor het winkelbestand. Ook zorgen winkels voor levendigheid, sociale cohesie, inkomsten en een gevoel van veiligheid (Gemeente Amsterdam, z.j.-h).

De hoofddoelstellingen van het ruimtelijke detailhandelsbeleid van 2011-2015 (Gemeente Amsterdam, z.j.-h) waren:

- Het gevarieerde winkelmilieu van Amsterdam versterken en borgen
- De fijnmazige structuur van winkelgebieden met aanbod in dagelijkse goederen versterken en borgen

Met deze hoofddoelstellingen zou de kwaliteit van winkelgebieden in Amsterdam vergroot moeten worden. Door de variatie van het winkelaanbod wordt Amsterdam aantrekkelijker voor bewoners en bezoekers en ook blijven door de tweede doelstelling de winkels ook op korte afstand toegankelijk. Daarnaast wordt de kans op meer werkgelegenheid groter door de komst van meer bewoners en bezoekers (Gemeente Amsterdam, z.j.-h). Om deze doelstellingen te verwezenlijken, heeft de gemeente Amsterdam een aantal beleidshoofddlijnen opgezet die hieraan een bijdrage kunnen leveren. De inzet hiervan varieert per winkelgebied (Gemeente Amsterdam, z.j.-h).

5.3 Overig beleid

Naast beleid van de gemeente Amsterdam met betrekking tot toerisme, gentrification door toerisme en de gevolgen hiervan voor de stad die hierboven besproken zijn, zijn er ook nog een aantal overige vormen van beleid van de gemeente Amsterdam die met dit onderwerp te maken hebben. Een aantal van deze beleidsvormen zijn:

-Toeristenbelasting

Toeristenbelasting wordt betaald als iemand tegen vergoeding een overnachting aanbiedt aan een persoon die niet in de gemeente Amsterdam woont. In 2017 is in Amsterdam het tarief van toeristenbelasting 5% van de overnachtingsvergoeding (Gemeente Amsterdam, z.j.-d). Het college

heeft echter een maatregel getroffen met betrekking tot toeristenbelasting om overlast en hinder voor bewoners te beperken en om de bezoekers meer te spreiden. Er zijn nu twee verschillende tarieven voor de lokale toeristenbelasting. Binnen de ring van Amsterdam geldt een tarief van 6% per nacht en buiten de ring en boven het IJ geldt een tarief van 4% per nacht (Gemeente Amsterdam, z.j.-c).

-Voetgangersbeleid

De gemeente Amsterdam kent nog geen actief voetgangersbeleid, maar voetgangers worden wel steeds belangrijker in de binnenstad. Daarom let de gemeente Amsterdam wel op dat er bijvoorbeeld geen obstakels in het voetgangersgebied staan en zetten ze zich in voor een lint van pleinen die verbonden worden doormiddel van voetgangersroutes. Ook kijkt het stadsdeel per buurt, straat en plein waar verbetering voor voetgangers mogelijk is. Daarnaast zijn er een aantal gebieden die autoluw of autovrij ingericht worden. Hiermee wil het stadsdeel voldoende doorloopruimte bieden in drukke straten en moeten voetgangersstromen zo min mogelijk conflicteren met doorgaand snelverkeer (Gemeente Amsterdam, z.j.-f).

-Project Rode Loper

De Rode Loper is een investering in het opnieuw inrichten van de openbare ruimte in de binnenstad. Ook loopt een deel van de Rode Loper in Stadsdeel Zuid. Amsterdam wil met dit project haar historische entree klaar maken voor de toekomst. Het doel hiervan is het realiseren van aangename pleinen, riante winkelstraten en wandelpromenades (Gemeente Amsterdam, z.j.-e). De Rode Loper loopt vanaf het Damrak tot en met de Ferdinand Bolstraat, via het Beursplein, Rokin, Muntplein en de Vijzelgracht. Gemeente Amsterdam wil met de Rode Loper een visuele eenheid creëren. Wel heeft elk deelgebied een eigen uitstraling en karakter, maar is daarnaast herkenbaar als onderdeel van de Rode Loper (Gemeente Amsterdam, z.j.-e).

6 Resultaten interviews

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de analyse van de interviews besproken worden. Tijdens de interviews zijn vragen gesteld over de oorzaken en gevolgen van de toename van toerisme, veranderingen in de binnenstad van Amsterdam door de toename van toerisme en over beleid van de gemeente Amsterdam met betrekking tot deze onderwerpen. In de interviews met de bewoners lag de focus vooral op de oorzaken en gevolgen van toerisme en de veranderingen, terwijl in het interview met de medewerkers van de gemeente vooral de focus lag op het beleid dat de gemeente voert. Wel zijn er in beide soorten interviews over alle onderwerpen minstens een aantal vragen gesteld. De verschillende interviewguides zijn te vinden in bijlage 1.

In dit hoofdstuk zal de structuur van de interviews aangehouden worden. Als eerste worden de oorzaken en gevolgen van de toename van toerisme besproken. Als tweede worden de veranderingen besproken, waaronder ruimtelijke veranderingen, veranderingen in woning- en winkelaanbod en sociale veranderingen vallen. Als derde zal het beleid en de invloed van het beleid van de gemeente Amsterdam beschreven worden. Ook wordt hierbij de indruk die de bewoners van de gemeente hebben beschreven. Op deze manier worden per onderwerp de resultaten uit de verschillende interviews weergegeven.

6.1 Oorzaken en gevolgen

In de eerste sub-paragraaf worden de oorzaken van de toename van toerisme besproken die door de respondenten genoemd zijn als belangrijkste oorzaken. Het toenemen van toerisme zorgt voor meer toeristen in de stad, wat directe gevolgen met zich meebrengt voor bewoners en ook voor de binnenstad. Deze zullen worden besproken in de tweede sub-paragraaf. De gevolgen hebben te maken met het gedrag van toeristen in de binnenstad en de effecten die zij met zich meebrengen.

6.1.1 Oorzaken toename toerisme

Op de vraag wat de meest waarschijnlijke oorzaken van de toename van toerisme in de binnenstad van Amsterdam zijn, sprong er één antwoord uit die vrijwel iedereen benoemde: dat het een wereldwijd fenomeen is. Dat de toename van toerisme niet typisch iets is in Amsterdam, maar dat het in steden overal ter wereld gebeurt. Er zijn verschillende aspecten die gelinkt worden aan de wereldwijde toename van toerisme. Dit zijn zaken als de toename van goedkopere vluchten, de toename van het inkomen van de wereldwijde bevolking, het groter worden van de middenklasse in landen als China en India en de over het algemeen toegenomen mobiliteit van mensen. Al deze aspecten leiden tot de toename van toerisme wereldwijd en in Amsterdam.

Ook Amsterdam zelf heeft bepaalde ontwikkelingen doorgemaakt waardoor de stad steeds meer toeristen aantrekt. Volgens de respondent 1, communicatiemedewerker van de gemeente Amsterdam, is de citymarketing die de gemeente Amsterdam een tijd lang heeft gevoerd onder de slogan 'i amsterdam' vrij succesvol geweest. Dit was vooral het geval tijdens de financiële crisis. In die tijd waren alle steden in Nederland bezig met het binnenhalen van toerisme en in

Amsterdam is dit goed gelukt. Doordat ook tijdens de crisis de toerisme toenam in Amsterdam, is Amsterdam vrij goed door de crisis heen gekomen. Doordat het in die tijd goed ging met Amsterdam, had het college van B en W pas laat door dat de toestroom van toeristen wel erg snel toenam.

‘En dat was ook waardoor het college het eigenlijk pas vrij laat in de gaten kreeg dat het zo hard liep, want het was crisis dus iedereen had zoiets van: die bezoekers moeten komen, want dat is goed. En toen ineens ging het een beetje te goed.’

Respondent 1, communicatiemedewerker van de gemeente (2017).

Na de crisis is de toename nog sterker geworden, door het succes van de citymarketing. Volgens respondent 2, medewerker van de gemeente, komt deze extra grote toename na de crisis ook omdat mensen nu weer geld hebben om te reizen. De voorspellingen over de toename van toerisme gaan sinds het einde van de crisis loodrecht omhoog.

In het interview met de gemeente werd ook verteld dat er een aantal gebeurtenissen in 2013 hebben plaatsgevonden die Amsterdam veel publiciteit hebben gegeven. In dat jaar werden namelijk het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum weer geopend na vele jaren dicht te zijn geweest en de grachtengordel werd UNESCO Werelderfgoed. Deze gebeurtenissen hebben Amsterdam nog extra aantrekkelijk gemaakt voor toeristen.

Ook is de populariteit van Amsterdam te danken aan de mix van wonen, werken en bezoeken. Dit is wat toeristen vaak zo leuk vinden aan Amsterdam. Een voorbeeld hiervan is dat bezoekers het leuk vinden om bewoners om negen uur 's ochtends op hun fiets naar hun werk zien gaan. De mix moet echter wel in balans blijven en niet doorslaan naar een kant.

Waar Amsterdam ook bekend van is, is het tolerante karakter dat heerst in de stad. Dit komt volgens respondent 4 onder andere door het gedoogbeleid wat betreft cannabisgebruik en het beeld over de stad dat alles er kan en mag.

‘Dat je gewoon jezelf kon zijn, dat iedereen zich hier veilig voelde en dat het een hele vrije stad is waar alles kon.’

Respondent 4, bewoner (2017).

Dit idee van een tolerante stad waar alles kan en mag trekt een bepaald soort toeristen aan, namelijk toeristen die met name komen om feest te vieren. Dit zijn volgens respondent 3 voornamelijk vrijgezellenfeesten en andere groepen mensen. Dit tolerante karakter zorgt er dus voor dat de stad een aantrekkingskracht heeft op een bepaalde groep mensen.

6.1.2 Gedrag toeristen in de binnenstad

In de interviews met de bewoners zijn een aantal vragen gesteld over hoe de bewoners staan tegenover bepaalde gedragingen van toeristen. Hierin kwamen ook de toeristen in terug die naar Amsterdam komen om te feesten, zoals hierboven beschreven. De bewoners staan erg negatief tegenover dit soort toerisme, met name omdat deze toeristen niet komen omdat ze geïnteresseerd zijn in de stad zelf maar omdat ze de stad willen gebruiken als decor voor hun feest. De binnenstad wordt hierdoor minder begaanbaar voor bewoners. Respondent 5 vergelijkt

de binnenstad met een soort pretpark, omdat het voor bewoners niet meer echt toegankelijk is en het alleen nog maar voor bezoekers is bedoeld.

‘Die mensen hebben ook helemaal geen idee dat wij dat echt helemaal niet leuk vinden. Zij hebben reuze lol, maar als je dat zoals wij bewoners dus ieder weekend urenlang achter elkaar dat gedrag aan moeten horen, brallend en lallend door de stad, dan denk ik van nah, nee.’

Respondent 3, bewoner.

Verschillende respondenten stellen dat er net zo goed een replica van de binnenstad gebouwd zou kunnen worden ergens buiten Amsterdam, zodat toeristen daar hun feest kunnen vieren. Deze toeristen komen namelijk vaak alleen maar om te blowen en alcohol te drinken en niet om de stad zelf te bekijken.

Een ander punt dat in de interviews ter sprake kwam was de ophoping van toeristen bij bepaalde bezienswaardigheden. Over het algemeen hadden de bewoners daar niet zoveel moeite mee, ze vinden het alleen zonde van de tijd van de toeristen. Amsterdam heeft volgens hen meer te bieden dan alleen de bezienswaardigheden. Respondent 6 heeft soms ook een minder welkom gevoel bij plekken als het Rijksmuseum door de grote hoeveelheden toerisme die zich daar ophopen. Respondent 5 geeft aan dat deze ophopingen en rijen voor bezienswaardigheden ook enige overlast voor bewoners kunnen opleveren, als ze bijvoorbeeld het fietspad blokkeren.

Maar over het algemeen hebben de bewoners niet zoveel problemen met dit soort toeristen, omdat zij wel geïnteresseerd zijn in de cultuur van Amsterdam in tegenstelling tot de toeristen die komen om te feesten. Hetzelfde geldt voor toeristen die individueel of in kleine groepen komen. Meerdere respondenten noemen dat het leuk is om met zulke toeristen contact te hebben. In tegenstelling tot met groepen toeristen hebben ze momenten meegemaakt dat ze interessante gesprekken met individuele toeristen hadden.

‘Ik geloof ook wel dat de individuele toerist niet als een bezwaar gezien wordt door de bevolking, maar het zijn juist de groepen.’

Respondent 3, bewoner (2017).

6.1.3 Overlast door toerisme

Overlast van personen

In de interviews kwam vaak naar voren dat bewoners overlast ervaren dat door toeristen veroorzaakt wordt. Naar een aantal vormen van overlast is specifiek gevraagd, zoals geluidsoverlast, overlast van vervuiling en overlast van personen. Gedurende het interview kwamen ook nog een aantal andere vormen van overlast naar voren.

In de belangrijkste uitgaansgebieden in de binnenstad zoals het Rembrandtplein en de Wallen is er veel geluidsoverlast volgens de bewoners. Deze geluidsoverlast is het ergste in het weekend na één uur 's nachts. Op die momenten is er veel geschreeuw in het gebied te horen. De geluidsoverlast komt volgens de respondenten voornamelijk door groepen die het uitgaansleven in Amsterdam verkennen. Over het algemeen komt de meeste overlast van groepen personen,

vooral groepen jongere toeristen. Respondent 4 heeft aan dat groepen ook intimiderend kunnen zijn, vooral als ze dronken zijn. Dit veroorzaakt wel eens overlast bij bewoners.

