TU Delft

Delft University of Technology

Document Version
Final published version

Citation (APA)
van Zoest, S., & Verheul, W. J. (2020). Sturing op toeristische gentrificatie in stadscentra: Lessen uit Amsterdamse stadsstraten. *B en M: tijdschrift voor beleid, politiek en maatschappij*, *47*(2), 126-148. https://doi.org/10.5553/BenM/138900692020047002003

Important note
To cite this publication, please use the final published version (if applicable).
Please check the document version above.

Copyright
In case the licence states “Dutch Copyright Act (Article 25fa)”, this publication was made available Green Open Access via the TU Delft Institutional Repository pursuant to Dutch Copyright Act (Article 25fa, the Taverne amendment). This provision does not affect copyright ownership.
Unless copyright is transferred by contract or statute, it remains with the copyright holder.

Sharing and reuse
Other than for strictly personal use, it is not permitted to download, forward or distribute the text or part of it, without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license such as Creative Commons.

Takedown policy
Please contact us and provide details if you believe this document breaches copyrights.
We will remove access to the work immediately and investigate your claim.

This work is downloaded from Delft University of Technology.

Green Open Access added to TU Delft Institutional Repository

'You share, we take care!' - Taverne project

https://www.openaccess.nl/en/you-share-we-take-care

Otherwise as indicated in the copyright section: the publisher is the copyright holder of this work and the author uses the Dutch legislation to make this work public.

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Sturing op toeristische gentrificatie in stadscentra

Lessen uit Amsterdamse stadsstraten

Simon van Zoest & Wouter Jan Verheul[*]

Inleiding

Toerisme is de laatste decennia wereldwijd sterk gegroeid, waarbij stedelijk toerisme de grootste stijging vertoont (Dunne, Flanagan & Buckley, 2010). De laatste jaren creëert dit toenemende onvrede onder de bewoners van populaire stedentripbestemmingen. Een inmiddels klassiek voorbeeld is Venetië, waar bewoners protesteren dat hun stad is overgenomen door toeristen (Vianello, 2016). Maar ook in steden als Lissabon, Barcelona, Amsterdam en Maastricht groeit het ongenoegen (Colau, 2014; Mendes, 2016; Nelissen, 2013; Pinkster & Boterman, 2017). Stadsbewoners klagen dat het toerisme een negatieve impact heeft op hun woon- en leefomgeving. Dit is met name zichtbaar in de historische stadscentra, waar activiteiten van toeristen het reguliere leven van de bewoners doorkruisen (Colomb & Novy, 2016). Hierdoor ontstaat een strijd om schaarse ruimte, middelen en diensten (Füller & Michel, 2014).

Diverse binnenstedelijke plekken zijn tegenwoordig meer gericht op de ervaring van bezoekers dan op de bewoners (Gotham, 2005). Dat is onder meer zichtbaar in het veranderende aanbod aan commerciële voorzieningen. Marktpartijen spelen in op de groei van het toerisme door het openen van toeristische voorzieningen, zoals souvenirshops, prefab kaaswinkels, Nutella-, wafel- en ijswinkels, of andere eetgelegenheden die vaak behoren tot de bekende ketens en gericht zijn op snelle consumptie (Colomb & Novy, 2016). Vooral in de toeristische delen van de stad verdwijnt de lokale bakker, slager of kaasboer uit het straatbeeld en wordt het winkelaanbod eentoniger (Spierings, 2006). Delen van het stadscentrum worden daardoor langzaam maar zeker getransformeerd ten gunste van tijdelijke in plaats van reeds aanwezige permanente gebruikers. In eerste instantie kunnen deze veranderingen in het aanbod aan voorzieningen ook voor bewoners voordelen opleveren, denk aan werkgelegenheid, maar op langere termijn is de groei van toeristische voorzieningen vaak nadelig voor het aanbod aan voorzieningen gericht op omwonenden (Colomb & Novy, 2016). Dit kan een ongunstige invloed hebben op verbondenheid die bewoners met hun eigen leefomgeving ervaren.

[*] Ir. Simon van Zoest is promovendus aan de Technische Universiteit Delft. Dr. Wouter Jan Verheul is universitair docent en onderzoeker aan de Technische Universiteit Delft. Beide zijn verbonden aan de afdeling Urban Development Management.

 doi: 10.5553/BenM/138900692020047002003 - Beleid en Maatschappij 2020 (47) 2

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Bezorgde bewoners vragen de gemeente om in te grijpen als de invloed van toerisme op hun buurt te groot wordt (Pinkster & Boterman, 2017). Ook de gemeente zelf wil tot sturen overgaan. In Amsterdam kondigde toenmalig wethouder Kajsa Ollongren in 2016 de start aan van een 'offensief om de verschraling af te remmen' en om daarmee de toeristische monocultuur tegen te gaan. De leefbaarheid en de aantrekkelijkheid van de binnenstad stonden volgens de wethouder namelijk onder druk vanwege de toename aan toeristische voorzieningen (Couzy, 2016). Saillant is dat de letters 'IAmsterdam', die aanvankelijk symbool stonden voor een succesvolle citymarketingcampagne om meer toeristen aan te trekken, recent zijn weggehaald. De stad lijkt niet langer de grenzeloze toeristengroei te omarmen.

Lokale sturingsreacties op een mondiaal fenomeen?

Overheidsingrijpen klinkt vaak aannemelijk, eenvoudig is het geenszins. Ten eerste moet het lokaal bestuur namelijk weten *wat* het moet sturen. Want als we kijken naar veranderingen in het aanbod aan commerciële voorzieningen, is het ingewikkeld om precies vast te stellen wat de invloed van toerisme daarop is en welke gevolgen dit heeft voor de stad. Ten tweede moet het stadsbestuur bepalen of ze wel *wil* sturen, want niet iedere marktinterventie door de overheid is even wenselijk. En ten derde moet de lokale overheid weten *hoe* ze kan sturen, want handelingsopties lopen uiteen wat betreft doeltreffendheid en doelmatigheid.

Al met al betreft sturing op toeristische gentrificatie van de binnenstad een complexe opgave, die vraagt om meer inzicht in de invloed van massatoerisme op de binnenstad en de bijbehorende handelingsopties. Om dat te onderzoeken stellen we in dit artikel de volgende hoofdvraag: 'Wat is de impact van de groei van toerisme op het aanbod aan commerciële voorzieningen in stadsstraten en welk lokaal overheidsbeleid is het meest geschikt om daarop te sturen?' We richten ons op zogenoemde *stads*straten, omdat het om meer gaat dan alleen winkelstraten; toeristische gentrificatie heeft een zichtbare invloed op straten met een functiemix van wonen, winkels en horeca.

In de stadsgeografie en -sociologie is de laatste jaren meer aandacht ontstaan voor het groeiende stedelijk toerisme en de gevolgen daarvan (Novy, 2016). Onderzoek naar de mogelijkheden om op deze processen te sturen (lees: de bestuurskundige of beleidswetenschappelijke kennis) is echter nog beperkt. In dit artikel combineren we die sociaalgeografische en bestuurskundige perspectieven en betogen we dat een gemeente meervoudig moet sturen als ze de vergevorderde toeristische gentrificatie wil aanpakken. We laten zien dat sommige problemen die worden veroorzaakt door massatoerisme vragen om 'harde' vormen van overheidssturing (lees: reguleren en handhaven), terwijl andere problemen meer een 'zachte' procesaanpak vergen, waarbij lokale partijen worden verbonden om gezamenlijk een stadsstraat te verbeteren.

Deze handelingsperspectieven ondersteunen we aan de hand van empirisch onderzoek op basis van media- en beleidsdocumentenanalyse, aangevuld met interviews met stakeholders betrokken bij de binnenstad. Na een theoretische duiding van de processen van toeristische gentrificatie en de complexiteit van sturing daarop lichten wij de gekozen onderzoeksmethoden en de ontwikkeling

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

van stadsstraten in de Amsterdamse binnenstad toe. We analyseren vervolgens de sturingsmogelijkheden in stadsstraten, alvorens dit artikel te besluiten met handelingsperspectieven en te reflecteren op het fenomeen van 'toeristische gentrificatie en strijd om de stedelijke ruimte', waar steeds meer steden mee worden geconfronteerd. Ook plekken buiten Amsterdam ervaren steeds vaker nadelige gevolgen van toerisme (Vinckx, 2018) en dat maakt inzichten uit Amsterdam als de populairste toeristenstad van ons land voor veel gemeenten relevant.

Toeristische gentrificatie

Steden omarmen toerisme vaak aanvankelijk of overwegend als groeimodel. Ze stimuleren toerisme omdat het zorgt voor banen en economische groei (Mendes, 2016; Tyler, 2009). Wetenschappers en journalisten belichten echter steeds meer de negatieve gevolgen van toerisme. Het stadscentrum verandert in een zogenoemde *tourist bubble*, wat onder meer zichtbaar is in Florence, Praag, Salzburg en zelfs Zagreb (Kesar, Dezeljin & Bienenfeld, 2015; Pixová & Sládek, 2016; Porter & Shaw, 2013). Dit gaat geregeld gepaard met een daling van het bewonersaantal en homogenisering van het stadscentrum (Chang & Huang, 2008; Simpson, 1999). In de wetenschap is ook aandacht voor 'new tourism', waarbij toeristen buiten de gebaande toeristenplekken treden (Füller & Michel, 2014) en wat betreft consumptiegedrag lastiger zijn te onderscheiden van de bewoners (Maitland, 2010). Binnen de Amsterdamse context wordt echter bovenal de massatoerist geproblematiseerd. Dit type toerist bevindt zich voornamelijk op de populaire toeristische locaties en zijn consumptiegedrag wijkt duidelijk af van het consumptiegedrag van de bewoners, zo blijkt uit onderhavig onderzoek.

