



Onderzoeks- en adviesrapport

HERINNERINGSTOERISME BINNEN DE GEMEENTE EDE: HET
VERLEDEN BELEVEN IN HET HEDEN
SUURENDONK, CYNTHIA



JESAJA 40:31

.... ZIJ ZULLEN OPVAREN MET
VLEUGELN GELIJK DE ARENDEN.....

.... THEY SHALL MOUNT UP
WITH WINGS AS EAGLES.....

HERINNERINGSTOERISME BINNEN DE GEMEENTE EDE: HET VERLEDEN BELEVEN IN HET HEDEN

Datum

30 juni 2017

Student

Naam: Cynthia Suurendonk
Adres: Brouwershoef 1
6711 AJ Ede
Telefoonnummer: 0643552040
Studentnummer: 351411
Klas: ATH4NL02

Opdrachtgever

Naam organisatie: Gemeente Ede
Adres organisatie: Bergstraat 4
6711 DD Ede
Telefoonnummer: 14 0318
Contactpersoon: Gigi Kraak

School

Naam school: Saxion Hogescholen
Academie: Hospitality Business School
Adres school: Handelskade 75
7417 DH Deventer
Opleiding: Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs
Toets: TH Thesis Werkstuk W
Toets code: T.HBS.37178
Start: K3 2016–2017
Eerste examinerator: Gijs Theunissen
Tweede examinerator: Michiel Flooren

Voorwoord

Voor u ligt het rapport: 'Herinneringstoerisme binnen de Gemeente Ede: het verleden beleven in het heden'. Dit rapport is geschreven ter afsluiting van de opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs aan de Hospitality Business School van het Saxion University of Applied Sciences te Deventer. Dit rapport staat in het teken van het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog ten aanzien van het herinneringstoerisme.

"Zij zullen opvaren met vleugelen gelijk de arenden...". Zo luidt de tekst op de plaquette voor het Airborne Monument op de Ginkelse Heide in Ede. Een herinnering aan de Britse parachutisten die tijdens de Tweede Wereldoorlog op Nederlands grondgebied omkwamen. De luchtlandingen tijdens Market Garden zijn voor mij niet onbekend. Al als klein meisje beleefde ik op de Ginkelse Heide hoe dit er ongeveer aan toe is gegaan. De luid ronkende motoren van overvliegende vliegtuigen en de vele parachutisten. Een hele beleving vond ik dat. Maar hoe kan de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog de rest van het jaar ook beleefbaar worden gemaakt, naast dit jaarlijks terugkomende evenement in september?

Allereerst wil ik mijn eerste examinerator Gijs Theunissen bedanken voor zijn advies tijdens het traject. Maar ook voor de positieve kijk en motiverende manier van het geven van feedback. Ook heb ik de wekelijkse ondersteuning samen met medestudenten als zeer prettig ervaren. Daarnaast wil ik Gigi Kraak bedanken voor de kans die ik heb gekregen om mijn afstudeerstage bij de Gemeente Ede uit te voeren en voor de tips en adviezen. Daarnaast wil ik Ed van Seters bedanken voor inbreng en expertise op het gebied van de militaire geschiedenis van de gemeente Ede. En Truus Lockhoorn voor de adviezen en de hulp bij de selectie van onderzoekseenheden.

Tot slot bedank ik graag iedereen die mij, op welke manier dan ook, ondersteund heeft tijdens het schrijven van dit rapport.

Ede, 30 juni 2017

Cynthia Suurendonk

Managementsamenvatting

Dit rapport is geschreven in opdracht van de gemeente Ede. De gemeente Ede heeft het streven om de beleefbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog te vergroten. Op dit moment vindt jaarlijks in september de Airborne Luchtlanding plaats. Dit is een evenement waar ongeveer 40.000 bezoekers op af komen. Echter, de gemeente Ede wilt dat er de rest van het jaar ook aanbod is ten aanzien van zichtbaarheid en beleefbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Omdat productontwikkeling niet binnen de rol van de gemeente valt is er binnen dit rapport onderzoek gedaan naar leisure kansen met betrekking tot het beleefbaar maken van geschiedenis. Binnen dit rapport staat de volgende hoofdvraag centraal: 'Welke leisure kansen op het gebied van herinneringstoerisme kunnen er binnen de gemeente Ede benut worden om de beleving en zichtbaarheid ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route te vergroten?'.

Al eerst is er een theoretisch kader geschreven. De volgende kernbegrippen zijn hier in uiteengezet: 'cultuurtoerisme', 'dark tourism', 'leisure kansen' en 'toeristische beleving'. Hierbij is inzichtelijk gemaakt wat deze begrippen inhouden en welke definitie er binnen dit rapport gehanteerd wordt. Deze kernbegrippen zijn geoperationaliseerd. De operationalisering van de kernbegrippen vormt de basis voor het onderzoek. Het onderzoek bestaat uit verschillende onderdelen. Als eerst is er desk research uitgevoerd. Hierbij is inzichtelijk gemaakt wat kansrijke verhalen/gebeurtenissen zijn ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog binnen de gemeente Ede. Daarnaast is er geanalyseerd op welke manier de geschiedenis op dit moment zichtbaar- en beleefbaar wordt gemaakt. Het derde deel van het desk research bestaat uit onderzoek naar trends en ontwikkelingen. Daarnaast is er veldonderzoek uitgevoerd. Het veldonderzoek is kwalitatief en in totaal zijn er 7 respondenten ondervraagd. Het veldonderzoek is te verdelen in twee onderdelen. Het eerste onderdeel bestaat uit een interview met een expert binnen het projectteam van de Liberation Route. Het tweede onderdeel bestaat uit interviews met gemeenten binnen Gelderland en best practices die aangesloten zijn bij de Liberation Route.

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat beleid omtrent herinneringstoerisme bij nagenoeg alle betrokken organisaties nog in de kinderschoenen staat. Wel zijn er een aantal elementen binnen het beleefbaar maken van de geschiedenis die binnen de verschillende vormen van onderzoek naar voren komen. Zo vertellen de respondenten over het vergroten van beleving door het vertellen van persoonlijke verhalen. Dit sluit aan bij de trend: 'storytelling'. Het vertellen van verhalen heeft een educatieve werking. Daarnaast komt naar voren dat het combineren van een activiteit met informatievoorziening meer van belang wordt. Ook het creëren van een totaalbeleving komt in de verschillende vormen van onderzoek naar voren. Verder speelt technologie een rol binnen het vergroten van beleving. Ook het gebruik van authentieke elementen en samenwerkingen worden als kansen beschreven. Het Market Garden verhaal kan nog beleefbaarder worden gemaakt. Dit verhaal heeft internationale bekendheid en is daarom kansrijk volgens de expert binnen het projectteam van de Liberation Route. Het vertellen van persoonlijke verhalen sluit aan op de resultaten van het onderzoek. Daarbij scoorde dit adviesonderdeel de meeste punten ten aanzien van de gestelde criteria. Door middel van een PDCA-cirkel is beschreven op welke manier dit advies geïmplementeerd kan worden.

Inhoudsopgave

1.	Algemene inleiding	10
1.1.	Achtergrondinformatie opdrachtgever	10
1.2.	Aanleiding voor en de relevantie van de thesis voor de opdrachtgever	10
1.3.	Managementprobleem.....	10
1.4.	Doel van het advies	11
1.5.	Managementvraag	11
1.6.	Benodigde informatie advies.....	11
1.7.	Onderzoeksdoel.....	12
1.8.	Onderzoeksvragen	12
1.9.	Leeswijzer.....	12
2.	Theoretisch kader	13
2.1.	Zoekmethoden.....	13
2.2.	Kernbegrippen	13
2.2.1.	Kernbegrip: Cultuurtoerisme	14
2.2.2.	Kernbegrip: Dark tourism	14
2.2.3.	Kernbegrip: Leisure kansen	15
2.2.4.	Kernbegrip: Toeristische beleving	16
2.3.	Relaties kernbegrippen.....	17
2.4.	Operationalisering kernbegrippen	17
3.	Methodologische verantwoording.....	18
3.1.	Inleiding	18
3.2.	Desk research	18
3.3.	Expertinterview	19
3.4.	Benchmark onderzoek.....	19
3.5.	Waarnemingsmethoden.....	19
3.6.	Meetinstrumenten	19
3.7.	Onderzoekseenheden.....	20
3.8.	Analyseplan	20
4.	Desk Research	22
4.1.	Kansrijke verhalen en/of gebeurtenissen	22

4.2.	Huidige beleefbaarheid geschiedenis	24
4.3.	Trends en ontwikkelingen	25
5.	Resultaten veldonderzoek	28
5.1.	Expert binnen de Liberation Route.....	28
5.2.	Gelderse gemeenten en ‘best practices’	30
6.	Conclusie.....	34
7.	Reflectie.....	38
7.1.	Begripsvaliditeit	38
7.2.	Interne validiteit	38
7.3.	Externe validiteit	38
7.4.	Betrouwbaarheid	39
8.	Advies	40
8.1.	Doelstelling en adviesvragen	40
8.2.	Alternatieve oplossingen	40
8.2.1.	Voorstel 1: Inzet persoonlijke verhalen	41
8.2.2.	Voorstel 2: Koppeling activiteit met informatie.....	41
8.2.3.	Voorstel 3 Richten op totaalbeleving	42
8.3.	Afwegingen alternatieve oplossingen.....	43
8.3.1.	Financiële haalbaarheid	43
9.	Inzet persoonlijke verhalen	44
9.1.	Plan	44
9.1.1.	Uitvoering en ontwikkeling	45
9.1.2.	Criteria.....	46
9.1.3.	Vervolgonderzoek	46
9.2.	Do	47
9.3.	Check	47
9.4.	Act.....	47
9.5.	Financieel.....	47
9.5.1.	Proces van begroten	48
9.5.2.	Economische impact.....	49
10.	Nawoord	50
10.1.	Reflectie op eigen handelen.....	50
10.2.	Waarde van de thesis.....	51

Literatuurlijst.....	54
Bijlage I: AAOCC criteria	60
Bijlage II: Beoordeling bron AAOCC	61
Bijlage III: Definities kernbegrippen.....	62
Bijlage IV: Typologie cultuurtoerist.....	64
Bijlage V: Het cultuurtoeristisch product en het cultuurtoeristische spanningsveld.....	65
Bijlage VI: Model dark tourism	66
Bijlage VII: Cluster van vrije tijd.....	67
Bijlage VIII: Externe vervlechtingen.....	68
Bijlage IX: Orchestra Model of Tourist Experience.....	69
Bijlage X: Operationalisatie kernbegrippen	70
Bijlage XI: Interviewguides	74
Bijlage XII: Militaire geschiedenis Ede (in vogelvlucht).....	78
Bijlage XIII: Codeboom expert binnen de Liberation Route	80
Bijlage XIV: Codeboom Gelderse gemeenten en best practices	82
Bijlage XV: Criteria, wegingsfactoren en onderbouwing	86
Bijlage XVI: Participatieladder.....	88
Bijlage XVII: Programma's gemeente Ede.....	89
Bijlage XVIII: Rolverdeling begroting.....	90
Bijlage XIX: Planning	91
Bijlage XX: Kosten.....	93

Lijst van figuren en tabellen

Figuren

Figuur V-1 Het cultuurtoeristisch product (Munsters, 2007)	65
Figuur V-2 Het cultuurtoeristische spanningsveld (Flooren, 2009)	65
Figuur VI-1 Model dark tourism (Stone, 2012)	66
Figuur VII-1 Cluster van vrije tijd (VROM raad, 2006)	67
Figuur VIII-1 Externe vervlechtingen (VROM raad, 2006)	68
Figuur IX-1 Orchestra Model of Tourist Experience (Pearce, 2011)	69
Figuur X-1 Operationalisatie kernbegrip 'cultuurtoerisme'	70
Figuur X-2 Operationalisatie kernbegrip 'dark tourism'	71
Figuur X-3 Operationalisatie kernbegrip 'leisure kansen'	72
Figuur X-4 Operationalisatie kernbegrip 'toeristische beleving'	73
Figuur XVI-1 Participatieladder	88
Figuur XVIII-1 Rolverdeling begroting	90

Tabellen

Tabel 2.1 Zoekmethoden	13
Tabel 8.1 Afweging alternatieve oplossingen	43
Tabel 9.2 Check-moment	47
Tabel I -1 AAOCC criteria	60
Tabel II -1 Beoordeling bron AAOCC	61
Tabel III-1 Definities kernbegrip 'cultuurtoerisme'	62
Tabel III-2 Definities kernbegrip 'dark tourism'	62
Tabel III-3 Definities kernbegrip 'leisure kansen'	63
Tabel III-4 Definities kernbegrip 'toeristische beleving'	63
Tabel IV-1 Typologie cultuurtoerist	64
Tabel XIII-1 Codeboom interview expert binnen de Liberation Route	80
Tabel XIV-1 Codeboom interviews Gelderse gemeenten en best practices	82
Tabel XV-1 Beoordeling adviezen criterium 1	86
Tabel XV-2 Beoordeling adviezen criterium 2	86
Tabel XV-3 Beoordeling adviezen criterium 3	87
Tabel XV-4 Beoordeling adviezen criterium 4	87
Tabel XV-5 Beoordeling adviezen criterium 5	87
Tabel XIX-1. Planning	91
Tabel XX-1. Kosten	93

1. Algemene inleiding

In dit hoofdstuk is achtergrondinformatie over de opdrachtgever opgenomen. Vervolgens komt in dit hoofdstuk de aanleiding van de thesis en het managementprobleem aan bod. Daarnaast is het doel van het advies, de managementvraag, de benodigde informatie voor het advies, het onderzoeksdoel en de onderzoeksvragen beschreven. Afsluitend is er een leeswijzer opgenomen in dit onderdeel.

1.1. Achtergrondinformatie opdrachtgever

De opdrachtgever die binnen deze thesis centraal staat is de Gemeente Ede. De gemeente Ede is een gemeente binnen de provincie Gelderland en is met zijn 32.000 hectare de zevende grootste gemeente van Nederland. De gemeente Ede telt 112.430 inwoners. Dit zijn inwoners van de stad Ede en inwoners van de omliggende dorpen: Bennekom, Otterlo, Harskamp, Wekerom, Lunteren en Ederveen. Bijna 90% van het oppervlakte van de gemeente Ede bestaat uit groen. Het Nationaal Park de Hoge Veluwe ligt grotendeels in Ede. Naast dit alles heeft de gemeente Ede ook een rijke militaire geschiedenis. Het kazerneterrein in Ede is circa 106 hectare groot (Gemeente Ede, 2017).

De gemeenteraad stelt in grote lijnen het beleid vast en het college van burgemeester en wethouders vertaalt deze grote lijnen naar concretere plannen. Uiteindelijk is de gemeenteraad financieel verantwoordelijk voor deze plannen en is het dus aan hen om te beslissen of de plannen ook daadwerkelijk uitgevoerd worden (Gemeente Ede, 2017). Ambtenaren houden zich bezig met de uiteindelijke uitvoering van het beleid. Echter, hierbij ligt niet alles binnen het takenpakket van de gemeente. Zo is er sprake van een samenwerking tussen de gemeente, vrijetijdsondernemingen en culturele instellingen.

1.2. Aanleiding voor en de relevantie van de thesis voor de opdrachtgever

De gemeente Ede is aangesloten bij de 'Liberation Route'. "Liberation Route Europe is een steeds uitbreidende internationale herdenkingsroute die mijlpalen uit de moderne Europese geschiedenis met elkaar verbindt" (Liberation Route, 2017). Jaarlijks vinden de Airborne luchtlandingen plaats op de Ginkelse Heide te Ede. Dit grote evenement maakt deel uit van de jaarlijkse herdenking van 'Operatie Market Garden, ook wel bekend als: 'De Slag om Arnhem'. De gemeente Ede heeft het streven om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaarder en beleefbaarder te maken. Voor de gemeente Ede is het uiteindelijke doel om hierdoor een sterkere positionering binnen de Liberation Route te creëren en de aantrekkelijkheid voor geïnteresseerden binnen het herinneringstoerisme te vergroten. In 2019 vindt het 75-jarig jubileum van de Market Garden plaats. Dit laatste maakt de vraag om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaarder en beleefbaarder te maken op dit moment relevant en urgent (G. Kraak, persoonlijke communicatie, 13 januari 2017).

1.3. Managementprobleem

Duidelijk is dat het binnen de gemeente Ede nog ontbreekt aan de zichtbaarheid en beleefbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Dit blijkt uit het feit dat de vraag van het vergroten van de beleefbaarheid en zichtbaarheid aanwezig is. Daarom wordt er in kaart gebracht welke kansen er zijn om de zichtbaarheid en beleefbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog te vergroten. Deze kansen ten aanzien van herinneringstoerisme kunnen fungeren als middel óf basis voor eventuele

PMPC's, oftewel Product Markt Partner Combinaties. De gemeente Ede houdt zich niet bezig met productontwikkeling. Dit laat de gemeente over aan marktpartijen. Wel kan de gemeente ervoor kiezen om initiatieven (financieel) te ondersteunen. Daartoe heeft de gemeente behoefte aan een kader waarmee zij kan beoordelen welke PMPC's kansrijk zijn en passen bij de identiteit die de gemeente Ede wil uitstralen. Uiteindelijk is een sterkere positionering binnen de Liberation Route ook economisch van belang voor de gemeente Ede. "Liberation Route Europe is een internationale herdenkingsroute die belangrijke mijlpalen uit de Tweede Wereld Oorlog met elkaar verbindt"(Liberation Route, 2017). Binnen deze thesis wordt er geen aandacht besteed aan mogelijke PMPC's of de manier waarop de gemeente Ede zich kan positioneren op het gebied van herinneringstoerisme. Wel wordt de Liberation Route als domein gebruikt binnen het onderzoek. Op deze manier is het onderzoek en advies een nuttige en relevante basis voor eventuele verdere stappen die de gemeente Ede gaat ondernemen op het gebied van positionering ten aanzien van herinneringstoerisme.

1.4. Doel van het advies

Nu het managementprobleem is vastgesteld is het van belang om een richting te kiezen met betrekking tot het advies dat deze thesis op zal gaan leveren. Het doel van het advies is als volgt: 'Het doel van het adviesgedeelte is om in kaart te brengen welke leisure kansen, met betrekking tot herinneringstoerisme, de gemeente Ede kan benutten om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route, zichtbaarder en beleefbaarder te maken'.