Daarnaast ervaren veel van de respondenten ook overlast van blowende mensen en groepen. Respondent 4 geeft aan dat toeristen niet met drugs om kunnen gaan, ze weten niet hoe ze het verantwoordelijk moeten gebruiken.

Iedereen wil blowen en de grenzen worden daardoor heel erg verlegd en mensen denken ook dat in Amsterdam alles kan en mag. Zeg maar alsof er geen regels zijn, alsof er geen mensen wonen hier. Hier moet alles kunnen.

Respondent 4, bewoner (2017).

Respondent 5 benoemt dat blowen het enige waar hij in zijn woonomgeving wel eens overlast van ervaart door toeristen. Het gaat hierbij vooral om groepjes toeristen die voor zijn deur of op de stoep rondhangen en aan het blowen zijn.

Overlast van vervuiling

Groepen feestende toeristen veroorzaken ook overlast door middel van kotsen, wildplassen en wildpoepen. Respondent 3 vertelde dat, omdat zij in een rustige straat woont, toeristen haar trapje naar de kelder vaak als toilet gebruikten. Ieder weekend vond ze daar kots, plas en poep. Samen met burens die hier ook last van hadden hebben ze verdrijvingslampen aangeschaft die aanspringen als er iemand in de buurt van de trap komt. Hierdoor is de overlast ervan een stuk minder geworden. De reden dat toeristen dit soort overlast veroorzaken komt met name omdat als ze gedronken hebben, het hen allemaal niet meer uitmaakt. Dan gaan mensen overal plassen en kotsen volgens respondent 3.

Vooraf respondent 4 gaf aan dat er in de binnenstad erg veel overlast is van vuilnis op straat. Hij geeft aan dat er overal bergen afval op straat liggen in de binnenstad en dat vuilnisbakken vaak overvol zitten omdat ze niet vaak genoeg leeggehaald worden. Vooral op de Dam is het erg:

‘De Dam, ons nationale plein, moet je voor de grap kijken: het is ’s avonds op het monument één grote tyfusbende. Dat is echt gewoon schandalig, als ik het zie dan denk ik: hier wil ik gewoon niet eens meer lopen.’

Respondent 4, bewoner (2017).

Mensen die in vakantiewoningen verblijven, bijvoorbeeld via Airbnb, gooien vaak vuilniszakken op straat volgens respondent 4. Dit doen zij omdat het huis vaak leeg moet als zij vertrekken en er geen andere oplossing voor hebben. Het vuilnis wordt echter niet elke dag opgehaald dus dit blijft op straat liggen. Soms zijn deze vuilniszakken volgens zelfs kapotgetrokken en ligt het vuilnis overal op straat. Dat dit zo’n overlast geeft, maakt volgens respondent 6 veel toeristen niet uit. Zij zijn bezig met blowen, drinken en feesten en dan geeft men daar minder om.

Overlast door vervoersmiddelen

Toeristen komen vaak aan in de stad met touringcars en maken ook graag een rondvaart met een rondvaartboot. Het parkeren van deze touringcars en het in- en uitstappen bij deze touringcars en

rondvaartboten kan veel overlast veroorzaken voor bewoners. Doordat dit op drukke punten in de binnenstad gebeurt, zorgt het voor een opeenhoping van mensen op die plekken. Daarnaast zorgen de touringcars voor veel fijnstof in de stad. Dit levert op sommige punten overlast op, zoals in de Valkenburgerstraat, waar respondent 4 woont. Ook verkeerd geparkeerde touringcars leveren overlast op in het gebied waar hij woont.

Andere vervoersmiddelen die overlast veroorzaken in de binnenstad zijn taxi's. Respondent 4 vertelt dat in de binnenstad recent kentekenonderzoek is gedaan en daaruit is gebleken dat er op de Wallen 's nachts twee keer zoveel verkeer is als overdag en driekwart van dat verkeer is taxi's. Ook in de straat waar respondent 4 woont is 's nachts de helft van het verkeer taxi's. Deze taxi's zorgen voor overlast, omdat zij asociaal gedrag tonen. Ook zorgen zij voor een agressieve sfeer in de binnenstad.

'Een waanzinnige hoeveelheid taxi's die alleen maar rondjes rijden, asociaal zijn, fietsers omver rijden, je voor homo uitschelden, echt een heel ongemanierde groep binnenstadgebruikers.'

Respondent 4, bewoner (2017).

Naast dat de taxi's asociaal gedrag vertonen, zorgen ze door de grote hoeveelheid waarmee ze zijn ook voor de toename van fijnstof in de binnenstad.

Botsingen met toeristen

Wat als laatste als punt van overlast werd genoemd in de interviews zijn botsingen met toeristen. Zoals bijvoorbeeld hierboven al beschreven, botsingen met toeristen die op een fietspad in de rij staan voor een bezienswaardigheid. Ook vinden er regelmatig botsingen plaats met toeristen die aan het fietsen zijn. Respondent 4 is vorig jaar bijvoorbeeld aangereden door een groep Spanjaarden die in tegengestelde richting fietsten op een drukke straat. Zulke botsingen gebeuren volgens hem bijna dagelijks.

6.2 Veranderingen in de binnenstad

Deze paragraaf gaat over veranderingen die in de binnenstad van Amsterdam plaatsvinden, mede door de komst van toeristen. Als eerste zullen de ruimtelijke veranderingen besproken worden. Vervolgens zal er in worden gegaan op de verandering van het woning- en winkelaanbod en het aandeel dat toeristen en vakantieverhuur hierin hebben. Als laatste zal er in worden gegaan op de sociale veranderingen in de binnenstad waarbij de nadruk ligt op sociale cohesie en sociale veiligheid.

6.2.1 Ruimtelijke veranderingen

In de binnenstad wordt de ruimte voor auto's en fietsers steeds kleiner, terwijl er meer ruimte komt voor voetgangers. Respondent 3 noemt als voorbeeld de Dam, waar auto's en fietsers in beide richtingen samengaan op een smalle weg. Het is de laatste jaren vooral het autoverkeer dat minder wordt in de binnenstad. De meeste respondenten vinden het verminderen van

autoverkeer in de binnenstad een vooruitgang. Ook respondent 5 vindt het meer ruimte maken voor voetgangers en fietsers een goede ontwikkeling:

‘Meer ruimte voor de fietser en de voetganger, ik denk dat dat wel een methode is om de stad, de binnenstad, leefbaarder te houden. En als je dan toch de toeristenstroom moet gaan controleren of gaan faciliteren denk ik dat dat dan een goede ontwikkeling is, ook voor bewoners.’

Respondent 5, bewoner (2017).

Naast het verminderen van autoverkeer, wordt ook het terrassenbeleid en het huurfietsenbeleid aangepast door de gemeente Amsterdam. Dit heeft als gevolg dat terrassen maar een paar meter van de stoep mogen gebruiken en dat huurfietsen niet meer op stoepen geplaatst mogen worden. Hierdoor wordt er op de stoepen ruimte voor voetgangers gecreëerd.

Respondent 6 geeft juist aan dat zij vindt dat er teveel ruimte voor horeca is in de binnenstad, wat ten koste gaat van ruimte voor voetgangers. Dit komt doordat er bijvoorbeeld terrassen op brugvleugels worden toegestaan. Zij vindt dat de gemeente in die zin meer aandacht besteedt aan de wensen van toeristen en de toeristenindustrie dan aan die van de bewoners van de binnenstad.

Ook zijn er bepaalde plekken in de binnenstad waar ruimte voor fietsers juist plaats maakt voor auto's. Respondent 4 geeft aan dat de gemeente in zijn buurt het fietsen wil ontmoedigen zodat er meer ruimte is voor autoverkeer. Ze willen autoverkeer en fietsers op die plek scheiden. Hij vindt dit jammer, omdat hierdoor het autoverkeer alleen maar toeneemt.

Dat er over het algemeen meer ruimte voor voetgangers is in de binnenstad, betekent ook dat er meer ruimte voor toeristen is omdat zij zich vaak ter voet verplaatsen. Respondent 4 noemt deze toename van ruimte voor toeristen dubbel, maar is zelf wel voorstander van het creëren van meer ruimte voor voetgangers en het autovrij maken van de binnenstad. Een project dat de gemeente Amsterdam volgens respondent 2 in werking heeft gesteld ten behoeve van voetgangersruimte voor toeristen, is de Rode Loper. Deze Rode Loper loopt van het Damrak naar de Heineken Experience en is bedoeld om meer voetgangerspaden voor toeristen te creëren. Dit is namelijk een gebied dat veel wordt belopen door toeristen.

6.2.2 Verandering woning- en winkelaanbod en vakantieverblijf

Toename winkelaanbod voor toeristen

In de interviews werd vaak genoemd dat het winkelaanbod in de binnenstad erg aan het veranderen is. Er verdwijnen steeds meer dagelijkse voorzieningen en andere soort winkels voor bewoners, zoals bakkers en boekwinkels. Hiervoor in de plaats komen winkels die zich vooral richten op toeristen. Een soort winkel die veel genoemd werd door respondenten zijn wafel- en Nutellawinkels. Ook kaaswinkels voor toeristen, souvenirwinkels en winkels die Tours and Tickets verkopen zijn steeds meer te zien in het straatbeeld. In de buurt waar respondent 6 woont, tussen de Wallen en het Rembrandtplein, zijn afgelopen jaar ongeveer 70 winkels veranderd in toeristenwinkels.

Volgens respondent 1 zit hier wel een grijs gebied tussen. Het is niet duidelijk of bijvoorbeeld een koffiewinkel gericht is op toeristen of op bewoners. Maar het is wel duidelijk dat er in de binnenstad een verschuiving van het winkelaanbod plaatsvindt.

Het beeld van Amsterdam met allerlei kleinschalige winkeltjes en bedrijfjes verdwijnt op deze manier, noemt respondent 4. Hiermee verdwijnt volgens hem ook het evenwicht van het winkelaanbod. Het winkelaanbod is de afgelopen jaren door de komst van toeristenwinkels erg gehomogeniseerd. Ook het verloop van winkels is hoog, volgens respondent 5 zijn er veel winkels die het proberen in de binnenstad, maar vervolgens niet rond kunnen komen en weer moeten sluiten. Verschillende respondenten spreken over een verschraving van het winkelaanbod in de binnenstad. Er is er ook sprake van een verschuiving van de functie van de binnenstad door dit veranderende winkelaanbod:

‘De functie van de stad en met name de binnenstad verandert heel erg, van functies die voor bewoners zijn naar functies die speciaal voor toeristen zijn. Ik kan tal van voorbeelden noemen waar ik en velen met mij niet op zitten te wachten, maar wat de toerist hartstikke leuk vindt om naartoe te gaan. Ik denk dat daar dus vooral de focus op ligt.’

Respondent 5, bewoner (2017).

Afname sociale huurwoningen en toename investeringen

Er worden in de binnenstad veel sociale huurwoningen verkocht. Dit komt omdat coöperaties willen blijven bouwen. Daarom verkopen ze hun huizen die het meeste waard zijn en deze zitten in de binnenstad. De sociale woningvoorraad is inmiddels onder de 25% gezakt in de binnenstad, terwijl het vroeger bekend stond om de grote voorraad sociale woningbouw. Volgens respondent 6 is er over dit onderwerp veel discussie tussen partijen in de stad, de ene partij vindt dat de sociale woningen verkocht moeten worden zodat er meer woningen voor middengroepen op de markt komen en de andere partij neemt het op voor mensen die nu in sociale huurwoningen wonen en door de verkoop ervan de binnenstad uit moeten.

Naast dat er veel sociale woningbouw wordt verkocht, wordt er ook veel geïnvesteerd in panden in de binnenstad. Dit wordt zowel gedaan door binnenlandse als buitenlandse investeerders. Respondent 2 zegt dat er in de binnenstad op dit moment veel panden door investeerders worden opgekocht en direct worden verhuurd aan toeristen of aan iemand die het aan toeristen gaat verhuren. Ook respondent 4 benoemt dat er veel huizen worden gekocht om direct te verhuren en er dus geld aan te verdienen. Hij zegt dat veel huizen in de binnenstad gebruikt worden als exploitatiemiddel.

Vakantieverhuur

Veel van deze huizen die opgekocht worden door investeerder worden dus gebruikt om aan toeristen te verhuren. Meestal wordt dit gedaan via sites als Airbnb. Er is wel een verschil tussen mensen die hun huis verhuren aan toeristen. Er zijn huizen die volledig aan toeristen worden verhuurd, zonder dat de eigenaar aanwezig is in het pand. Ook zijn er huizen waarin de eigenaar van het pand een gedeelte van het huis verhuurd en er zelf ook woont. Daarnaast is er een onderscheid te maken tussen verhuurders die zich aan de door de gemeente opgestelde regels

houden en verhuurders die zich niet aan de regels houden. In dat laatste geval is er sprake van illegale verhuur.

Respondent 3 is zelf verhuurder via Airbnb en verhuurt een kamer in haar huis aan toeristen. Zij noemt zichzelf een 'brave host' en zij zegt dat er nog veel meer mensen zijn die zich aan de regels houden. Bij haar komen dan ook niet de toeristen die naar Amsterdam komen om te feesten, maar vaak toeristen die de stad willen bekijken en waar ze leuk contact mee kan hebben.