In het publieke debat over de impact van toerisme wereldwijd wordt naast het veranderende aanbod aan commerciële voorzieningen ook de toename van vakantieverhuur via deelplatforms zoals Airbnb geproblematiseerd, zoals in New York, Barcelona of Berlijn (Berner & Wickert, 2011; Bock, 2015; Füller & Michel, 2014). Tevens vormt de drukte in het algemeen een punt van zorg. Al deze ontwikkelingen zouden een negatieve impact hebben op het buurtgevoel in de stad (Bock, 2015; Gotham, 2005; Mendes, 2016). Onder meer in Barcelona, Berlijn en verscheidene steden in Italië heeft de invloed van toerisme geleid tot protesten van de bevolking en beleidsreacties van de lokale overheid (Burgen, 2017; Edwards, 2016; Füller & Michel, 2014; Giuffrida, 2017; Van der Ploeg, 2016). In Nederland is dit verreweg het meeste zichtbaar in Amsterdam, maar ook daarbuiten ontstaan de eerste signalen. Zo berichtte het *NRC Handelsblad* dat de gemeenten Leiden, Haarlem en Delft ook nauwlettender kijken naar de gevolgen van toerisme (Vinckx, 2018). In Maastricht klagen bewoners dat de verhouding tussen het aantal bezoekers en bewoners zoek is en de voorheen open stadspleinen vrijwel permanent bezet zijn door de evenementenindustrie, die met name wordt gebruikt door bezoekers van buiten de stad (Van der Steen, 2010). En de gemeente Utrecht is in een vroeg stadium gaan nadenken over passend beleid

 doi: 10.5553/BenM/138900692020047002003 - Beleid en Maatschappij 2020 (47) 2

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

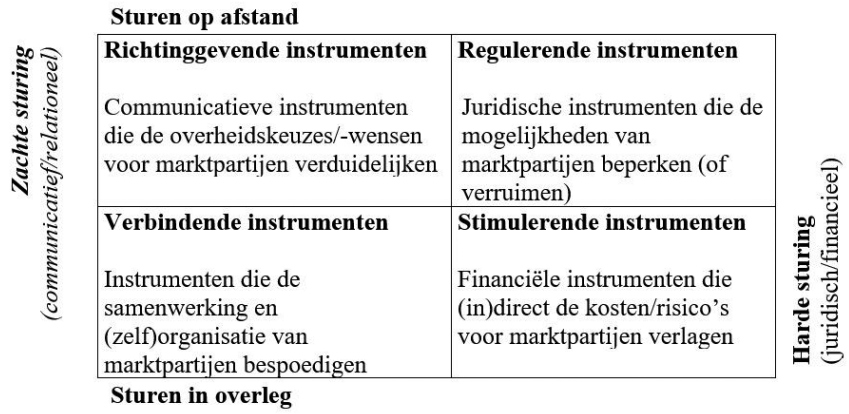
omtrent de groei van toerisme en de mogelijk nadelige gevolgen daarvan.[1] Kortom, de groei van toerisme wordt niet meer uitsluitend bejubeld.

Het proces waarbij een buurt verandert onder de invloed van toerisme wordt sociaalgeografisch ook wel *toeristische gentrificatie* genoemd (Gotham, 2005). Terwijl bij normale gentrificatie een buurt verandert ten gunste van kapitaalkrachtige bewoners en vastgoedeigenaren, veelal met verdringing van minder welvarende bewoners tot gevolg, verandert een buurt bij toeristische gentrificatie ten gunste van *tijdelijke* gebruikers (Porter & Shaw, 2013). Toeristische gentrificatie heeft zowel een commerciële component, denk aan de veranderingen van winkels en horeca, als een residentiële component, denk aan de conversie van woningen naar hotels en Airbnb's (Gant, 2015). Binnen dit onderzoek richten wij ons op de commerciële component van toeristische gentrificatie vanwege de grote rol die dit heeft in het publieke debat in Amsterdam. Toeristische gentrificatie is geen opzichzelfstaande ontwikkeling, maar valt veelal samen met andere veranderingsprocessen, zoals standaardisering, thematisering en commercialisering van de publieke ruimte (Kesar e.a., 2015; Swarbrooke, 2000; Tyler, 2009). Deze processen tezamen leiden regelmatig tot ongenoegen bij de bestaande bewoners over de zichtbare veranderingen in hun omgeving.
Bij het bepalen in hoeverre toeristische gentrificatie een probleem vormt, speelt de toeristische draagkracht van een buurt een rol. Toeristische draagkracht wordt gedefinieerd als de capaciteit van het bestemmingsgebied om toerisme te absorberen, alvorens negatieve invloeden worden ervaren (O'Reilly, 1986). Er worden vier typen toeristische draagkracht onderscheiden. Allereerst de grens waarbij een gebied afbreekt of milieuproblemen ondergaat, aangeduid met fysieke draagkracht. Ten tweede de psychologische draagkracht, die de grens aangeeft waarboven toeristen naar andere bestemmingen gaan. Sociale draagkracht daarentegen richt zich op de tolerantiegrens van de bewoners: wanneer vinden zij de groei van toerisme niet meer acceptabel? Als laatste is er de commerciële draagkracht, die staat voor het vermogen om toeristische commerciële functies te absorberen zonder gewenste lokale activiteiten te verdringen. Alle vier de typen draagkracht worden in door toerisme gegentrificeerde binnensteden op de proef gesteld, maar, zo blijkt uit dit onderzoek, in de casus van Amsterdam zijn vooral de sociale en de commerciële draagkracht van de binnenstad een groot issue waarvoor overheidssturing wordt bepleit.

Op zoek naar een sturingsinstrumentarium

Het beheersen van de toeristische invloed op het aanbod aan commerciële voorzieningen is echter niet gemakkelijk. Massatoerisme doet de stad langzaam maar zeker veranderen. De bevindingen uit dit artikel laten zien dat marktpartijen, zoals vastgoedeigenaren en ondernemers, inspelen op de toenemende aanwezigheid van toeristen. Wat betreft de impact op de commerciële voorzieningen gaat het niet zozeer om nieuwe voorzieningen die erbij worden gebouwd, maar meer om bestaande winkelpanden of horecavoorzieningen die een andere doelgroep of

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829



Figuur 1 Instrumenttypen (gebaseerd op Adams & Tiesdell, 2012; Verheul e.a., 2017)

uitbater krijgen. Zodoende verandert het aanbod aan commerciële voorzieningen geleidelijk. Toeristische gentrificatie betreft een iteratief veranderingsproces in de gebouwde en beleefde stad. Daarbij gaat het vaak om legio relatief kleine wijzigingen, die tezamen als invloedrijk worden ervaren.
Hoe nu op deze ontwikkelingen te sturen? Welke instrumenten heeft de gemeente tot haar beschikking als de beschreven processen vooral vanuit de markt tot stand komen? De eigenschappen van het beschreven veranderingsproces maken dat de standaard planningsinstrumenten van de gemeente, zoals sturen met omgevingsvergunningen of aanbestedingen, niet of in mindere mate bruikbaar zijn.

Een gemeente heeft echter ook andere middelen tot haar beschikking om het gedrag van marktpartijen te beïnvloeden. Adams en Tiesdell (2012) maken hiervoor onderscheid tussen vier instrumentenfamilies, die door Verheul e.a. (2017) verder zijn uitgewerkt in een kwadrantenstelsel met twee dimensies en zijn aangepast voor de Nederlandse situatie. De uitwerking daarvan is zichtbaar in figuur 1. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen vier instrumenttypen: richtinggevende, regulerende, verbindende en stimulerende instrumenten. Door deze vier instrumenttypen in een kwadrant te plaatsen is in de verticale as onderscheid te maken tussen instrumenten waarbij de gemeente meer op afstand van de marktpartijen stuurt enerzijds en instrumenten waarbij het sturen dichterbij en meer in overleg plaatsvindt anderzijds. Ten tweede wordt met de horizontale as onderscheid gemaakt tussen instrumenten die meer 'zachte' (lees: communicatieve/relationele) sturing toepassen aan de ene kant en 'harde' (lees: financiële/juridische) instrumenten aan de andere kant.

In dit artikel onderzoeken we welke instrumenten binnen deze instrumententypen door de lokale overheid gebruikt kunnen worden om de invloed van toerisme

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Tabel 1 Vier kernvragen van beleid (zie Hemerijck, 2003)

Handelingsoriëntatie	**Criteria van legitimatie**	
	Outputlegitimiteit	*Inputlegitimiteit*
Logic of appropriateness	Politiek-bestuurlijke slagvaardigheid ('past het')	Maatschappelijke aanvaardbaarheid ('hoort het')
Logic of consequence	Instrumentele doelmatigheid ('werkt het')	Constitutionele rechtmatigheid ('mag het')

op de binnenstad te sturen. We identificeren de mogelijke instrumenten niet alleen, maar geven ook inzicht in de geschiktheid van deze instrumenten. Een antwoord op die vraag hangt af van de situatie en de beoordeling van de instrumenten. Om die vraag van geschiktheid te kunnen bepalen is het eerder door Hemerijck (2003) in *Beleid en Maatschappij* gepresenteerde model bruikbaar, dat hij de 'vier kernvragen van beleid' heeft genoemd. Hemerijck stelde dat gelegitimeerd beleid moet voldoen aan de volgende vier kwaliteitseisen: instrumentele doelmatigheid ('werkt het'), politiek-bestuurlijke slagvaardigheid ('past het'), constitutionele rechtmatigheid ('mag het') en maatschappelijke aanvaardbaarheid ('hoort het'). De vier kernvragen zijn weergegeven in tabel 1.

