

Gemeente Waterland  
t.a.v. dhr. B. Ten Have  
Monnickendam

Marken, 26 mei 2019

Geachte wethouder Ten Have,  
Beste Bas,

Naar aanleiding van het driehoek gesprek in april is er een tweede overleg georganiseerd. Helaas is er een datum geprikt waarop niemand van de werkgroep toerisme of een lid van het bestuur van de Eilandraad Marken aanwezig kan zijn. Vandaar dat we op deze wijze onze inbreng geven.

We geven in deze brief (1) een indruk van de algehele groei van toerisme, de effecten voor bewoners en hoe toerisme een gedeeld belang heeft met als bron Perspectief 2030: een visie ontwikkeld door stakeholders van de vrijetijdseconomie en aangeboden aan staatssecretaris Mona Keijzer. We zoomen in (2) op hetgeen besproken is in het eerste driehoek gesprek en de ervaringen van de bewoners in het Paasweekeinde en de dagen daarna. Dan volgt (3) een opsomming van de activiteiten die in de afgelopen vijf jaar zijn uitgevoerd en tot doel hadden de overlast van toerisme op Marken te verminderen. De conclusies gaan vergezeld van een dringend verzoek (4) aan de gemeente Waterland om beleid te ontwikkelen om de overlast van toerisme niet verder te laten groeien en hopelijk zelfs te verminderen, inclusief een aantal oplossingsrichtingen.

### **1. Van marketing naar management**

Het Perspectief 2030 is een visie die opgesteld is met als doel het toekomstbestendig ontwikkelen van de bestemming Nederland waarin een bezoek bijdraagt aan de welvaart en het welzijn van alle Nederlanders.

In 2017 kwamen 18 miljoen internationale toeristen naar Nederland. De conservatieve verwachting is dat dit in 2029 circa 29 miljoen zal zijn. Als de exponentiële groei zoals afgelopen jaren doorzet, kunnen dat er ook 42 miljoen zijn. Een aantal dat los staat van de bezoekers uit eigen land. De toerismesector zorgt voor € 82 miljard aan bestedingen in Nederland. Met een waarde van € 28,3 miljard heeft de sector een aandeel van 4,3% in het totaal bruto nationaal product. De sector telde in 2017 761.000 banen. Dit is meer dan één op dertien banen in Nederland (CBS, 2018). Hiermee is toerisme één van de grootste werkgevers in ons land.

De druk van het toerisme neemt toe en de transformatie van destiniatiemarketing naar destiniatiemanagement is nodig en daarmee een shift van focus op meer bezoekers naar focus op bezoekers die waarde toevoegen en minder overlast veroorzaken. Een verschuiving van belang voor bezoekers, bedrijven en overheden naar een gedeeld belang voor bewoners, bezoekers, bedrijven en overheden. Om een toeristische bestemming toekomstbestendig te houden of te ontwikkelen, moet ingezet worden op activiteiten die een bijdrage leveren aan het gedeelde belang van deze groepen. Daar ligt ook een nadrukkelijke rol voor overheden: ondersteuning en beleidsvorming. De complexiteit en reikwijdte van de opgaven vragen om verbindingen tussen beleidsterreinen en ontwikkelen van beleid.

De vrijetijdseconomie is geen sector op zich maar is nauw verbonden met allerlei ontwikkelingen, thema's, kernwaarden maar ook afhankelijk van aspecten als cultuur, bereikbaarheid, aanbod et

cetera. Dat vereist een integrale aanpak en een nauwe publieke en private samenwerking waarin het gemeenschappelijk belang prevaleert boven het eigen belang en er over bestuurlijke grenzen heen gekeken wordt.

Bewoners vormen en maken een bestemming. Zij zijn belangrijke ambassadeurs voor de locatie waar zij leven. Over het algemeen en op Marken in bijzonder profiteren bewoners echter nog te weinig direct van het toeristische bezoek. De belangen van bewoners waren tot nu toe vaak achtergesteld vergeleken met de opbrengsten en ontwikkeling van toerisme. Bewoners willen en moeten erkend worden wat betreft de impact die het huidige en toekomstig toerisme op hen en hun omgeving heeft. Naast overheid en bedrijven moeten bewoners betrokken worden als mede-eigenaar van (lokaal) toerismebeleid. Zij moeten betrokken zijn bij activiteiten die hiermee samenhangen, zodat maximaal ingezet kan worden op het gedeelde belang. Dit moet leiden tot concrete en tastbare oplossingen die lusten vergroten en lasten voorkomen of verlichten.