Over het algemeen wordt het particulier verhuren aan toeristen gezien als een vorm van overlast, omdat er veel toeristen zijn in Amsterdam die komen om te feesten en daardoor vaak voor overlast voor omwonenden zorgen. Respondent 6 vindt dat er een grote fout is gemaakt door het verhuren van gehele woningen aan toeristen toe te staan. Doordat er in deze woningen geen toezicht is, kan dat veel overlast opleveren. Deze overlast is veel minder als de verhuurder zelf ook in de woning woont, omdat er dan wel toezicht is.

'Dat heeft minder overlast omdat die persoon die daar woont ook naar bed wil en ook om 7 uur op moet. Dus die gaat het niet goed vinden dat ze met zijn allen zitten te gillen beneden, of boven. Of zitten te blowen.'

Respondent 6, bewoner (2017).

In Amsterdam gelden bepaalde regels voor het verhuren van woningen aan toeristen. Er zijn echter veel verhuurders die deze regels ontwijken. Respondent 1 beschrijft bijvoorbeeld dat er mensen zijn die een pand kopen als investering en het vervolgens continue verhuren. Er zijn hierdoor woningen die elke dag vol zitten met toeristen. Volgens respondent 4 is het voor verhuurders makkelijk om de regels te ontwijken en je woning dus illegaal te verhuren. Om het ontwijken van de regels moeilijker te maken, is de gemeente Amsterdam van plan om vanaf 1 oktober 2017 een meldplicht voor verhuurder in te voeren. Respondent 1 en 2 hopen dat door deze meldplicht de toezicht op vakantieverhuur makkelijker wordt en wordt het moeilijker wordt om illegaal te verhuren. Op dit moment bestaat er ook een meldlijn waarop mensen de hele dag kunnen bellen als ze merken dat er in een woning sprake is van illegale verhuur. Hier wordt dan vervolgens een team op afgestuurd en de verhuurder krijgt een boete. Volgens respondent 2 is het aantal uitgedeelde boetes erg gestegen.

Stijging huizen- en winkelprijzen

Een van de oorzaken die genoemd is in de interviews voor het verdwijnen van voorzieningen van bewoners, is de stijging van de huurprijzen van panden. Deze voorzieningen krijgen het moeilijk omdat de huurprijzen omhooggaan en kunnen daardoor niet meer rondkomen. Eigenaren van panden kunnen veel meer huur vragen aan winkels die gericht zijn op toerisme, beschrijft respondent 3. Respondent 6 benoemt dit ook, dat bijvoorbeeld wafel- en Nutellawinkels wel de hoge huren kunnen betalen. Volgens haar is het een vraag hoe deze winkels wel de hoge huren kunnen betalen.

'Die wafelwinkels betalen het grif. Dus of dat allemaal koosjer is, ik weet het niet. De buurtbewoners denken er het hunne van. Want afgezien van de weekenden, dus vanaf donderdagavond, dan is het wel vol maar gewoon overdag niet. Wie wil er dan een wafel? En het

zijn er veel, ze zitten allemaal achter elkaar. Dus wij vragen ons af hoe die de huren kunnen betalen.'

Respondent 6, bewoner (2017).

Volgens respondent 4 stijgen de waardes van winkelpanden, woningen en bedrijfspanden sinds de crisis enorm in de binnenstad, namelijk met 20 tot 50% per jaar. De WOS-waardes stijgen in geheel Amsterdam gemiddeld met 15,6% per jaar, maar in de binnenstad is dit tussen de 20 en 25% per jaar.

Ook de prijzen van woningen stijgen dus in de binnenstad. Respondent 5 zegt dat hij merkt dat doordat er steeds meer huizen als investeringsobject worden opgekocht, ook door de lage rente, de prijzen stijgen. Het is volgens hem op dit moment een goede investering om een huis te kopen en vervolgens te verhuren. Het is aantrekkelijk om te investeren in panden en omdat dat zoveel gedaan wordt, vindt er een stijging van de prijzen plaats.

De stijging van de woningprijzen komt niet alleen door de toename van investeringen en de verkoop van sociale huurwoningen, maar ook door de enorme vraag van woningen in de binnenstad. De bevolking van Amsterdam stijgt volgens respondent 6 elk jaar met 10.000 inwoners die allemaal moeten wonen, waardoor er woning schaarste ontstaat. Er wordt wel bijgebouwd, maar ook van deze woningen zijn de prijzen hoog. Een gevolg van deze stijging van prijzen en de schaarste die respondent 6 noemt is dat er in de binnenstad bijna geen woningen voor de middengroepen inkomens zijn.

Doordat de prijzen zo hoog komen te liggen, is het voor sommige mensen niet meer mogelijk om in de binnenstad te wonen. Zoals hierboven al genoemd, worden sociale huurwoningen verkocht en zijn de oude bewoners genoodzaakt uit de binnenstad te vertrekken door de hoge prijzen van andere woningen. Ook voor mensen uit het middensegment is het moeilijk om in de binnenstad te blijven wonen. Respondent 4 noemt een voorbeeld van burens van hem die na tien jaar door gezinsuitbreiding een grotere woning nodig hebben. De woningwaarde van hun huis is in die tien jaar gestegen, maar doordat dat in de hele binnenstad het geval is kunnen ze niks anders vinden dat groter en betaalbaar is. Hierdoor zijn ze genoodzaakt in Diemen, dus buiten de binnenstad te gaan wonen.

Ook veel winkels in de binnenstad met voorzieningen voor bewoners kunnen de huren die omhoog gaan niet betalen. Verschillende respondenten konden een voorbeeld noemen van een winkel bij hen in de buurt die dicht moest omdat de eigenaar de huur niet kon betalen. Respondent 5 zegt dat dat bij hem in de buurt heel veel gebeurt:

'Dat gebeurt trouwens bij mij in de buurt ook, steeds meer winkels houden het hoofd niet meer boven water, als het geen keten is in ieder geval. Dan komt er weer iets nieuws in en die probeert het dan ook weer. De verloop is groot.'

Respondent 5, bewoner (2017).

Omwonenden van die winkels die moeten sluiten demonstreren daar vaak tegen, maar dit is tevergeefs. Als huurbazen meer huur kunnen vragen, zullen ze dit ook doen volgens respondent 3. Het gaat hun uiteindelijk om het geld dat binnenkomt, zij willen er ook aan verdienen.

6.2.3 Sociale veranderingen

Sociale cohesie

Over de verandering van de sociale cohesie in de binnenstad hebben de respondenten verschillende meningen. Het wordt uit de interviews ook duidelijk dat het per buurt of straat verschilt. Wat voor een vermindering van de sociale cohesie zorgt, is vakantieverhuur en vooral illegale verhuur. Bij de gemeente krijgen ze volgens respondent 1 vooral de klacht van mensen dat ze doordat de woning naast hun het hele jaar verhuurd wordt, hun burens niet meer kennen. Er zitten altijd andere mensen in de woning. Respondent 6 noemt een voorbeeld van een straat in de binnenstad waar nu nog maar drie mensen wonen, de rest wordt verhuurd aan toeristen. Zij hebben dus nog maar weinig burens. Het niet kennen van je burens zorgt ervoor dat de bewoners een minder gevoel van sociale cohesie hebben.

Op sommige plekken in de binnenstad is deze vermindering echter niet of minder merkbaar. Respondent 6 zegt dat de sociale cohesie in haar buurt niet minder wordt door de toename van toerisme. Respondent 3 vertelt dat het in haar straat wel een beetje afneemt, maar dat zij er ook aan werkt om het in stand te houden. Ze plannen bijvoorbeeld een straatfeest om de nieuwe mensen die er zijn komen wonen te leren kennen en bij het geheel te betrekken. Zij denkt dat de afname van sociale cohesie in de binnenstad niet specifiek iets is van de binnenstad van Amsterdam, maar dat dat overal is en iets is van deze tijd.

‘Jongere mensen hebben allemaal twee banen en vroeger werkte de een en de ander zat thuis dus die gingen bij elkaar koffie drinken enzo. Ik denk dat dat een verandering is in het hele sociale klimaat in de wereld, dat de cohesie er een beetje uitgaat. Daar moet je af en toe even aan werken met elkaar.’

Respondent 3, bewoner (2017).

Sociale veiligheid

Ook over de verandering van de sociale veiligheid verschilden de meningen. De meeste respondenten merkten niet echt een verandering van de sociale veiligheid door de toename van toerisme. Respondent 1 vertelde dat veel mensen die zij hierover sprak zeiden dat zij zich juist veilig voelen door de vele toeristen, omdat er altijd mensen op straat zijn. De meeste respondenten voelen zich ook bijna nooit onveilig in de binnenstad. Er wordt vanuit de gemeente ook moeite gedaan om de sociale veiligheid te behouden volgens respondent 3, zij vertelt dat er regelmatig enquêtes vanuit de gemeente komen over sociale veiligheid en dat er een buurtregisseur in haar buurt is waar ze contact mee hebben. In haar buurt lopen daarnaast ook veel handhavers rond.

Wel werd er opgemerkt dat er een verandering van de sociale veiligheid plaatsvindt op plekken waar veel woningen verhuurd worden aan toeristen. Volgens respondent 4 komt dit doordat vroeger mensen in de buurt en de straat elkaar automatisch corrigeerden als er wat gebeurde op straat. Maar als er veel woningen in de buurt verhuurd worden aan toeristen zijn er minder mensen die er wat van zeggen als er iets gebeurt op straat.

6.3 Beleid gemeente Amsterdam

In deze paragraaf staat het beleid dat de gemeente voert ten opzichte van verschillende onderwerpen centraal. Als eerste zal de citymarketing van de gemeente Amsterdam besproken worden. Daarna zal beleid op het gebied van overlast door toerisme, ruimtelijke inrichting, het woning- en winkelaanbod en sociale veranderingen beschreven worden. Als laatste zal de rol en de invloed van de gemeente Amsterdam in het algemeen besproken worden. Hierin wordt bijvoorbeeld besproken hoe de bewoners staan tegenover het beleid van de gemeente en hoe de gemeente zelf denkt over de rol en invloed van hun beleid.

6.3.1 Citymarketing

De citymarketing van Amsterdam is succesvol geweest in het aantrekken van toeristen naar de stad, volgens respondent 1. Zelfs tijdens de crisis bleef het aantal toeristen toenemen en na de crisis was de toename zelfs nog sterker. De gemeente Amsterdam is dus vrij succesvol geweest in het aantrekken van toeristen. Omdat de sterke toename van toerisme ook negatieve effecten met zich meebrengt, is de gemeente een andere weg in geslagen met de citymarketing. Er gaat minder geld vanuit de gemeente naar Amsterdam Marketing, het marketingbureau van Amsterdam. Er wordt nu minder gericht op het aantrekken van alle soorten toerisme en ze staan niet meer op beurzen om goedkope reizen en tripjes naar Amsterdam te promoten. Waar er nu vooral op gefocust wordt, is het aantrekken van zakelijke bezoeken. Onder deze bezoekers vallen bijvoorbeeld mensen die naar de RAI en naar congressen gaan.

‘De verschuiving is van we promoten dat iedereen kan komen naar promotie voor een bepaald type bezoeker.’

Respondent 1, communicatiemedewerker gemeente Amsterdam (2017).

Daarnaast bleek uit het interview met respondent 1 en 2 dat er meer aandacht wordt besteed door de gemeente en Amsterdam Marketing aan de verspreiding van bezoekers over andere buurten rondom het centrum. Door deze buurten te promoten hoopt de gemeente dat bezoekers niet allemaal alleen naar de binnenstad komen. Ook wordt er samengewerkt met gemeentes rondom Amsterdam, om de Metropool Regio Amsterdam (MRA) te promoten. Respondent 1 en 2 noemen dat er bijvoorbeeld samengewerkt wordt met Haarlem en Zandvoort om toeristen meer te spreiden naar die gebieden. Ook worden bijvoorbeeld namen van plekken veranderd om meer toeristen hiernaartoe te lokken. Zandvoort heet bijvoorbeeld Amsterdam Beach en het Muiderslot wordt Amsterdam Castle genoemd. Volgens respondent 1 werkt dit soort promotie erg goed, de bezoekersaantallen in deze plaatsen rondom Amsterdam stijgen enorm. Op deze manier probeert de gemeente Amsterdam met de toename van toerisme om te gaan.

6.3.2 Overlast

De gemeente Amsterdam is volgens respondent 1 van mening dat er maatregelen tegen de overlast van toerisme genomen moeten worden. In deze maatregelen moeten de bewoners voorop staan. Een speerpunt voor de gemeente hierin is het intact houden van de balans in de stad tussen wonen, werken en bezoeken.

‘Dus dat is nu de opgave, om te zorgen dat die mix, die gezonde mix van bewonen, werken en bezoeken, dat die intact blijft en dat die niet gaat doorslaan naar de ene of de andere kant.’

Respondent 1, communicatiemedewerker gemeente Amsterdam (2017).

In de interviews werden enkele voorbeelden genoemd van beleid dat de gemeente voert ten opzichte van overlast door toerisme en het in stand houden van deze balans. Het touringcarbeleid en beleid voor rondvaartboten wordt bijvoorbeeld aangepast, om ophopingen van toeristen in de binnenstad te voorkomen. Ook is de gemeente bezig met het creëren van meer voetgangersgebied voor toeristen zodat er meer ruimte is voor deze groep gebruikers van de stad. Ook gaat er veel meer geld van de gemeente naar handhaving dan een paar jaar geleden. Als laatste probeert de gemeente ook overlast van illegale verhuur tegen te gaan door het opzetten van de meldlijn en het invoeren van de meldplicht.