1.5. Managementvraag

De volgende managementvraag staat binnen deze thesis centraal: 'Op welke manier kan de gemeente Ede leisure kansen op het gebied van herinneringstoerisme faciliteren die de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog van de gemeente Ede zichtbaarder en beleefbaarder maakt binnen de Liberation Route?'.

1.6. Benodigde informatie advies

Om de bovenstaande managementvraag te kunnen beantwoorden is het van belang om onderzoek uit te voeren. Eerst wordt er onderzocht hoe de IST situatie er uitziet. Dit met betrekking tot de beleefbaarheid en zichtbaarheid van de geschiedenis ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog, binnen de gemeente Ede. Ook wordt er onderzocht wat kansrijke verhalen en/of gebeurtenissen zijn met betrekking tot de Tweede Wereldoorlog. Hierbij wordt geanalyseerd in hoeverre deze verhalen/gebeurtenissen op dit moment zichtbaar worden gemaakt ten aanzien van het herinneringstoerisme. Daarnaast wordt onderzocht hoe de huidige markt ten aanzien van herinneringstoerisme er uit ziet, zowel in aanbod als vraag. Hierbij wordt er onderzoek gedaan binnen andere gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en de manier waarop zij geschiedenis met betrekking tot de Tweede Wereldoorlog zichtbaar en beleefbaar maken. Maar ook welke kansen deze gemeenten aangrijpen ten aanzien van herinneringstoerisme. Daarnaast wordt er een interview met een expert binnen de organisatie van de Liberation uitgevoerd. Hierbij wordt er naar de visie van deze expert gevraagd ten aanzien van kansen op het gebied van herinneringstoerisme. Ook wordt er binnen dit interview gevraagd naar de gemeenten die als 'best practices' worden gezien, ten aanzien van het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Binnen het interview met gemeenten die als 'best practice' worden gezien, wordt er gevraagd naar benutte leisure kansen en het succes daarvan. Ook wordt er binnen het 'desk research' onderzocht welke leisure kansen er zijn ten aanzien van

herinneringstoerisme. De resultaten van het veldonderzoek worden gecombineerd met resultaten uit het desk research om zo tot een onderbouwd advies te komen.

1.7. Onderzoeksdoel

De volgende zin geeft weer wat het doel van het onderzoek binnen deze thesis zal zijn: ‘Het doel van het onderzoek is om inzichtelijk te maken welke leisure kansen er liggen op het gebied van herinneringstoerisme om op basis hiervan aanbevelingen te doen aan de gemeente Ede, die gebruikt kunnen worden om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaarder te maken binnen de Liberation Route’.

1.8. Onderzoeksvragen

Het onderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van één hoofdvraag die onderverdeeld is in vijf deelvragen. De hoofdvraag luidt als volgt: ‘Welke leisure kansen op het gebied van herinneringstoerisme kunnen er door de gemeente Ede benut worden om de beleving en zichtbaarheid ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route te vergroten?’. Deze hoofdvraag is uiteengezet in de volgende deelvragen:

- Wat zijn kansrijke verhalen/gebeurtenissen die de geschiedenis van de gemeente Ede biedt ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog?
- Op welke manier is op dit moment de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar binnen de gemeente Ede?
- Welke trends en ontwikkelingen spelen er ten aanzien van toeristische beleving op het gebied van herinneringstoerisme?
- Welke leisure kansen ten aanzien van beleving en herinneringstoerisme ziet de expert binnen het projectteam van de Liberation Route als kansrijk?
- Op welke manier maken andere gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en de ‘best practices’ binnen de Liberation route de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar?

1.9. Leeswijzer

Het eerste onderdeel is het theoretisch kader. Hierin worden de kernbegrippen die binnen deze thesis centraal staan uiteengezet. Daarnaast wordt er beschreven wat de relaties tussen kernbegrippen zijn en worden de kernbegrippen geoperationaliseerd. Het volgende hoofdstuk richt zich op de methodologische verantwoording. Hierin worden de vormen van onderzoek beschreven, de waarnemingsmethoden, meetinstrumenten, onderzoekseenheden en het analyseplan. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van de desk research beschreven. Hoofdstuk 5 richt zich op de uitkomsten uit het veldonderzoek. In de conclusie worden de onderzoeksvragen aan de hand van de resultaten van het onderzoek beantwoord. In de reflectie wordt de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek geanalyseerd. Hoofdstuk 8 bestaat uit het advies. Hierin wordt de doelstelling en de adviesvraag herhaald. Vervolgens worden er drie alternatieve oplossingen aangedragen. Deze alternatieve oplossingen worden getoetst aan de hand van criteria. In hoofdstuk 9 komt het definitieve advies aan bod. Dit advies wordt aan de hand van de PDCA-cyclus beschreven. Binnen de PDCA cyclus wordt beschreven welke activiteiten er uitgevoerd moeten worden en welke kosten hieraan verbonden zijn. In het nawoord is gereflecteerd op het proces rondom het schrijven van de thesis en de waarde van de thesis voor de branche.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk is beschreven welke kernbegrippen er binnen deze thesis centraal staan. Er is inzichtelijk gemaakt welke zoekmethoden, zoekmachines en termen er gebruikt zijn bij het definiëren van de kernbegrippen. In dit hoofdstuk wordt ook vastgesteld welke definities van kernbegrippen binnen dit rapport gehanteerd worden. Daarnaast worden relaties tussen kernbegrippen vastgesteld en worden de kernbegrippen geoperationaliseerd.

2.1. Zoekmethoden

Tabel 2.1. Zoekmethoden

Zoekmachines	Google Scholar, Google Books, Picarta, Science Direct, Google.
Zoektermen	Definitie herinneringstoerisme, definition remembrance tourism, herinneringstoerisme, remembrance tourism, definition dark tourism, dark tourism, definition heritage tourism, wat zijn leisure kansen, leisure opportunities definition, opportunities in leisure, kansen vrije tijd, kansen vrije tijd toerisme, herdenkingstoerisme, beleving, toeristische beleving, beleving herinneringstoerisme, beleving erfgoedtoerisme, tourist experience, touristic experience, experience dark tourism.

Alle zoekresultaten zijn beoordeeld aan de hand van de AAOCC-methode. In bijlage I is weergegeven welke criteria hierbij van belang zijn. Verouderde bronnen worden alleen gebruikt als hier relevante modellen in beschreven staan die hedendaags nog goed toepasbaar zijn. In bijlage II is een voorbeeld gegeven van de beoordeling van een bron middels de AAOCC-methode.

2.2. Kernbegrippen

Ten eerste is er gekozen voor het begrip ‘cultuurtoerisme’. Het fenomeen herinneringstoerisme kan op verschillende manieren geduid worden. Zo wordt dit fenomeen ook geschaard onder de noemer: (strijdbaar) erfgoed toerisme, oorlogstoerisme of herdenkingstoerisme. Deze verschillende soorten van toerisme vallen onder de nichemarkt: cultuurtoerisme. Deze markt staat centraal binnen deze thesis en is dus relevant. Er kan vanaf de aanbodzijde ingespeeld worden op bijvoorbeeld de wensen en behoeften van deze doelgroep, om zo de beleving te vergroten. Voor zowel het onderzoek als het advies is het begrip: ‘cultuurtoerisme’ van belang. Daarnaast is er gekozen voor het begrip ‘Dark Tourism’. Het fenomeen herinneringstoerisme is een onderdeel binnen het dark tourism. Echter, het begrip dark tourism heeft internationaal meer bekendheid en richt zich ook op de entertainment kant. Het begrip ‘leisure kansen’ speelt ook een rol tijdens dit project. Het doel van dit project is om in kaart te brengen welke leisure kansen de Gemeente Ede kan benutten op het gebied van herinneringstoerisme. Het is van belang om te weten wat leisure kansen zijn, om zo ook duidelijk te krijgen hoe het advies vormgegeven moet gaan worden. Het uiteindelijke doel is om de beleving met betrekking tot de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de gemeente Ede te vergroten. Daarom is het begrip ‘toeristische beleving’ ook uiteengezet binnen deze literature review. Het is van belang om te weten welke aspecten bij beleving komen kijken en welke acties er ondernomen kunnen worden om de toeristische beleving te vergroten. In bijlage III is per kernbegrip bekeken welke definities relevant zijn. In de hoofdtekst worden deze definities met elkaar vergeleken.

2.2.1. Kernbegrip: Cultuurtoerisme

Overeenkomsten en verschillen.

In bijlage III zijn de verschillende definities van het begrip cultuurtoerisme weergegeven. Cultuurtoerisme kan vanuit een technische kant en conceptuele kant benaderd worden. Zo laat Lord (2011) zien dat geschiedenis en erfgoed een rol spelen binnen het cultuurtoerisme. De conceptuele definities richten zich op de motieven van de cultuurtoerist en dit maakt deze definities waardevol. Zowel ATLAS (2005) en de UNWTO (2016) beschrijven dat het vergaren van kennis een belangrijke rol speelt binnen het cultuurtoerisme. Beide organisaties beschrijven ‘beleving’ ook als een belangrijk aspect binnen het cultuurtoerisme. De UNWTO spreekt over het verhogen van een cultureel level. ATLAS beschrijft dit laatste op een iets andere manier, namelijk het bevredigen van de culturele behoefte. Ivanovic (2008, p.77) concludeert uit verschillende definities van cultuurtoerisme dat onderwijs en innovatie een belangrijke rol spelen binnen het cultuurtoerisme. De definitie van Auzias en Labourdette (2014) is specifiek gericht op het herinneringstoerisme. Binnen hun definitie is de overdracht van herinneringen op volgende generaties van belang. In deze thesis wordt de definitie van het UNWTO gehanteerd. Dit omdat deze definitie de nadruk legt op de ervaring waar de cultuurtoerist naar op zoek is. Wel wordt hier nog het belang van de overdracht van herinneringen aan toegevoegd.

Auzias en Labourdette (2014) stellen dat beleving en economische ontwikkeling ook een rol spelen binnen het herinneringstoerisme. Zo beantwoordt deze vorm van toerisme de verwachtingen van de bezoeker door hen mee te nemen op ontdekking. De cultuurtoerist kan onderverdeeld worden in verschillende profielen: de cultuurzoeker, de cultuurganger en de cultuurkijker, zie bijlage IV. Voor deze drie typen geldt dat het culturele aanbod een hoge belevingswaarde moet bezitten (Munsters, 2007). Erfgoed kan een rol spelen bij het ontwikkelen van identiteiten. Zo zijn mensen in staat zich te associëren met personen en gebeurtenissen van vroeger. Dit biedt een sociaal-culturele betekenis, zoals welzijn en identiteit en het heeft een politieke betekenis, denk hierbij aan nationale symbolen (Flooren, 2011).

Modellen.

Het model ‘Het cultuur toeristisch product’ laat zien dat informatie en educatie de kern vormen binnen het cultuurtoerisme, zie bijlage V. Het model ‘Het cultuur toeristische spanningsveld’ (Flooren, 2009) laat zien dat er een spanningsveld bestaat tussen de verschillende elementen binnen het cultuurtoerisme. Zo richt de overheid zich vooral op het ontwikkelen van ruimtelijke kwaliteit ten aanzien van het toeristische aanbod en de natuurbeheerder richt zich op de conservering. Deze twee partijen richten zich op educatie en informatieverstrekking. De toeristische dienstverlener staat tegenover deze twee en richt zich vooral op het commerciële aspect van cultuurtoerisme. Dit model is nuttig binnen deze thesis om zo te kunnen bepalen welke rol de gemeente als overheidsinstelling speelt ten aanzien van cultuurtoerisme.

2.2.2. Kernbegrip: Dark tourism

Overeenkomsten en verschillen.

De meest gehanteerde definitie van het begrip dark tourism is geformuleerd door Stone in 2006 (Werdler, 2015). Deze definitie legt de nadruk op dood, lijden en het ogenschijnlijk macabere (Stone, 2006). In 2008 richten Stone en Sharpley zich met het definiëren van dark tourism ook op oorlogen en slagvelden. Tarlow (2005) benadert het begrip dark tourism op een geheel andere manier. Zo spreekt Tarlow over het reizen naar plaatsen waar zich tragedies hebben afgespeeld of historisch opmerkelijke sterfgevallen

hebben plaatsgevonden. Ook maakt Tarlow een koppeling naar het heden en de impact die deze gebeurtenissen nu nog op de mens hebben. Binnen deze thesis wordt de definitie van Tarlow gehanteerd. De koppeling met het heden en het herinneren van het verleden staat namelijk binnen deze thesis centraal.

Een synoniem voor dark tourism is 'Thanatourism' (Seaton 1996). Seaton verdeelt dit begrip onder in een aantal categorieën: Reizen met als doel de dood te zien, reizen naar locaties waar mensen zijn omgekomen, reizen naar begraafplaatsen en herdenkingsmonumenten, reizen naar plaatsen waar bijvoorbeeld veldslagen worden nagespeeld en het reizen naar zogenaamde synthetische locaties waar bewijsmateriaal van doden wordt verzameld en tentoongesteld.

Stone biedt een overzicht van een aantal voorbeelden van Dark Tourism-attracties. Een relevante attractie die hij hierbij beschrijft is: *"Duistere conflictlocaties zoals slagvelden zijn vaak al onderdeel van het toeristisch circuit en hebben zowel een educatieve als een herdenkingswaarde". Ook zegt hij: "Over het algemeen is belangstelling voor locaties die een rol speelden tijdens de Tweede Wereldoorlog groter dan die voor plekken die hun bekendheid ontleen aan de Tachtigjarige Oorlog"* (Werdler, 2015, p. 16). Naast deze voorbeelden onderscheidt Stone locaties ook aan de hand waarop deze onder de aandacht worden gebracht en de manier waarop zij tot stand zijn gekomen. Locaties kunnen spontaan een attractie zijn geworden, of er is sprake van doelbewuste constructie. Daarnaast kunnen er nog enkele achterliggende motivaties zijn om dark tourism-locaties als zodanig aan te bieden. Denk hierbij aan: educatieve doeleinden, rouw, herinnering en entertainment (Stone, 2006).

Modellen.

In bijlage VI laat Stone op een schematische manier zien welke aspecten er bij dark tourism komen kijken. Hierin komen aspecten als: entertainment, herinnering en educatie naar voren. Ook wordt hierbij de koppeling gemaakt met de mate van beleving. Dit laatste maakt dit model zeer relevant binnen deze thesis.

2.2.3. Kernbegrip: Leisure kansen

Om inzichtelijk te krijgen wat 'leisure kansen' zijn is het eerst van belang om het begrip 'leisure' te definiëren. In dit rapport wordt de definitie van het NBTC NIPO uit 2015 aangehouden, namelijk: "Alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd). Bezoek aan familie / vrienden / kennissen en activiteiten ondernomen tijdens vakanties blijven buiten beschouwing". Om een beleid ten aanzien van toerisme te ontwikkelen is het verstandig om in kaart te brengen welke leisure kansen er liggen binnen het cultuurtoerisme. In dit onderdeel wordt uitgelegd op welke manier het begrip 'leisure kansen' in dit rapport wordt geïnterpreteerd. Dit begrip wordt niet vanuit een commercieel oogpunt benaderd, omdat het uiteindelijk om een advies aan een overheidsinstelling gaat. De gemeente Ede heeft een faciliterende rol ten aanzien van de toepassing van deze kansen.

De VROM raad (2006) zegt dat consumenten kiezen voor arrangementen en combinaties van producten uit de omgeving. Het is dus van belang om nieuwe allianties vorm te geven tussen producenten, ontwikkelaars en overheden. Zowel binnen als buiten het vrijetijds- en toerisme cluster. In bijlage VII is het cluster van vrije tijd weergegeven, met onderlinge connecties tussen de verschillende onderdelen.

Bijlage VIII laat zien welke externe vervlechtingen er kunnen ontstaan tussen bedrijven binnen het V&T cluster en bedrijven buiten dit cluster.

Lord schreef in 2009 het 'Ontario Cultural and Heritage Tourism Product Research Paper'. In dit rapport is weergegeven welke stappen Lord heeft ondernomen om kansen op het gebied van cultuur- en erfgoed inzichtelijk te maken. De volgende elementen met betrekking tot kansen zijn binnen dit rapport weergegeven:

- Trends en ontwikkelingen.
- Achtergrondinformatie over de cultuurtoerist en cultuurtoerisme.
- Bestaande inzichten.
- Aanbod van de bestemming op het gebied van cultuurtoerisme.
- Best practices (Lord, 2009).

Ook op nationaal niveau is er een soortgelijk rapport uitgebracht. Het rapport: 'Campertoerisme: Een internationale marktanalyse met kansen voor Zeeland' is gericht op een andere nichemarkt maar heeft de zelfde strekking. Zo worden er kansen in kaart gebracht door middel van een marktanalyse. In dit rapport worden kansen geïnventariseerd door de volgende elementen in kaart te brengen:

- Marktomvang
- Trends
- Kenmerken van de desbetreffende nichemarkt (Demografie, activiteiten, bestemmingen en bestedingen).
- Voorkeuren.
- Best practices (Kenniscentrum kusttoerisme, 2014).

In de rapporten van Lord en het Kenniscentrum Kusttoerisme is te zien dat er eerst is gekeken naar het huidige aanbod en of er kansrijke aspecten zijn binnen de bestemming. Ook worden in beide rapporten trends en ontwikkelingen onderzocht. Een derde element dat in deze rapporten naar voren komt is een analyse van de doelgroep en de nichemarkt zelf. Vervolgens worden er kansen geïnventariseerd aan de hand van best practices. Dit betekent dus dat leisure kansen op verschillende manieren worden verzameld. De verzamelde kansen vormen uiteindelijk de basis van het advies. De VROM raad (2006) voegt hier nog een element aan toe, namelijk: mogelijke samenwerkingen binnen het vrijetijds- en toerisme cluster.

Met leisure kansen wordt binnen deze thesis dus bedoeld: alle kansen die voortkomen uit zaken als trends, ontwikkelingen, best practices, kenmerken van de markt, mogelijke samenwerkingen en kansrijke aspecten van de bestemming zelf, die bij kunnen dragen aan het vergroten van de zichtbaarheid en beleefbaarheid van de geschiedenis binnen de gemeente Ede.

2.2.4. Kernbegrip: Toeristische beleving

Overeenkomsten en verschillen.