De instrumentenwaaier van figuur 1 kan tezamen met het model van Hemerijck (tabel 1) overheden helpen bij het bepalen hoe zij willen en kunnen sturen in de complexe marktomgeving die de ontwikkeling van toeristische binnensteden bepaalt.

Casusonderzoek Amsterdamse binnenstad

Dit artikel is gebaseerd op een kwalitatief empirisch onderzoek, dat is aangevuld met enkele kwantitatieve componenten. Om de sturingsmogelijkheden te onderzoeken zijn eerst de problemen van toeristische gentrificatie in Amsterdam geanalyseerd, om vervolgens de beleidsreacties in kaart te brengen. Het onderzoek is uitgevoerd in de periode van 2016 tot en met 2018.

Toeristische gentrificatie speelt zich momenteel af in meerdere steden wereldwijd. In veel landen is dit proces in één stad veel verder gevorderd dan in andere steden in het desbetreffende land. Ditzelfde geldt voor Nederland. Het aantal toeristen in Amsterdam is vele malen groter dan in de andere grote steden van Nederland, wat ervoor zorgt dat de impact van toerisme in Amsterdam ook significant groter is. Amsterdam is daarom binnen Nederland een extreme casus, die laat zien wat de invloed van toerisme is in vergevorderde vorm. Extreme cases zijn vaak nuttig omdat ze inzicht bieden in meer mechanismen en actoren dan in cases waarin een fenomeen minder ver gevorderd is (Flyvbjerg, 2006). Zodoende kunnen de resultaten uit Amsterdam ook voor andere Nederlandse steden waar-

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

devolle inzichten bieden. Daarnaast dient Amsterdam als een herkenbare casus voor buitenlandse steden met evenzo hoge percentages toeristen in binnensteden, denk bijvoorbeeld aan Venetië, Salzburg of Barcelona.

Voor het eerste gedeelte van het onderzoek hebben we allereerst de bredere context van de groei van stedelijk toerisme onderzocht door middel van een literatuurstudie. De probleempercepties van bewoners worden immers veroorzaakt door meer dan toeristische voorzieningen alleen en worden ook buiten Amsterdam ervaren. Door deze context te schetsen kunnen we het onderzochte fenomeen vanuit een breder perspectief interpreteren. Vervolgens hebben we middels twee methodes onderzocht wat de impact van deze groei van toerisme is op het voorzieningenaanbod in Amsterdam. Allereerst in een analyse van het publieke debat door 77 nieuwsartikelen in de landelijke media (*NRC, de Volkskrant, Trouw*) en de lokale media (*Het Parool*, AT5) rondom voorzieningen en toerisme in Amsterdam te analyseren. In de desbetreffende media zijn artikelen uit de periode 2012 tot en met 2018 geselecteerd op de aanwezigheid van relevante trefwoorden zoals voorzieningenaanbod en toerisme. Naast de media-analyse hebben we ook diepte-interviews afgenomen met vertegenwoordigers van bewoners en ondernemers om een vollediger beeld van hun ervaringen te krijgen.

De veranderingen in het aanbod aan commerciële voorzieningen hebben we tevens kwantitatief bestudeerd. Hiervoor hebben we allereerst gekeken naar de ontwikkeling van toeristische commerciële voorzieningen in het gehele centrum van Amsterdam in de periode tussen 2008 en 2016. Vervolgens hebben we twaalf stadsstraten in het stadscentrum nader onderzocht.[2] De gemeente Amsterdam (2017a) definieert een stadsstraat als een 'straat met een belangrijke verblijfs- en economisch-maatschappelijke functie op verschillende schaalniveaus met daarnaast een belangrijke verkeersfunctie' (p. 5). Ze hebben bijna altijd een belangrijke winkel- of horecafunctie, en worden in de *Structuurvisie Amsterdam 2040* ook wel omschreven als 'visitekaartjes van de stad' (Gemeente Amsterdam, 2011, 114). Deze straten vervullen met hun voorzieningenaanbod dus een belangrijke stedelijke functie. We kozen voor stadsstraten in de binnenstad omdat het probleem van toeristische gentrificatie zich daar het meest manifesteert en dientengevolge de roep om sturing daar ook het grootste is. Voor de desbetreffende straten hebben we in dezelfde tijdspanne gekeken naar de ontwikkeling van relevante kenmerken zoals het type voorzieningen, de communicatie van voorzieningen naar toeristen, en de gemiddelde commerciële huurprijzen.[3] Het betreft straten met zowel veel als weinig toeristenstromen. De cijfers zijn afkomstig uit een intern onderzoek van Centrum XL (2017). Als laatste hebben we het voorzieningenaanbod van Amsterdam in dezelfde tijdspanne vergeleken met de zes na Amsterdam grootste steden van Nederland.

De kern van dit onderzoek betreft de analyse van de sturingsmogelijkheden in stadsstraten. Hiervoor hebben we allereerst een documentenanalyse uitgevoerd van beleidsnota's van de gemeente Amsterdam uit de periode van 2011 tot en met 2017. Vervolgens hebben we negen diepte-interviews afgenomen met actoren of vertegenwoordigers van actorgroepen die betrokken zijn bij toeristische

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

gentrificatie en de Amsterdamse binnenstad. Er is gesproken met een straatmanager, twee adviseurs van de gemeente, een bestuurslid van een overkoepelende bewonersvereniging, een bestuurslid van een overkoepelende ondernemersvereniging, een vastgoedmanager van een investeringsvehikel, een manager van een intermediaire organisatie en een vastgoedeigenaar. We hebben gebruikgemaakt van semigestructureerde interviews die bestonden uit een aantal open vragen. De interviews zijn getranscribeerd en gecodeerd met behulp van het programma Atlas-ti. De gebruikte codes zijn mede gebaseerd op de empirisch-analytische kwadranten van Verheul e.a. (2017) en Hemerijck (2003).

Veranderingen in het Amsterdamse voorzieningenaanbod

Na Parijs heeft Amsterdam het hoogste aantal toeristische overnachtingen per inwoner van alle Europese steden (Roland Berger, 2015). De meeste toeristen in Amsterdam zijn te vinden in het relatief kleine gebied tussen het Centraal Station en het Museumplein, met de hoogste concentratie in en rondom de Wallen (Remie & Van der Poel, 2016; Van der Poel & Boon, 2015). Toerisme in Amsterdam manifesteert zich eveneens in het aantal banen gerelateerd aan toerisme. Dit is met een aandeel van 50 procent vooral in het stadscentrum opvallend hoog (OIS, 2016a). In Amsterdam-Centrum is echter geen sprake van een leegloop aan bewoners en een economie die volledig wordt gedomineerd door de toerismesector, zoals dat in enkele buitenlandse toeristensteden wel het geval is. In Amsterdam concentreren toeristen zich weliswaar op een klein gedeelte van de stad, maar dat gedeelte huisvest nog altijd een significant aantal permanente bewoners (OIS, 2016b), die eveneens gebruikmaken van de voorzieningen en de openbare ruimte van het stadscentrum. Ook blijkt uit cijfers van het statistiekbureau van de gemeente Amsterdam dat de andere sectoren in het stadscentrum gezamenlijk nog steeds goed zijn voor circa 75 procent van de bedrijven en 50 procent van de banen (OIS, 2016a). Er lijkt dus sprake te zijn van sterk concurrerend ruimtegebruik. Dit vraagt om een nadere (kwalitatieve) media-analyse en nader (kwantitatief) geografisch onderzoek.

Toeristische voorzieningen in het publieke debat

Hoe wordt allereerst in het publieke debat gesproken over het groeiend toerisme? Krantenartikelen van de afgelopen tien jaar laten zien dat toerisme in Amsterdam al enige tijd een terugkerend onderwerp van discussie is. In 2013 waren de geluiden nog hoofdzakelijk positief, zoals in de volgende krantenkop uit *Het Parool*: 'Dankzij toerist vrijwel geen crisis in Centrum' (Karman, 2013). Echter, in de jaren daarna kantelde de berichtgeving, onder meer vanwege commotie over het voorzieningenaanbod. 'Drie jaar geleden telde de stad 28 ijssalons, inmiddels zijn dat er meer dan 70. De aanvankelijke verwondering over deze trend is omgeslagen in irritatie onder veel Amsterdammers', zo berichtte onder meer *NRC Handelsblad* in 2015 (Kooyman & Zilvold, 2015). Datzelfde jaar presenteerde de gemeente Amsterdam de nota 'Stad in Balans' met plannen om de toenemende

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

drukte – mede als gevolg van de groei van toerisme – in goede banen te leiden. In *Het Parool* stelde stadsdeelvoorzitter Boudewijn Oranje in te willen grijpen, want anders 'raken bewoners "hun ankers kwijt", op het moment dat steeds meer winkels worden vervangen door horeca die uitsluitend gericht is op toeristen en dagjesmensen' (Wiegman, 2015). Ook in andere krantenartikelen spreken bewoners en lokale politici veelvuldig negatief over toeristische voorzieningen zoals wafelen ijszaken, prefab kaaswinkels en Tours & Tickets-vestigingen (Blokker, 2015; Guitink & Wiegman, 2015; Kooyman & Zilvold, 2015). Het toerismedebat richt zich vaak op het commerciële voorzieningenaanbod, maar daarnaast worden ook de drukte in het algemeen en de aanverwante gevolgen van Airbnb besproken (Hermanides, 2015; Milikowski, 2016; Remie, 2016).