6.3.3 Ruimtelijke inrichting

Op het gebied van ruimtelijke inrichting voert de gemeente beleid waarbij gefocust wordt op de toename van ruimte voor voetgangers. Een voorbeeld van uitvoering van beleid waar de gemeente mee bezig is, is het creëren van de Rode Loper. Hierbij wordt er ruimte voor voetgangers gemaakt op de route die veel toeristen lopen. Ook worden het terrassenbeleid en het huurfietsenbeleid aangescherpt zodat er meer ruimte op de stoepen beschikbaar komt voor voetgangers. Op sommige plekken wordt er echter nog wel meer ruimte aan auto's gegeven, zoals hierboven genoemd wordt over de Valkenburgerstaat.

Waar de gemeente Amsterdam ook mee bezig is, is het verplaatsen van de opstapplaats van rondvaartboten. Op dit moment gebeurt dat nog veel op het Damrak. Daar vlakbij stoppen ook veel touringcars om mensen in en uit te laten stappen. Dit zorgt voor ophopingen, met name omdat dit een erg druk deel van de binnenstad is. Daarom wil de gemeente de opstapplaats van rondvaartboten verplaatsen naar bijvoorbeeld Muiden of het Westelijk Havengebied. Vervolgens kunnen de boten vanaf daar de binnenstad in varen. Daarnaast willen ze ook de opstapplaats van touringcars de binnenstad uit verplaatsen.

6.3.4 Woning- en winkelaanbod en vakantieverhuur

Op het gebied van de verandering van het woning- en winkelaanbod spelen een aantal ontwikkelingen waar de gemeente geen grip op heeft. Respondent 1 noemt als voorbeeld dat de gemeente investeerders niet kan verbieden te investeren in panden in de binnenstad. Die invloed heeft de gemeente niet en de gemeente kan niet zomaar alles verbieden.

‘Dat denken mensen vaak, dat de gemeente heel veel kan, overal alle beslissingen over neemt en één geoliede machine is, maar dat valt allemaal reuze mee.’

Respondent 2, medewerker gemeente Amsterdam (2017).

De gemeente kan wel maatregelen nemen tegen illegale verhuur, blijkt uit het interview met respondent 1 en 2. Als maatregel tegen illegale verhuur heeft de gemeente een meldlijn opgezet die de gehele dag bereikbaar is. Deze kun je bellen als je het idee hebt dat een woning illegaal wordt verhuurd. Deze maatregel werkt goed, het aantal ontdekte illegaal verhuurde woningen is erg gestegen. Als een eigenaar van een woning betrapt wordt op illegale verhuur, worden de

toeristen eruit gezet en krijgt de eigenaar een boete. Deze boete is inmiddels al gestegen van 13.000 euro naar 20.000 euro.

Ook zal er per 1 oktober een meldplicht worden ingevoerd door de gemeente, wat inhoudt dat mensen die hun woning willen verhuren aan toeristen dit eerst moeten melden. Hierdoor zal de toezicht op vakantieverhuur verbeteren volgens respondent 1 en zal de gemeente een beter beeld hebben van de verhuur van woningen.

Naast het beleid voor particuliere verhuur, heeft de gemeente Amsterdam ook het hotelbeleid aangepast. Respondent 1 vertelt dat dit beleid inhoudt dat er geen nieuwe hotels bij mogen komen tenzij deze voldoen aan strenge eisen. Deze eisen houden in dat het niet in het centrum mag. In gebieden buiten het centrum mogen alleen hotels komen als ze voldoen aan strenge milieueisen en als ze mensen uit de buurt met een afstand tot de arbeidsmarkt aannemen. Op deze manier moet het dus iets opleveren voor de buurt. Er worden op dit moment echter in het centrum nog nieuwe hotels bijgebouwd, omdat daar een vergunning voor was gegeven voordat het nieuwe hotelbeleid werd vastgesteld. Hierdoor is het resultaat van het nieuwe beleid niet direct zichtbaar.

6.3.5 Sociale veranderingen

Sociale veranderingen zoals de verandering van de sociale cohesie en de sociale veiligheid houdt de gemeente in gaten door het doen van onderzoeken in de binnenstad met bijvoorbeeld enquêtes. De gemeente Amsterdam houdt zich dus bezig met sociale veranderingen via onderzoek en het publiceren van cijfers over sociale cohesie en sociale veiligheid. Daarnaast heeft de gemeente bijvoorbeeld contact met ondernemers in de binnenstad via een Whatsappgroep, om direct met elkaar contact te kunnen hebben als er iets aan de hand is.

6.3.6 Rol gemeente in het algemeen

De bewoners vinden over het algemeen dat de gemeente een lakse houding aanneemt. Respondent 4 is van mening dat de gemeente de gevolgen van de toename van toerisme niet handhaaft en dat ze er eigenlijk niks aan doen. Ook schiet de gemeente volgens hem tekort op het schoonhouden van de stad. Respondent 5 vindt dat de gemeente wel iets meer zou mogen laten zien aan de bewoners van wat zij doen tegen de gevolgen van toerisme, hij heeft zelf het gevoel dat de gemeente weinig doet om de toeristen in toom te houden. Op de vraag wat de houding van respondent 6 tegenover de gemeente is, antwoordt zij:

‘Afwachten en onderzoeken en kijken en niks doen.’

Respondent 6, bewoner (2017)

Ook geeft zij aan dat de gemeente vooralsnog niks doet en dat ze zeggen dat ze de toeristen niet kunnen tegenhouden.

Respondent 3 heeft het idee dat de gemeente wel naar de bewoners luistert, door bijvoorbeeld het houden van enquêtes. Zij heeft echter wel het gevoel dat de gemeente achter de feiten aanloopt. Respondent 4 is het daar ook mee eens, hij zegt dat de gemeente dingen laat gebeuren en mislukken en dan denkt: wat nu? Dit duidt allemaal op een lakse houding en het geen grip hebben van de gemeente.

Dat de gemeente geen grip heeft op bepaalde zaken, geven respondent 1 en 2 ook aan. Het is voor de gemeente ook niet mogelijk om grip te hebben op elke situatie. De gemeente probeert volgens respondent 1 echter wel waar het kan maatregelen te nemen en de bewoners hierin voorop te zetten. Voorbeelden uit het interview van maatregelen die de gemeente neemt om de gevolgen van de toename van toerisme in bedwang te houden zijn vooral het aanpassen van bepaald beleid over verschillende onderwerpen.

7 Conclusie

In dit hoofdstuk zullen de belangrijkste conclusies uit het onderzoek besproken worden. Dit zal worden gedaan door het beantwoorden van de hoofdvraag en de deelvragen die zijn opgesteld in hoofdstuk 1. De resultaten die zijn verkregen in het onderzoek zullen hierbij worden gekoppeld aan de theorie.

De eerste deelvraag die gesteld wordt in het onderzoek luidt als volgt: *‘Wat zijn de oorzaken van het toenemen van toerisme in de binnenstad van Amsterdam?’* Het is duidelijk dat een van de belangrijkste oorzaken van het toenemen van toerisme wereldwijd de toenemende mobiliteit van de wereldbevolking is. Deze toegenomen mobiliteit komt doordat mensen wereldwijd meer te besteden hebben en reizen goedkoper en makkelijker is geworden. Dit kwam ook in de theorie naar voren, dat voornamelijk stedelijk toerisme erg is toegenomen sinds de jaren tachtig van de vorige eeuw door de toegenomen mobiliteit van personen en de toename van goedkope vluchten. Deze oorzaken gelden ook voor Amsterdam, Amsterdam is een goed bereikbare stad en het is vrij goedkoop om er te komen.

Ook nieuwe business concepten hebben invloed op de oorzaak van de toename van toerisme. Zoals hierboven al genoemd is het redelijk goedkoop om in Amsterdam te komen, dit komt met name door nieuwe concepten als low-budget vliegmaatschappijen en goedkope Europese buslijnen. Ook nieuwe concepten van vakantieverblijf op sites als Airbnb hebben invloed op de toename van toerisme. Deze concepten zorgen voor een groter en gevarieerder aanbod van verblijfsmogelijkheden en dat trekt extra toeristen aan.

Een reden waarom toerisme specifiek in Amsterdam toeneemt, is het succes van de citymarketing van Amsterdam. Ook tijdens de financiële crisis bleef het aantal toeristen stijgen, dus de gemeente Amsterdam zag dit als een positieve ontwikkeling voor de economie van de stad. Na de crisis bleef het aantal toeristen maar stijgen en werden ook de gevolgen duidelijk voor de gemeente.

Als laatste kan geconcludeerd worden dat doordat het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum na een lange periode van sluiting weer geopend zijn en de grachtengordel UNESCO werelderfgoed is geworden, Amsterdam meer belangstelling heeft gekregen. Deze gebeurtenissen hebben voor extra publiciteit voor de stad gezorgd.

De deelvraag die hierop volgt is: *‘Wat zijn de kenmerken van gentrification veroorzaakt door toerisme?’* Kenmerken van gentrification door toerisme die door Minoia (2017) beschreven worden, zijn als volgt: hogere woningprijzen waardoor de lage- en middenklasse wordt buitengesloten van hun recht tot de stad, het verdwijnen van producties en voorzieningen uit de stad en een reorganisatie van de mobiliteit van dagelijkse forenzen. Ook beschrijft Gotham (2005) dat wijken waar sprake is van gentrification door toerisme wijken zijn die tot de middenklasse behoren en soms al eerder gegentrificeerd zijn. Door gentrification veroorzaakt door toerisme veranderen deze wijken vervolgens in relatief rijke en exclusieve wijken waar veel entertainmentindustrie te vinden is en plaatsen die vooral voor toeristen zijn ingericht (Gotham, 2005).

Uit de data die is verkregen in het onderzoek kan geconcludeerd worden dat de meeste van deze kenmerken ook te zien zijn in de binnenstad van Amsterdam. In Amsterdam is een stijging van winkel- en woningprijzen te zien en hierdoor zijn sommige bewoners en ondernemers genoodzaakt een ruimte te zoeken buiten de binnenstad omdat ze het niet meer kunnen betalen om er te wonen. Daarnaast verdwijnen er steeds meer voorzieningen uit de binnenstad die gericht zijn op bewoners en komen hier voorzieningen voor toeristen voor in de plaats. Dit zorgt voor een verdwijning van een bepaald soort voorzieningen. Van een reorganisatie van de mobiliteit van dagelijkse forenzen is niet per se sprake in de binnenstad van Amsterdam. Er wordt echter wel veel veranderd aan de infrastructuur in de binnenstad, waarbij ruimte voor voetgangers centraal staat en de ruimte voor fietsers en automobilisten soms in het nauw komt. Dit is dus wel te koppelen aan een reorganisatie van de mobiliteit van dagelijkse forenzen, omdat de infrastructuur van de stad steeds meer op voetgangers, waarvan een groot deel toeristen is, wordt gericht.

Naast deze ontwikkelingen speelt overlast van toerisme ook een grote rol in de binnenstad van Amsterdam. Dit wordt ook gezien als een kenmerk van gentrification door toerisme, omdat vooral bewoners last hebben van deze overlast en de woonkwaliteit van de binnenstad hierdoor achteruit gaat. Deze overlast draag bij aan het feit dat er in de binnenstad nog meer invloed is van toerisme, ten koste van de bewoners.

Voordat toerisme een grote rol ging spelen in de binnenstad was de binnenstad al een wijk die tot de middenklasse behoorde en had er al een vorm van gentrification plaatsgevonden. Dat gentrification door toerisme dus vaak gebeurt in dit soort wijken, geldt voor Amsterdam ook. Amsterdam is na de komst van grote hoeveelheden toeristen veranderd in een relatief rijke wijk door de stijging van de woningprijzen. Ook begint de binnenstad steeds meer te lijken op een plek die exclusief voor toeristen is en minder voor bewoners, mede door de grote entertainmentindustrie en buurten die gericht zijn op toeristen. Ook dit kenmerk van gentrification door toerisme is dus van toepassing op de binnenstad van Amsterdam.

Met deze kenmerken is ook de derde deelvraag te beantwoorden: *‘Wat zijn de gevolgen van gentrification veroorzaakt door de toename van toerisme in de binnenstad van Amsterdam?’* De gevolgen van gentrification door toerisme in de binnenstad van Amsterdam zijn dus een stijging van winkel- en woningprijzen, met gevolg dat bepaalde winkels en bewoners het niet meer kunnen betalen om zich in de binnenstad te vestigen en moeten vertrekken. Ook de verandering van voorzieningen gericht op bewoners naar voorzieningen gericht op toeristen is een gevolg. Door deze verandering van voorzieningen en ook door overlast, verandert de binnenstad in een plek die eigenlijk meer voor toeristen dan voor bewoners bedoeld is. Hierdoor verslechtert de woonfunctie van de binnenstad. Als laatste is het veranderen van de infrastructuur en ruimtelijke inrichting een gevolg van gentrification door toerisme. Er komt meer ruimte voor voetgangers in de binnenstad, omdat toeristen veel gebruik maken van voetgangerspaden. Dit gaat op sommige plekken ten koste van ruimte voor fietsers en auto's.