Dit begrip kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden. Zo richt Larsen (2007) zich voornamelijk op de herinnering in het lange termijn geheugen die een reiziger over houdt aan een reis-gerelateerde gebeurtenis. Pearce (2011) definieert dit begrip op een zeer abstracte manier en beschrijft de toeristische ervaring als een "belichaamd proces". McCannell (1976) benadert de toeristische beleving op een manier die meer passend is binnen de kaders van deze thesis. McCannell beschouwt de

toeristische attracties op zichzelf als een beleving en beschrijft dat deze de aspecten van het leven representeren. Daarnaast beschrijft McCannell ook de verandering van emoties of gevoelens. McCannell richt zich dus meer op de beleving van het toeristische product zelf en de verandering van emoties of gevoelens die dit teweeg kan brengen. De definitie van McCannell wordt binnen dit rapport gehanteerd omdat deze het beste aansluit bij het doel van de gemeente Ede om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaarder en beleefbaarder te maken.

Binnen de toeristische beleving komt ook 'gedrag' naar voren. In deze zin wordt er niet alleen gekeken naar wat toeristen doen, maar ook hoe zij zich voelen, wat zij denken en hoe zij reageren op toeristische settingen. Dit zijn dan ook aspecten die in onderzoeken naar toeristische beleving naar voren komen. Daarnaast hangen de volgende aspecten samen met toeristische beleving: service kwaliteit, mate van tevredenheid en de gedragsintentie. Ook het fenomeen 'waarde creatie' hangt nauw samen met de toeristische beleving. Met waarde creatie wordt de focus gelegd op de beleving op het moment van interactie tussen een onderneming en de consument. Zo kan bijvoorbeeld het gebruik van technologie zorgen voor waarde creatie en dit kan een positieve invloed hebben op de toeristische beleving (Prebensen, Chen & Uysal, 2014). Binnen deze thesis ligt de focus op het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Gemeente Ede en dit maakt het aspect 'waarde creatie' zeer relevant. Dit omdat de beleving vergroot moet worden tijdens de afname van een bepaald product of een dienst.

Modellen.

In bijlage IX is het 'Orchestra Model of Tourist Experience' weergegeven. Dit model is ontwikkeld door Pearce (2011). Dit model geeft weer dat de toeristische ervaring uit 5 componenten bestaat, namelijk: zintuiglijke elementen, emotionele elementen, cognitieve elementen, gedragsmatige elementen en relationele elementen. Dit model kan goed helpen bij het vergroten van beleving, omdat duidelijk is gemaakt welke onderdelen er precies bij beleving komen kijken. Dit model wordt binnen het adviesgedeelte gebruikt, ter onderbouwing van de adviesonderdelen.

2.3. Relaties kernbegrippen

Gebleken is dat er verschillende relaties zichtbaar zijn tussen de kernbegrippen. Zo komt zowel binnen het begrip cultuurtoerisme als dark tourism een educatieve functie naar voren. Ook is er een relatie zichtbaar tussen het kernbegrip cultuurtoerisme en het kernbegrip beleving. Zowel ATLAS (2005) en de UNWTO (2016) beschrijven dat beleving onderdeel uitmaakt van het cultuurtoerisme.

2.4. Operationalisering kernbegrippen

Het omzetten van kernbegrippen naar meetbare aspecten wordt ook wel "operationaliseren" genoemd. Elk kernbegrip wordt door middel van een boomdiagram uiteengezet. Deze boomdiagrammen zijn per kernbegrip weergegeven in bijlage X.

3. Methodologische verantwoording

In dit hoofdstuk wordt de aanpak voor het onderzoeksgedeelte verantwoord. Hierbij wordt er beschreven wat de gekozen onderzoeksstrategie is, welke waarnemingsmethoden en meetinstrumenten er worden gebruikt en wie tot de onderzoekseenheden behoren. Daarnaast wordt er een analyseplan beschreven.

3.1. Inleiding

‘Het doel van het onderzoek is om inzichtelijk te maken welke leisure kansen er liggen op het gebied van herinneringstoerisme om op basis hiervan aanbevelingen te geven aan de gemeente Ede, die gebruikt kunnen worden om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaarder en zichtbaarder te maken binnen de Liberation Route’.

De hoofdvraag die binnen het onderzoek centraal staat luidt als volgt: ‘Welke leisure kansen op het gebied van herinneringstoerisme kunnen binnen de gemeente Ede benut worden om de beleving en zichtbaarheid ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route te vergroten?’. Deze vraag is uiteengezet in de volgende deelvragen:

1. Wat zijn kansrijke verhalen/gebeurtenissen die de geschiedenis van de gemeente Ede biedt ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog?
2. Op welke manier is op dit moment de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar binnen de gemeente Ede?
3. Welke trends en ontwikkelingen spelen er ten aanzien van toeristische beleving op het gebied van herinneringstoerisme?
4. Welke leisure kansen ten aanzien van beleving en herinneringstoerisme ziet de expert binnen het projectteam van de Liberation Route als kansrijk?
5. Op welke manier maken andere gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en de best practices binnen de Liberation route de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar?

3.2. Desk research

Het eerste onderdeel van het onderzoeksgedeelte bestaat uit desk research. Er is gekozen voor desk research omdat de informatiebehoefte gericht is op feiten die uit de bestaande literatuur verkregen kunnen worden. Hierbij kan er gebruik gemaakt worden van verschillende vormen van literatuur. Secundaire literatuur omvat bijvoorbeeld literatuur waarin door andere auteurs over al behandelde onderwerpen wordt gerapporteerd. Daarnaast kan er ook gebruik worden gemaakt van grijze literatuur. Grijze literatuur bestaat uit boeken, rapporten en verslagen die niet in de gangbare boekcollecties zijn opgenomen, bijvoorbeeld interne documenten binnen de gemeente Ede. Binnen wetenschappelijke publicaties kan er gezocht worden naar trends en ontwikkelingen (Verhoeven, 2014). Ter aanvulling van het desk research worden er gesprekken gevoerd met experts binnen de gemeente Ede zelf. Zo heeft de Gemeente Ede contact met Dhr. van Seters. Dhr. van Seters beschikt over veel kennis van de geschiedenis van de gemeente Ede en kan dus nuttige informatie leveren ter aanvulling op het literatuuronderzoek. Echter, dit is geen officieel onderdeel van het veldonderzoek. Door middel van desk research wordt antwoord gegeven op de deelvragen één tot en met drie:

- Wat zijn kansrijke verhalen/gebeurtenissen die de geschiedenis van de gemeente Ede biedt ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog?

- Op welke manier is op dit moment de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar binnen de gemeente Ede?
- Welke trends en ontwikkelingen spelen er ten aanzien van toeristische beleving op het gebied van herinneringstoerisme?

3.3. Expertinterview

Het eerste onderdeel van het veldonderzoek bestaat uit een expertinterview. Er wordt gesproken van een expert- of elite interview als een speciaal type persoon in een onderzoek wordt betrokken. Bijvoorbeeld invloedrijke, vooraanstaande en goed geïnformeerde personen in een organisatie (instelling of bedrijf) of in een lokale gemeenschap. Deze personen worden geselecteerd vanwege hun deskundigheid op gebieden die van belang zijn voor het onderzoek (Baarda, de Goede & van der Meer, 2007). Door middel van een expertinterview wordt er antwoord gegeven op de volgende deelvraag:

- Welke leisure kansen ten aanzien van beleving en herinneringstoerisme ziet de expert binnen het projectteam van de Liberation Route als kansrijk?

3.4. Benchmark onderzoek

Het tweede onderdeel van het veldonderzoek bestaat uit een benchmark onderzoek. Een benchmark is een vergelijkend onderzoek waarbij de prestaties van organisaties, producten, diensten of programma's op identieke wijze worden onderzocht en met elkaar worden vergeleken (Claudia de Graauw, 2017). Hierbij wordt er antwoord gegeven op de volgende deelvraag:

- Op welke manier maken andere gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en de best practices binnen de Liberation route de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar?

3.5. Waarnemingsmethoden

Binnen het expertinterview en het benchmarkonderzoek wordt er informatie verzameld door middel van veldonderzoek. De interviews zullen half gestructureerd zijn. Dit betekent dat de onderwerpen van het interview worden vastgelegd, maar dat de respondent ook de ruimte heeft om zelf een inbreng te hebben tijdens het interview. Dit is van belang omdat elke gemeente een andere aanpak kan hebben met betrekking tot het zichtbaar en beleefbaar maken van de geschiedenis met betrekking tot de Tweede Wereldoorlog. Door het gebruik van een half gestructureerd interview wordt de respondent uitgenodigd om uitgebreid te vertellen over hun eigen aanpak. Belangrijk binnen dit onderzoeksgedeelte is de subjectieve betekenisverlening en daarom is er gekozen voor een kwalitatieve vorm van veldonderzoek. Met subjectieve betekenisverlening wordt de achterliggende reden van een antwoord bedoeld, om bijvoorbeeld te kunnen achterhalen waarom er voor een specifieke aanpak gekozen is en of dit een bewuste keuze is geweest (Verhoeven, 2014).

3.6. Meetinstrumenten

Het veldonderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van interviews. Zoals al eerder is beschreven is er gekozen voor half gestructureerde interviews. In een half gestructureerd interview liggen de vragen en antwoorden niet van te voren vast maar de onderwerpen wel. Het interview wordt dus afgenomen aan de hand van een aantal onderwerpen, ook wel topics genoemd. Een topiclijst geeft weer welke topics en sub topics er in een interview aan bod komen (Baarda, de Goede & van der Meer, 2007). Binnen dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van twee verschillende topiclijsten, ofwel interviewguides:

- Interviewguide 1: Expert binnen het project team van de Liberation Route.

- Interviewguide 2: Gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en nationale/internationale best practices die aangesloten zijn bij de Liberation Route.

Beide interviewguides zijn weergegeven in bijlage XI.

3.7. Onderzoekseenheden

Het domein dat binnen deze thesis centraal staat is de Liberation Route. Als eerste zal er een interview gedaan worden met een expert binnen de Liberation Route. Dit wordt ook wel een elite- of expertinterview genoemd. Zo heeft een expert binnen de Liberation Route een overkoepelende blik ten aanzien van gemeenten die aangesloten zijn bij de Liberation Route maar ook kennis over herinneringstoerisme en het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog.

Gebleken is dat er binnen de provincie Gelderland een groot aantal gemeenten aangesloten is bij de Liberation Route en dat deze geconcentreerd om Ede heen liggen (Liberation Route, 2017). Er is gekozen om een aantal gemeenten binnen de provincie Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route te interviewen. Dit om te bekijken hoe deze gemeenten in de omgeving van Ede de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaar en beleefbaar maken. Dit kan waardevol zijn omdat gemeenten in de omgeving verhalen en/of gebeurtenissen uit de Tweede Wereldoorlog gemeen kunnen hebben met de Gemeente Ede, of verhalen/gebeurtenissen die aansluiten bij de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen Ede. Door inzichtelijk te maken op welke manier deze gemeenten de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar maken kan er ook vastgesteld worden op welk niveau de gemeente Ede de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar kan gaan maken. En dus hoe de gemeente Ede mee kan gaan met ontwikkelingen in de omgeving om zo op te blijven vallen en niet ondergesneeuwd te worden door grote spelers in de markt als Arnhem en Nijmegen.

Daarnaast worden er interviews afgenomen onder de best practices binnen de Liberation Route. Deze best practices worden geselecteerd aan de hand van interviews met een expert binnen de Liberation Route en gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van de 'sneeuwbalmethode' (Baarda, de Goede & van der Meer, 2007).

De manier van selectie van de onderzoekseenheden is purposive, oftewel: doelgericht. Dit houdt in dat de selectie van de steekproef gedaan wordt op basis van bepaald kenmerken. Deze zijn als volgt:

- Expert binnen de organisatie van de Liberation Route.
- Gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route.
- Gemeenten die als best practices worden gezien binnen de Liberation Route.

3.8. Analyseplan

Het bestuderen van gevonden literatuur binnen het deskresearch wordt aan de hand van een inhoudsanalyse gedaan. "Een inhoudsanalyse is een methode voor het analyseren van geschreven, verbale of visuele communicatieve boodschappen zoals liederen, krantenberichten, advertenties en politieke speeches" (Boeije, 2014).

De interviews worden door middel van een geluidsopnames vastgelegd. Interviews worden eerst uitgetypt en vervolgens gecodeerd. Er bestaan drie typen codering, namelijk: open codering, axiale codering en selectieve codering.

- Open coderen. Een samenvattende notatie koppelen aan een stukje tekst, ofwel fragment. Door dit proces worden stukken tekst hanteerbaar en overzichtelijk (Boeije, 2014).
- Axiaal coderen. “Het achterhalen van belangrijke categorieën en het beschrijven van de betekenis” (Boeije, 2014).
- Selectief coderen. “Integratie van de bevindingen door verbanden te leggen tussen de categorieën die in de fase van het axiaal coderen zijn beschreven” (Boeije, 2014).

De getranscribeerde interviews en geluidsopnames zijn bijgevoegd op een USB stick. In deze transcripten zijn de open codes gekoppeld aan fragmenten. Een overzicht van de open- en axiale codes zijn schematisch weergegeven in bijlage XIII en XIV in de vorm van een codeboom.

4. Desk Research

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het desk research per onderdeel beschreven. Er wordt geanalyseerd welke kansrijke verhalen en/of gebeurtenissen de gemeente Ede biedt ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog, op welke manier momenteel de geschiedenis beleefbaar wordt gemaakt en wat relevante trends en ontwikkelingen zijn. Hierbij worden trends en ontwikkelingen in kaart gebracht die in verband staan met de kernbegrippen binnen dit rapport. Denk hierbij aan trends en ontwikkelingen op het gebied van toeristische beleving en cultuurtoerisme.

4.1. Kansrijke verhalen en/of gebeurtenissen

De geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen Ede bestaat uit een tal van verhalen en gebeurtenissen. In bijlage XII is weergegeven hoe de militaire geschiedenis van Ede met betrekking tot de Tweede Wereldoorlog er in vogelvlucht uitziet. In onderstaande tekst is een aantal verhalen en gebeurtenissen uitgelicht. Dit zijn de verhalen en gebeurtenissen die door Ed van Seters, expert binnen het Platform Militaire Historie Ede, als kansrijk worden gezien. Hoewel de Liberation Route en deze thesis voornamelijk gericht zijn op de Tweede Wereldoorlog stelt Ed van Seters dat gebeurtenissen voor en na de Tweede Wereldoorlog ook van belang kunnen zijn ten aanzien van kansrijke verhalen en gebeurtenissen met betrekking tot het herinneringstoerisme. Zo zegt hij dat gebeurtenissen voor- en na de Tweede Wereldoorlog in verband kunnen staan met gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog (Ed van Seters, persoonlijke communicatie, 10 mei 2017).

Ede in aanloop naar de Tweede Wereldoorlog

Lunteren krijgt vanaf 1936 tot 1940 al te maken met de Hagespraken op de Goudsberg bij de zogenaamde Muur van Mussert, nagenoeg het enige voorbeeld van NSB-architectuur. Dit zijn druk bezochte partijbijeenkomsten van de Nationaal Socialistische Beweging (Europeana, 2017). Daarnaast worden de Edese kazernes uitgebreid met de Elias Beeckmankazerne en de Simon Stevinkazerne. Tijdens de mobilisatie worden in Ede ruim twaalfduizend soldaten van uitrusting voorzien en goederentreinen voeren bijna drieduizend paarden aan. Ede groeit uit tot een volwaardige garnizoensplaats (Ed van Seters, persoonlijke communicatie, 10 mei 2017).

Inval van de Duitsers

10 mei 1940 vallen de Duitsers Nederland binnen. Ten oosten van Ede vechten Nederlandse Huzaren en een Eskadron pantserwagen tegen de Duitsers om ze te vertragen in hun opmars. De dagen hierna wordt er zwaar gevochten ten westen van Ede, bij de Klomp. De gemeente Ede ligt in de frontlinie en zo ontstaat er schade in de dorpen Ede en Lunteren. Een gedeelte van de Edese bevolking wordt geëvacueerd richting Otterlo. Ederveen, De Klomp en Gelders Veenendaal worden ook ontruimd. Op 14 mei besluit Generaal Winkelman, de opperbevelhebber van het Nederlandse leger, te capituleren (Ed van Seters, persoonlijke communicatie, 10 mei 2017).

Duitse troepen in Gemeente Ede

Aan het begin van de Tweede Wereldoorlog vestigen de Ortskammandatur en de Waffen-SS zich op de Edese kazernes, die deels worden omgedoopt tot Bismarckkazerne en Langenbergkazerne. In de Johan Willem Friso- en de Mauritskazerne in Ede worden eenheden van de Kriegsmarine gestationeerd. Beide

kazernes worden omgedoopt tot de Kommodore Bontekaserne (Ed van Seters, persoonlijke communicatie, 10 mei 2017).

Joden in Ede

In mei 1940 wonen in Ede 22 Joden. Een jaar later is dit aantal al gestegen naar 125 joden. Kleine plaatsen als Ede lijken veiliger dan de grote steden, waar de deportaties al begonnen zijn. Uiteindelijk zijn er zo'n 800 Joodse onderduikers in Ede terecht gekomen. Zij zitten overal in Ede. Op een gegeven moment bevinden zich er zo'n 65 in de kleedkamers van het Openluchttheater de Eder Kuil. Tijdens de oorlog in 1942 zijn er op Ede's grondgebied ook twee Joodse werkkampen. De Bruijnhorst was een werkkamp in Ederveen en 't Schut was een werkkamp op de grens met Veenendaal. In dit laatste kamp is plaats voor 176 Joodse arbeiders. Door een grenswijziging wordt het op Ede's grondgebied gelegen Joodse kamp De Biezen onder Barnevelds bestuur gebracht.