Uit de media-analyse blijkt dat een deel van de bewoners verfoeit dat delen van de binnenstad zo snel 'verkleuren' als gevolg van het toerisme. Zo bericht *NRC Handelsblad* (2016) dat Amsterdam ingrijpende maatregelen moet nemen 'om geen pretpark te worden waar toeristen zich wel, maar bewoners zich niet langer thuis voelen'. Bewoners zien een sterke groei van toeristische voorzieningen, waardoor een nieuwe toeristische homogeniteit ontstaat. Bovendien klagen de bewoners dat deze toeristische voorzieningen in de plaats komen van voorzieningen die waren gericht op hen, de permanente bevolking. Het debat is dus niet alleen gericht op voorzieningen die men *niet* wil, maar ook op voorzieningen die men *wel* wil, maar die momenteel aan het verdwijnen zijn. Over Nutella-verkopende ijswinkels vatte een bewoner in 2015 de klachten als volgt samen: 'het probleem met deze ijszaken is dat zij de plek van buurtwinkels innemen, en niks aan de buurt toevoegen'. Een bestuurslid van een overkoepelende bewonersorganisatie bevestigt in een interview dat bewoners het gevoel hebben dat 'onze winkel verdwijnt'. Deze veranderingen in het voorzieningenaanbod kunnen, tezamen met de andere gevolgen van toerisme, ervoor zorgen dat bewoners vervreemd raken van hun eigen buurt (Pinkster & Boterman, 2017). Ze voelen zich machteloos tegenover deze buurtverandering en maken zich zorgen over het eindresultaat van dit sluimerende proces.

Toeristische voorzieningen in de statistieken

In hoeverre zijn de aangekaarte verschijnselen ook waarneembaar in de statistieken? In de periode tussen 2008 en 2016 is in Amsterdam een significante toename zichtbaar van voorzieningen gericht op toeristen. Geografisch gezien zijn de toeristische voorzieningen voornamelijk geconcentreerd in het stadscentrum, grotendeels overeenkomstig met de plekken waar de meeste toeristen zich bevinden. Ook is zichtbaar dat tussen 2008 en 2016 de buurtgeoriënteerde voorzieningen in aantallen zijn verminderd door daling van lokale voorzieningen zoals bruine kroegen en winkels met huishoudelijke apparatuur. Buurtgeoriënteerde voorzieningen zijn echter zeker niet uit het centrum van Amsterdam verdwenen. Met name het aantal supermarkten, een essentiële voorziening voor bewoners, blijft hoog in het stadscentrum.

 doi: 10.5553/BenM/138900692020047002003 - Beleid en Maatschappij 2020 (47) 2

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Een gerichte blik op twaalf individuele stadsstraten in het centrum laat zien dat de straten in het stadscentrum onderling erg verschillen. Het meest opvallend zijn de Damstraat en de Ouden Doelenstraat. Na een periode van dalende huurprijzen rond 2012 laten die twee straten in de jaren daarna een duidelijke stijging zien van zowel de huurprijzen als het aantal toeristische voorzieningen, twee ontwikkelingen die niet los van elkaar zijn te zien (DTZ Zadelhoff, 2015). Ter illustratie: momenteel heeft 53 procent van de ondernemingen in deze straten zichtbare communicatie-uitingen op straat die zich onmiskenbaar richten op toeristen, en biedt 69 procent van de ondernemingen voedsel voor directe consumptie aan (Centrum XL, 2017). Met dalende huurprijzen en een gunstige locatie middenin het meest toeristische gebied zijn de straten 'kwetsbaar' geweest voor de snelle 'verkleuring' die wordt aangehaald in het publieke debat. De groei van toeristische voorzieningen is daarbij ten koste gegaan van buurtgeoriënteerde voorzieningen. Het bestemmingsplan is gedurende dit proces grotendeels hetzelfde gebleven, maar de panden bevatten nu wafelverkopers en ijssalons in plaats van boekwinkels en bruine cafés.

Andere straten laten echter een diffuser beeld zien. In een aantal populaire winkelstraten, zoals de Kalverstraat en de Leidsestraat, is de directe focus op toeristische voorzieningen nauwelijks toegenomen, ondanks de manifeste stroom toeristen. Zo is in beide straten het aantal snackbars, lunchrooms en ijssalons, een veelvoorkomende categorie voor toeristische voorzieningen, tussen 2006 en 2016 gelijk gebleven (Centrum XL, 2017). Dit komt vermoedelijk mede door de hoge huurprijzen in deze straten, wat een snelle omslag naar een ander dominant type voorzieningen minder waarschijnlijk maakt.

De statistische vergelijking van de twaalf straten leidt tot meer nuances. Niet alle veranderingen die worden genoemd in het publieke debat over toerisme kunnen *enkel* aan toerisme worden toegeschreven. Toegenomen monofunctionaliteit en uniformiteit zijn bijvoorbeeld ook in niet-toeristische straten te zien, zoals de homogeniteit van kledingwinkelformules. Dit is bijvoorbeeld sterk zichtbaar in de Kalverstraat, waar zowel in 2008 als in 2016 circa 60 procent van de detailhandel kleding- en modeartikelen aanbiedt (Centrum XL, 2017). De verkoop van voedsel voor direct consumptie is eveneens aanwezig in diverse niet-toeristische straten. Ten derde laat een statistische vergelijking met andere grote steden in Nederland zien dat het verdwijnen van buurtgeoriënteerde voorzieningen niet *enkel* aan toerisme kan worden toegeschreven. In steden met weinig toeristen is in de periode 2008 tot 2015 eveneens een duidelijke daling te zien in bruine cafés en winkels in wit- en bruingoed (CBS, 2017). Dergelijke ontwikkelingen kunnen mede worden verklaard door mondialisering in het algemeen, veranderend consumentengedrag en de opkomst van internetwinkels in het bijzonder. Het is goed mogelijk dat toerisme hierop wel een versterkende werking heeft, maar de cijfers laten zien dat toerisme zeker niet de enige ontwikkeling is die invloed uitoefent op de veranderende binnenstad zoals die in het publieke debat wordt geproblematiseerd.

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Impact op de leefbaarheid van de buurt

Al met al is te zien dat de groei van toerisme heeft geleid tot enkele opvallende ontwikkelingen in het aanbod van commerciële voorzieningen. In straten die zich kenmerken door een combinatie van hoge toeristenaantallen en een relatief lage huur openen ondernemers toeristische voorzieningen. Dit vindt plaats in een context waarbij de druk op de stad al hoog is, met een groeiende competitie over schaarse middelen en ruimte. Tezamen met nevenontwikkelingen, zoals de groei van Airbnb, vormen deze ontwikkelingen een belangrijke rol in de toeristische gentrificatie van delen van het stadscentrum van Amsterdam. Bewoners zien 'hun' voorzieningen verdwijnen en ongewenste verschijnselen in het voorzieningenaanbod toenemen, zoals monofunctionaliteit en voorzieningen die zich niet op bewoners richten. Alhoewel de cijfers laten zien dat toerisme daarvan niet de enige oorzaak is, wijzen bewoners wel voornamelijk naar het toerisme. Een toenemend deel van de bewoners verwacht daarbij dat de gemeente ingrijpt en daarmee de ontwikkelingen in het toeristische aanbod aan commerciële voorzieningen beteugelt.

Hiermee lijkt deels de *commerciële* draagkracht van de binnenstad te zijn bereikt, oftewel het vermogen om toeristische functies op te nemen zonder de gewenste lokale activiteiten te verdringen. Maar bovenal zou de maximale *sociale* draagkracht zijn bereikt, dat wil zeggen het tolerantieniveau van de permanente bevolking voor de aanwezigheid van toeristen in het gebied. Bewoners stellen daarbij een negatieve impact te ervaren op hun leefbaarheid. Maar op welke wijze tasten deze processen de leefbaarheid van de bewoners precies aan? Om daar antwoord op te krijgen is een nadere analyse nodig.

Tweeledige impact op leefbaarheid

Om te bepalen wat een buurt leefbaar maakt is het onderscheid tussen grofweg twee type omgevingsbehoeften van belang. In een studie van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) naar leefbaarheid en leefomgeving wordt het onderscheid gemaakt tussen *needs* en *desires* (Leidelmeijer & Van Kamp, 2004). Bij *needs* gaat het om basale behoeften, die relatief generiek en uniform zijn. Met betrekking tot commerciële voorzieningen gaat het bijvoorbeeld om het kunnen verkrijgen van dagelijkse boodschappen. In enkele steden in het buitenland brengt toeristische gentrificatie deze basisbehoefte in gevaar. De cijfers laten zien dat dit in Amsterdam echter niet het geval is. Zo is het aantal supermarkten in Amsterdam juist sterk gestegen in de periode tussen 2007 en 2017, onder meer in het stadscentrum (Gemeente Amsterdam, 2017b). Een bestuurslid van een overkoepelende bewonersvereniging bevestigde in een interview dat hij zelf geen problemen heeft met het doen van dagelijkse boodschappen en daar ook geen klachten over hoort van andere bewonersorganisaties. Een ander voorbeeld van *needs* betreft een schone, hele en veilige leefomgeving. Het is weliswaar mogelijk dat dergelijke basisbehoeften worden aangetast bij een zeer grote hoeveelheid

 doi: 10.5553/BenM/138900692020047002003 - Beleid en Maatschappij 2020 (47) 2

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

toeristen, maar in dat geval zal dat niet komen door veranderingen in het voorzieningenaanbod. Aantasting van de *needs* verklaart dan ook maar zeer ten dele de onvrede die bewoners hebben met de veranderingen in het voorzieningenaanbod.