In tegenstelling tot wat Walks & Maaranen (2008) beschrijven over opwaardering door gentrification, blijkt uit het onderzoek dat er over het algemeen geen opwaardering plaatsvindt van de binnenstad. Bewoners vinden de veranderingen die er plaatsvinden niet positief en de binnenstad transformeert niet tot een betere en aantrekkelijke woonplaats. Om die reden zou het

proces dat plaatsvindt in de binnenstad ook omgekeerde gentrification genoemd kunnen worden. Er vindt dus wel een economische opwaardering plaats door de stijging van de woningprijzen en de toenemende inkomsten uit de toeristenindustrie, maar er vindt geen opwaardering van de leefbaarheid voor bewoners plaats.

De vierde deelvraag is als volgt: *‘Wat voor beleid heeft de gemeente Amsterdam met betrekking tot toerisme en gentrification?’* Uit het onderzoek naar beleidsdocumenten van de gemeente Amsterdam en het interview met de twee medewerkers van de gemeente is gebleken dat de gemeente met verschillende soorten beleid grip probeert te krijgen op de toename van toerisme en de gevolgen daarvan. De focus van de gemeente ligt hierbij op het behouden van de balans tussen wonen, werken en bezoeken in de binnenstad. Een belangrijk document dat de gemeente met betrekking tot dit onderwerp heeft opgesteld is ‘Stad in Balans’. In dit document staan maatregelen en experimenten beschreven die de gemeente wil gaan uitvoeren om te balans in de stad te houden. Ook de raakvlakken met andere beleidsterreinen wordt besproken in dit document. Deze maatregelen en experimenten worden vooral op kleinere schaal uitgevoerd in de stad. Veel overig beleid dat de gemeente voert ten behoeve van toerisme en gentrification door toerisme is ook beleid op een kleinere schaal.

De laatste deelvraag is: *‘Wat is de invloed van het toerisme en gentrification beleid van de gemeente Amsterdam op gentrification veroorzaakt door toerisme en de overeenkomstige nieuwe business concepten?’* Uit de interviews kan geconcludeerd worden dat de gemeente met betrekking tot toerisme en gentrification door toerisme niet heel veel invloed uitoefent met beleid op deze twee onderwerpen. Dit komt vooral doordat de gemeente niet op alles wat er gebeurt grip heeft. Daarnaast vinden veel bewoners dat de gemeente zich actiever mag opstellen in plaats van afwachten, kijken wat er gebeurt en dan pas handelen. Als de gemeente een meer proactieve houding aan zou nemen, kan de gemeente meer invloed hebben met hun beleid volgens de bewoners.

De gemeente probeert vooral met kleinschalige maatregelen en experimenten oplossingen te vinden voor problemen die zich voordoen. De invloed van deze maatregelen is echter niet goed te merken voor veel bewoners, die hebben het idee dat de gemeente niet veel doet. Dit geldt vooral voor maatregelen met betrekking tot overlast door toerisme.

De gemeente is wel bezig met het doorvoeren van hardere maatregelen tegen illegale verhuur. Via de meldlijn en de meldplicht wordt toezicht op illegale verhuur makkelijker en kan de invloed van de gemeente groter worden. Door de invoer van de meldplicht kan de gemeente beter toezicht gaan houden op wat er in de stad particulier verhuurd wordt, via sites als Airbnb. Op deze manier probeert de gemeente invloed uit te oefenen op dit soort nieuwe business concepten. Maar over het algemeen is het moeilijk voor de gemeente om hier invloed op uit te oefenen, omdat sites als Airbnb moeilijk zijn om mee samen te werken en vaak hun eigen belangen voorop zetten.

Het blijkt dat ook op nieuwe business concepten als goedkope vluchten en busreizen de gemeente weinig invloed heeft. Het enige wat de gemeente Amsterdam doet om dit zo veel mogelijk te beperken is het stoppen van de stad promoten als een goedkope bestemming en een bestemming voor korte tripjes.

Aan de hand van de beantwoording van deze deelvragen kan de hoofdvraag beantwoord worden. De hoofdvraag luidde als volg: *Hoe vindt gentrification veroorzaakt door toerisme plaats in de binnenstad van Amsterdam en wat is de invloed van beleid van de gemeente Amsterdam hierop?*

Uit het onderzoek valt te concluderen dat de kenmerken van gentrification door toerisme die Minoia (2017) noemt vrijwel allemaal van toepassing zijn op de binnenstad van Amsterdam. Ten eerste vindt er dus een economische opwaardering plaats. De prijzen van winkels en woningen stijgen. Ook de omzet van voorzieningen voor toeristen stijgt door de toename van toerisme. Een gevolg van de stijging van woningprijzen is echter dat het voor mensen uit de lage- en middenklasse moeilijker wordt om in de binnenstad te kunnen wonen. Dit komt ook door de verkoop van sociale huurwoningen.

Ten tweede is er sprake van een verandering van het voorzieningsniveau, waarbij voorzieningen die voor bewoners bedoeld zijn verdwijnen uit de binnenstad en plaats maken voor voorzieningen die voornamelijk voor toeristen bedoeld zijn. Op deze manier verschuift de functie van de binnenstad steeds meer richting een functie gericht op toeristen en minder op bewoners. Deze verschuiving is ook te zien aan de verandering van de ruimtelijke inrichting, die ook steeds meer op toeristen wordt ingericht door meer ruimte voor voetgangers te creëren.

Dat de woonfunctie van de binnenstad achteruit gaat, is ook te merken aan de overlast als gevolg van de toename van toerisme. Bewoners ervaren veel overlast door toeristen. Op deze manier wordt het voor bewoners minder prettig om er te wonen en gaat dus de woonkwaliteit en woonfunctie achteruit.

Er vindt in de binnenstad dus een economische opwaardering plaats, maar geen algemene opwaardering van de binnenstad als woonomgeving. Dit maakt dat de binnenstad niet aantrekkelijker als woonomgeving, terwijl dit normaal gesproken bij gentrification wel het geval is. Panden worden daarom vaak opgekocht door investeerders die deze voornamelijk verhuren aan toeristen, in plaats van gehuurd of gekocht door nieuwe bewoners. Hierdoor kan geconcludeerd worden dat deze vorm van gentrification eerder op omgekeerde gentrification lijkt. Er vindt dus wel een economische opwaardering plaats, maar de woonkwaliteit gaat achteruit. De binnenstad wordt hierdoor wel aantrekkelijker voor toeristen, maar niet voor bewoners.

Het tweede gedeelte van de hoofdvraag gaat over de invloed van het beleid van de gemeente Amsterdam op gentrification door toerisme. Uit het onderzoek kan worden geconcludeerd dat het beleid van de gemeente Amsterdam vooral het uitvoeren van maatregelen op kleiner schaalniveau inhoudt, waar bewoners over het algemeen niet veel van merken. Het doel van deze maatregelen is invloed te hebben op de balans van wonen, werken en bezoeken.

Op veel zaken die te maken hebben met gentrification door toerisme heeft de gemeente echter niet veel invloed. De gemeente kan namelijk weinig doen aan het stijgen van de prijzen van woningen en het toenemen van investeringen in panden. Wel begint de gemeente met hun beleid steeds meer invloed op illegale verhuur te krijgen doormiddel van de meldlijn en de meldplicht. Op punten waar het kan probeert de gemeente dus invloed uit te oefenen, maar dit is volgens de bewoners vaak nog niet genoeg. Het blijkt dat zij vooral last hebben van de non-actieve houding van de gemeente, omdat de gemeente pas ingrijpt als de gevolgen erger worden. Hieruit kan

geconcludeerd worden dat de bewoners liever een proactieve houding van de gemeente zouden zien zodat zij eerder invloed kunnen uitoefenen met hun beleid.

8 Discussie

In dit hoofdstuk zullen aanbevelingen worden gedaan voor verder onderzoek, evenals aanbevelingen over de invloed van beleid op gentrification door toerisme. Daarna zal er een kritische reflectie gegeven worden op de resultaten en het proces van het onderzoek.

8.1 Aanbevelingen

Uit de conclusie is gebleken dat er gentrification plaatsvindt dat door toerisme wordt veroorzaakt. Deze soort van gentrification is echter niet helemaal te vergelijken met gentrification in het algemeen doordat er geen opwaardering van de leefbaarheid voor bewoners plaatsvindt. Er vindt echter wel een economische opwaardering plaats, waardoor het toch onder gentrification geplaatst kan worden. Een aanbeveling voor verder onderzoek naar gentrification veroorzaakt door toerisme kan zijn om meer en dieper onderzoek te doen naar dit onderwerp. Er is tot nu toe weinig onderzoek gedaan naar hoe toerisme gentrification kan veroorzaken en de literatuur hierover zou uitgebreid kunnen worden. Verder onderzoek naar dit onderwerp kan door dezelfde casus dieper te onderzoeken, maar kan ook door een andere casus te onderzoeken waar net als in Amsterdam een sterke toename van toerisme is.

Een andere aanbeveling die gedaan kan worden is om hetzelfde onderzoek een aantal jaren later te herhalen. Op dit moment nemen het aantal toeristen, de vastgoedprijzen, het aantal voorzieningen voor toeristen en de overlast die hierbij komt kijken erg toe. Het is mogelijk dat dit gaat stabiliseren of juist sterker wordt op lange termijn. Het kan interessant zijn om op lange termijn te onderzoeken op wat voor manier gentrification door toerisme dan voorkomt en wat de gevolgen op dat moment zijn.

Ook de rol van de gemeente Amsterdam tegenover toerisme en gentrification door toerisme is interessant. Door de tijd die beschikbaar was voor dit onderzoek was het echter niet mogelijk om én gentrification door toerisme én de rol van de gemeente uitvoerig te onderzoeken. Een aanbeveling voor verder onderzoek is om de rol van de gemeente Amsterdam ten opzichte van deze onderwerpen verder te onderzoeken om erachter te komen wat de invloed precies is en hoe de gemeente meer invloed zou kunnen hebben.

Naast aanbevelingen voor verder onderzoek zijn er ook aanbevelingen te geven over de invloed van beleid van de gemeente Amsterdam op gentrification door toerisme. Wat vaak voorkwam in de interviews met bewoners was dat de gemeente Amsterdam geen proactief beleid voert maar vooral achteraf handelt. Een aanbeveling voor de gemeente Amsterdam is om een meer proactief beleid te voeren met betrekking tot de gevolgen van de toename van toerisme en niet zolang af te wachten en een onderzoekende houding aan te nemen totdat de gevolgen echt merkbaar zijn. Op deze manier zou de invloed die beleid heeft op de binnenstad van Amsterdam vergroot kunnen worden.

Een andere aanbeveling aan de gemeente Amsterdam is om bewoners goed voor te lichten over het beleid dat zij voeren. Wat respondent 1, communicatiemedewerker van de gemeente Amsterdam, zelf aangaf en wat ook in de interviews met bewoners naar boven kwam is dat bewoners soms niet zoveel merken van het beleid dat de gemeente voert, maar dat er wel degelijk wat wordt gedaan op sommige vlakken. Door goede voorlichting kan ontevredenheid onder bewoners gedeeltelijk opgelost en voorkomen worden.

8.2 Kritische reflectie

Toerisme heeft een grote impact op de binnenstad van Amsterdam en het brengt verschillende gevolgen met zich mee. In dit onderzoek kwamen een aantal gevolgen van toerisme en gentrification door toerisme naar voren. Maar omdat het zo'n complex thema is, is het de vraag of dit alle gevolgen zijn en of dit dus wel een realistische weergave is. Ook hebben toerisme en gentrification raakvlakken met veel verschillende soorten beleid. In dit onderzoek is slechts een vrij algemeen overzicht van beleid en de invloed daarvan gegeven terwijl het raakvlakken kan hebben.

Daarnaast zijn er slechts 4 bewoners geïnterviewd. Ondanks dat deze respondenten allemaal in een andere buurt van de binnenstad wonen is er geen representatief beeld gekregen van hoe de gehele bevolking van de binnenstad over dit thema denkt en wat de gevolgen per buurt zijn. De gevolgen per buurt kunnen namelijk verschillen, is gebleken uit het onderzoek. Dit zou opgelost kunnen worden door een groter onderzoek te doen met meer dan 4 diepte-interviews om een representatiever beeld te krijgen. Ook zou er gebruik gemaakt kunnen worden van kwantitatief onderzoek met vragenlijsten naast kwalitatief onderzoek met diepte-interviews, om een betere uitspraak te kunnen doen over de gehele bevolking van de binnenstad. Hiermee zou echter de diepte uit het onderzoek kunnen verdwijnen, doordat er met enquêtes niet diep wordt ingegaan op bepaalde zaken. Het onderzoek zal dus verbeterd kunnen worden door een grotere groep respondenten te nemen om een betere uitspraak te kunnen doen over de hele binnenstad. Daarnaast kan dieper ingaan op de gevolgen en de invloed van beleid het onderzoek verbeteren.

Er deden zich tijdens het uitvoeren van het onderzoek ook een aantal problemen voor. Een van de grootste problemen waar tijdens het onderzoek tegenaan werd gelopen was het vinden van bewoners om te interviewen. Bewoners zijn lastig te benaderen omdat deze moeilijk te vinden zijn via het internet. Ook tonen ze vaak weinig interesse als ze benaderd worden. Er zijn veel bewonersorganisaties in de binnenstad van Amsterdam, maar ook hier kwam weinig respons vandaan. Uiteindelijk zijn de meeste respondenten gevonden via bewonersplatforms op Facebook of via mailcontact.

Een ander probleem dat zich voordeed gedurende het onderzoek was het onderwerp gentrification door toerisme. Omdat er nog maar weinig onderzoek gedaan is naar dit fenomeen en er verschillende definities mogelijk zijn, was het moeilijk om een goede definitie en vraagstelling vast te stellen.