Operatie Market Garden

Market Garden vindt plaats in september 1944 en is één van de grootste geallieerde operaties uit de Tweede Wereldoorlog. Het doel van deze operatie is om de bruggen over de Maas, Waal en Rijn in Nederland in handen te krijgen. Market Garden is een plan van Bernard Montgomery, een Britse veldmaarschalk, die wordt uitgevoerd door 41.628 man Engelse, Amerikaanse en Poolse luchtlandingstroepen. Daarnaast worden er drie divisies grondtroepen ingezet. De operatie bestaat uit twee delen. Operatie 'Market' is de grootste luchtlandingsoperatie ooit. Operatie 'Garden' is de campagne op de grond van het Britse 30e Legerkorps, dat de luchtlandingstroepen bij de veroverde bruggen moest ontzetten. Op de Ginkelse Heide in Ede landde op 18 september 1944 de 4Th Parachute Brigade onder Brigadegeneraal John Hackett midden in een veldslag (Gemeente Ede, 2017). Operatie Market Garden is een gewaagd en ambitieus plan. Door slechte weersomstandigheden en hevig Duits verzet faalt de operatie. Vooral bij de burg van Arnhem is het verzet hevig. De grote afstand tussen de luchtlandingszones en de bruggen bij Arnhem en Nijmegen, communicatieproblemen, moeizame opmars van grondtroepen en fouten bij het opperbevel zorgen er ook voor dat deze operatie eindigt in een mislukking (Liberation Route, 2017). De slag om Arnhem trekt hedendaags veel bezoekers naar Oosterbeek en Arnhem. De slag om Arnhem als onderdeel van Operatie Market Garden staat internationaal bekend als 'A bridge too far' (Arnhem, 2013). Daarnaast vonden er de 'Pegasus-ontspanningsoperaties' plaats. Zo vertelt Platform Militaire Historie Ede: "Na afloop van de Slag om Arnhem zitten ongeveer 6000 Britse Airbornes op de noordelijke Rijnsoever vast in vijandelijk gebied. De meesten van hen zijn door de Duitsers gevangengenomen, maar een flinke groep heeft ook weten te ontkomen. Het Edese verzet spoort deze militairen op en helpt ze onder te duiken. Omdat zoveel onderduikers in en rondom Ede een te groot risico vormen voor de Edese bevolking, besluit het verzet ze in twee nachtelijke operaties over de Rijn te zetten. Een gevaarlijke tocht door vijandelijk gebied gaat hieraan vooraf" (PlatformMHE, 2017).

4.2. Huidige beleefbaarheid geschiedenis

Op dit moment wordt de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen Ede op een aantal manieren beleefbaar en zichtbaar gemaakt. In onderstaande tekst is per onderdeel beschreven op welke manier dit gebeurt.

Airborne luchtlandingen Ginkelse Hei Ede.

Jaarlijks in september vindt er op de Ginkelse Hei in Ede de Airborne luchtlandingen plaats. Dit evenement is gebaseerd op de luchtlanding van maandag 18 september 1944. Zo'n 700 parachutisten, waaronder Engelse parachutisten van het 2nd Battalion The Parachute Regiment, militairen van de 11de Luchtmobiele Brigade uit Nederland, para's uit onder andere Amerika en andere NATO landen en tientallen Pathfinders, springen uit verschillende vliegtuigen. Vliegtuigen als Hercules en Dakota's. Daarnaast vindt er deze dag ook een officiële herdenking plaats (Stichting Airborne Herdenkingen, 2017). In 2016 telt de Airborne herdenking 40.000 bezoekers (Ede Stad, 2016).

Gedenksteden, plaquettes en monumenten.

Door de gemeente Ede heen zijn er verschillende plaquettes te vinden. Zoals in de toren van de Oude Kerk, in station Ede-Wageningen, in de gevel van herberg de Zuid Ginkel, bij het openluchttheater, bij de Enka en in het Bart van Elst plantsoen. De volgende personen worden hiermee herdacht: geallieerde militairen, Nederlands verzet, burgerslachtoffers en Nederlandse militairen. Daarnaast zijn er diverse monumenten. Voorbeelden hiervan zijn: het Airborne monument, het monument voor de broers van Steenberghe in Bennekom, het monument aan de Kerkhoflaan in Lunteren, de gedenkzuil bij het Mausoleum en het monument bij Planken Wambuis. Deze monumenten richten zich in het algemeen op de Tweede Wereldoorlog, burgerslachtoffers, geallieerden, Nederlandse militairen en omgebrachte Joden. Daarnaast zijn er nog een aantal bijzondere monumenten, zoals de Shermantank en de Maple Leafs in de bestrating van het Bevrijdingsplein. Deze twee monumenten richten zich op de geallieerden. Een uniek monument in Ede is het Mausoleum op de Paasberg. Dit is een graf- en verzetsmonument waarin 29 van de 44 daargenoemde verzetsstrijders rusten. In 1995 is er een monument geplaatst ter herinnering aan de bevrijding. Alle buitendorpen kregen een eigen gedenksteen (Platform Militaire Historie Ede, 2017).

Luisterstenen

Als onderdeel van de nationale Liberation Route zijn er in de gemeente Ede vijf luisterstenen geplaatst. Naast wat foto's en een korte tekst staat er op deze stenen een telefoonnummer. Wanneer dit telefoonnummer wordt gebeld, wordt er in de vorm van een hoorspel een stukje oorlogsgeschiedenis verteld. Deze stenen liggen in Otterlo, aan de Parkweg, op de Ginkelse Heide, aan de Heidebloemallee en bij Deelen (Platform Militaire Historie Ede, 2017). De volgende verhalen worden verteld:

- Luistersteen nummer 53: Bombing of Ede. Voorafgaand aan de luchtlandingen werden Duitse stellingen gebombardeerd. 17 september bombardeerden Amerikaanse bommenwerpers de kazernes in Ede. Hierbij werd vooral Ede-Zuid getroffen, in plaats van het geplande doel. 's Middags werden de kazernes en het dorp gebombardeerd door Britse bommenwerpers.
- Luistersteen nummer 54: The Incredible Patrol. Hugo Sims krijgt in 1944 de opdracht om zoveel mogelijk Duitse krijgsgevangenen te maken. Twee mislukte acties volgen en Sims besluit om zelf de opdracht uit te voeren. Op 30 oktober steken zes mannen de rivier de Rijn over en gaan op weg naar Ede. Uiteindelijk meldt de commandant zich met 32 krijgsgevangenen.

- Luistersteen nummer 55: Slag om de Ginkelse Heide. De Britse Luchtlandingsdivisie landt op 18 september 1944 op de Ginkelse Heide. Deze divisie heeft de opdracht om de Rijnbrug bij Arnhem te veroveren. Het 7^e bataljon The King's Own Scottish Borderers wordt ingezet om de hei te verdedigen. Dit bataljon landt op 17 september ten noorden van Wolfheze. Hun stellingen rond de heide worden door Duitse eenheden aangevallen.
- Luistersteen nummer 56: The Battle of Otterlo. 16 april 1945 wordt Otterlo bevrijd door de Canadezen. In de avond van 16 april bereiken naar schatting tussen de 600 en 900 Duitse soldaten Otterlo. Er volgt een strijd die de volgende dag escaleert tot een hevige slag. Uiteindelijk zijn de Duitsers in paniek gevlucht (Liberation route, 2017).

Airborne Route

De Airborne Route is een fietsroute die start in Ede. De route gaat langs de hoogtepunten van de Airborne Troopers in 1944 (Route.nl. 2017).

Battlefieldtour

Het Platform Militaire Historie Ede organiseert 'Battlefieldtours'. Deelnemers worden met een originele legertruck uit 1943 door Ede en omgeving geleid. Hierbij wordt er verteld wat zich tijdens de Tweede Wereldoorlog in Ede en omgeving heeft afgespeeld. Deze tour eindigt bij de Veluwe Heidebrouwerij voor een warme maaltijd (PlatformMHE, 2017).

Pegasus wandeltocht

Dit wandelevenement is bedoeld als herdenking aan de 'Pegasus' vluchtoperatie. Deze vond in oktober 1944 plaats. "De tocht voert de deelnemers langs gedeelten van de oorspronkelijke routes van Wekerom naar Renkum en via Wageningen, Bennekom en Edese Bossen terug naar het eindpunt: 'De Schuilplaats' te Ede. Na finish van de deelnemers bij de diverse eindpunten kunnen zij naar het startpunt op 's Heeren Loo teruggebracht worden middels 'Keep Them Rolling' voertuigen. Hier vindt de uitreiking van de medailles plaats (VVV, 2017).

4.3. Trends en ontwikkelingen

Digitale trends

"Virtual- en augmented reality kunnen een wezenlijke bijdrage leveren aan de toeristische experience". Zo zegt TravelNext in een kennisrapport. Dit kan toegepast worden in zowel het oriëntatieproces als het memorygedeelte. "Door virtual reality kun je experience herbeleven en verrijken" (TravelNext, 2017). Ook de ANVR kaart het belang van technologie aan. Door het toepassen van technologie wordt er ingespeeld op de toekomst. Het is van belang dat technologie wordt ingezet ter ondersteuning van het menselijke aspect, zo stelt de ANVR. Persoonlijke benadering is doorslaggevend (ANVR, 2016). Uit de toekomst visie van de ANVR blijkt dat virtual reality de customer journey interessanter en speelser maakt. "Reizigers kunnen met bijna al hun zintuigen genieten van een ervaring zonder dat ze er zijn". Dit zal de behoefte aan de reiservaring niet belemmeren maar juist stimuleren, zo denkt de ANVR (ANVR, 2016). Binnen deze thesis wordt onderzocht op welke manier beleving vergroot kan worden. Uit deze trend blijkt dat technologie aan dit doel kan bijdragen en dit maakt deze trend relevant.

Niet product maar beleavingsgericht

Van denken in producten voor doelgroepen naar belevingen voor mensen. Elke persoon heeft andere behoeften en dit is niet altijd in een doelgroep weer te geven. Doelgroep denken is passé en maakt plaats voor profielen aan de hand van levensstijl, passies, waarden en behoeften (TravelNext, 2017). Ook de ANVR (2016) beschrijft dat doelgroepdenken passé is. Zo stellen zij dat het steeds moeilijker is om “reizigers te voorspellen en in een hokje te stoppen”. Doelgroepsegmentatie op basis van NAW gegevens, opleiding, inkomen, leeftijd en geslacht is niet meer voldoende. ANVR stelt dat het creëren van reisbelevingen langs de gehele ‘customer journey’ raadzaam is. Op deze manier wordt er een totaalbeleving gecreëerd voor de reiziger (ANVR, 2016). Ook deze trend laat zien hoe beleving vergroot kan worden. Doelgroepdenken is niet meer van deze tijd en kan juist zorgen voor een belemmering in de beleving.

Nederland leisureland

Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot een leisureland. Nederlanders gaan steeds vaker dagen of weekendjes weg. Investeren in een uniek en onderscheidend concept is van belang. Ook samenwerkingen spelen hierbij een rol (Rabobank, 2017). De eigen gemeente is populair voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buitenshuis, zo stelt NRIT Media (NRIT Media, 2016). Buitenrecreatie is een vorm van vrijetijdsbesteding die het meest voor komt. In 2015 stond: ‘een wandeling voor plezier’ op de eerste plaats in de top tien van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders. ‘Winkelen in de binnenstad’ en ‘uit eten gaan in een restaurant of eetcafé’ staan op de tweede en derde plek (CBS, 2016). Het inzichtelijk maken van populaire vrijetijdsactiviteiten is waardevol omdat dit de behoefte van Nederlanders op het gebied van vrijetijdsbesteding weergeeft. Dit is een kans op het gebied van vrijetijdsbesteding waar op ingespeeld kan worden.

Horeca en samenwerkingen

Horeca wordt als middel gebruikt om de aantrekkelijkheid van de gemeente te vergroten. Dit biedt kansen voor nieuwe initiatieven en concepten (Rabobank, 2017). Samenwerking tussen horeca, recreatie en retail kunnen bijdragen aan het realiseren van regionale ‘merkbeleving’. (Rabobank, 2017). Het is waardevol om te weten welke factoren bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een gemeente. Op deze manier wordt inzichtelijk gemaakt welke partijen de moeite waard zijn om te benaderen bij het creëren van samenwerkingen. De horeca kan dus als kansrijke speler worden gezien als het gaat om samenwerkingen, nieuwe initiatieven en concepten.

Storytelling

Storytelling is een begrip dat in de wereld van toerisme en recreatie steeds vaker naar voren komt. Een verhaal heeft de volgende kenmerken:

- Het staat op zichzelf en heeft een begin, midden en einde.
- Het bevat narratieve elementen: een hoofdpersoon, een verhaallijn met daarin een ontwikkeling als gevolg van een worsteling, dilemma, conflict of tegenstanders.
- Authentiek.
- Persoonlijk.
- Prikkelend en roept emotie op en/of wordt met emotie verteld (Thestoryconnection, 2017).

Het vertellen van authentieke, persoonlijke verhalen is dus prikkelend en kan emoties oproepen. Ook wordt er gesteld dat verhalen beleving kunnen oproepen. Zo blijkt ook uit de praktijk dat persoonlijke

verhalen met betrekking tot de Tweede Wereldoorlog een extra dimensie kunnen bieden. Geschiedenis docente Ilona Mens vertelt: “Leerlingen worden vaak bijzonder geraakt door deze persoonlijke verhalen. De gastsprekers nemen de leerlingen mee naar het verleden en uiteindelijk terug naar het hier en nu. En keer op keer blijkt dat een persoonlijk verhaal veel meer impact heeft dan welke film of boek dan ook” (Nassaucollege, 2017).

Daarnaast vertellen verschillende wetenschappers over de educatieve werking van het vertellen van verhalen. Menselijke hersenen zijn er op ingericht om met verhalen te werken. Een dramatische ontwikkeling in een verhaal zorgt er bijvoorbeeld voor dat het verhaal beter blijft hangen. Het vertellen van verhalen is dus een goed middel om informatie over te brengen, gezien de werking van de hersenen. Het gebruik van zintuiglijke informatie binnen een verhaal zorgt er voor dat leerlingen of mensen beter in staat zijn om mentale beelden te maken (Rudolf Roos, 2017). Dit laatste zorgt er voor dat informatie beter opgeslagen wordt. Uit de bevindingen van diverse wetenschappers blijkt dat verhalen van educatieve waarde kunnen zijn. Daarnaast vergroten verhalen beleving. Dit maakt de trend storytelling relevant binnen deze thesis.

Wensen en behoeften

Tours gericht op historische plekken en plekken met erfgoed domineren de cultuur-toeristische markt. Daarnaast is de niche markt ‘educatietoerisme’ nog steeds groeiende. Het verkrijgen van culturele kennis is de hoofdreden van een bezoek aan een bestemming. De Europese cultuurtoerist doet steeds vaker online onderzoek bij het plannen van een reis. Daarnaast staat authenticiteit hoog in het vaandel bij de cultuurtoerist. De incidentele cultuurtoerist kan aangesproken worden door het verspreiden van flyers in hotels of restaurants (CBI, 2016).

5. Resultaten veldonderzoek

Dit hoofdstuk bevat de resultaten van het veldonderzoek. Allereerst worden de resultaten uit het interview met een expert binnen de organisatie van de Liberation Route beschreven. Het tweede onderdeel beschrijft de resultaten uit interviews met gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en de 'Best Practices' binnen de Liberation Route.

5.1. Expert binnen de Liberation Route

Deze paragraaf richt zich op resultaten uit het interview met een expert binnen de Liberation Route. Dit deel van het onderzoek is uitgevoerd om inzichten van een expert ten aanzien van kansen op het gebied van beleving in herinneringstoerisme te onderzoeken. Er is een interview uitgevoerd met respondent 1, projectmanager binnen de Liberation Route. Binnen dit interview zijn er een aantal onderwerpen naar voren gekomen die gericht zijn op mogelijke kansen ten aanzien van beleving. Deze onderwerpen zijn vastgesteld aan de hand van resultaten binnen het theoretisch kader. De belangrijkste punten per onderwerp zijn in onderstaande tekst beschreven.

Beleving

“Men gaat niet meer naar musea om heel veel dingen te bekijken. Daarom moeten er andere manieren gevonden worden om mensen de geschiedenis mee te geven” (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). De Liberation Route wil vooral op een onverwachte, toegankelijke manier iets meegeven. “Het vertellen van een heel verhaal, in plaats van losse gebeurtenissen zorgt ervoor dat het meer bij de bezoeker gaat leven. Bezoekers moeten iets kunnen aanraken” (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Daarbij stelt respondent 1 dat bezoekers het verhaal moeten kunnen lezen of horen. “Op deze manier beseffen zij dat ze op een bijzondere plek staan, dat is beleving” (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Volgens respondent 1 heeft het plaatsen van alleen monumenten en panelen geen toegevoegde waarde meer. Ook vertelt hij dat het een uitdaging is om bezoekers naar het centrum te trekken, in plaats van dat zij bijvoorbeeld alleen op de Ginkelse Hei komen. Daarnaast blijkt dat het zichtbaar maken van geschiedenis niet persé bijdraagt aan beleving. Zo zegt respondent 1: “In Arnhem, heb je misschien wel, gokje, 100 monumenten. Dat heeft geen toegevoegde waarde meer” (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017).

Samenwerkingen

Respondent 1 stelt dat het belangrijk is om in beleving een compleet verhaal te vertellen. Daarom is het van belang om in regio's samen te werken. De uitdaging hierbij is om samen met andere gemeenten uit de regio het hele verhaal te communiceren. De rol van de gemeente is vooral: faciliteren. Daarnaast kan de gemeente initiatieven ondersteunen. Ook kunnen er samenwerkingen gevonden worden in partijen waarvan je het niet verwacht, zo stelt respondent 1. Bijvoorbeeld de samenwerking met LOTTO JUMBO NL. Binnen deze samenwerking konden deelnemers een fietstocht afleggen samen met Sven Kramer.

Doelgroep

Volgens respondent 1 is het onmogelijk om een specifieke doelgroep te beschrijven. “Je hebt veteranen, de mensen die het hebben meegemaakt. Maar ook kinderen of nabestaanden die willen kijken waar hun opa of oma geweest is. Iedereen heeft wel iets met het onderwerp” (Respondent 1, persoonlijke

communicatie, 21 april 2017). Met 'het' doelt respondent 1 op de Tweede Wereldoorlog. Wel stelt respondent 1 dat het van belang is om de jongere doelgroep aan te spreken. Dit wijdt hij aan het feit dat de afstand tussen jongeren en de Tweede Wereldoorlog groter wordt. "Dit betekent dat hun interesse in het onderwerp kleiner wordt. Daarom is het van belang om jongeren aan te spreken" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Volgens respondent 1 is het besef voor de waarde van de vrijheid die we nu hebben van belang. "Vrijheid is niet vanzelfsprekend".

Educatie

Respondent 1 stelt dat educatie van belang is binnen dit onderwerp. Een 'leven lang leren' is een term die je af en toe hoort, want educatie is niet per sé alleen voor jongeren. "Educatie is belangrijk maar je moet het geen educatie noemen" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Zo zegt respondent 1 dat je kennis kunt overbrengen door middel van een leuke ervaring.