Door ook naar *desires* van leefbaarheid te kijken kan de onvrede wellicht beter worden geduid. *Desires* zijn omgevingskenmerken die voor veel mensen strikt genomen niet noodzakelijk zijn, maar die het wonen in een buurt wel prettiger maken en ervoor zorgen dat bewoners zich thuis voelen. Dergelijke kwaliteiten zijn vaak subjectiever van aard en meer plaats- en tijdgebonden. Het gaat daarbij onder andere om *sense of belonging*, want naast functioneel en economisch gebruik van een plek voel je ook verbinding met je leefomgeving op basis van de gebiedsidentiteit (Verheul, 2015). Mensen hechten er waarde aan zich te kunnen identificeren met hun omgeving (May & Muir, 2015). Volgens de omgevingspsychologie gaat het daarbij om de stad als 'zintuigelijke totaalervaring': mensen beleven en hechten zich aan een plek door wat zij daar zien, horen, voelen en ruiken (Hospers, 2013).

Onderzoek van Pinkster en Boterman (2017) laat zien dat voor bewoners van het centrum van Amsterdam het gevoel van plaatsgebonden identiteit wordt verstoord door de groei van toerisme. Niet alleen zijn toeristen in groten getale aanwezig, ook transformeert de stad langzaam maar zeker ten gunste van toerisme en, in de ogen van de bewoners, ten nadele van henzelf. De bewoners zien voorzieningen waar zij zich mee verbonden voelden verdwijnen, terwijl ze andere winkelgevels en producten zien verschijnen, ander eten ruiken en andere talen en klanken horen dan toen zij er kwamen wonen. Nog voordat dit proces een punt bereikt waarop het een objectiever probleem wordt, bijvoorbeeld vanwege een gebrek aan dagelijkse winkelmogelijkheden, kunnen deze 'zintuigelijke totaalervaringen' tot ongenoegen leiden.

Sturen op stadsstraten nader verdiept

Nu scherper zicht is ontwikkeld op de ervaren problemen, is de vraag aan de orde welke mogelijkheden een gemeente heeft om de toeristische invloed op stadsstraten te sturen, en hoe geschikt die verschillende mogelijkheden zijn. Om antwoord te geven op die vraag hebben we allereerst per instrumenttype geïnventariseerd welke mogelijkheden momenteel bestaan. Vervolgens hebben we aan de hand van de vier kernvragen van beleid (gebaseerd op Hemerijck, 2003) voor ieder instrumenttype de geschiktheid beoordeeld. De onderzochte instrumenten, zoals beschreven in deze paragraaf, zijn de voornaamste instrumenten die ten tijde van het onderzoek door de gemeente werden toegepast, in de media of in beleidsnota's werden besproken, dan wel door deskundigen werden gesuggereerd.

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Richtinggevende instrumenten

Richtinggevende instrumenten geven richting aan de keuzes van marktpartijen door duidelijk te maken welke ontwikkeling een gemeente of ander overheidsorgaan nastreeft. Hiermee creëert een overheid gebiedspotentie op niet-bindende wijze. Voorbeelden hiervan zijn coalitieakkoorden, de structuurvisie, binnenstadnota's en andere communicatieve instrumenten. Een analyse van deze instrumenten in Amsterdam laat allereerst zien dat toerisme in de loop der jaren een belangrijker onderwerp is geworden in overheidsbeleid en -communicatie. De laatste drie jaren gaat dat bijna altijd gepaard met het nadrukkelijker streven naar meer 'balans in de stad'. Tevens valt op dat de gemeente Amsterdam in dergelijke richtinggevende instrumenten de invloed van toerisme relatief vaak linkt aan veranderingen in het aanbod aan commerciële voorzieningen. De gemeente communiceert daarbij een gewenste balans in het voorzieningenaanbod.

Onze beoordeling van deze instrumenten aan de hand van het beleidskernvragenkwadrant van Hemerijck (2003) laat zien dat enkel het toepassen van richtinggevende instrumenten doorgaans niet resulteert in het gewenste resultaat. Marktpartijen passen hun gedrag onvoldoende aan in reactie op deze niet-bindende communicatieve instrumenten. Richtinggevende instrumenten kunnen daarom beter worden gezien als uitgangspunt voor en in samenhang met andere instrumententypen.

Regulerende instrumenten

Regulerende instrumenten beperken de keuzemogelijkheden van marktpartijen. Het betreft 'harde' en over het algemeen juridische sturing. Het meest voor de hand liggende voorbeeld is het bestemmingsplan. Dit biedt sterke controle over de totale kwantiteit en ruimtelijke verdeling van een bepaalde voorzieningensector, met name wat betreft vestiging van nieuwe voorzieningen. Zo kan het worden ingezet om de groei van het aantal horecazaken een halt toe te roepen. Wat betreft de mogelijkheden om specifieker te sturen is er een verschil zichtbaar tussen horeca en detailhandel, de twee sectoren die het meest lijken te worden beïnvloed door toerisme. Horeca is onderverdeeld in specifieke categorieën in het bestemmingsplan, wat meer verdergaande sturing mogelijk maakt dan bij detailhandel. Het Amsterdamse bestemmingsplan bevat daarnaast nog een specifieke mogelijkheid in de vorm van de 'wijzigingsbevoegdheid toegelaten functies', ook wel de 'keerklepregeling' genoemd. Deze regeling zorgt ervoor dat het niet mogelijk is om in een pand een nieuwe voorziening te openen als die toebehoort aan een lijst van ongewenste functies en branches, bijvoorbeeld massagesalons en raamprostitutie, ook niet als het een nieuwe voorziening betreft in een pand dat al de juiste bestemming heeft.

Onze beoordeling van deze instrumenten in Amsterdam, aan de hand van het kwadrant van Hemerijck (2003), laat zien dat reguleren de groei van bepaalde ongewenste functies vrij effectief kan beperken. Echter, meerdere beleidskernvra-

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

gen wijzen op beperkingen hoe ver die sturing kan gaan. Als eerste was de bereidheid van politici om wetgeving in te voeren die verder gaat dan het borgen van randvoorwaarden als veiligheid en een overlastvrije omgeving – en daarmee verder gaat dan enkel het waarborgen van de *needs* – lange tijd niet aanwezig. Pas nu de urgentie toeneemt, lijkt dit te veranderen, al zijn de politieke meningen hierover nog steeds verdeeld. Daarnaast moeten regulerende sturingsmaatregelen in straten altijd ruimtelijk worden onderbouwd, want economische onderbouwing is volgens Europese wetgeving vanwege ongewenste marktverstoring niet toegestaan (Hobma, 2017). In het geval van de keerklepregeling gaat het om functies waarvan in uitgebreid onderzoek ruimtelijk is onderbouwd dat ze overlastgevend of criminogeen zijn. Er is een maatschappelijk debat gaande over de mogelijkheden om met die regulerende aanpak ook toeristische voorzieningen te sturen, een debat dat tot in de rechtbank wordt gevoerd (Niemantsverdriet, 2018). Echter, zelfs als daaruit voortkomt dat men toeristenwinkels met regulerende instrumenten kan verbieden, is het nog maar de vraag of daarmee voldoende gestuurd kan worden op de *desires*, zoals de binding met en thuisgevoel binnen de eigen leefomgeving. Wat betreft het voorzieningenaanbod worden deze *desires* namelijk in grote mate bepaald door de diversiteit en de aanwezigheid van specifieke voorzieningen die verschillen per type bewoner, waarin lastig te voorzien is door op afstand reguleringsmaatregelen te nemen. Regulering kan daarom bovenal gebruikt worden om een kader te creëren, maar zal gecombineerd moeten worden met andere instrumententypen als een gemeente haar regie over het aanbod aan commerciële voorzieningen wil versterken.

Stimulerende instrumenten

De categorie stimulerende instrumenten kan wat betreft binnenstadbeleid grofweg worden onderverdeeld in twee categorieën: subsidiëren en investeren. Er worden in enkele gevallen onder strikte voorwaarden subsidies beschikbaar gesteld voor bijvoorbeeld het opknappen of verduurzamen van winkelpanden. Ten tweede kan een investeringsvehikel worden ingezet. Dit is een type organisatie waarmee andere organisaties zoals een gemeente kunnen investeren in vastgoed met als doel buurtverbetering op gang te brengen. Een Amsterdams voorbeeld hiervan is de NV Zeedijk. Dit investeringsvehikel is in de jaren tachtig opgericht om verloedering en criminaliteit in de toenmalige probleembuurt tegen te gaan. Dit deed de investeringsorganisatie door panden op te kopen en die te verhuren aan bonafide ondernemers. Opvallend is dat de organisatie momenteel deze panden en hun netwerk vooral gebruikt om monofunctionaliteit in het voorzieningenaanbod tegen te gaan en diversiteit te verbeteren.

Een investeringsvehikel dat panden bezit is een erg effectief instrument om het aanbod aan commerciële voorzieningen te sturen. Investerende actoren kunnen met een investeringsvehikel zelf kiezen aan welk type huurder ze de panden verhuren, zolang er vraag vanuit de markt is. Dit kan een positieve spiraalwerking op gang brengen, waarbij omliggende panden ook andere voorzieningen aantrekken,

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

zoals in en rondom de Zeedijk gebeurde. Vanwege dure vastgoedaankopen is een investeringsorganisatie echter niet altijd een efficiënt middel. Bovendien kan het ondernemen met grote hoeveelheden publiek geld ook op politieke en maatschappelijke weerstand stuiten. Dit wordt versterkt doordat de waardering van voorzieningen relatief subjectief is, immers: voor welke bewoner kiest een gemeente bij de keuze voor een type commerciële voorziening? Panden opkopen met een investeringsvehikel is niet het meest voor de hand liggende instrument om op grote schaal toe te passen. Het is kansrijker om het in te zetten als katalysator door te proberen met relatief kleine ingrepen processen op gang te brengen die het aanbod van commerciële voorzieningen verbeteren. Een belangrijk verschil met regulerende instrumenten is dat een investeringsorganisatie in staat is te stimuleren wat men *wel* wil, terwijl regulering met name geschikt is om functies in te perken die men *niet* wil.