Doordat er in het onderzoek geen gebruik is gemaakt van een grote groep respondenten die de hele binnenstad representeert, is het moeilijk om een uitspraak te doen over elke buurt in de binnenstad. Er is een beeld verkregen over wat er gebeurt in de binnenstad als gevolg van de toename van toerisme en gentrification door toerisme, maar of dit geldt voor de hele binnenstad blijft onzeker.

De uitkomsten van dit onderzoek zouden gebruikt kunnen worden in steden waar hetzelfde proces als in Amsterdam gaande is. Er zijn meer steden in Europa waar de toename van toeristen die komen voor het bezoeken van highlights of voor het uitgaansleven van de stad sterk is. In dit soort steden zouden de uitkomsten van dit onderzoek gebruikt kunnen worden of zou eenzelfde soort onderzoek uitgevoerd kunnen worden.

9 Literatuurlijst

Ashworth, G. J., Tunbridge, J. E. (2011). *The Tourist-Historic City. Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. New York: Routledge.

Atkinson, R. (2003). Introduction: Misunderstood Saviour or Vengeful Wrecker? The Many Meanings and Problems of Gentrification. *Urban Studies*, 40(12), 2343-2350. doi: 10.1080/0042098032000136093

Blokke, B. & Lonkhyuzen van, L. (2016). Airbnb en Amsterdam sluiten deal over illegale woningverhuur. NRC. Geraadpleegd op 16-03-2017, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/12/01/airbnb-en-amsterdam-sluiten-deal-over-illegale-woningverhuur-a1534433>

Borsekova, K. & Vanova, A. & Vitalisova, K. (2017). Building Kosice European Capital of Culture: Towards a Creative City? In C. Paquinelli, N. Bellini (Red.), *Tourism in the city. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 193-206). Zwitserland: Springer.

Bouma, K. & Gualthérie Van Weezel, T. (2017, 4 mei). Amsterdam slaat slag in strijd tegen inwoners verplicht verhuur melden. *Volkskrant*, opgevraagd op 08-06-2017 van <http://www.volkskrant.nl/binnenland/amsterdam-slaat-slag-in-strijd-tegen-airbnb-inwoners-verplicht-verhuur-te-melden~a4492531/>

Braun, E. (2008, 30 oktober). *City Marketing: Towards an Integrated Approach* (No. EPS-2008-142-ORG). *ERIM Ph.D. Series Research in Management*. Erasmus Research Institute of Management. Opgevraagd op 16-06-2017 van <http://hdl.handle.net/1765/13694>

Camrag, N. (2017). Museumification of Historical Centres: The Case of Frankfurt Altstadt Reconstruction. In C. Paquinelli, N. Bellini (Red.), *Tourism in the city. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 165-178). Zwitserland: Springer.

CBS. (2017). *Kerncijfers wijken en buurten 2004-2016*. Opgevraagd op 16-05-2017 van <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/nederland-regionaal/wijk-en-buurtstatistieken/kerncijfers-wijken-en-buurten-2004-2016>

Clerval, A. & Fleury, A. (2012). Urban Policy and Gentrification. A Critical Analysis Using the Case of Paris. In L. Diappi (Red.), *Emergent Phenomena in Housing Markets. Gentrification, Housing Search, Polarization* (pp. 151-170). Heidelberg: Springer.

Coleman, S., Crang, M. (2002). *Tourism: Between Place and Performance*. New York, Oxford: Berghahn Books.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

De Nijs, K. & Zevenbergen, J. (2014). Amsterdam: het nieuwe Venetië?. *AGORA Magazine*, 30(4), 12-15.

Diappi, L. & Bolchi, P. (2013). Redevelopments and Gentrification: A MAS Model of the Urban Housing Market in Milan. In L. Diappi (Red.), *Emergent Phenomena in Housing Markets. Gentrification, Housing Search, Polarization* (pp. 85-102). Heidelberg: Springer.

Dinnie, K. (2011). *City Branding: Theory and Cases*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

DTZ Zadelhoff. (2016). *Winkelhuren Amsterdam 2016*. Dosier: L1512. Amsterdam: Gemeente Amsterdam.

Financieel Dagblad. (2017, 2 februari). Nederlandse hotelmarkt trekt buitenlandse investeerders. *Financieel dagblad*. Opgevraagd op 08-06-2017 van <https://fd.nl/ondernemen/1185714/nederlandse-hotelmarkt-trekt-buitenlandse-investeerders>

Freeman, L. & Braconi, F. (2004). Gentrification and Displacement. New York City in the 1990s. *Journal of the American Planning Association*, 70(1), 39-52.

Gemeente Amsterdam. (2009). *Wonen in de Metropool. Woonvisie Amsterdam tot 2020*. Gedownload op 08-02-2017 van file:///C:/Users/m_dap/Downloads/22-04-09defwebversiewoonvisie.pdf

Gemeente Amsterdam. (2015, 28 mei). *Stad in Balans. Startdocument*. Gedownload op 02-05-2017 van file:///C:/Users/m_dap/Downloads/startdocument_stad_in_balans.pdf

Gemeente Amsterdam. (2016, 5 januari). *Stad in Balans. Voortgangsrapportage*. Gedownload op 10-05-2017 van file:///C:/Users/m_dap/Downloads/voortgangsrapportage_stad_in_balans.pdf

Gemeente Amsterdam. (2016, 29 juni). *Contouren Amsterdamse Woonagenda. Voldoende, betaalbare en kwalitatief goede woningen*. Gedownload op 10-06-2017 van file:///C:/Users/m_dap/Downloads/contouren_van_amsterdamse_woonagenda%20(1).pdf

Gemeente Amsterdam. (2017, 28 maart). *Notitie Uitwerking Overnachtingsbeleid 2017 en verder. Deel II: Ruimtelijk planologisch toetsingskader*. Gedownload op 06-06-2017 van file:///C:/Users/m_dap/Downloads/deel_ii_toetsingskader_overnachtingsbeleid_vastgesteld_2017_03_28.pdf

Gemeente Amsterdam (z.j.-a). *Toerisme in Amsterdam*. Geraadpleegd op 14 maart 2017, van <http://www.ois.amsterdam.nl/toerisme>

Gemeente Amsterdam. (z.j.-b). *De geschiedenis van Amsterdam*. Geraadpleegd op 04-04-2017 van <https://www.amsterdam.nl/toerisme-vrije-tijd/over-amsterdam/geschiedenis/>

Gemeente Amsterdam. (z.j.-c). *Maatregelen*. Geraadpleegd op 22-05-2017 van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/stad-in-balans/maatregelen/>

Gemeente Amsterdam. (z.j.-d). *Toeristenbelasting*. Opgevraagd op 22-05-2017 van <https://www.amsterdam.nl/belasting-heffingen/ondernemers/toeristenbelasting/>

Gemeente Amsterdam. (z.j.-e). *Het project Rode loper: Naar een stadsentree met allure en grandeur*. Opgevraagd op 22-05-2017 van <https://www.amsterdam.nl/projecten/rode-loper-entree/project/>

- Gemeente Amsterdam. (z.j.-f). *Voetgangers*. Opgevraagd op 22-05-2017 van <https://www.amsterdam.nl/parkeren-verkeer/bereikbaar/nota-bereikbaar/verkeersgebruikers/voetgangers/>
- Gemeente Amsterdam. (z.j.-g). *Komt er een meldplicht voor vakantieverhuur, zoals AirBnB?* Opgevraagd op 01-06-2017 van <https://www.amsterdam.nl/veelgevraagd/?caseid=%7B350262A8-705F-4F49-BE6C-E3E9A958610A%7D>
- Gemeente Amsterdam. (z.j.-h). *Detailhandelbeleid*. Opgevraagd op 10-06-2017 van <https://www.amsterdam.nl/ondernemen/detailhandel/detailhandelsbeleid/>
- Gemeente Amsterdam. (z.j.-i). *Particuliere vakantieverhuur*. Opgevraagd op 10-06-2017 van <https://www.amsterdam.nl/wonen-leefomgeving/wonen/bijzondere-situaties/vakantieverhuur/>
- Gemeente Amsterdam. (z.j.-j). *Amsterdamse woonagenda 2025*. Opgevraagd op 08-06-2017 van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/organisatie/ruimte-economie/wonen/woonbeleid/woonagenda-2025/>
- Gibson, C. (2009). Geographies of tourism: critical research on capitalism and local livelihoods. *Progress in Human Geography*, 33(4), 527-534.
- Gotham, K. F. (2005). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121. doi: 10.1080/00420980500120881
- Goovaerts, P., Van Biesbroeck, H., & Van Tilt, T. (2014). Measuring the effect and efficiency of city marketing. *Procedia Economics and Finance*, 12, 191-198.
- Gronau, W. (2017). On The Move: Emerging Fields of Transport Research in Urban Tourism. In C. Paquinelli, N. Bellini (Red.), *Tourism in the city. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 81-92). Zwitserland: Springer.
- Hamnett, C. (2003). Gentrification and the Middle-class Remaking of Inner London, 1961-2001. *Urban Studies*, 40(12), 2401-2426. doi: [10.1080/0042098032000136138](https://doi.org/10.1080/0042098032000136138)
- Hannigan, J. A. (1995). Gentrification. *Current Sociology*, 43(1), 173-182. doi: 10.1177/001139295043001014
- Het Parool. (2016, 14 mei). 'Amsterdamse binnenstad telt 191 toeristenwinkels'. *Het Parool*, opgevraagd op 02-06-2017 van <http://www.parool.nl/amsterdam/-amsterdamse-binnenstad-telt-191-toeristenwinkels~a4301101/>
- Hospers, G. J. (2009). *Citymarketing in perspectief*. IVIO-wereldschool.
- I amsterdam (z.j.). *Wie wij zijn*. Opgevraagd op 15 april 2017, van <http://www.iamsterdam.com/nl/amsterdam-marketing/over-ons/wie-wij-zijn>
- ING Economisch Bureau. (2017). *Prijsvorming op de Amsterdamse woningmarkt. Fundament forse prijsstijging brokkelt af*. Gedownload op 06-06-2017 van

https://www.ing.nl/media/ING%20Prijsvorming%20op%20Amsterdamse%20woningmarkt_tcm162-117993.pdf

Inside Airbnb. (z.j.). *Amsterdam*. Opgevraagd op 08-06-2017 van <http://insideairbnb.com/amsterdam/?neighbourhood=&filterEntireHomes=false&filterHighlyAvailable=false&filterRecentReviews=false&filterMultiListings=false>

Ivens, L. (2017, 12 januari). Help Amsterdam in de strijd tegen illegal verhuur. *NRC*, opgevraagd op 08-06-2017 van <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/12/help-amsterdam-in-de-strijd-tegen-illegale-verhuur-6183919-a1540993>

Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place branding*, 1(1), 58-73.

Kavaratzis, M. (2017). The Participatory Place Branding Process for Tourism: Linking Visitors and Residents Through the City Brand. In C. Paquinelli, N. Bellini (Red.), *Tourism in the city. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 93-108). Zwitserland: Springer.

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2007). Partners in coffeeshops, canals and commerce: Marketing the city of Amsterdam. *Cities*, 24(1), 16-25.

Lombarts, A. A. L. M. (2011). *Citymarketing in Amsterdam: een organisatieantropologische studie van het publiek-private samenwerkingsverband op citymarketinggebied in Amsterdam*. Apeldoorn: Garant.

Martens, M. (2016, 27 oktober). Nieuwe woningmarktbubbel met nieuwe risico's door opkomst buy-to-let. *Me Judice*. Opgevraagd op 06-06-2017 van <http://www.mejudice.nl/artikelen/detail/nieuwe-woningmarktbubbel-met-nieuwe-risicos-door-opkomst-buytolet->

McGregor, A. (2000). Dynamic texts and tourist gaze: Death, bones and buffalo. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 27-50.

Minoia, P. (2017). Venice Reshaped? Tourist Gentrification and Sense of Place. In C. Paquinelli, N. Bellini (Red.), *Tourism in the city. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 261-274). Zwitserland: Springer.

OIS. (2016). *Amsterdam in cijfers 2016. Onderzoek, Informatie en Statistiek*. Gedownload op 22-04-2017 van <https://www.ois.amsterdam.nl/pdf/2016%20jaarboek%20amsterdam%20in%20cijfers.pdf>

OIS. (2017). *Feiten en cijfers*. Opgevraagd op 22-04-2017 van <https://www.ois.amsterdam.nl/feiten-en-cijfers/#>

Pasquinelli, C., Bellini, N. (2017). Global Context, Policies and Practices in Urban Tourism: An Introduction. In C. Paquinelli, N. Bellini (Red.), *Tourism in the city. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 01-28). Zwitserland: Springer.

Perkins, H. C., & Thorns, D. C. (2001). Gazing or performing? Reflections on Urry's tourist gaze in the context of contemporary experience in the Antipodes. *International sociology*, 16(2), 185-204.

Sheller, M., Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environ Plann A* 38:207–226
Verbeek DHP, Mommaas JT (2008) Transitions to sustainable tourism mobility: the social practices approach. *J Sustain Tour* 16(6):629–644

Smith, V. L. (1989). *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: SAGE Publications Ltd.

Urry, J. (1992). The tourist gaze “revisited”. *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186.

Urry, J. (2008). Globalising the Tourist Gaze. In S. S. Babu, S. Mishra & B. B. Parida (Red.), *Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms* (pp. 150-160). New Delhi: Response Books.