Bestaande inzichten

Respondent 1 zegt dat het van belang is dat een verhaal historisch correct is. Het betrekken van experts met betrekking tot de geschiedenis is hierbij een succesfactor. "Deze mensen hebben de content" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Het zou een faalfactor kunnen zijn als een verhaal niet historisch correct is. Daarnaast heeft de Liberation Route geleerd dat het goed is om te kijken wat er om je heen gebeurt. Bijvoorbeeld als je jongeren wilt aanspreken. "Wat zegt deze generatie? Wat doet die generatie er mee? Hoe krijg je deze generatie betrokken?" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017)

Trends en ontwikkelingen

"De mensen die de oorlog mee hebben gemaakt raken we kwijt", zo stelt respondent 1 gericht op de Tweede Wereldoorlog. Dit betekent dat de herinnering wegvalt. Daarnaast zegt respondent 1 dat er steeds meer Nederlanders met een andere achtergrond zijn. "Deze mensen hebben geen natuurlijke affiniteit met de Tweede Wereldoorlog" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Technologie speelt ook een rol ten aanzien van beleving. Respondent 1 zegt dat een filmpje meer beleving kan geven dan alleen het luisteren naar een verhaal. Ook heeft de Liberation Route een app ontwikkeld. Technologie kan een goed middel zijn om informatievoorziening aantrekkelijker te maken.

Verwachtingen

De Liberation Route heeft veel contacten maar gemeenten moeten zelf met initiatieven en ideeën komen, zo zegt respondent 1. Dit is een verwachting die de Liberation Route van aangesloten gemeenten heeft. Vervolgens kan de Liberation Route helpen bij de ontwikkeling van deze ideeën.

Kansrijke verhalen

Volgens respondent 1 kan het verhaal van Market Garden binnen de gemeente Ede beleefbaarder worden gemaakt. De 'Bridge too far' heeft internationale bekendheid en daar maakt Ede deel van uit. "Een uniek stukje geschiedenis" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Respondent 1 vertelt over het feit dat de gemeente Ede het kazerneterrein wilt benutten in het kader van herinneringstoerisme. Daarover zegt hij: "Maar realiseer je, het is voor de Edenaar en voor de Veluenaar misschien van belang maar internationaal en nationaal niet" (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Daarnaast zegt respondent 1: "Nee. Ik zou me dáár helemaal op focussen" (Respondent 1, persoonlijke

communicatie, 21 april 2017). Met dit laatste doelt hij op het Market Garden verhaal. “Je kunt het nog niet echt beleven. Want pak een paar mensen in een auto en zet ze daar neer. Op de Ginkelse Heide. (.....) Prachtig. Maar ze hebben nog niet dat besef van: ‘wauw, hier is echt... hier heeft echt grote geschiedenis plaatsgevonden” (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017).

Opkomende productontwikkeling

Er komen steeds meer arrangementen binnen de Liberation Route. Bijvoorbeeld arrangementen voor buitenlanders en touroperators. Hierdoor worden er zaken aan elkaar gekoppeld. Dit kunnen papieren routes zijn, of routes via de app. Hierbij worden er verschillende locaties van erfgoed aan gedaan. En tussendoor kunnen mensen naar een restaurant gaan. Op deze manier wordt het bedrijfsleven ook gekoppeld.

5.2. Gelderse gemeenten en ‘best practices’.

Deze paragraaf richt zich op de resultaten uit interviews met gemeenten binnen Gelderland en de best practices die aangesloten zijn bij de Liberation Route. Allereerst zijn er gemeenten benaderd binnen de provincie Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route. Hier zijn interviews met de gemeente C, gemeente B en gemeente A uit voort gekomen. Binnen deze interviews en het interview met respondent 1 zijn er een aantal gemeenten naar voren gekomen die als ‘best practices’ worden gezien op het gebied van het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Hier zijn interviews met gemeente D, gemeente E en gemeente F uit voort gekomen. Deze interviews zijn wederom uitgevoerd aan de hand van onderwerpen die binnen de kernbegrippen van het theoretisch kader centraal staan.

Beleving

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat het beleid rondom herinneringstoerisme nog in de kinderschoenen staat. Alle gemeenten zeggen dat geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaar wordt gemaakt door middel van monumenten. Echter, dit is meer gericht op het component: herdenken. Twee gemeenten hebben een informatiecentrum gerealiseerd om het verhaal van de Tweede Wereldoorlog te vertellen, namelijk gemeente C en gemeente D. Gemeente F is bezig met de ontwikkeling van een informatiecentrum. Zo zegt respondent 7 van gemeente F: “Wat onze insteek eigenlijk is, is dat de internationale toerist daar naar toe kan gaan, heel globaal het verhaal van deze regio tot zich kan nemen en daarna ook eigenlijk wel handreikingen krijgt om die regio in te gaan” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei 2017). Daarnaast is iedere gemeente op een eigen manier bezig met het beleefbaar maken van de geschiedenis. Zo vindt er in gemeente C ieder jaar een herdenking plaats door middel van een evenement. Volgens respondent 4 wordt de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog door middel van muziek, dans en zang beleefbaar gemaakt. Daarnaast wordt er binnen gemeente C gewerkt aan een looproute van het station naar het informatie centrum. Hierover zegt respondent 4 het volgende: “Er zijn zoveel verhalen te vertellen, wat er allemaal gebeurt is. Gewoon ook op menselijk niveau. Van iemand die daar woonde en die dat heeft gezien of meegemaakt. Wij hopen dat in die looproute... dat het daardoor ook meer te beleven is en zichtbaar wordt” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 mei 2017). Daarnaast zeg respondent 4 over het informatiecentrum: “Op die plek zie je echt de brug. En met de beelden beleef je weer wat er eigenlijk toen is gebeurd” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 mei 2017). Respondent 3 vertelt over films die door een plaatselijk comité zijn ontwikkeld. In deze films wordt het verhaal van zowel de Nederlandse als de Duitse

burger verteld. Daarnaast vertelt respondent 3 over een toneelgroep uit Angeren die gebeurtenissen uit de Tweede Wereldoorlog naspeelt. Bijvoorbeeld hoe er vroeger geëvacueerd werd. Hier doen volwassenen en kinderen aan mee. Maar er wordt ook gebruik gemaakt van oude fietsen, karren en paarden met karren. Respondent 6 van gemeente E vertelt over een hotel dat als hoofdkwartier heeft gefungeerd voor één van de regimenten die de stad bevrijd heeft. Respondent 6 zegt hierover: “En dat verhaal is bekend. Ook bij het hotel. Dus wanneer er Canadezen zijn, en dat gebeurt best regelmatig, dan wordt dat altijd even aangestipt. En dat gaat om hele kleine dingen, maar die zijn zo waardevol”. Zo zegt respondent 6 ook: “Dus dat is een heel belangrijke historische plek (...) En die zijn dat echt ‘flabbergasted’ over die geschiedenis van die straat” (Respondent 6, persoonlijke communicatie, 17 mei 2017). Daarnaast vertelt respondent 6 ook over begraafplaatsen waar door middel van roestvrijstalen platen de geallieerde opmars is beschreven. In het centrum is er een brandgrensroute gerealiseerd waarbij je kunt zien welk deel van de stad verwoest is door het bombardement en de brand. Ook is binnen deze route inzichtelijk gemaakt hoeveel mensen er zijn omgekomen aan de hand van 800 plaatjes met een naam, voor elk slachtoffer één. “Als je op de markt staat dan zie je dat ook. Dan zie je aan de rechterkant historische huizen, linkerkant nieuwbouw” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei 2017). Ook is binnen gemeente F de Valkhofbunker open gesteld voor publiek. Daarnaast zijn er bij de Waal ‘road blocks’ neergelegd, die vroeger op de waalbrug lagen. Ook zegt respondent 7: “Toen wij de tweede stadsbrug bouwden, die nu ‘De Oversteek’ heet (...) Die brug moest er komen en daar is eigenlijk de historie meegenomen. Gewoon in het verhaal van: dit is de plek waar ook de ‘Waal Crossing’ ooit plaats vond” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei 2017). Elke avond gaan de lampen op deze brug één voor één aan. Deze 48 lampen staan voor de 48 militairen die zijn omgekomen tijdens de oversteek.

Samenwerkingen

De meerderheid van de respondenten zegt samen te werken met stichtingen binnen de gemeente. Deze stichtingen zijn initiatiefnemers in het beleefbaar maken van de geschiedenis. Gemeente C en gemeente D hebben een samenwerking gerealiseerd met musea. Zo zegt respondent 4 van gemeente C: “Daarvoor hebben we nu dus de samenwerking met het Airborne museum in Oosterbeek. Zij exploiteren dat ook. En dat werkt gewoon heel goed omdat zij gewoon het verhaal kennen. En zij vertellen ook in Oosterbeek het hele Market Garden verhaal. En hier wordt echt de brug uitgelicht en het verhaal daar verteld” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 mei 2017). Ook vertelt respondent 4 over een deel wisselende expositie binnen het informatiecentrum in gemeente C, in samenwerking met het museum. Daarnaast is er sprake van samenwerking met burgers. Gemeente C zet in op burgerparticipatie door het uitschrijven van een wedstrijd. Binnen deze wedstrijd kunnen burgers met ideeën komen voor een nieuwe looproute. Zo zegt respondent 4: “We zijn nu zo ver dat we de ambtelijke beoordeling hebben gehad (...) Dus nu gaan er vier pitchen voor een commissie, waaronder de wethouder en zo. En het winnende idee gaat ook daadwerkelijk uitgevoerd worden. En dat is een manier ook om de mensen beter door gemeente C te leiden eigenlijk en ook om dat zichtbaar te maken wat we hebben” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 juni 2017). Respondent 7 zegt het volgende over burgerinitiatief: “We nodigen ze ook actief uit (...) één keer per jaar vragen we echt actief aan de mensen in gemeente F, wat niet persé over de oorlog gaat maar in het algemeen, met de vraag van heeft u een goed idee?” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei 2017). Daarnaast vertelt respondent 7 over een jury die ideeën van inwoners van gemeente F bekijkt en een geldbedrag toekent, zodat mensen zelf ideeën uit kunnen voeren. “En dat is echt vanuit de gedachte van: je moet het de mensen zelf laten doen” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei). Respondent 7 wilt dat initiatieven worden gedragen door de stad.

Doelgroep/educatie

De meerderheid van de respondenten zegt niet specifiek met doelgroepen te werken. Wel zet een meerderheid van de respondenten in op jongeren en onderwijs. Zo worden er in verschillende gemeenten monumenten ‘geadopteerd’ door scholen. Ook zijn er scholen die lessen krijgen van stichtingen en een bijdrage leveren tijdens een herdenking. Binnen gemeente D zijn verhalen van vroeger opgetekend door leerlingen. Educatie wordt door alle respondenten gezien als een belangrijk aspect. Respondent 6 zegt: “Het belangrijkste doel is dat we willen dat mensen bewust blijven van de waarde van vrede en vrijheid. Dat het heel normaal is, maar niet vanzelfsprekend”. Ook voegt hij hier nog aan toe: “Ook richting onderwijs, maar ook wanneer we verhalen vertellen over de Tweede Wereldoorlog” (Respondent 6, persoonlijke communicatie, 17 mei 2017).

Rol van de gemeente

Met betrekking tot samenwerkingen in onderwijs, stichtingen en musea zegt respondent 2 van gemeente A het volgende: “Dan zie je dat de overheid meer een regierol heeft. Maar ook van: ja, hoe gaan we nou op de Veluwe samenwerken. Gaan gemeente A en Ede op dit punt samenwerken?” (Respondent 2, persoonlijke communicatie, 1 mei 2017). Ook zegt respondent 2: “Er zijn heel veel musea die allemaal hun best doen en hun eigen programma hebben. Maar ik denk dat het nodig is om meer samen te werken. Dat zal daar ook wel meer van de overheid verwacht worden (....). We zullen nooit echt de grote trekker worden, maar wel hier en daar faciliteren”. Respondent 3 van gemeente B zegt: “Wij zetten heel hoog in op burgerinitiatief (...) En waar nodig faciliteren en gedeeltelijk financieren” (Respondent 3, persoonlijke communicatie, 3 april 2017). Respondent 4 zegt dat gemeente C het verhaal faciliteert. “Dus bijvoorbeeld dat museum, dat faciliteren wij” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 juni 2017). Daarbij zegt respondent 4 dat de gemeente ook een rol speelt in het leggen van contacten, bijvoorbeeld het contact met RBT. “Maar het letterlijk uitvoeren... Wij zijn geen touroperator. Dus je kan het faciliteren, maar zorgen dat de juiste partijen met de juiste partijen spreken” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 juni 2017). Respondent 5 van gemeente D zegt ook dat het bij elkaar brengen van mensen een rol van de gemeente is. Daarnaast vertelt respondent 5 dat je als gemeente niet het verhaal kunt vertellen. “Dat moet je door mensen laten doen die er veel dichterbij zitten” (Respondent 5, persoonlijke communicatie, 15 mei 2017). Daarnaast zegt respondent 5 dat je het vooral bij de mensen moet laten. “Dan heb je A: veel meer kennis, maar B: ook meer draagvlak”. Daarnaast zegt respondent 5 dat je mensen individueel moet helpen. “Hoe krijgen we al die verhalen bij elkaar? Meer het bij elkaar brengen van mensen. Ik denk dat dat de belangrijkste rol is” (Respondent 5, persoonlijke communicatie, 15 mei 2017). Daarnaast zegt respondent 5 dat je als gemeente in gesprek kunt gaan met mensen. “Zoals die man van het particulier museum (...) Kun je ook kijken van... verbindingen leggen. Neem eens contact op met die...” (Respondent 5, persoonlijke communicatie, 15 mei 2017). Respondent 7 vertelt over het belang van een actieve gemeenschap die zelf met initiatieven en ideeën komt. Daarnaast zegt respondent 7: “We gaan je helpen met faciliteren om die plaatjes te leggen (...) Wij gaan niet het beheer van die plaatjes doen” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei 2017).

Trends en ontwikkelingen

De meerderheid van de respondenten vertelt over ontwikkelingen binnen het herinneringstoerisme. Twee

respondenten zeggen dat de interesse in de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog groter wordt. Een andere respondent vertelt dat er steeds meer mensen komen die willen kijken waar hun opa gevochten heeft. Zo zegt respondent 6: “Maar die kinderen worden ouder. En inmiddels zijn die 40/50 jaar. En die willen gewoon weten wat hun opa uitgevreten heeft in West Europa” (Respondent 6, persoonlijke communicatie, 17 mei 2017). Respondent 7 zegt dat er steeds meer mensen zijn die op zoek zijn naar een verantwoord dagje uit. Respondent 3 zegt dat er binnen gemeente D niet bewust naar trends en ontwikkelingen wordt gekeken. Wel is er een nieuwe nota herinneringstoerisme waar op aangehaakt wordt. Gemeente A is actief bezig met toepassing van technologie. “Het is een idee om daar een 3D boodschap van te maken” (Respondent 2, persoonlijke communicatie, 1 mei 2017). Respondent 4 zegt: “Gewoon interactief. Vaak is het toch wel media. En smartphone. En dat is nu een beetje de richting waarop we denken” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 juni 2017). Ook het vertellen van persoonlijke verhalen lijkt steeds belangrijker te worden. Dit wordt toegelicht in onderstaande tekst.

Verhalen

Het belang van de manier waarop verhalen worden verteld, wordt door verschillende respondenten benadrukt. Alle respondenten zeggen dat het vertellen van persoonlijke verhalen steeds belangrijker wordt. Zo zegt respondent 4: “Gewoon op menselijk niveau. Van iemand die daar woonde en die heeft dat gezien of meegemaakt” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 juni 2017). Respondent 5 vertelt over de 4 mei herdenking met als thema: ‘De kracht van het persoonlijk verhaal’. Hierbij werden er persoonlijke verhalen opgehaald. Ook zegt respondent 5: “Dus haast op individueel persoon uitleggen van: wie dat was en waar die heeft gezeten. Ook foto’s van toen. Dus dat is ook echt het beleven” en “Het kleiner maken van verhalen. Hoe heeft hij het er vanaf gebracht? Waar is hij geweest? (...) En dat zijn dingen die het ook zichtbaarder maken. Dichterbij brengt”. Ook zegt respondent 5: “Ja echt die beleving. Waarom heet deze straat zo? Waarom zitten er nog kogelgaten in het huis? Noem het maar op. Foto’s van vroeger” (Respondent 5, persoonlijke communicatie, 15 mei 2017). Respondent 6 vertelt dat zij de oorlog juist willen belichten vanuit het burgerperspectief, of de gewone soldaat. Zo zegt hij: “Het is veel interessanter om het verhaal van de burger te horen” en “Dus de grote verhalen afwisselen met getuigenissen. Ja, dan leeft het ook veel meer. Je kunt je verplaatsen in de mensen” (Respondent 6, persoonlijke communicatie, 17 mei 2017). Respondent 7 zegt: “Maar een verdwaalde bom die op een woonwijk terecht komt of op een fabriek (...) Wat jarenlang een beetje op die grote hoop is geschoven als het grote verhaal” (Respondent 7, persoonlijke communicatie, 22 mei 2017).

Producten

Binnen enkele gemeenten is er al sprake van specifieke productontwikkeling. Binnen gemeente D is er een arrangement gerealiseerd met een fietsroute en een overnachting en gelegenheid tot eten en drinken in het centrum van Huissen. In het centrum van gemeente F is de ‘brandgrensroute’ gerealiseerd. “Met een boekje of app kun je die route langslopen en hoor je de verhalen. Af en toe wordt je ook begeleid” (Respondent 7, persoonlijk communicatie, 22 mei 2017). Gemeente C is bezig met de ontwikkeling van een looproute. “Van het station naar Airborne At The Bridge. Ook om het zichtbaar te maken, om mensen beter te informeren” (Respondent 4, persoonlijke communicatie, 11 juni 2017).

6. Conclusie

In dit hoofdstuk wordt er antwoord gegeven op de onderzoeksvragen en de hoofdvraag. Deze conclusies worden getrokken uit de resultaten van het onderdeel 'desk research' en het 'veldonderzoek'.

Wat zijn kansrijke verhalen/gebeurtenissen die de geschiedenis van de gemeente Ede biedt ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog?