Verbindende instrumenten

Verbindende instrumenten vergroten het organiserend vermogen van (markt)partijen, veelal door verschillende partijen bij elkaar te brengen. Daarmee helpen ze marktpartijen nieuwe keuzemogelijkheden te ontdekken. Voorbeelden zijn het inzetten op een ondernemersvereniging, een bedrijveninvesteringszone of een straatmanager. Een specifiek voorbeeld uit Amsterdam is Centrum XL, een intermediair samenwerkingsverband tussen de gemeente en het Amsterdamse bedrijfsleven met als doel het creëren van een aantrekkelijke, economisch sterke en leefbare binnenstad. Een van hun huidige speerpunten is de diversiteit van de winkel- en horecavoorzieningen.

Uit de interviews blijkt dat de verbindende instrumenten bovenal worden gezien als veelbelovend. Door in te zetten op netwerk- of samenwerkingsverbanden oefent een gemeente weliswaar geen directe invloed uit op het voorzieningenaanbod, maar de gedachte erachter is dat marktpartijen dankzij het bestaan van dergelijke verbanden eerder streven naar gemeenschappelijk belang, zoals voorzieningen die complementair zijn. Daarnaast biedt deze aanpak ook de mogelijkheid om de bewoners erbij te betrekken, wat het gevoel van machteloosheid jegens de buurtverandering kan doen verminderen. De vrijwillige aard van verbindende instrumenten zorgt er wel voor dat ze niet altijd direct effectief zijn. De bevindingen laten tevens zien dat er eisen zijn aan de institutionele inrichting. Bij Centrum XL gaat het om een neutrale, onafhankelijke 'tussenpersoon', omdat een intermediaire organisatie aan geloofwaardigheid bij marktpartijen zou inboeten als ze te sterk aan de gemeente is verbonden. De gemeente kan een intermediair wel faciliteren door deze deels te subsidiëren, maar het is volgens de respondenten af te raden om er een overheidsorganisatie van te maken.

 doi: 10.5553/BenM/138900692020047002003 - Beleid en Maatschappij 2020 (47) 2

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Conclusies en sturingslessen

In dit artikel presenteerden wij inzichten over toeristische gentrificatie en de sturing daarop. Ons onderzoek heeft laten zien dat stedelijk toerisme de fysieke leefomgeving stapsgewijs doet veranderen, onder meer zichtbaar in een veranderend commercieel voorzieningenaanbod. In de Amsterdamse binnenstad is zichtbaar dat de sterk toegenomen stroom toeristen zorgt voor een groeiende marktvraag naar toeristische voorzieningen. Marktpartijen reageren hierop, wat resulteert in een gewijzigd voorzieningenaanbod binnen een relatief klein deel van de stad. Dit proces zorgt er in een vergevorderd stadium voor dat met name de sociale draagkracht, met andere woorden de tolerantiegrens van bewoners voor toerisme, een kritisch niveau heeft bereikt. Bewoners ervaren een afnemende leefbaarheid van hun buurt en vragen de gemeente om in te grijpen.

Als een gemeente wil sturen, moet ze eerst weten *wat* ze precies geacht wordt te sturen. De negatieve impact op de leefbaarheid van de omgeving is, zoals in dit artikel werd betoogd, tweeledig uit te splitsen in de toeristische impact op de *needs* en op de *desires* van bewoners. Bij de *needs* gaat het om basale behoeften, die in beginsel vrij universeel en objectief zijn. De onvrede met de veranderingen in het voorzieningenaanbod komt echter zeer ten dele voort uit een aantasting van de *needs*. Een schone, hele en veilige leefomgeving wordt er niet of nauwelijks door aangetast, en essentiële levensvoorzieningen zoals supermarkten zijn niet verdwenen. De onvrede kan wat ons betreft beter worden verklaard door ook te kijken naar de *desires*. Het gaat dan om subjectievere omgevingskenmerken die een buurt aangenaam maken en ervoor zorgen dat bewoners zich thuis voelen. Bewoners ervaren een verminderde binding met hun eigen leefomgeving, omdat stadsstraten langzaam transformeren ten gunste van toerisme en ten nadele van henzelf.

Processen van toeristische gentrificatie staan niet op zichzelf, maar maken deel uit van een dynamische omgeving waarin ook enkele andere ontwikkelingen een significante rol spelen. Zo laat ons onderzoek zien dat de veranderende marktvraag niet alleen het gevolg is van toenemend toerisme, maar ook het effect is van veranderend consumentengedrag van de lokale gebruikers (lees: buurt- en stadsbewoners). De impact op de *desires* wordt tevens beïnvloed door meer algemene, mondiale ontwikkelingen, zoals globalisering van de horeca- en winkelsector en de homogenisering van de publieke ruimte. Toerisme is dus niet de enige en losstaande veroorzaker van de afnemende leefbaarheid die in het publieke debat wordt genoemd. Wel is het een sterke aanjager van een altijd al veranderende binnenstedelijke omgeving, met bovendien duidelijke fysieke, tastbare verschijningsvormen. Mogelijk versterkt dat de roep om ingrijpen.

De nuances over een voortdurend veranderende stad laten onverlet dat lokale overheden, waaronder de gemeente Amsterdam, op zoek zijn naar handelingsperspectieven. De gemeente heeft daarvoor een waaier aan potentiële sturingsinstrumenten tot haar beschikking, waarmee ze invloed kan uitoefenen op de beslissingsruimte van marktpartijen. Het blijkt echter dat niet ieder instrument altijd

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

het gewenste resultaat heeft. Op basis van de resultaten van dit onderzoek kunnen we enkele sturingslessen formuleren.

Sturingslessen

Om te beginnen moet het stadsbestuur bepalen *of* het wel wil sturen. De casus Amsterdam laat zien dat de bereidheid om sturingsinstrumenten in te zetten toeneemt naarmate de problemen erger worden. Dit heeft te maken met wat de *logic of appropriateness* van overheidsbeleid wordt genoemd (March & Olsen, 1989). Met name toepassing van 'harde sturing', bestaande uit de regulerende en stimulerende instrumenten, vinden beleidsmakers pas geschikt bij een hoge mate van gedeeld urgentiebesef.

Vervolgens is het voor een gemeente van belang om te weten *hoe* het kan sturen. De bevindingen laten zien dat voor het sturen van de impact op de *needs* ander overheidsbeleid het meest geschikt is dan voor het sturen van de impact op de *desires*. Dit heeft met name te maken met wat de *logic of consequence* wordt genoemd (March & Olsen, 1989). Voor het tegengaan van negatieve impact op de *needs*, oftewel op de basale levensbehoeftes, zijn doorgaans regulerende instrumenten het meest geschikt. Omdat het hierbij gaat om objectieve behoeften – die veelal worden bedreigd door specifieke voorzieningen zoals overlastgevende horeca – is het effectief en efficiënt om juridische instrumenten in te zetten. Denk aan het sluiten van horeca, het aanpassen van openingstijden of het afzien van vergunningverlening. Daarnaast is een dergelijke negatieve impact ook ruimtelijk te verantwoorden, wat ervoor zorgt dat het inzetten van regulerende instrumenten hiervoor ook rechtmatig is volgens Europese regelgeving.

Dat zit anders bij de impact op de *desires*, die erg verschilt van de impact op de *needs*. Er is geen uniforme consensus over deze impact: binding met de leefomgeving wordt voor de ene bewoner gevormd door hele andere voorzieningen dan voor de ander. En daar waar impact op de *needs* veelal kan worden tegengegaan door te voorkomen wat je *niet* wilt, is het voor de *desires* veel belangrijker wat er *wel* is. Dit zorgt ervoor dat een regulerende, kaderstellende aanpak op afstand minder geschikt is voor het sturen van deze impact. Daarnaast is het ingewikkeld om een dergelijke aanpak juridisch te verantwoorden. Over de mogelijkheden om te sturen op specifieke voorzieningen, bijvoorbeeld om een lokaal restaurant voor te trekken ten nadele van een McDonalds, wordt momenteel een maatschappelijk debat gevoerd dat tot in de rechtbank wordt doorgetrokken (Niemantsverdriet, 2018).

Voor het tegengaan van negatieve impact op de *desires* in een buurt is sturen in overleg meer geschikt, op basis van een procesgedreven strategie. Een gemeente kan daarbij allereerst verbindende instrumenten inzetten. Door in netwerkverbanden of middels een intermediaire organisatie verschillende partijen bij elkaar te brengen, waaronder de bewoners zelf, wordt het streven naar gemeenschappelijke belangen gestimuleerd. Daarbij kan men in overleg focussen op wat men *wel* wil. De overwegend vrijwillige deelname aan dergelijke verbanden zorgt voor een hoge mate van rechtmatigheid, maar kan ten koste gaan van de instrumentele

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

doeltreffendheid. Om de doeltreffendheid te vergroten kan een gemeente ertoe besluiten deze aanpak aan te vullen met de inzet van een investeringsvehikel. Daarmee kunnen gericht (enkele) panden worden opgekocht, die vervolgens worden ingezet als katalysator om gewenste ontwikkelingen in het voorzieningenaanbod op gang te brengen. In beide gevallen bouwt men op procesgedreven wijze voort op datgeen wat er al is, waarbij de gemeente een faciliterende rol aanneemt.