Toerisme is lang het doel op zich geweest met economische meerwaarde als dominante drijfveer. Bedrijven in de vrijetijdseconomie profiteren hiervan terwijl het op sommige plekken de bewoners zijn die de rekening betalen. In het Perspectief 2030 wordt gesproken over actieve inzet op het vergroten van de lusten van bezoek voor alle bewoners en de bewustwording ervan. Daarnaast is het zaak om de lasten die met bezoek gepaard gaan, actief en zichtbaar tot een aanvaardbaar minimum te beperken. Het in kaart brengen, verantwoordelijkheid nemen en opbrengsten ook ten goede laten komen aan het welzijn van de bewoners worden genoemd als oplossingen.

## **2. Eerste gesprek bewoners Marken, een aantal toeristische bedrijven en gemeente Waterland**

In dit gesprek hebben de bewoners de problemen van toenemende overlast geuit tegen de wethouder, de gemeentelijke beleidsmedewerker en een aantal bedrijven die Marken in hun programma hebben. De vertegenwoordiger van de GUIDOR en de touroperators die bij de gemeente bekend zijn en waarvan er een aantal deelnemen aan dit gesprek, onderschrijven dat ze zich bewust zijn van de overlast. In het gesprek verklaarde onder meer de directeur van Tours & Tickets dat de volgende afspraken gemaakt zijn met hun gidsen:

- groepen niet groter dan 25 personen met één gids (overzicht op het gedrag van de groep) en op veilige plaatsen (niet blokkeren lokaal verkeer), niet nabij huizen (voorkomen geluidsoverlast) het verhaal vertellen;
- niet over de werven en door de smalle stegen (Kets terp, Buurt II en III)
- de gidsen instrueren hun gasten aan de hand van de gedragsregels die uitgewerkt zijn in pictogrammen (geen foto's nemen van bewoners, niet op de houten schotten kloppen, vuilnis in de afvalbakken etc.).

De bewoners die aanwezig waren bij dit overleg waren verheugd om te horen dat er al een bewustzijn is bij de aanwezige bedrijven en dat zij al maatregelen hadden genomen. In het Paasweekeinde dat volgde op dit gesprek, zijn ze een aantal uren van de dag gaan opletten of de maatregelen ook uitgevoerd worden door de gidsen. Het meegestuurde overzicht geeft tijdstip, naam touroperator, groeps grootte, route en eventuele interactie met gidsen weer. Deze data zijn verzameld op 19, 20 en 21 april en geven een niet te misverstaan beeld van de druk van bezoekers op de bewoners van dit deel van Marken.

## **3. Ontwikkelingen en acties sinds 2014**

Onderstaande acties hebben niet geleid tot de gewenste vermindering van de overlast van het toerisme op Marken.

1. Uit enquête gehouden in 2014 voor het ontwikkelen van de Toekomstvisie Marken blijkt dat er overlast is van toerisme.

2. Uit nader onderzoek onder bewoners op locaties tussen parkeerterrein en Haven blijkt dat de nadruk vooral ligt op het respect van de bezoekers voor de omgeving en bewoners (2014-2015).
3. Ten gevolge van de negatieve publiciteit van overlast toerisme op Marken door Tours & Tickets gaat de Eilandraad Marken in gesprek met hen. Daaruit volgt dat een werkgroep lid een lezing houdt voor de gidsen van Tours & Tickets in december 2015.
4. Gemeente Waterland neemt het initiatief om samen met Stichting de Zaanse Schans en gemeente Edam-Volendam in gesprek te gaan met touroperators en gidsenorganisatie. Het blijkt dat dezelfde problematiek ook op andere toeristische locaties voorkomt. Daaruit volgt de druk van de folder: Old Holland coach map met info voor touroperators en pictogrammen die op positieve wijze het gewenst gedrag van de bezoekers stimuleren (2015).
5. Eilandraad Marken blijft aandacht vragen voor de ervaren overlast van toerisme voor de Marker bewoners en daarmee de afname van hun woonplezier (piekmomenten en pieklocaties).
6. In 2017 wordt de Winkeltjesroute ontwikkeld om zo de lokale ondernemers meer onder de aandacht te brengen bij bezoekers aan Marken. Tours & Tickets maakt afspraken met het Marker Museum en neemt voor bepaalde groepen het museum op in haar programma.
7. De door de werkgroep toerisme van de Eilandraad Marken opgestelde informatie voor gidsen is door gemeente Waterland verspreid bij de bij hen bekende touroperators (november 2018).
8. Door de presentatie tijdens de Openbare Vergadering van de Eilandraad (november 2018) over de overlast van het toerisme en de negatieve publiciteit in februari 2019 is er een gesprek met de wethouder van de gemeente Waterland maar dat levert niet de gewenste acties op: beleidsontwikkeling.
9. In april 2019 organiseert de gemeente Waterland een driehoek gesprek (bedrijven, bewoners en gemeente) waarbij ook de Eilandraad en Stichting Promotie Waterland aanwezig zijn. De aanwezige touroperators waaronder Tours & Tickets zeggen dat zij hun gidsen opdracht gegeven hebben om grote groepen in kleinere groepen van max 25 op te splitsen en niet over de terp (Kets) te lopen na of voor het bezoek aan de klompenmaker.
10. In het Paasweekend turven gedurende bepaalde momenten van de dag een aantal bewoners van de Kets het aantal groepen en de hoeveelheid gasten per gids. Dit levert een ontluisterend beeld op: veel groepen van 50 personen of meer met 1 gids, veel bezoekers die ongevraagd foto's maken van bewoners in tuinen en zich andere vrijheden veroorloven, gidsen die luidkeels voor huizen en tuinen hun verhaal vertellen aan de groep. De gidsen die door de bewoners aangesproken worden op hun route, luidkeels verhalen vertellen en de groepsgrootte, wuiven de kritiek achteloos met grapje weg of reageren zelfs boos. Zie het meegestuurde overzicht.