Ede heeft een rol gespeeld in de aanloop van de Tweede Wereldoorlog, tijdens de Tweede Wereldoorlog en tijdens de bevrijding, zo blijkt uit onderzoek. In samenspraak met Ed van Seters is er een selectie gemaakt van kansrijke verhalen:

- *Ede in aanloop naar de Tweede Wereldoorlog.* De hagenspraken vanaf 1936 tot 1940 in Lunteren op de Goudberg. Kazernes worden uitgebreid. De mobilisatie waarbij ruim 1200 soldaten van uitrusting worden voorzien en waarbij drieduizend paarden worden aangevoerd door goederentreinen. Ede wordt een garnizoensplaats.
- *Inval van de Duitsers.* Ten oosten van Ede vechten Nederlandse Huzaren en Eskadron pantserwagens tegen de Duitsers. Er wordt gevochten ten westen van Ede, bij de Klomp. De gemeente Ede ligt in de frontlinie. Een gedeelte van de Edese bevolking wordt geëvacueerd. Op 14 mei wordt er besloten om te capituleren.
- *Duitse troepen in de Gemeente Ede.* De Ortskammandatur en de Waffen-SS vestigen zich op de Edese kazernes. In de Johan Willem Friso- en de Mauritskazerne in Ede worden eenheden van de Kriegsmarine gestationeerd.
- *Joden in Ede.* Het Joden aantal binnen Ede stijgt en uiteindelijk komen er 800 Joodse onderduikers in Ede terecht. Er bevinden zich 65 joden in de kleedkamers van het Openluchttheater in de Eder Kuil. Er zijn twee werkkampen binnen de gemeente Ede.
- *Operatie Market Garden.* Market Garden is één van de grootste geallieerde operaties uit de Tweede Wereldoorlog. Op de Ginkelse Heide in Ede landt op 18 september 1944 de 4th Parachute Brigade onder Brigadegeneraal John Hackett midden in een veldslag. Het doel was om de bruggen over de Maas, Waal en Rijn in handen te krijgen. Onderdeel hiervan zijn de evacuatie en Pegasus-ontsnappings.

Op welke manier is op dit moment de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar binnen de gemeente Ede?

Elk jaar in september vindt er een grootschalig evenement plaats, gebaseerd op de luchtlanding tijdens operatie Market Garden. Dit evenement trekt jaarlijks zo'n 40.000 bezoekers. Daarnaast wordt de geschiedenis zichtbaar gemaakt door middel van gedenksteden, plaquettes en monumenten. Ede bezit een viertal luisterstenen als onderdeel van de nationale Liberation Route. Daarnaast bestaat er een fietsroute die start in Ede. Er kan gesteld worden dat de Airborne luchtlandingen op dit moment de enige activiteit is waar beleving van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog centraal staat en een groot publiek trekt. Daarnaast worden er door het Platform Militaire Historie Ede Battlefieldtours gegeven en is er een Pegasus wandeltocht.

Welke trends en ontwikkelingen spelen er ten aanzien van toeristische beleving op het gebied van herinneringstoerisme?

Er zijn verschillende trends en ontwikkelingen die de gemeente Ede kan aangrijpen om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaarder en beleefbaarder te maken. De volgende trends en ontwikkelingen zijn uit desk research naar voren gekomen: ·

- *Digitale trends.* Virtual- en augmented reality kunnen een bijdrage leveren aan de toeristische experience. Door het toepassen van technologie wordt er ingespeeld op de toekomst. Technologie kan ingezet worden ter ondersteuning van het menselijke aspect. Virtual Reality maakt de customer journey interessanter en speelser. De reiziger kan met bijna alle zintuigen genieten van een ervaring zonder dat ze er zijn.
- *Niet product maar belevingsgericht.* Elk persoon heeft andere behoeften. Daarom is doelgroepdenken passé. Doelgroepdenken op bijvoorbeeld basis van leeftijd, inkomen en geslacht is niet meer voldoende. Het creëren van reisbelevingen langs de hele customer journey is raadzaam.
- *Nederland leisureland.* Nederlanders gaan steeds vaker dagen of weekendjes weg. Een uniek en onderscheidend concept is daarom van belang. De eigen gemeente is populair voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buiten huis. Een ‘wandeling voor plezier’ is de populairste uithuizige vrijetijdsbesteding.
- *Horeca en samenwerkingen.* Horeca wordt als tool gebruikt om de aantrekkelijkheid van de gemeente te vergroten. Samenwerking tussen horeca, recreatie en retail kunnen bijdragen aan het realiseren van regionale ‘merkbeleving’.
- *Storytelling.* Het vertellen van authentieke, persoonlijke verhalen is prikkelend en kan emoties oproepen. Daarnaast kunnen verhalen beleving vergroten. Menselijke hersenen zijn er op ingericht om met verhalen te werken. Door middel van verhalen zijn mensen in staat om mentale beelden te maken. Dit betekent dat het vertellen van verhalen een educatieve werking heeft.
- *Wensen en behoeften.* Het verkrijgen van culturele kennis is de hoofdreden voor het bezoek aan een bestemming. Authenticiteit staat hoog in het vaandel bij de cultuurtoerist.

Welke leisure kansen ten aanzien van beleving en herinneringstoerisme ziet de expert binnen het projectteam van de Liberation Route als kansrijk?

Respondent 1 benoemt de volgende aspecten ten aanzien van beleving:

- Een heel verhaal vertellen in plaats van losse verhalen/elementen.
- Bezoekers moeten iets kunnen aanraken.
- De bezoeker moet het verhaal kunnen lezen of horen.
- Alleen panelen en monumenten hebben geen toegevoegde waarde meer.
- Bezoekers op een onverwachte manier iets mee geven, bijvoorbeeld tijdens een activiteit.

Het is van belang om samen te werken in regio's, om zo een heel verhaal te kunnen vertellen. Het beschrijven van een specifieke doelgroep is onmogelijk. Educatie is van belang binnen herinneringstoerisme. Ook speelt technologie een rol binnen beleving. Zo kan een filmpje voor meer beleving zorgen dan het luisteren naar een verhaal. De gemeente Ede kan het verhaal rondom Market Garden beleefbaarder maken. Dit verhaal heeft internationale bekendheid en is daarom kansrijk t.a.v. internationaal herinneringstoerisme. “Een uniek stukje geschiedenis”.

Op welke manier maken andere gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en de ‘best practices’ binnen de Liberation route de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog beleefbaar en zichtbaar?

De geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog wordt in alle gemeenten binnen het onderzoek zichtbaar gemaakt door monumenten. In twee gemeenten is een informatiecentrum gerealiseerd om het verhaal van de Tweede Wereldoorlog te vertellen. In gemeente C is het informatiecentrum gerealiseerd op een plek met uitzicht op de Rijn en de brug. Met de beelden beleef je wat er toen is gebeurd. In gemeente C vindt ieder jaar een herdenking plaats in de vorm van een evenement. Hierbij wordt geschiedenis beleefbaar gemaakt aan de hand van muziek, dans en zang. Ook wordt er binnen gemeente C gewerkt aan een looproute vanaf het station naar het informatiecentrum aan de Rijn. Binnen deze looproute hoopt gemeente C de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog ook zichtbaarder en beleefbaarder te maken. Zo stelt respondent 4 dat er veel verhalen te vertellen zijn op menselijk niveau. Binnen gemeente B wordt geschiedenis beleefbaar gemaakt aan de hand van films. Binnen deze films wordt het verhaal van zowel de Nederlandse als de Duitse burger verteld. Ook worden er binnen deze gemeente gebeurtenissen nagespeeld door een toneelgroep. Bijvoorbeeld hoe er vroeger geëvacueerd werd. Volwassenen en kinderen doen mee. Ook wordt er gebruik gemaakt van oude fietsen, karren en paarden met karren. Gemeente E vertelt over het vergroten van beleving door het vertellen van het verhaal achter historische plekken. Bijvoorbeeld het hotel dat vroeger als hoofdkwartier heeft gefungeerd voor één van de regimenten die de stad bevrijd heeft. Daarnaast wordt binnen deze gemeente ook gebruik gemaakt van informatieborden op specifieke plekken als de oorlogsbegraafplaatsen. In gemeente F is er een brandgrensroute gerealiseerd die zichtbaar maakt welk deel van de stad is verwoest tijdens de bombardementen. Ook is hierbij zichtbaar gemaakt welke personen er hierbij zijn omgekomen, aan de hand van bordjes met namen door de stad. Gemeente F heeft authentieke objecten ingezet om de geschiedenis zichtbaar en beleefbaar te maken. Zo is er een bunker opengesteld voor publiek. Ook zijn er ‘road blocks’ geplaatst langs de Waal, die tijdens de Tweede Wereldoorlog op de Waalbrug hebben gestaan. Daarnaast is historie meegenomen tijdens de realisatie van de nieuwe stadsbrug. Deze heet ‘De Oversteek’ en verwijst naar de Oversteek van geallieerden tijdens de Tweede Wereldoorlog. Hierbij zijn er 48 militairen omgekomen. Elke avond gaan de 48 lantaarnpalen op deze brug één voor één aan.

Welke leisure kansen op het gebied van herinneringstoerisme kunnen er binnen de gemeente Ede benut worden om de beleving en zichtbaarheid ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route te vergroten?

Uit de verschillende vormen van onderzoek is gebleken welke leisure kansen er benut kunnen worden om beleving en zichtbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog te vergroten. In onderstaande tekst zijn deze puntsgewijs samengevat:

- *Het verhaal omtrent Market Garden benutten.* Uit zowel het desk research als het interview met een expert blijkt dat dit een verhaal is met internationale bekendheid. Respondent 1 noemt het een “uniek stukje geschiedenis”. Dit is dus een kans op het gebied van herinneringstoerisme op zowel nationaal als internationaal niveau.
- *Compleet verhaal.* Het belang van het vertellen van een compleet verhaal om beleving te vergroten blijkt uit de verschillende vormen van interviews. Zowel respondent 1 als diverse gemeenten vertellen dat het belangrijk is om in regio’s samen te werken. Samen een verhaal vertellen, in plaats van losse elementen. Ook uit literatuuronderzoek blijkt dat toeristen

tegenwoordig liever een hele reisbeleving meemaken. Hierbij is doelgroepdenken passé. De focus moet vooral liggen op individuele behoeften van de reiziger.

- *Activiteit en informatie.* Uit het interview met de expert binnen het team van de Liberation Route blijkt dat je toeristen op een onverwachte manier iets kan meegeven. Hierbij benoemt respondent 1 verschillende activiteiten waarbij ondertussen ook iets meegegeven wordt over de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Op deze manier kan beleving vergroot worden.
- *Technologie.* Uit alle vormen van onderzoek blijkt dat inzet van technologie bij kan dragen aan de 'toeristische experience' en dat beleving vergroot kan worden.
- *Storytelling.* Ook dit onderwerp komt in alle vormen van onderzoek naar voren. In de interviews wordt er gesproken over het vertellen van 'persoonlijke verhalen' ten aanzien van het vergroten van beleving. Toeristen kunnen zich identificeren met de personen uit deze verhalen. Daarnaast heeft het vertellen van verhalen een educatieve werking. Dit sluit aan bij het feit dat educatie ook van belang is binnen herinneringstoerisme, zo blijkt uit het desk research en het veldonderzoek. Het verkrijgen van culturele kennis is onder de cultuurtoerist de hoofdreden voor het bezoek aan een bestemming.
- *Gebruik authentieke elementen.* Uit interviews met gemeenten komt naar voren dat er gebruik wordt gemaakt van authentieke elementen of voorwerpen. Bijvoorbeeld een gebouw met een verhaal. Daarnaast zegt respondent 1 dat het bijdraagt aan de beleving als bezoekers iets "kunnen aanraken". Authenticiteit staat hoog in het vaandel bij de cultuurtoerist.
- *Samenwerkingen.* Het belang van samenwerking komt ook in verschillende vormen van onderzoek naar voren. Zo blijkt uit desk research dat horeca een tool is om de aantrekkelijkheid van de gemeente te vergroten.

7. Reflectie

In dit hoofdstuk wordt de betrouwbaarheid van het onderzoek geanalyseerd. Allereerst wordt de mate van begripsvaliditeit getoetst. Vervolgens wordt hetzelfde gedaan kijkend naar interne- en externe validiteit. Afsluitend wordt de mate van betrouwbaarheid van het onderzoek geanalyseerd.

7.1. Begripsvaliditeit

Begripsvaliditeit betekent: “Meten wat je wilt meten” (Verhoeven, 2014). Om de begripsvaliditeit te verhogen is er literatuuronderzoek uitgevoerd. Binnen dit onderzoek is er een definitie gekoppeld aan de kernbegrippen binnen dit rapport. Een terugkomend begrip binnen dit rapport is ‘beleving’. Een begrip dat op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. Aan de hand van wetenschappelijke literatuur is dit begrip gedefinieerd. Hierbij is het begrip onderverdeeld in deelaspecten die een rol spelen bij beleving. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het vergroten van beleving door in te spelen op zintuigelijke aspecten. Tijdens de interviews werd er specifiek naar deze aspecten gevraagd. Het zelfde geldt voor het begrip ‘leisure kansen’. Uit literatuuronderzoek is vastgesteld wat mogelijke leisure kansen zijn. Ook hier werd tijdens de interviews specifiek naar gevraagd. Dit zijn manieren geweest om te begripsvaliditeit van het onderzoek te verhogen. Het veldonderzoek is uitgevoerd aan de hand van half gestructureerde interviews. Dit betekent dat de respondent deels vrij was in het geven van antwoorden. Hierdoor wordt de begripsvaliditeit verlaagd (Scribbr, 2017).

7.2. Interne validiteit

Interne validiteit betekent: “Het in staat zijn om de juiste conclusies te trekken” (Verhoeven, 2014). Binnen dit onderzoek zijn de respondenten zelf geselecteerd. Dit omdat de respondenten aan bepaalde voorwaarden moesten voldoen. Denk hierbij aan gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route. Dit is een factor die de interne validiteit verlaagt omdat respondenten niet op basis van toeval geselecteerd worden. Het onderzoek is binnen het tijdsbestek van een maand uitgevoerd. De kans op verandering is dus klein. Wanneer een onderzoek langer duurt, dan kan het zijn dat een gemeente die later geïnterviewd wordt al verder is in de ontwikkeling van het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Een kortere duur van het onderzoek verhoogt de interne validiteit. De gemeenten binnen Gelderland en de best practices zijn ondervraagd aan de hand van exact dezelfde interviewguides. Dit zorgt voor een verhoging van de interne validiteit. De expert is aan de hand van een iets andere interviewgide geïnterviewd, wat de interne validiteit verlaagt. Daarnaast lijkt er sprake van een ‘testeffect’. “Een testeffect kan optreden als mensen anders reageren op bepaald condities omdat ze weten dat ze aan een onderzoek meedoen” (Verhoeven, p.210). Zo blijkt uit de volgende quote: “Ha. Ja. Je hebt hem aan staan hè? Dus dan wordt ik er later mee geconfronteerd. Dus dan zeg ik van nee. Dan zou ik het zo niet weten nee” (Respondent 1, persoonlijke communicatie, 21 april 2017). Dit is een factor die de interne validiteit verlaagt.

7.3. Externe validiteit

De externe validiteit bepaalt in hoeverre de resultaten gegeneraliseerd kunnen worden en dus de juiste afspiegeling vormt voor de populatie (Verhoeven, 2014). Zoals eerder beschreven zijn de respondenten geselecteerd aan de hand van specifieke eigenschappen. Er dus sprake van doelgerichte selectie. “Als een steekproef niet aselekt is, dan staat de generaliseerbaarheid (de populatievaliditeit) ter discussie

(Verhoeven, p. 333). Binnen dit onderzoek is de steekproef niet aselekt. Dit verlaagt de externe validiteit. De inhoudelijke generaliseerbaarheid speelt vooral een rol binnen dit onderzoek. Over inhoudelijke generaliseerbaarheid wordt gezegd: “Dan kijk je echter meer naar de inhoudelijke reikwijdte, dat is de generaliseerbaarheid naar andere situaties” (Verhoeven, p.210). Tijdens dit onderzoek is er informatie verzameld over het zichtbaar- en beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. De uitkomsten van dit onderzoek zijn niet alleen voor de gemeente Ede nuttig of toepasbaar. Er is sprake van inhoudelijke generaliseerbaarheid omdat andere gemeenten ook gebruik kunnen maken van de uitkomsten van het onderzoek.

7.4. Betrouwbaarheid

Binnen het literatuuronderzoek is gebruikt gemaakt van de AAOCC-criteria. Elke bron is gecontroleerd op aspecten als geloofwaardigheid van de auteur en het jaar van publicatie. Op deze manier is de betrouwbaarheid van het desk research vergroot. Tijdens het afnemen van de interviews is er een punt van inhoudelijke verzadiging bereikt. Dit betekent dat uit alle interviews vrijwel dezelfde informatie naar voren kwam. Zo waren er een aantal onderwerpen die door elke gemeente aangesneden werd en als belangrijk werd gezien. Denk hierbij bijvoorbeeld aan: het belang van educatie, gebruik van persoonlijke verhalen en technologie als trend. Hieruit blijkt dat het niet nodig is om meer respondenten te benaderen. Verhoeven (2014) stelt dat er een aantal maatregelen zijn die de kwaliteit van het onderzoek verhogen. De probleemstelling en onderzoeksoptzet is gedetailleerd beargumenteerd voor de start van het onderzoek. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van het onderzoek. Er is tijdens het onderzoek geen logboek bijgehouden wat de betrouwbaarheid van het onderzoek verlaagt. Tijdens de gesprekken is er gebruik gemaakt van opnameapparatuur. Deze opnames zijn woordelijk uitgetypt tot transcripten. Dit ruwe materiaal is bewaard gebleven voor eventuele heranalyse. Ook dit draagt bij aan een verhoogde betrouwbaarheid van het onderzoek. De interviewguides zijn besproken met de opdrachtgever en aangevuld met ontbrekende informatiebehoefte van de opdrachtgever. Ook is er hierbij gebruik gemaakt van ‘peer feedback’. Dit betekent dat een onderzoeksdocent de interviewguides heeft geanalyseerd en van commentaar heeft voorzien. Daarnaast heeft de eerste examiner feedback gegeven over de inhoud en opzet van de interviewguides. Dit zorgt voor een verhoging in de betrouwbaarheid van het onderzoek. De resultaten uit het onderzoek zijn op systematische wijze geanalyseerd. Dit betekent dat fragmenten uit interviews eerst zijn gecodeerd aan de hand van open codes. Vervolgens zijn deze open codes ondergebracht in axiale codes. De axiale codes, open codes en de nummers van de fragmenten zijn schematisch in kaart gebracht middels een codeboom, zie bijlage XII. Op deze manier is inzichtelijk gemaakt wat elke respondent heeft gezegd over een specifiek onderwerp en waar dit in het transcript te vinden is.