Van Aalst, I. & Ennen, E. (2002). *Eindrapport juni 2002*. Onderdeel van het DGW/ Nethur Partnership-programma 2001-2002. Utrecht: Auteur.

Van Loon, M. (2016, 7 juli). Aantal bezoekers Amsterdam in 5 jaar gegroeid tot 17 miljoen. *NRC*, opgevraagd op 08-06-2017 van <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/07/07/drukke-in-amsterdam-in-vijf-jaar-verdubbeld-a1510435>

Volkskrant. (2016, 1 december). Airbnb sluit deal met gemeente Amsterdam om overlast toeristen te beperken. *De Volkskrant*, opgevraagd op 02-06-2017 van <http://www.volkskrant.nl/binnenland/airbnb-sluit-deal-met-gemeente-amsterdam-om-overlast-toeristen-te-beperken~a4425820/>

Walks, R. A., & Maaranen, R. (2008). *The timing, patterning, & forms of gentrification & neighbourhood upgrading in Montreal, Toronto, & Vancouver, 1961 to 2001*. Totonto, Canada: Centre for Urban and Community Studies, Cities Centre, University of Toronto.

Wij-Amsterdam (z.j.). *Aanleiding*. Opgevraagd op 14 april 2017, van <http://www.wij-amsterdam.eu/aanleiding/>

Bijlage 1 Interviewguides



Radboud Universiteit Nijmegen

A. Interviewgide medewerkers gemeente Amsterdam

Introductie: Ik ben Daphne Martens, derdejaars studente Geografie, Planologie en Milieu aan de Radboud universiteit. Ik ben op dit moment bezig met mijn bachelor scriptie, waarvoor ik dit onderzoek doe. Het onderzoek gaat over het toenemen van toerisme en gentrification dat door toerisme wordt veroorzaakt. Daarnaast onderzoek ik ook wat voor invloed de gemeente Amsterdam hierop heeft met beleid. Om dit te onderzoeken wil ik u dus interviewen, hierdoor hoop ik meer over de invloed van de gemeente te weten te komen. Het interview zal anoniem zijn en de resultaten zullen alleen voor het onderzoek gebruikt worden. Vindt u het goed als ik het interview opneem zodat ik het later terug kan luisteren?

Dimensie	Indicator	Vraag
	Functie	Wat is uw functie binnen de gemeente Amsterdam?
		Hoe heeft u in uw werk te maken met gentrification veroorzaakt door toenemend toerisme?
Ruimtelijke veranderingen	Veranderingen in het voorzieningsniveau	Wat voor veranderingen vinden plaats in het voorzieningsniveau in de binnenstad als gevolg van toenemende toerisme?
	Veranderingen in het woningaanbod	Wat voor veranderingen zijn te onderscheiden in het woningaanbod aan de hand van de toename van toerisme?
	Verandering ruimtelijke inrichting van de stad gericht op toerisme	Wat voor veranderingen in de ruimtelijke inrichting van de stad vinden er plaats als gevolg van toerisme?
Sociale veranderingen	Verandering van de bevolkingssamenstelling	Is er een verandering van de bevolkingssamenstelling te zien in de binnenstad?
	Verandering van sociale cohesie	Is er een verandering van de sociale cohesie merkbaar voor de bewoners van de binnenstad als gevolg van de toename van toerisme?

	Verandering van de sociale veiligheid	Is er een verandering van de sociale veiligheid voor de bewoners van de binnenstad merkbaar als gevolg van de toename van toerisme?
	Problemen omgeving	Merken jullie dat met het toenemen van toerisme problemen als overlast en vervuiling toenemen? Komt er meer weerstand vanuit de bewoners?
Aantrekking van toerisme	Beleid t.o.v. aantrekking van toerisme	De gemeente Amsterdam trekt toeristen aan met bijvoorbeeld citymarketing, met I amsterdam. Zijn er nog andere vormen van beleid waarmee de gemeente Amsterdam toeristen aantrekt?
	Marketing strategieën van de lokale overheid	Op wat voor manier past de gemeente Amsterdam marketingstrategieën toe?
	Houding lokale overheid	Wat is de houding van de gemeente Amsterdam t.o.v. de toename van toerisme? (Positief/negatief)
Gentrification	Houding lokale overheid	Wat is de houding van de gemeente Amsterdam t.o.v. gentrification in de binnenstad veroorzaakt door toerisme? (Positief/negatief)
	Beleid t.o.v. gentrification	De gemeente Amsterdam neemt verschillende maatregelen en doet experimenten tegen de negatieve gevolgen van toerisme en gentrification. Zijn er nog andere vormen van beleid die jullie hebben ten opzichte van dit?
Nieuwe mobiliteitsvormen	Toename en prijs van low-cost vluchten	Hoe staat de gemeente Amsterdam tegenover de toename van goedkope vluchten? Wat zijn problemen en uitdagingen hiervan?
	Toename en prijs van Europese buslijnen	Hoe staat de gemeente Amsterdam tegenover de toename en lage prijs

		van Europese buslijnen? Wat zijn de problemen en uitdagingen hiervan?
Nieuwe accommodatievormen	Toename van particuliere kamerverhuur	Hoe staat de gemeente Amsterdam tegenover de toename van kamerverhuur door particulieren? Wat zijn de problemen en uitdagingen hiervan?
	Toename nieuwe hotelconcepten	Hoe staat de gemeente Amsterdam tegenover de komst van nieuwe hotelconcepten en wat is de rol van de gemeente hierin?
	Toename illegale kamerverhuur	Hoe staat de gemeente Amsterdam tegenover illegale kamerverhuur en wat voor maatregelen worden hierop toegepast?
Oorzaken en gevolgen	Persoonlijke houding	Wat denkt u zelf dat de meest voor de hand liggende oorzaken zijn van het toenemen van toerisme in de binnenstad? Wat voor rol vindt u dat de gemeente hierin speelt?
		Wat zijn volgens u de gevolgen van gentrification dat veroorzaakt wordt door de toename van toerisme in de binnenstad? (Stijging huizenprijzen, trekken mensen weg, meer onrust/protest) Wat is uw ervaring hiermee?

Bedankt voor het interview.



B. Interviewgide bewoners binnenstad Amsterdam

Introductie: Ik ben Daphne Martens, derdejaars studente Geografie, Planologie en Milieu aan de Radboud universiteit. Ik ben op dit moment bezig met mijn bachelor scriptie, waarvoor ik dit onderzoek doe. Het onderzoek gaat over het toenemen van toerisme en gentrification dat veroorzaakt wordt door toerisme als gevolg hiervan. Ook onderzoek ik wat de rol van de gemeente Amsterdam hierin is. Om te onderzoeken wat de gevolgen voor de binnenstad en voor bewoners zijn wil ik u graag interviewen, hierdoor hoop ik hier meer over te weten te komen. Het interview zal anoniem zijn en de resultaten zullen alleen voor het onderzoek gebruikt worden. Vindt u het goed als ik het interview opneem zodat ik het later terug kan luisteren?

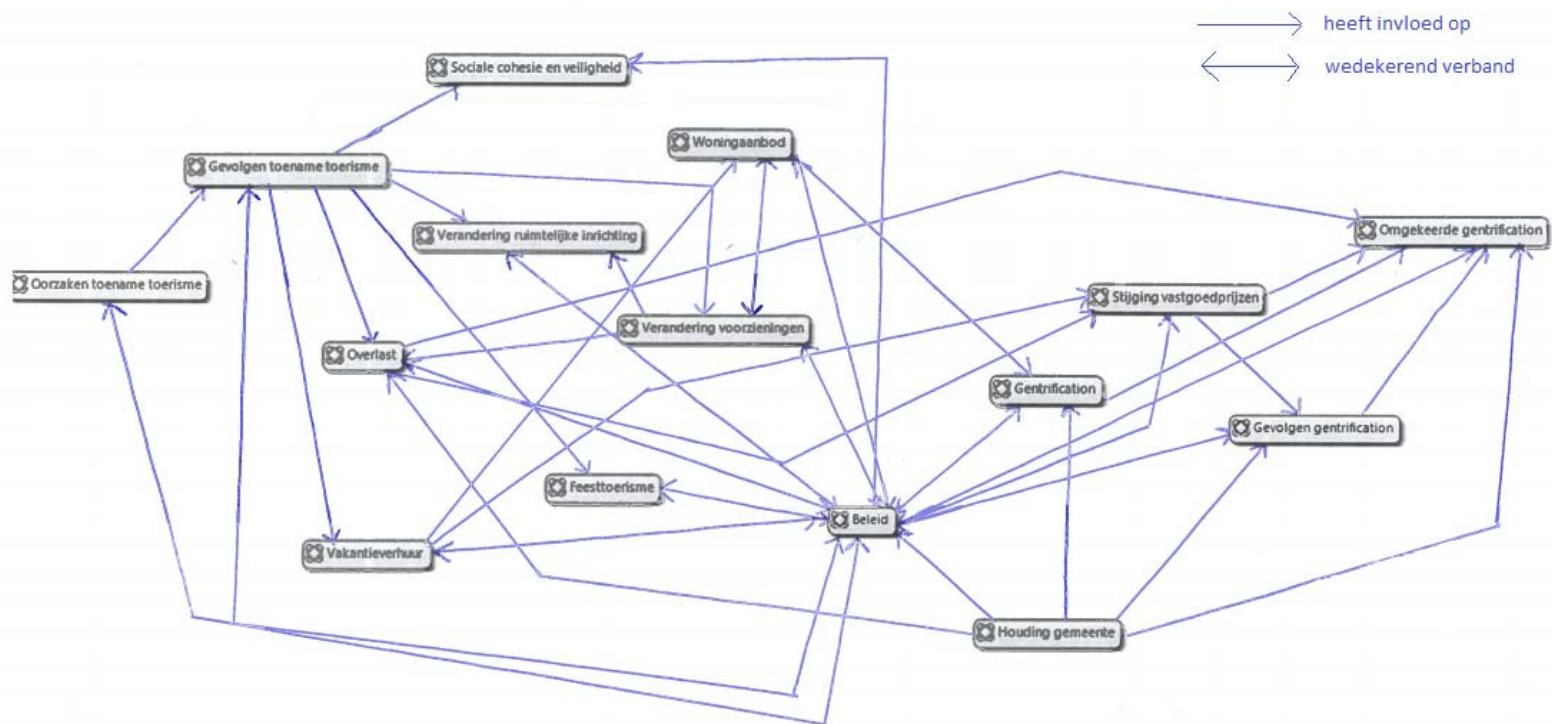
Dimensie	Indicator	Vraag
	Socio-demografische aspecten	Wat is uw leeftijd/geslacht/ huishoudtype (alleen/samen/familie)?
		Waar in de binnenstad woont u en hoelang woont u daar al?
Gedrag toerist op bestemming	Bezienswaardigheden bezoeken	Wat vindt u ervan als toeristen zich ophopen bij een bepaalde bezienswaardigheid?
	Nachtlevens verkennen	Wat vindt u ervan als toeristen naar Amsterdam om het nachtlevens en de coffeeshops te verkennen?
	Mengen met lokale bevolking	Wat vindt u ervan als toeristen zich mengen met de lokale bevolking?
	Overlast toerisme	Heeft u last van bijvoorbeeld geluidsoverlast, overlast van personen of van vervuiling veroorzaakt door toerisme?
		Heeft u of iemand in uw omgeving wel eens iets meegemaakt met betrekking tot toerisme en de gevolgen daarvan voor bewoners?

		Dit kan een negatieve of positieve gebeurtenis zijn.
Ruimtelijke veranderingen	Veranderingen in het voorzieningsniveau	Wat voor veranderingen in het voorzieningsniveau van de binnenstad vinden plaats door de toename van toerisme en wat vindt u hiervan?
	Veranderingen in het woningaanbod	Wat voor veranderingen in het woningaanbod zijn te onderscheiden door de toename van toerisme en wat vindt u hiervan?
		Is er sprake van een stijging van huur- en woningprijzen in de binnenstad?
		Gebeurt het dat er mensen of winkels wegtrekken omdat de huur te hoog wordt?
	Verandering ruimtelijke inrichting van de stad gericht op toerisme	Wat voor veranderingen in de ruimtelijke inrichting van de binnenstad zijn te onderscheiden door de toename van toerisme en wat vindt u hiervan?
Sociale veranderingen	Verandering van de bevolkingssamenstelling	Kunt u een verandering in de bevolkingssamenstelling zien in de binnenstad?
	Verandering van sociale cohesie	Merkt u een verandering in de sociale cohesie in de binnenstad door de toename van toerisme?
	Verandering van de sociale veiligheid	Merkt u een verandering in de sociale veiligheid door de toename van toerisme?
Houding tegenover veranderingen	Houding lokale overheid t.o.v. toerisme	Wat vindt u van de houding van de gemeente t.o.v. het aantrekken en de toename van toerisme?
	Houding lokale overheid t.o.v. gevolgen toerisme	Wat vindt u van de houding van de gemeente t.o.v. gevolgen (zoals

		overlast) door de toename van toerisme?
	Houding lokale overheid t.o.v. gentrification	Wat vindt u van de houding van de gemeente t.o.v. gentrification door toerisme in de binnenstad?
	Persoonlijke houding	Waarom heeft u gekozen om in Amsterdam te wonen?
		Hoe staat u zelf tegenover de toename van toerisme in de binnenstad en de gevolgen daarvan?
		Kunt u drie positieve en negatieve dingen opnoemen over het leven in een toeristische stad als Amsterdam?
Nieuwe mobiliteitsvormen	Toename en prijs van nieuwe mobiliteitsvormen	In hoeverre denkt u dat de toename van nieuwe mobiliteitsvormen (bijv. goedkope vluchten) invloed heeft op de gevolgen van de toename van toerisme?
	Mening nieuwe mobiliteitsvormen	Wat vindt u van de toename en lage prijs van nieuwe mobiliteitsvormen?
Nieuwe accommodatievormen	Toename van particuliere kamerverhuur	Wat vindt u van de toename van particuliere kamerverhuur?
Oorzaken en gevolgen	Persoonlijke houding	Wat denkt u zelf dat de meest voor de hand liggende oorzaken zijn van het toenemen van toerisme in de binnenstad?
		Wat zijn volgens u de gevolgen van gentrification dat veroorzaakt wordt door de toename van toerisme in de binnenstad? (Stijging huizenprijzen, trekken mensen weg, meer onrust/protest) Wat is uw ervaring hiermee?