Slotreflectie: politiek-bestuurlijke reacties op toerisme

Toeristische gentrificatie is in Nederlandse steden een relatief nieuw fenomeen. Het is wat ons betreft van belang dat zowel door wetenschappelijk onderzoek als vanuit de bestuurspraktijk de ontwikkelingen van toeristische groei en de gevolgen daarvan worden gevolgd en dat daarop wordt gereflecteerd. Voor een deel zal de ontwikkeling van stedelijk massatoerisme afhankelijk zijn van goedkope chartervluchten en de consumentenwil om zo veel en zo vaak als mogelijk stadscentra te bezoeken. De laatste tijd wordt om redenen van duurzaamheid en gezondheid het massatoerisme bediscussieerd, maar zolang er geen drastische overheidsmaatregelen en gedragsaanpassingen van toeristen plaatsvinden, mogen we verwachten dat binnensteden passende reacties op toeristische gentrificatie moeten bedenken. Maatschappelijk debat over de vraag 'Van wie is de (binnen)stad?' verdient een voortdurende plek in de formele en informele arena's van de stedelijke democratie. Een stedelijke machtsstrijd vindt namelijk – zeker voor bewoners – niet altijd zichtbaar aan de voorkant van ontwikkelingen plaats. Eerder is er sprake van een sluipende ontwikkeling: een 'stille overname' van het lokale domein door mondiale spelers (Hertz, 2003). Dat geldt zeker ook voor andere steden dan Amsterdam. Nadenken over en reageren op toeristische gentrificatie zijn evenzo relevant voor steden waar de groei van toerisme doorgaans is gestimuleerd vanuit economische groeiambities, maar waar zich ook de eerste neveneffecten hebben voorgedaan die niet overal en door iedereen als wenselijk worden ervaren. Vragen die bij monitoring aan de orde moeten zijn, gaan over de aard en de reikwijdte van het fenomeen, alsmede over degenen die baat hebben bij een bloeiende toerismesector (de 'winnaars') en over degenen die er de nadelen van ondervinden (de 'verliezers'). Vervolgens zal het bestuur zich tot toeristische gentrificatie moeten verhouden. Het is daarom zinvol om nader te reflecteren op die bestuurlijke reacties.

Als bewoners klagen over de gevolgen van toerisme dan heeft het stadsbestuur allereerst de optie om niet meteen in een sturingsreflex te schieten, maar de situatie te relativeren. Dat kan gebeuren door aan te geven dat de stad altijd verandert, of dat geliefde voorzieningen uit de buurt misschien wel verdwijnen, maar dat bewoners nog voldoende mogelijkheden hebben om in hun eerste levensbehoeften te voorzien. Een positieve *reframing* van toeristische gentrificatie kan zijn om bewoners te stimuleren de groei van toerisme ook te benutten. Dat is mogelijk door te wijzen op de economische groei en de werkgelegenheid die toerisme met

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

zich brengt. Stadsbewoners kunnen verdienen aan toerisme vanwege de banen, de uitgaven in winkels en horeca, of door de verhuur van kamers via Airbnb. Ook maken de vele toeristen het bestaan van culturele voorzieningen mogelijk. De vele bezoekers maken een groter en deels kwalitatief hoogstaander aanbod mogelijk van musea, theaters, restaurants, danceclubs en concertzalen met bijbehorende topartiesten, en andere voorzieningen waar stadsbewoners gebruik van maken en die niet (in die vorm, aantallen en omvang) zouden bestaan zonder bezoekers van buiten de stad.

Hoewel de opkomende toeristische gentrificatie zeker kan worden gerelativeerd of benut, zullen dergelijke beleidsreacties niet altijd recht doen aan de zorg en het afnemend thuisgevoel van stadsbewoners. Immers, niet iedere stadsbewoner is winnaar in de toeristische economie. Ook is het de vraag hoeveel voordeel de stad als geheel ervaart als toeristische gentrificatie (uiteindelijk) leidt tot een meer homogene binnenstad en een minder diverse economie en stedelijke cultuur. Dit staat haaks op het verlangen naar stedelijke eigenheid en authenticiteit dat zoveel bewoners (en ook veel bezoekers) koesteren (Zukin, 2009). Een begrijpelijke reactie is dan om toeristische gentrificatie te bestrijden, af te remmen of in extremis te voorkomen. In dit artikel zijn enkele instrumenten behandeld die de veranderingen van stadsstraten door groeiend toerisme kunnen tegengaan. We hebben laten zien dat bestrijden deels effectief kan zijn, vooral als sprake is van negatieve impact op de *needs* van de bewoners. Bij voldoende urgentiebesef en draagvlak kunnen regulerende en stimulerende instrumenten effectieve bestrijdingsmiddelen vormen. Toch stuiten we ook hier op de grenzen van maakbaarheid. Toeristische groei, consumptieve voorkeuren en commerciële vastgoedmarkten zijn in toenemende mate mondiaal van aard en laten zich lokaal moeilijk sturen. Vergaande regulering of financiële ondersteuning van lokale markten zal bovendien in veel gevallen juridisch onmogelijk blijken of als onwenselijk worden ervaren.

Een niet te miskennen bestuurlijke reactie op toeristische gentrificatie is daarom het goed begeleiden van straten en buurten in toeristische stadscentra. Dat wil zeggen, het begeleiden van bewoners, ondernemers en andere stakeholders in processen die de stad leefbaar houden in tijden van groeiend toerisme. Ons onderzoek heeft laten zien dat vooral de verbindende instrumenten op veel draagvlak kunnen rekenen.

Door partijen bij elkaar te brengen en de vorming van netwerkorganisaties te faciliteren (zoals in Amsterdam onder andere gebeurt met Centrum XL) kan een lokale overheid stimuleren dat gemeenschappelijk wordt gewerkt aan het voorzien in een divers voorzieningenaanbod. Bovendien kan bij bewonersparticipatie in deze netwerkverbanden het probleem worden erkend of het draagvlak worden vergroot. Dergelijke netwerkorganisaties hebben allerlei voordelen in de gezamenlijke profilering van een stadsstraat of buurt. In deze netwerkverbanden kan worden gewerkt aan een gezamenlijke investeringsagenda. Ook kan het onder de aandacht brengen en stimuleren van lokale producten en winkeliers bij bewoners en toeristen helpen. Voor veel mensen is het ondersteunen van lokale winkels en

 doi: 10.5553/BenM/138900692020047002003 - Beleid en Maatschappij 2020 (47) 2

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

horeca een sympathiek idee, maar lokale bedrijven hebben vaak structurele consumentensteun nodig om te kunnen blijven opboksen tegen mondiale bedrijven.

Juist voor steden waar toerisme nog maar beperkt nadelige gevolgen heeft voor het voorzieningenaanbod is het voor de lokale overheid raadzaam om in netwerkvorming en zelforganisatie te investeren. Het ontbreken van toeristische gentrificatie biedt immers mogelijkheden. Vooral stadsstraten die hun netwerk op orde hebben, kunnen veerkrachtig reageren op veranderingen in het economische landschap: problemen met winkelvastgoed, leegstand en homogenisering van het aanbod, evenals de mogelijkheden van placemaking en lokaal ondernemerschap zijn een blijvende opgave waar partijen elkaar voor nodig hebben. De casus van de Amsterdamse binnenstad laat zien dat wanneer massatoerisme eenmaal manifest aanwezig is, de sturingsmogelijkheden beperkt zijn. 'Proactieve netwerkactivatie' is daarom van belang: niet alleen partijen bij elkaar brengen als de problemen zich al hebben voltrokken, maar voortdurend bouwen aan stevige lokale netwerken die veerkrachtig kunnen inspelen als externe ontwikkelingen, zoals toeristische gentrificatie, zich voordoen (Verheul e.a., 2019). Een procesmanagementbenadering biedt hierbij een passende aanpak (De Bruijn e.a., 1998).

Raadzaam is dus om te anticiperen op toeristische gentrificatie door te helpen lokale netwerken op te zetten die de lokale markt en ondernemers- en bewonersparticipatie versterken. Dergelijke netwerkvorming biedt nu al kansen voor de gezamenlijke fysieke en economische verbetering van stadsstraten en zal alleen maar meer voordelen bieden in de toekomst, mocht de lokale eigenheid vanwege verdergaande globalisering c.q. toeristische gentrificatie dreigen te verdwijnen. Dat biedt steden die worstelen met toerisme perspectief, maar vraagt ook om voortdurende herbezinning op massatoerisme en tegelijkertijd om geloof in het benutten van de lokale veerkracht in de stad.

Noten

1 Interview met een senior beleidsadviseur van de gemeente Utrecht, 2017.

2 De twaalf stadsstraten zijn: Damstraat en Oude Doelenstraat, Haarlemmerstraat, Oude en Nieuwe Hoogstraat, Jodenbree- en Sint Antoniesbreestraat, Kalverstraat, Leidsestraat, Nieuwendijk, Rokin, Nieuwe Spiegelstraat en Spiegelgracht, Spuistraat, Utrechtsestraat, Vijzelstraat en -gracht.

3 Functies van de voorzieningen zijn allereerst onderverdeeld naar detailhandel dagelijks, detailhandel niet-dagelijks, logies, restaurants, cafés. Vervolgens hebben we de voorzieningen die vallen onder detailhandel en horeca verder uitgesplitst in subcategorieën. Wat betreft de toeristische kenmerken hebben we onder meer gekeken of een voorziening op straat zichtbare communicatie-uitingen heeft die zich onmiskenbaar richten op toeristen en bezoekers, en of het aanbod/assortiment gericht is op toeristisch gebruik.

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Literatuur

Adams, D., & Tiesdell, S. (2012). *Shaping Places: Urban Planning, Design and Development*. Routledge.