#### 4. Conclusies en oplossingen

Naar aanleiding van gesprekken die de werkgroep gevoerd heeft met bewoners op de Openbare Vergadering van de Eilandraad Marken in november 2017 is er een WhatsApp-nummer ingesteld. Via deze app is vanaf het voorjaar 2018 overlast gemeld. Daaruit bleek dat de overlast voornamelijk door grotere groepen wordt veroorzaakt.

In het driehoek gesprek in april bleek dat er maar een fractie van de touroperators die Marken in hun programma hebben opgenomen, aanwezig is. Het blijkt dat er veel meer nationale en internationale touroperators naar Marken komen. Het delen van informatie en het maken van afspraken gebeurt met een te kleine groep bedrijven en hebben volgens ons te weinig of geen effect. Daarbij worden de afspraken die de bedrijven maken met hun gidsen niet nageleefd, de gidsen van Tours & Tickets lopen met groepen van meer dan 50 personen over de Kets en zien vooraan aan de stoet niet meer wat er achter hen gebeurt.

Vandaar dat er beleid ontwikkeld moet worden zodat alle touroperators die Marken in hun programma weten wat wel en niet kan en mag. Alle bedrijven kunnen geïnformeerd worden door communicatie: zoals publiciteit zoeken via vakbladen, kanalen van UNWTO of andere (vak)organisaties benutten et cetera en bovendien zal het beleid gehandhaafd moeten worden.

Dringend verzoek om beleid te ontwikkelen en dit te handhaven om overlast van groepen (lawaaï, groepsgrootte, ongewenst gedrag, te veel groepen op bepaalde momenten en plekken) niet groter te laten worden en hopelijk te verminderen:

- handhaven maximale groepsgrootte 25 per gids (dit is al een afspraak maar wordt niet nageleefd);
- verbod op het lopen van bepaalde routes voor groepen (over de terp van de Kets, en door de stegen op Buurt I, II, III);
- piekbelasting voorkomen door *slots* (touroperators melden zich vooraf online aan en bij meer dan een bepaald aantal bussen kan men Marken niet bezoeken);
- verbod op het laten draaien van de motoren van bussen op parkeerterrein of in de Nes (fijnstof reductie);
- toezicht op betaald parkeren door touringcars; nog te vaak wordt de kiss & ride plaats of de reguliere parkeervakken benut als tijdelijke parkeerplaats zonder af te rekenen.

Verder adviseren wij om de toename van toerisme en de huidige overlast niet verder te laten groeien: aanwijzing voor fietsers, brommers en andere modaliteiten om te parkeren op het parkeerterrein en Marken lopend te verkennen. Het instrueren van verhuurbedrijven dat Marken niet alleen autoluw is maar dat de infrastructuur in de historische kern zich niet leent voor elektrische fietsen, brommers en andere voertuigen die zij verhuren. Daarnaast is er een evidente toename van luxe taxibusjes met bezoekers die de kern van Marken in rijden: het gaat hier niet om bestemmingsverkeer, een inrijverbod is derhalve van toepassing.

Er is een aantal gemeenten waar voor bepaalde locaties beleid is ontwikkeld om zo overlast van toerisme te verminderen. Giethoorn (beleid ontwikkelen), Amsterdam (handhaven van minder/geen groepen et cetera), Venetië (entreprijs historische stad), Barcelona (AirBnB-restricties), Kinderdijk (opbrengsten vloeien terug naar bewoners om erfgoed in stand te houden).

Wij vertrouwen erop dat de gemeente Waterland haar verantwoordelijkheid neemt en tegemoet komt aan onze vraag om beleidsontwikkeling. We zien de uitkomsten van het overleg op dinsdag 28 mei graag tegemoet.

Vriendelijke groet,

Bestuur en werkgroep Toerisme Eilandraad Marken

Bijlage: overzicht van de ervaringen van drie bewoners op de Kets tijdens het Paasweekeinde.