Bedankt voor het interview.

Bijlage 2 Netwerk van groepen codes



Bijlage 3 Toelichting beleidsterreinen

-Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025

Met de Agenda Toerisme in de MRA 2025 geven overheden in de regio Amsterdam een doel voor de komende tien jaar weer voor toerisme en zakelijk bezoek. Er zal worden voortgebouwd op de goed lopende regionale samenwerking binnen het toeristisch domein tussen bijvoorbeeld overheden, bedrijven en citymarketingorganisaties. Ook wordt er ingegaan op de toenemende drukte in de stad en in de regio en het belang om een goed evenwicht te bewaren tussen bewoners, bezoekers en bedrijven, met daarnaast aandacht voor het milieu (Gemeente Amsterdam, 2015).

In de agenda zijn vier hoofddoelstellingen opgesteld (Gemeente Amsterdam, 2015), namelijk:

- Het stijgen met 25% t.o.v. 2015 van het aantal nationale en internationale bezoekers in de MRA
- Het stijgen met 67% t.o.v. 2015 van het aantal internationale bezoekers dat naast Amsterdam zelf ook een bezoek brengt aan een andere locatie in de MRA
- Het stijgen met 25% t.o.v. 2015 van het aantal recreatieve/toeristische activiteiten van inwoners van de MRA die binnen de MRA worden ondernomen
- Het stijgen met 30% t.o.v. 2015 van het aantal zakelijke bezoekers van congressen en beurzen

-Evenementenbeleid

Aspecten waarop wordt ingegaan in het geactualiseerde evenementenbeleid (2015) zijn onder andere de ontwikkeling van evenementprofielen waaruit bepaald kan worden welke plek in het stadsdeel geschikt is voor het evenement, het gebruik van de openbare ruimte en tijdelijk gebruik van leegstaande gebouwen, de spreiding over de stad/regio en de vraag hoe vaak een gebied gebruikt kan worden. Als laatste is er de vergunningverlening waarin meer aandacht is voor stedelijk regie en er een bonus/malus systeem voor organisaties van evenementen is (Gemeente Amsterdam, 2015).

Ook is de Agenda Groen in 2015 vastgesteld, hierin zijn onder meer de volgende aandachtspunten beschreven voor evenementen: de draagkracht van het groen, mate van openbaarheid van het groen tijdens een evenement en vergunningsvoorwaarden (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Actieplan Woningbouw

Er is jaarlijks een toestroom van 10.000 nieuwe bewoners naar Amsterdam die behoefte hebben aan woonruimte. Daarnaast blijven Amsterdammers langer in de stad wonen en vindt er vergrijzing plaats. Ook is er een grote druk op het sociale huuraanbod. Door deze aspecten stijgen de prijzen van woningen in de stad en vooral in de binnenstad en staat de betaalbaarheid onder druk. Ook blijft de stad aantrekkelijk voor toeristen en andere bezoekers. Een keerzijde daarvan is dat er meer illegale verhuur plaatsvindt, dit heeft een grote impact op het wonen (Gemeente Amsterdam, 2015). Om de problemen omtrent wonen aan te pakken worden er verschillende maatregelen genomen, zoals het bouwen van 5.000 nieuwe woningen per jaar en het werken aan een vitale woningmarkt (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Toeristische verhuur

Op het gebied van toeristische verhuur worden verschillende maatregelen genomen. Voor de toename van hotels is de regionale Hotelstrategie, deze zet in op kwalitatieve groei. Hierbij toetst

de gemeente of het concept en de schaal van het hotel aansluit bij het karakter van een buurt. Ook wordt er gepraat met bijvoorbeeld appartementenhotels, omdat hier vraag naar is (Gemeente Amsterdam, 2015). Per 1 januari 2017 is er ook een nieuw overnachtingsbeleid van kracht in Amsterdam. Voor nieuwe hotels is de strategie gewijzigd van 'ja, mits' naar 'nee, tenzij'. Aan de hand van een stappenplan bepaald de gemeente Amsterdam of een nieuw initiatief voor een hotel gerealiseerd mag worden. Hierdoor wordt er nog meer ingezet op kwaliteit, voorkomen van overlast voor bewoners en op spreiding van toeristen naar andere gebieden dan de binnenstad (Gemeente Amsterdam, 2017).

Shortstay is het wonen in een zelfstandige woning voor minimaal zeven nachten en maximaal zes maanden. Voor shortstay worden geen vergunningen meer verleend, reeds verleende vergunningen lopen nog wel door op de bestaande voorwaarden (Gemeente Amsterdam, 2015). Het delen van woningen dat voor langere duur is draagt in Amsterdam bij aan een efficiënte benutting van de woningvoorraad van Amsterdam. Daarom is in de vrijesectorwoning het delen onder voorwaarden al langer mogelijk en wil men in de sociale sector woningdelen ook makkelijker maken (Gemeente Amsterdam, 2015).

De laatste jaren is de handhaving van vakantieverhuur in Amsterdam geïntensiveerd. Het doel hiervan is het tegengaan van oneigenlijk gebruikt van woningen en het wegnemen van overlast gevende situaties. Door deze handhaving zijn bijvoorbeeld in 2014 bijna 1.300 woningen vrijgekomen voor de Amsterdamse woningmarkt (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Uitvoeringsagenda Mobiliteit

In de smalle en drukke straten in de binnenstad komen verschillende soorten verkeer samen. Er zijn voetgangers, fietsers, trams en auto's, allemaal naast elkaar in een smalle straat. Door het samenkomen van verschillende soorten verkeer komt zowel de aantrekkelijkheid als de bereikbaarheid van de stad steeds meer onder druk te staan op bepaalde plekken (Gemeente Amsterdam, 2015). In de Uitvoeringsagenda Mobiliteit staan een aantal maatregelen beschreven die genomen kunnen worden om dit te verbeteren. Als eerste zal er gewerkt worden aan een ov-netwerk dat inspeelt op het groeiende aantal bezoekers. Als tweede neemt de druk op de verbetering van de verbindingen over de IJ-oever steeds meer toe met de toename van bezoekers. Als derde zullen er meer boven- en ondergrondse fietsenstallingen komen, zal er worden gekeken naar oplossingen voor het parkeren van scooters en wordt er gekeken naar innovatieve oplossingen voor het stallen van fietsen, door middel van bijvoorbeeld apps. Als laatste zullen er ondergrondse parkeergarages gebouwd worden, om de bovengrondse ruimte aantrekkelijker te maken en te zorgen voor een betere doorstroming en meer ruimte voor andere gebruikers van de openbare ruimte (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Actieplan geluid

Om geluidsoverlast van terrassen en evenementen te verminderen is Actieplan geluid opgezet. Het aantal evenementen is sterk toegenomen de afgelopen jaren. Naast dat deze evenementen bijdragen aan de levendigheid van de stad, kan het ook tot overlast voor bewoners en de natuur zorgen. Daarom is er evenementenbeleid en is er in het draaiboek Evenementen aandacht voor geluidsoverlast (Gemeente Amsterdam, 2015). Naast evenementen, ervoer in 2015 ongeveer 8% van de bewoners van de binnenstad geluidsoverlast van mensen buiten en 5% van horeca in de buurt. Dit is hoger dan in andere stadsdelen. Er zijn een aantal regels opgesteld op dit gebied. Als

eerste moeten horecabedrijven aan maatwerkvoorschriften voldoen op het gebied van geluid. Als tweede zijn niet-versterkte muziek en stemgeluid vrijgesteld van geluidsnormen, maar kan overlast via bijvoorbeeld afwijkende regels of de Algemene Plaatselijke Verordening toch aangepakt worden. Als derde is onderzocht of overlast van terrassen objectief en meetbaar gemaakt kan worden. Hieruit blijkt dat gerichte geluidsmetingen meerwaarde kunnen bieden, maar het blijft wel maatwerk (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Visie Openbare Ruimte

Door de groei van de stad is er ook vraag naar kwaliteit van de openbare ruimte. Vooral in druk bezochte winkel- en uitgaansstraten is er reden om in te zetten op de toegankelijkheid en verblijfskwaliteit voor de voetganger. Dit geldt ook voor de dichtbevolkte woonbuurten in het centrum. De huidige inrichting van straten sluit vaak niet meer aan op de manier waarop de straten gebruikt worden, hierdoor wil Amsterdam de ruimte anders verdelen. Hierbij zal niet aan alle belangen tegemoet gekomen kunnen worden en zullen er duidelijke keuzes gemaakt worden. Er is op veel plekken onvoldoende ruimte voor alle doelen en gebruikers. Ook smalle trottoirs met veel objecten kunnen het gevoel van drukte en ongemak versterken. Een goede openbare ruimte is nodig om de ambitie van Amsterdam, een stad voor wonen, werken en bezoeken zijn, te verwezenlijken (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Watervisie

Ook op en aan het water wordt de druk op de ruimte merkbaar. In de Watervisie Amsterdam en de nota Varen in Amsterdam wordt daarom ingezet op de spreiding van vaarbewegingen op het water, het stimuleren van meer dynamisch en duurzaam gebruik van het water en het toegankelijker maken van de oevers. Daarnaast worden er bijvoorbeeld meer steigers, zwemplekken en publieke plekken ontwikkeld. Ook wordt het zicht op het water verbeterd. Deze nieuwe voorzieningen die zich aan het water en buiten de binnenstad bevinden zijn belangrijk om de druk te spreiden. Ook wordt er gewerkt aan het verbeteren van de kwaliteit van de IJ-oevers en van de waterkwaliteit van de stadsplassen. Bovendien liggen er ook kansen voor spreiding in het uitbreiden van het recreatief vaarnetwerk, met name aan de westkant van de stad (Gemeente Amsterdam, 2015).

-Agenda Groen

Het bezoek aan stadsparken is de afgelopen decennia erg toegenomen en stadsparken worden op steeds meer manieren gebruikt. In drukbezochte parken zoals het Vondelpark en het Westerpark wordt voortdurend naar de juiste balans in het gebruik gezocht. De gemeente Amsterdam wil de bezoekersdruk spreiden door stadsparken die minder gebruikt worden aantrekkelijker te maken. Deze spreiding is ook nodig om meer vernatting en voortdurende bodemdaling tegen te gaan. Bij een hoge intensiteit verloopt dit namelijk sneller. Hier zijn structurele oplossingen nodig die ervoor zullen zorgen dat parken beter aangepast zullen zijn op natte omstandigheden en intensief gebruik (Gemeente Amsterdam, 2015).

Bijlage 4 Operationalisatieschema

Begrip	Dimensie	Indicator	Methode
Toerisme			
<i>Toerist</i>	Motief van de toerist	Cultuur	Interview
		Sfeer	Interview
		Prijs	Interview
		Faciliteiten	Interview
	Gedrag toerist op bestemming	Bezienswaardigheden bezoeken	Interview
		Nachtlevens verkennen	Interview
		Buiten de gebaande paden gaan	Interview
		Mengen met lokale bevolking	Interview
<i>Nieuwe business concepten</i>	Nieuwe mobiliteitsvormen	Toename en prijs van low-cost vluchten	Bronnenonderzoek, interview
		Toename en prijs van Europese buslijnen	Bronnenonderzoek, interview
	Nieuwe accommodatievormen	Toename van particuliere kamerverhuur	Bronnenonderzoek, interview
		Toename nieuwe hotelconcepten	Bronnenonderzoek, interview
Gentrification	Ruimtelijke veranderingen	Veranderingen in het voorzieningsniveau	Bronnenonderzoek interview, beleidsdocumenten
		Veranderingen in het woningaanbod	Bronnenonderzoek, interview, beleidsdocumenten

		Verandering ruimtelijke inrichting van de stad gericht op toerisme	Bronnenonderzoek, interview, beleidsdocumenten
	Sociale veranderingen	Verandering van de bevolkingssamenstelling	Bronnenonderzoek, interview
		Verandering van sociale cohesie	Interview
		Verandering van de sociale veiligheid	Bronnenonderzoek, interview
Lokaal beleid	Aantrekking van toerisme	Beleid t.o.v. aantrekking van toerisme	Beleidsdocumenten, interview
		Marketing strategieën van de lokale overheid	Bronnenonderzoek, interview
	Houding lokale overheid t.o.v. gentrification	Positief: gentrification de vrije loop laten gaan	Interview, beleidsdocumenten
		Positief: toerisme stimuleren d.m.v. beleid	Interview, beleidsdocumenten
		Negatief: tegengaan van toename toerisme in de binnenstad (anti toerisme beleid)	Interview, beleidsdocumenten
		Negatief: herstellen oude structuur in de binnenstad	Interview, beleidsdocumenten