Berner, L., & Wickert, J. (2011). Keine Gespensterdebatte. Die Zweckentfremdung durch Ferienwohnungsnutzung nimmt weiter zu — Studie zeigt Umfang und Verteilung von Ferienwohnungen in Berlin. *Mieterecho*, 350: 4-7.

Blokker, B. (2015, 6 mei). Na de growshops zijn er nu de ijssalons. *NRC* .

Bock, K. (2015). The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *European Journal of Futures Research*, 3 (1): 20.

Bruijn, J.A. de, Heuvelhof, E.F., Veld, R.J., & Laan, I. van der (1998). *Procesmanagement: over procesontwerp en besluitvorming* . Academic Service.

Burgen, S. (2017, 29 januari). Barcelona marches to curb negative effects of tourism boom. *The Guardian*.

CBS (2017). *Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, regio*. https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/81578NED/table?fromstatweb, geraadpleegd op 28 september 2017.

Centrum XL (2017). *Diversiteit winkel- en voorzieningenaanbod* (intern Centrum XL–rapport). Ongepubliceerd.

Chang, T., & Huang, S. (2008). Geographies of everywhere and nowhere: place-(un) making in a world city. *International Development Planning Review*, 30 (3): 227-247.

Colau, A. (2014, 2 september). Mass tourism can kill a city – just ask Barcelona's residents. *The Guardian* .

Colomb, C., & Novy, J. (2016). *Protest and Resistance in the Tourist City* . Routledge.

Couzy, M. (2016, 13 april). Ten strijde tegen ijs, wafels en kaas in het straatbeeld. *Het Parool*.

DTZ Zadelhoff (2015). *Winkelhuren Amsterdam 2015*. DTZ Zadelhoff.

Dunne, G., Flanagan, S., & Buckley, J. (2010). Towards an understanding of international city break travel. *International Journal of Tourism Research*, 12 (5): 409-417.

Edwards, C. (2016, 11 november). *Thousands call for EU to support Florence against McDonald's lawsuit*. The Local. www.thelocal.it/20161111/petition-demands-eu-and-italy-government-protect-florence-from-mcdonalds-lawsuit.

Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12 (2): 219-245.

Füller, H., & Michel, B. (2014). 'Stop being a tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38 (4): 1304-1318.

Gant, A.C. (2015, 27 augustus). *Tourism and commercial gentrification*. RC21 International Conference on 'The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow's urban life', Urbino (Italië).

Gemeente Amsterdam (2011). *Structuurvisie Amsterdam 2040 - Economisch sterk en duurzaam*. Gemeente Amsterdam.

Gemeente Amsterdam (2017a). *Onderzoeksrapport Stadsstraten*. Gemeente Amsterdam.

Gemeente Amsterdam (2017b). *Detailhandelsbeleid Amsterdam 2018-2022: sterke winkelgebieden in een groeiende stad*. Gemeente Amsterdam.

Giuffrida, A. (2017, 5 mei). Venice bans kebab shops to 'preserve decorum and traditions' of city. *The Guardian*.

Gotham, K.F. (2005). Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42 (7): 1099-1121.

Guitink, R., & Wiegman, M. (2015, 30 mei). Binnenstad is overdosis ijssalons spuugzat. *Het Parool*.

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Hemerijck, A. (2003). Vier kernvragen van beleid. *Beleid en Maatschappij*, 30 (1): 3-19.
Hermanides, E. (2015, 8 februari). Amsterdam dreigt te disneyficeren. *Het Parool* .
Hertz, N. (2003). *The Silent Takeover: Global Capitalism and the Death of Democracy* . Harper Business.
Hobma, F. (2017). *Limits to the regulation of establishment of real estate through urban plans – the hotel sector and retail as examples*. 24th Annual Conference of the European Real Estate Society (ERES), Delft.
Hospers, G.J. (2013). *Geografie en gevoel: wat plekken met ons doen* . Van Gorcum.
Karman, J. (2013, 22 januari). Dankzij toerist vrijwel geen crisis in Centrum. *Het Parool* .
Kesar, O., Dezeljin, R., & Bienenfeld, M. (2015). Tourism Gentrification In The City Of Zagreb: Time For A Debate? *Interdisciplinary Management Research*, 11: 657-668.
Kooyman, J., & Zilvold, R. (2015, 10 februari). Overal Nutella. Gek word je ervan. *NRC* .
Leidelmeijer, K., & Kamp, I. van (2004). *Kwaliteit van de leefomgeving en leefbaarheid; naar een begrippenkader en conceptuele inkadering* . RIVM.
Maitland, R. (2010). Everyday life as a creative experience in cities. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (3): 176-185.
March, J.G., & Olsen, J.P. (1989). *Rediscovering institutions: The organizational basis of politics* . Free Press.
May, V., & Muir, S. (2015). Everyday belonging and ageing: Place and generational change. *Sociological Research Online*, 20 (1): 1-11.
Mendes, L. (2016). What can be done to resist or mitigate tourism gentrification in Lisbon? Some Policy Findings & Recommendations. In: M. Glaudemans & I. Marko (red.), *City Making & Tourism Gentrification.* Stadslab, 34-41.
Milikowski, F. (2016, 27 juli). Amsterdam als koelkastmagneetje. *De Groene Amsterdammer* .
Nelissen, N.J.M. (2013). Gemeenten in de ban van evenementen. Bestuurspraktijken gehekeld. *Bestuurswetenschappen*, 67 (3): 5-10.
Niemantsverdriet, T. (2018, 19 december). Amsterdam mag doorgaan met weren van toeristenwinkels. *NRC* .
Novy, J. (2016). The selling (out) of Berlin and the de- and re-politicization of urban tourism in Europe's 'Capital of Cool'. In: C. Colomb & J. Novy (red.), *Protest and resistance in the tourist city.* Routledge, 52-71.
NRC (2016, 4 november). Toeristisch succes Amsterdam bijt zichzelf in de staart. *nrc.nl*.
OIS (2016a). *2016 jaarboek Amsterdam in cijfers*. Gemeente Amsterdam.
OIS (2016b). *Kerncijfers Amsterdam*. Kerncijfers gebieden Amsterdam. www.ois.amsterdam.nl/publicaties/kerncijfers-amsterdam.
O'Reilly, A.M. (1986). Tourism carrying capacity: concept and issues. *Tourism management*, 7 (4): 254-258.
Pinkster, F.M., & Boterman, W.R. (2017). When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural geographies*, 24 (3): 457-472.
Pixová, M., & Sládek, J. (2016). Touristification and awakening civil society in post-socialist Prague. In: C. Colomb & J. Novy (red.), *Protest and resistance in the tourist city*. Routledge, 73-88.
Ploeg, J. van der (2016, 8 november). McDonald's stuit ook op verzet in Florence en eist 17,8 miljoen euro schadevergoeding. *De Volkskrant* .
Poel, R. van der, & Boon, L. (2015, 5 november). Kuddedieren. Over het toerisme in de hoofdstad. *Nrc.next* .
Porter, L., & Shaw, K. (2013). *Whose Urban Renaissance? An international comparison of urban regeneration strategies* . Routledge.

Dit artikel uit Beleid en Maatschappij is gepubliceerd door Boom bestuurskunde en is bestemd voor Bibliotheek TU Delft 439829

Remie, M. (2016, 4 december). De stad zag de gevaren niet op tijd. *NRC* .

Remie, M., & Poel, R. van der (2016, 25 augustus). Spreiding toeristen lukt Amsterdam mondjesmaat. *NRC* .

Roland Berger (2015). *European city tourism 2015 study - analysis and findings*. Roland Berger.

Simpson, F. (1999). Tourist impact in the historic centre of Prague: Resident and visitor perceptions of the historic built environment. *Geographical Journal*, 165 (2): 173-183.

Spierings, B.H.A. (2006). *Cities, consumption and competition: the image of consumerism and the making of city centres*. Radboud University Nijmegen.

Steen, P. van der (2010, 23 december). De kerk? Daar, achter het reuzenrad. *NRC*. www.nrc.nl/nieuws/2010/12/23/de-kerk-daar-achter-het-reuzenrad-11982162-a1070602.

Swarbrooke, J. (2000). Tourism, economic development and urban regeneration: a critical evaluation. *Developments in Urban and Rural Tourism.* Sunderland: Centre for Travel and Tourism, Sheffield Hallam University and University of Northumbria, 269-285.

Tyler, D. (2009). London's Tourism: Is a Purely Economic Approach Appropriate? *Local Economy*, 24 (5): 415-425.

Verheul, W.J. (2015). Plaatsgebonden identiteit: het anker voor stedelijke ontwikkeling. In: T. Rutjens, J. Koffijberg & G. Teisman (red.), *De stad kennen, de stad maken.* Platform 31, 35-48.

Verheul, W.J., Daamen, T., Heurkens, E., Hobma, F., & Zoest, S. van (2019). *Leren van stedelijke transformatie: Over sturingsdilemma's en veerkracht in binnenstedelijke gebiedsontwikkeling* . Platform 31.

Verheul, W.J., Daamen, T., Heurkens, E., Hobma, F., & Vriends, R. (2017). *Gebiedstransformaties - Ruimte voor durf en diversiteit*. –Delft: Technische Universiteit Delft, faculteit Bouwkunde.

Vianello, M. (2016). The No Grandi Navi campaign: protests against cruise tourism in Venice. In: C. Colomb & J. Novy (red.), *Protest and resistance in the tourist city.* Routledge, 185-204.

Vinckx, Y. (2018, 30 juli). Welcome to Little Amsterdam. *NRC* .

Wiegman, M. (2015, 12 september). Elke week twee tot drie nieuwe ijswinkels in Amsterdamse binnenstad. *Het Parool* .

Zukin, S. (2009). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford University Press.