8. Advies

Dit is het adviesgedeelte van het rapport. Dit onderdeel bestaat uit een inleiding met een herhaling van de doelstelling van het adviesgedeelte en de adviesvragen. Vervolgens zijn er alternatieve oplossingen voor het managementprobleem beschreven die resulteert in een beredeneerde keuze voor het beste alternatief. Alternatieve oplossingen zijn beoordeeld aan de hand van criteria.

8.1. Doelstelling en adviesvragen

Zoals eerder beschreven ontbreekt het binnen de gemeente Ede aan zichtbaarheid en beleefbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Het advies is gericht op kansen die aangegrepen kunnen worden om de zichtbaarheid en beleefbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog te vergroten. De doelstelling van het advies luidt als volgt: 'Het doel van het adviesgedeelte is om in kaart te brengen welke leisure kansen, met betrekking tot herinneringstoerisme, de gemeente Ede kan benutten om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog, binnen de Liberation Route, zichtbaarder en beleefbaarder te maken'.

Adviesvraag: "Welke kansen kan de gemeente Ede aangrijpen om de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog zichtbaarder en beleefbaarder te maken en welke rol speelt zij bij het benutten van deze kansen?"

De volgende adviesvragen staan binnen het adviesgedeelte centraal:

1. Wat zijn leisure kansen die beleving ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog kunnen vergroten?
2. Welke rol speelt de gemeente in het benutten van deze kansen?
3. Welke acties moet de gemeente Ede hier in ondernemen?
4. Welke financiële aspecten komen er bij het benutten van deze kansen kijken?

8.2. Alternatieve oplossingen

In dit hoofdstuk worden er 3 alternatieve oplossingen, ofwel voorstellen beschreven. Deze drie oplossingen zijn gericht op kansen die bijdragen aan het vergroten van beleving rondom de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Hierbij wordt niet de focus gelegd op specifieke productontwikkeling, omdat dit niet binnen het takenpakket van de gemeente valt. Wel wordt er beschreven welke rol de gemeente kan spelen in het benutten van deze kansen. De voorstellen zijn geselecteerd met het oog op beleving. De gekozen voorstellen zijn onderwerpen die in meerdere vormen van onderzoek naar voren zijn gekomen.

Voorstel 1: Inzet persoonlijke verhalen

Voorstel 2: Koppeling activiteit met informatie

Voorstel 3: Richten op totaalbeleving

8.2.1. Voorstel 1: Inzet persoonlijke verhalen

Het eerste voorstel is gericht op het vergroten van beleving door de inzet van persoonlijke verhalen. Dit voorstel is gebaseerd op de uitkomsten van verschillende soorten van onderzoek. Zo blijkt uit het onderzoek naar trends en ontwikkelingen binnen de desk research dat storytelling in de wereld van toerisme en recreatie nog steeds als trend kan worden gezien. Het vertellen van authentieke en persoonlijke verhalen is prikkelend en kan emoties oproepen. Daarnaast kunnen persoonlijke verhalen bijdragen aan het vergroten van beleving. Uit paragraaf 2.2.1 en 2.2.5 binnen het theoretisch kader blijkt dat educatie een rol speelt binnen ‘dark tourism’ en het cultuurtoerisme. Zo wordt er gezegd: “Educatie vormt de kern binnen cultuurtoerisme”. Ook uit het veldonderzoek onder andere gemeenten blijkt dat educatie als een belangrijk component wordt gezien. Storytelling heeft een educatieve werking. Zo blijkt dat een dramatische ontwikkeling in een verhaal ervoor zorgt dat een verhaal beter blijft hangen. Het vertellen van verhalen is een middel om informatie over te brengen gezien de werking van de hersenen. In paragraaf 2.2.3 staat beschreven welke factoren kunnen bijdragen aan toeristische beleving. Zo blijkt ook uit het ‘Orchestra Model of Tourist Experience’ in bijlage IX dat zintuigelijke aspecten een rol spelen binnen toeristische beleving. Het begrip ‘storytelling’ sluit aan bij verschillende componenten binnen dit model, namelijk: ‘hearing’, ‘seeing’, ‘touching’ en ‘learning’. Daarnaast is de inzet van persoonlijke verhalen een item die meerdere keren binnen het veldonderzoek naar voren kwam. Verschillende gemeente passen persoonlijke verhalen toe om de toeristische beleving te vergroten. Technologie kan bijdragen aan het vergroten van beleving, zo blijkt uit trends en ontwikkelingen. Er zijn verschillende technologische technieken dit binnen dit adviesvoorstel toegepast kunnen worden.

Kijkend naar de typologie van de cultuurtoerist in bijlage IV wordt er met dit advies vooral ingespeeld op het type: ‘cultuurzoeker’. De cultuurzoeker heeft een hoge interesse in cultuur. ‘Cultuur’ en ‘educatie’ zijn motieven voor het bezoeken van een bestemming. Dit type cultuurtoerist is hoogopgeleid en heeft een hoog inkomen.

Het benutten van deze kans vergt medewerking van diverse partijen. Het gemeentearchief en het Platform Militaire Historie Ede beschikken over documentatie ten aanzien van persoonlijke verhalen uit de Tweede Wereldoorlog. Daarnaast wordt ingezet op burgerparticipatie om persoonlijke verhalen te verzamelen. De gemeente is binnen dit adviesonderdeel de ‘aanjager’. Hierbij is de rol van de gemeente gericht op het bij elkaar brengen van de hierboven genoemde partijen. Dit gebeurt door middel van het faciliteren van bijeenkomsten.

8.2.2. Voorstel 2: Koppeling activiteit met informatie

Het tweede voorstel is gericht op het vergroten van beleving door informatievoorziening rondom de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog te combineren met een activiteit. Men gaat niet meer naar musea om heel veel dingen te bekijken, zo blijkt uit het veldonderzoek. Daarom moeten er andere manieren gevonden worden om mensen de geschiedenis mee te geven. De Liberation Route wilt vooral op een onverwachte en toegankelijke manier iets meegeven, zo blijkt uit paragraaf 5.1. Nederland wordt in toenemende mate een leisure land, zo blijkt uit de trends en ontwikkelingen in paragraaf 4.3. Buitenrecreatie is een vorm van vrijetijdsbesteding die het meest voor komt. ‘Een wandeling voor plezier’ wordt hierbij als meest populaire activiteit benoemd. Uit veldonderzoek blijkt dat er al enkele gemeenten zijn die een activiteit koppelen aan informatievoorziening over de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Eén gemeente werkt bijvoorbeeld aan een looproute door het centrum. Ook uit het

‘Orchestra Model of Tourist Experience’ in bijlage IX blijkt dat activiteiten een rol spelen bij het vergroten van de toeristische beleving.

Dit adviesonderdeel is vooral gericht op de ‘cultuurganger’, kijkend naar de typologie van de cultuurtoerist in bijlage IV. De cultuurganger heeft een gemiddelde interesse in cultuur. Naast ‘cultuur’ en ‘educatie’ is ‘vermaak’ ook een motief om een bestemming te bezoeken. Dit type cultuurtoerist geeft de voorkeur aan culturele fiets- en wandelroutes en evenementen. Dit type cultuurtoerist is hoogopgeleid en heeft een hoog inkomen.

De rol van de gemeente hierbij is faciliteren in financiering en organisatie. Zo faciliteren zij in het bij elkaar brengen van partijen die aan de slag gaan met productontwikkeling. Gebleken uit trends en ontwikkelingen is dat horeca een rol speelt in de aantrekkelijkheid van een gemeente. Dit kan een belangrijke speler zijn binnen nieuwe concepten en samenwerkingen. Respondent 1 stelt dat het een uitdaging is om toeristen de stad in te trekken. Een activiteit die (deels) plaatsvindt in het centrum met een koppeling aan horeca, is waardevol. Zo kan de gemeente horecaondernemers uitnodigen om te sparren over de rol die de ondernemers hierin kunnen spelen.

8.2.3. Voorstel 3 Richten op totaalbeleving

Het derde voorstel richt zich op het vergroten van beleving door een compleet verhaal te vertellen. Hiermee wordt bedoeld dat gebeurtenissen binnen Ede gekoppeld worden aan gebeurtenissen in andere regio's. Respondent 1 benadrukt in paragraaf 5.1. het belang hiervan. Dit blijkt ook uit de uitkomsten van het desk research met betrekking tot de trends en ontwikkelingen. In paragraaf 3.4. wordt beschreven: “ANVR stelt dat het creëren van reisbelevingen langs de gehele ‘customer journey’ raadzaam is. Op deze manier wordt er een totaalbeleving gecreëerd voor de reiziger”. Dit betekent dat reizigers een totaalbeleving moeten kunnen ervaren. Ook als zij door verschillende gemeenten en regio's reizen.

De gemeente Ede is momenteel al bezig met de ontwikkeling van een informatiecentrum. Deze faciliteit is in meerdere gemeenten al aanwezig, of er zijn plannen aanwezig voor de ontwikkeling hiervan. Belangrijk is dat die informatie ook daadwerkelijk verbinding laat zien met andere gemeenten en regio's. Daarnaast kan een informatiecentrum ook bijdragen aan de beleving binnen de gemeente Ede. Zo wordt het informatiecentrum ingezet om toeristen de gemeente in te leiden. In dit adviesonderdeel is de rol van de gemeente ‘uitvoerend’. De gemeente speelt een faciliterende rol in het betrekken van burgers en ondernemers.

Dit adviesonderdeel is zowel gericht op het type: ‘cultuurzoeker’ als ‘cultuurganger’. Beide typen kunnen het informatie bezoeken voor educatieve doeleinden. Door het aanbieden van informatie over bijvoorbeeld wandelroutes kan de cultuurganger het motief ‘vermaak’ doorvoeren in verdere dagbesteding.

8.3. Afwegingen alternatieve oplossingen

In deze paragraaf worden de alternatieve oplossingen beoordeeld aan de hand van een aantal criteria. Op deze manier wordt de beste alternatieve oplossing vastgesteld. In bijlage XV zijn de wegingsfactoren en de keuze voor criteria toegelicht. Daarbij is er ook een onderbouwing voor de toewijzing van scores weergegeven.

De volgende criteria zijn in samenspraak met de opdrachtgever vastgesteld:

- Tijdbestek. Het advies is voor 1 januari 2019 realiseerbaar.
- Passend binnen context. Het advies is passend binnen de context van Market Garden.
- Trends en ontwikkelingen. Het advies is te verklaren vanuit trends en ontwikkelingen.
- Doelgroep. Het advies sluit aan bij de wensen van de doelgroep.
- Haalbaarheid. Het advies is haalbaar ten aanzien van inzet van mensen en middelen

Tabel 8.1. Afweging alternatieve oplossingen

Criteria	Wegingsfactor	Voorstel 1		Voorstel 2		Voorstel 3	
<i>Tijdsbestek</i>	3	5	15	4	12	4	12
<i>Passend binnen context</i>	3	5	15	4	12	5	15
<i>Trends en ontwikkelingen</i>	3	5	15	4	12	3	9
<i>Doelgroep</i>	2	5	10	5	10	5	10
<i>Haalbaarheid</i>	2	4	8	4	8	4	8
Totaal:			64		54		54

Wegingsfactor: 1 = lichte weging ← → 3 = zware weging

Score criteria: 1 = voldoet niet aan het criterium ← → 5 = voldoet geheel aan het criterium

8.3.1. Financiële haalbaarheid

Het financiële aspect binnen het adviesgedeelte is cruciaal. Om de voorgenomen plannen uit te kunnen voeren moet er budget aangevraagd worden bij de gemeenteraad. Dit betekent dat er nu nog geen specifiek budget beschikbaar is. Om deze reden is het lastig om te bepalen of de alternatieve oplossingen financieel haalbaar zijn. Dit hangt immers af van het budget dat toegekend wordt. Omdat er een budgetaanvraag gedaan moet worden is het van extra belang om te bepalen hoeveel het uiteindelijke advies gaat kosten. In paragraaf 9.5.1. zijn de kosten van voorstel 1 in kaart gebracht.

9. Inzet persoonlijke verhalen

In dit hoofdstuk zijn er aanwijzingen beschreven voor de uitvoering van het advies. In de conclusie staan de belangrijkste adviezen nogmaals beschreven. Door middel van een PDCA-cyclus wordt er inzichtelijk worden gemaakt welke stappen er ondernomen moeten worden om deze kans te benutten. PDCA staat voor: plan, do, check, act.

9.1. Plan

Uit de resultaten van paragraaf 8.3. is gebleken dat voorstel 1 het best aansluit op de gestelde criteria. De inzet van persoonlijke verhalen is een kans die richting geeft aan mogelijke productontwikkeling. Echter, productontwikkeling behoort niet tot het takenpakket van een gemeente. De gemeente Ede beschikt wel deels over de content die nodig is. Namelijk: persoonlijke verhalen. Binnen het gemeente archief zijn enkele persoonlijke dagboeken en dagboekfragmenten in origineel of kopie aanwezig. Daarnaast beschikt Platform Militaire Historie Ede ook over materiaal (Peter van Beek, persoonlijke communicatie, 6 juni 2017). Het KWJC (2017) geeft weer welke beleidsinstrumenten gemeenten kunnen inzetten. Daarnaast is in bijlage XVI de 'participatie ladder' weergegeven om inzichtelijk te maken welke rol er bij de gemeente en welke rol er bij de burgers ligt. De gemeente is in eerste instantie initiator. Hierbij neemt de gemeente een faciliterende rol op zich, gericht op het bij elkaar brengen van partijen. Hierin zijn in ieder geval de partijen die over content beschikken van belang, zo blijkt ook uit het interview met respondent 1.

Daarnaast wordt er ingezet worden op burgerparticipatie met betrekking tot inbreng van persoonlijke verhalen. Op deze manier wordt de burger geënthousiasmeerd. De gemeente organiseert een bijeenkomst om alle betrokken partijen bij elkaar te brengen, zodat deze met elkaar in gesprek kunnen gaan over mogelijk ideeën.

Er is geen sprake van productontwikkeling maar er wordt door de gemeente wel enige sturing gegeven kijkend naar kansrijke verhalen, trends en ontwikkelingen en resultaten uit het veldonderzoek. Gebleken uit het interview met respondent 1 is dat het verhaal rondom Market Garden de beste kansen biedt. Daarbij wordt de focus gelegd op persoonlijke verhalen die in verband kunnen worden gebracht met het verhaal rondom Market Garden. Denk bijvoorbeeld aan het verhaal van John Hackett. John Hackett was een Britse brigadegeneraal die tijdens operatie Market Garden met zijn 4th Parachute Brigade op de Ginkelse heide landt. Een aantal maanden zit Hackett ondergedoken in het centrum van Ede. John Hackett schrijft over zijn ervaringen in het boek: 'I was a stranger'. Maar John Hackett was niet de enige Airborne die in Ede verblijft na de luchtlandingen (PlatformMHE, 2017).

Er wordt momenteel gewerkt aan een informatiecentrum op de Hei. Echter, daarbij is het gewenst om de bezoekers van het informatiecentrum ook het centrum van Ede en de dorpen in te trekken. Dit is dan ook een uitdaging die respondent 1 benoemt. Uit bovenstaande tekst blijkt dat er persoonlijke verhalen bestaan die zich in Ede-centrum hebben afgespeeld. Er worden verhalen verzameld worden die in verband staan met plekken binnen het centrum van Ede maar ook binnen de andere dorpen in de gemeente Ede. Een aandachtspunt hierbij is dat authenticiteit bij cultuurtoeristen hoog in het vaandel staat. Gekeken wordt of deze verhalen gekoppeld kunnen worden aan authentieke elementen. Dit kan bijvoorbeeld een gebouw of beeldmateriaal zijn in combinatie met het persoonlijke verhaal.

Gericht op de uitdaging in bovenstaande tekst kan het programma ‘levendig centrum’ ook een rol spelen. “In de Visie Ede 2025 is tevens het ‘Levendig Centrum’ genoemd als één van de vier ontwikkelingen waardoor Ede zich in 2025 zal positioneren en onderscheiden. De aantrekkelijkheid van de binnenstad staat hoog op de agenda van steden en de provincie” (Gemeente Ede, 2017). Het zichtbaar- en beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog kan hieraan meedragen. Daarom wordt het projectteam van ‘levendig centrum’ ook als betrokken partij meegenomen binnen het advies. “Het programma ‘Levendig Centrum’ wordt uitgevoerd in samenwerking met de Stichting Binnenstadsmanagement Ede en in co-creatie met alle belanghebbende partijen door middel van werkgroepen” (Gemeente Ede, 2017). Daarnaast blijkt uit de perspectiefnota 2017–2020 dat het centrum van Ede nu beschikt over een “lage belevingswaarde” (Gemeente Ede, 2017).

Met dit advies wordt er op verschillende typen cultuurtoeristen worden ingespeeld. Kijkend naar bijlage IV. Zo heeft de ‘cultuurzoeker’ een hoge interesse in het cultuurtoeristische product. Dit type is voortdurend actief op zoek naar cultuur en educatie. De ‘cultuurganger’ is naast ‘cultuur’ en ‘educatie’ ook op zoek naar ontspanning. Dit type geeft voorkeur aan culturele fiets- en wandelroutes.

9.1.1. Uitvoering en ontwikkeling

Er moet een proces in gang worden gezet om uiteindelijke productontwikkeling te kunnen realiseren. Dit proces wordt vormgegeven aan de hand van een project. Dit project bestaat uit een uitvoerings- en ontwikkelingsgedeelte en heeft een totale duur van een jaar. Deze uitvoeringspunten en beoogde ontwikkeling worden in onderstaande tekst beschreven. Activiteiten worden uitgevoerd door een junior projectmanager in voltijd dienstverband. In paragraaf 9.2. worden deze activiteiten toegelicht in een planning.

Uitvoering

- De junior projectmanager legt contact met partijen die een rol spelen bij de inbreng van persoonlijke verhalen. Zoals het archief binnen de gemeente Ede en Platform Militaire Historie Ede. Er wordt geïnventariseerd in welke mate deze partijen over documentatie beschikken ten aanzien van persoonlijke verhalen uit de Tweede Wereldoorlog. Daarnaast worden de plannen voorgelegd met betrekking tot het benutten van persoonlijke verhalen ten aanzien van productontwikkeling.
- De junior projectmanager zet in op burgerparticipatie ten aanzien van inbreng van persoonlijke verhalen uit de Tweede Wereldoorlog. Burgers worden geïnformeerd over de mogelijkheid tot inbreng van persoonlijke verhalen ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. De junior projectmanager is het aanspreekpunt voor burgers die persoonlijke verhalen willen inbrengen.
- De junior projectmanager faciliteert een informatiebijeenkomst waarbij burgers en betrokken partijen als Platform Militaire Historie Ede bij elkaar komen. Hierbij is er de mogelijkheid tot inbreng van persoonlijke verhalen door burgers.
- Persoonlijke verhalen worden verzameld en gedocumenteerd door de junior projectmanager.
- De verzamelde persoonlijke verhalen worden beoordeeld door de junior projectmanager. Er wordt hierbij gekeken naar de bruikbaarheid van verhalen als basis voor productontwikkeling. Een aantal criteria zijn hierbij van belang en worden nader toegelicht in paragraaf 9.1.2.

- De junior projectmanager overlegt en onderhoudt contact met Visit Veluwe. Plannen met betrekking tot het toepassen van persoonlijke verhalen in productontwikkeling worden voorgelegd. Er wordt gekeken naar kansen voor productontwikkeling.
- De junior projectmanager legt contacten met ondernemingen in de gemeente Ede. Hierbij wordt er gekeken welke rol deze ondernemingen kunnen spelen in samenwerkingen. Samenwerkingen met ondernemers kunnen een bijdragen leveren aan de economische impact. Zo kunnen ondernemingen als restaurants en hotels meegenomen worden in routes of arrangementen.
- De junior projectmanager bekijkt welke programma's binnen de gemeente Ede bij kunnen dragen aan productontwikkeling. Hierbij wordt er in ieder geval contact gelegd met de organisatie van het programma: 'Levendig Centrum'.

Ontwikkeling

- De junior projectmanager documenteert persoonlijke verhalen ten aanzien van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de gemeente Ede. Deze verhalen worden gebundeld in boekvorm.

9.1.2. Criteria

De rol van de junior projectleider is om persoonlijke verhalen ten aanzien van de Tweede Wereldoorlog te verzamelen en te documenteren. Deze persoonlijke verhalen vormen een basis voor productontwikkeling. Daarom is het van belang om de persoonlijke verhalen te analyseren en te selecteren. Hierbij zijn de volgende criteria van belang:

- Uit de trends en ontwikkelingen in paragraaf 4.3. blijkt dat verhalen op zichzelf staan. Ze hebben een begin, midden en einde. Daarnaast bestaat uit een verhaal uit een hoofdpersoon en een verhaallijn met een ontwikkeling.
- Het is wenselijk dat verhalen gekoppeld kunnen worden aan tastbare elementen. Zo blijkt uit paragraaf 5.1.
- De gekozen persoonlijke verhalen kunnen in verband worden gebracht met het Market Garden verhaal. Uit desk research en het interview met een expert binnen het projectteam van de Liberation Route blijkt dat het verhaal omtrent Market Garden kansrijk is met het oog op het aantrekken van internationaal toerisme.

9.1.3. Vervolgonderzoek

Het gekozen advies is gericht op storytelling. In paragraaf 9.1.2. is een aantal criteria beschreven die belangrijk zijn bij het selecteren van verhalen. Aan te raden is om hier een vervolgonderzoek aan te koppelen. Storytelling is een onderwerp dat meer uitgediept kan worden. Een vervolgonderzoek kan richting geven aan het toepassen van storytelling met het oog op productontwikkeling. Op deze manier kunnen verhalen nog doelgerichter geselecteerd en toegepast worden ten aanzien van productontwikkeling. In de trends en ontwikkelingen in paragraaf 4.3. wordt beschreven dat doelgroep denken passé is. Toch blijkt uit de typologie van de cultuurtoerist en uit het veldonderzoek dat er wel sprake kan zijn van enige vorm van doelgroep segmentatie. Ook blijkt uit de trends en ontwikkelingen dat toeristen geprofileerd kunnen worden aan de hand van levensstijl, waarden, passies en behoeften. Het toepassen van storytelling in productontwikkeling en een specifiekere profilering van de toerist kan dus nader onderzocht worden. Aan te raden is om hier een (afstudeer)stagiair voor in de hand te nemen.

9.2. Do

Het plan uit paragraaf 2.1. is vertaald naar een planning. In bijlage XIX is op schematische wijze in kaart gebracht welke acties er ondernomen moeten worden. Deze acties richten zich op de 5 W's: Wie, wat, waar, wanneer, waarom. Binnen deze planning is er rekening gehouden met het proces rondom begroten binnen de gemeente Ede in paragraaf 9.5.2. Dit omdat budgetten eerst aangevraagd en toegekend moeten worden voordat er activiteiten uitgevoerd kunnen worden. Om deze reden wordt het project in verschillende fasen uitgevoerd. Er wordt begonnen met activiteiten waar geen kosten aan verbonden zijn.

9.3. Check

In tabel 9.2. is beschreven welk check-moment er plaatsvindt.

Tabel 9.2. Check-moment

Check	Inhoud	Wanneer
<i>Verzamelde content</i>	De junior projectleider beoordeeld de verzamelde content. Hierbij worden verhalen geselecteerd die een basis vormen voor productontwikkeling.	September 2018
<i>Product</i>	Het gerealiseerde product wordt gecheckt. Er wordt gekeken of het product volledig en klaar is.	Juni 2019

9.4. Act

Uit onderzoek blijkt dat het aangrijpen van persoonlijke verhalen een rol speelt in het vergroten van beleving bij de bezoeker. In de paragrafen 9.1, 9.2 en 9.3 worden acties benoemd die vooral gericht zijn op het inventariseren en beoordelen van de persoonlijke verhalen. Ook wordt er ingezet op het stimuleren van burgerinitiatief. Uiteindelijk is het de bedoeling dat deze verhalen en initiatieven worden ingezet om productontwikkeling te realiseren. Echter, dit kan alleen als uit het bovenstaande proces is gebleken dat er voldoende kansrijke verhalen op persoonlijk niveau beschikbaar zijn. Als dit het geval is worden er plannen gemaakt voor productontwikkeling. Hierbij is inbreng van de verschillende betrokken partijen nodig om tot producten en plannen te komen. Er wordt een junior projectleider ingezet om persoonlijke verhalen te inventariseren, beoordelen en documenteren. Op deze manier is inzichtelijk gemaakt welk aanbod er is op het gebied van persoonlijke verhalen. Met het oog op productontwikkeling is de rol van de gemeente: luisteren/partner, kijkend naar de participatieladder in bijlage XVI. De rol van burgers is: adviseren/coproduceren. Op dit moment is er nog geen sprake van burgerparticipatie. Dit betekent dat het geen nut zal hebben om te wachten op burgerparticipatie. Hierin zal de gemeente dus meer een sturende rol aan moeten nemen. Denk bijvoorbeeld aan het inhuren van personeel die plannen rondom productontwikkeling uitvoert.

9.5. Financieel

Het is van belang om inzichtelijk te maken welke kosten er verbonden zijn aan de activiteiten uit paragraaf 9.2. Deze kosten zullen vertaald worden naar een budget die door de gemeenteraad wordt toegekend. De plannen en bijbehorende kosten worden voorgelegd in februari/maart 2018. In juli 2018 wordt door middel van de perspectiefnota bekend gemaakt welk budget er daadwerkelijk beschikbaar wordt gesteld. De gemeenteraad beslist dus of er daadwerkelijk een geldbedrag wordt toegekend om plannen ter versterking van herinneringstoerisme uit te kunnen voeren. In paragraaf 9.5.1 zijn de kosten per activiteit beschreven. In paragraaf 9.5.2. wordt beschreven het proces van begroten er binnen de gemeente uit ziet. Het in kaart brengen van opbrengsten is lastig, omdat deze geen betrekking hebben

op directe inkomsten voor de gemeente en omdat de specifieke vorm van productontwikkeling nog niet bekend is. Wel kan invoering van het advies de economie stimuleren. Echter, dit is een complexe berekening en valt niet binnen de scope van deze thesis. Wel is in paragraaf 9.5.3. beschreven wel sectoren relevant zijn, met betrekking tot economische impact. In bijlage XX zijn de geschatte kosten die binnen het advies vallen in kaart gebracht.

9.5.1. Proces van begroten

Begroten binnen de gemeente Ede worden gedaan aan de hand van de 'Planning en Control-cyclus'. Deze cyclus bevat een drietal instrumenten. Deze instrumenten worden gebruikt om te begroten, sturen en te verantwoorden (Gemeente Ede, 2017). Deze zijn als volgt:

- Perspectiefnota
- Programmabegroting en halfjaarrapportage
- Programmarekening/jaarrekening

Perspectiefnota

Jaarlijks wordt in het voorjaar de perspectiefnota als voorbereiding op de programmabegroting aan de raad voorgelegd. In grote lijnen gaat deze nota in op grote beleidslijnen, actuele ontwikkelingen en verwachte uitgaven. Op basis van de perspectiefnota wordt meestal een aantal expliciete beslispunten aan de raad voorgelegd. De raad doet hier uitspraken over, die een basis vormen voor het college bij het opstellen van de eerstvolgende begroting (Gemeente Ede, 2017).

Programmabegroting en halfjaarrapportage

Voor de programmabegroting worden er tussen de Raad en het College van B&W afspraken gemaakt voor de komende vier jaar. In de begroting worden afspraken en budgetten gekoppeld. De programmaplannen zijn uitgewerkt aan de hand van de volgende drie vragen:

- Wat willen we bereiken?
- Wat gaan we daarvoor doen?
- Wat mag dat kosten?

Een programmabegroting bestaat uit meerdere product-/activiteitenplannen. Deze plannen bevatten gemaakte afspraken, prestaties en budgetten. Producten en activiteiten zijn onderverdeeld in dertien programma's. Een overzicht van deze programma's is weergegeven in bijlage XVII. De halfjaarrapportage wordt tegelijkertijd met de programmabegroting aangeboden. In dit rapport wordt de (financiële) stand van zaken beschreven na een half jaar in het desbetreffende jaar. Hierbij worden tekorten en overschotten in kaart gebracht. De raad beslist welke tekorten worden aangevuld met nieuw budget (Gemeente Ede, 2017).

Programmarekening

Er wordt verantwoording afgelegd over de beoogde doelstellingen en prestaties. De budgethouder legt verantwoording af bij de afdelingshoofd of clustermanager over zijn budgetresultaten en de eventuele over- en onderschrijdingen. Het college van B&W beantwoordt de vraag van de raad, wat er van de gemaakte afspraken in de programmabegroting is terecht gekomen (Gemeente Ede, 2017). In bijlage XVIII is de rolverdeling binnen het begrotingsproces weergegeven.

9.5.2. Economische impact

In het rapport 'Economische Impact Toerisme in Gemeente Ede' is inzichtelijk gemaakt hoe groot de economische impact van toerisme is binnen de gemeente Ede. Hierin is onderscheid gemaakt in verschillende type uitgaven van toeristen (Gemeente Ede, 2016). Op dit moment is nog niet duidelijk welke vorm van productontwikkeling er gaat plaatsvinden, dus is er nog niet met zekerheid te zeggen op welke manier de economische impact vergroot kan worden. Aan de hand van de geschetste kaders binnen het advies kan er wel ingeschat worden welke sectoren mogelijk iets kunnen merken van eventuele economische impact.

- *Horeca.* In het advies wordt er gesproken over mogelijke productontwikkeling in het centrum van Ede. Binnen het centrum zijn diverse horecagelegenheden gesitueerd. Het trekken van toeristen naar het centrum van Ede kan positieve gevolgen hebben voor de horeca.
- *Detailhandel.* Binnen het centrum van Ede is er aanbod van winkels. Ook voor hen kan een vergroot aantal bezoekers in het centrum een positieve economische bijdrage leveren.
- *Vervoer te plaatse.* Om van station Ede-Wageningen naar het centrum van Ede te komen kan er gebruik worden gemaakt van de trein en van bussen.

10. Nawoord

In dit onderdeel wordt er gereflecteerd op het proces rondom het schrijven van de thesis. Allereerst wordt gereflecteerd op mijn eigen handelen tijdens het thesisproject door middel van de STARR methode. Vervolgens wordt er gereflecteerd op de waarde van de thesis voor de opdrachtgever.

10.1. Reflectie op eigen handelen

Situatie

In februari 2017 ben ik gestart met het schrijven van mijn thesis bij de Gemeente Ede. Ik heb de gemeente Ede zelf benaderd. Tijdens het oriënterende gesprek kwamen er een aantal onderwerpen naar voren waar bij de gemeente Ede nog behoefte tot ontwikkeling aanwezig was. Zelf heb ik gekozen om aan de slag te gaan met het onderwerp: 'herinneringstoerisme'. Ik heb dit onderwerp gekozen omdat het mij direct aansprak en ik zelf ook geïnteresseerd ben in geschiedenis en dan met name de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. De eerste weken stonden in het teken van het schrijven van een thesisvoorstel. Daarna ben ik overgegaan op het schrijven van de thesis zelf. Dit proces bestond voor een gedeelte uit het doen van onderzoek. De resultaten van het onderzoek zijn uiteindelijk verwerkt in een advies.

Taak

Mijn taak was om allereerst een goed beeld te krijgen van het vraagstuk dat speelde bij de gemeente Ede. Hiervoor ben ik een aantal keer in gesprek gegaan met de opdrachtgever. Daarbij was het mijn taak om de kernbegrippen te bepalen. Daarnaast heb ik het vraagstuk omgezet in onderzoeksvragen. Aan de hand van de informatiebehoefte uit deze vragen heb ik plan bedacht voor het uitvoeren van onderzoek. Hierbij heb ik gekozen voor het uitvoeren van deskresearch, een benchmark onderzoek onder gemeenten en een interview met een expert binnen de Liberation Route. Het doel binnen het onderzoek was om concrete informatie te verkrijgen die relevant is bij het beantwoorden van de onderzoeksvragen. Om dit te kunnen bereiken heb ik eerst een interviewgide samengesteld. Deze heb ik besproken met mijn onderzoeksdocent. Vervolgens was het mijn taak om interviews uit te voeren en de resultaten hier van te analyseren. Ik wilde dat het advies nuttig en relevant zou zijn voor de opdrachtgever. Hier heb ik dan ook extra rekening mee gehouden tijdens het schrijven van het advies.

Actie

Ik vond het aan het begin lastig om het vraagstuk helder en vooral specifiek te krijgen. Zo bleek dat het vraagstuk toch telkens te breed bleef. Ik beschreef eerst dat positionering én het beleefbaar maken van de geschiedenis een doel was voor de gemeente Ede. Dit maakte dat ik eigenlijk zelf niet helemaal wist wat nou het hoofddoel was. Hier kwam ik dan ook achter tijdens de verdediging van mijn thesisvoorstel. Tijdens vragenronde na mijn verdediging kon ik nog niet goed tot de kern van het vraagstuk komen. Dit zorgde ervoor dat ik mijn voorstel niet direct heb gehaald. Echter, dit gaf mij wel de kans om beter inzichtelijk te maken wat het doel van het onderzoek en de thesis was. Ik heb mijn thesisvoorstel kunnen aanpassen en drie weken later met goed resultaat herkanst. Daarna ben ik zo snel mogelijk begonnen met de voorbereidingen van het onderzoek. Ik ben een week na mijn herkansing begonnen met het afnemen van de eerste interviews. De selectie van respondenten ging aardig soepel. Echter, het plannen

van interviews was iets lastiger. Zo was er net in die periode een schoolvakantie en veel vrije dagen. Dit maakte dat het soms enkele weken duurde voordat iemand een gaatje in zijn agenda had. Toen ik uiteindelijk klaar was met de dataverzameling had ik minder tijd over dan gehoopt. Hierbij merkte ik ook dat ik door het niet halen van mijn eerste verdediging kostbare tijd misgelopen ben. Toch was het mijn doel om mijn scriptie tijdens het eerste inlevermoment aan te leveren. Ik heb tijdens het analyseren van resultaten gemerkt dat ik het lastig vond op de berg informatie uit de interviews in te korten tot een nuttige stuk tekst. Ik merkt dat ik juist met een perfectionistisch oog niet altijd kon inschatten welke informatie wel én niet relevant is. Binnen het adviesgedeelte vond ik het lastig om het advies toe te spitsen op de rol van de gemeente. Het advies is niet gericht op productontwikkeling omdat dit niet binnen de taken van de gemeente valt. Toch was ik soms geneigd om meer de productontwikkeling kant op de gaan in mijn advies. Ook merkte ik dat ik nog een flinke verbetering kon maken m.b.t. spelling. Dit is iets wat ik altijd al wel enigszins lastig heb gevonden, maar tijdens dit semester ben ik daar eigenlijk pas voor het eerst echt tegenaan gelopen.

Resultaat

Uiteindelijk heb ik een aantal nuttige interviews gehad met respondenten waar duidelijke resultaten uit zijn gekomen. Dit heb ik kunnen verwerken in een advies waardoor ik mijn rapport tijdig heb kunnen aanleveren.

Reflectie

Ik ben tevreden met het uiteindelijke resultaat van het rapport. Ik heb veel geleerd over het onderwerp herinneringstoerisme en de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen Ede. Maar daarnaast heb ik mij ook persoonlijk kunnen ontwikkelen. Zo heb ik extra hulp ingeschakeld met spelling en rapportage en ik denk dat ik op dat gebied zeker een paar stappen vooruit heb gezet. Zo denk ik dat ik de toepassing van D's en T's nu meer onder de knie heb dan aan het begin van dit traject. Ik heb vrij zelfstandig aan mijn thesis gewerkt en dat betekent dat ik mij hierin zelf moest motiveren en stimuleren. Aan het begin zag ik niet in waarom mijn vraagstuk nog niet specifiek genoeg was. Nu kijk ik daar anders op terug en denk ik dat ik in het vervolg beter weet hoe ik een vraagstuk klein kan maken en houden. Daarnaast weet ik nu meer over de werkwijze en rol van een gemeentelijke organisatie. Wel vond ik het financiële gedeelte hierin wat lastiger omdat een gemeentelijke organisatie niet gericht is op het maken van winst. Daardoor had ik moeite met het in kaart brengen van kosten en opbrengsten. Naast mijn eigen project heb ik kennis opgedaan van andere onderwerpen binnen de gemeente. Door het 'flexwerken' binnen de gemeente Ede heb ik kennis kunnen maken met verschillende mensen binnen verschillende functies. Dit laatste vond ik een erg leuke bijkomstigheid aan mijn stage bij de gemeente Ede.

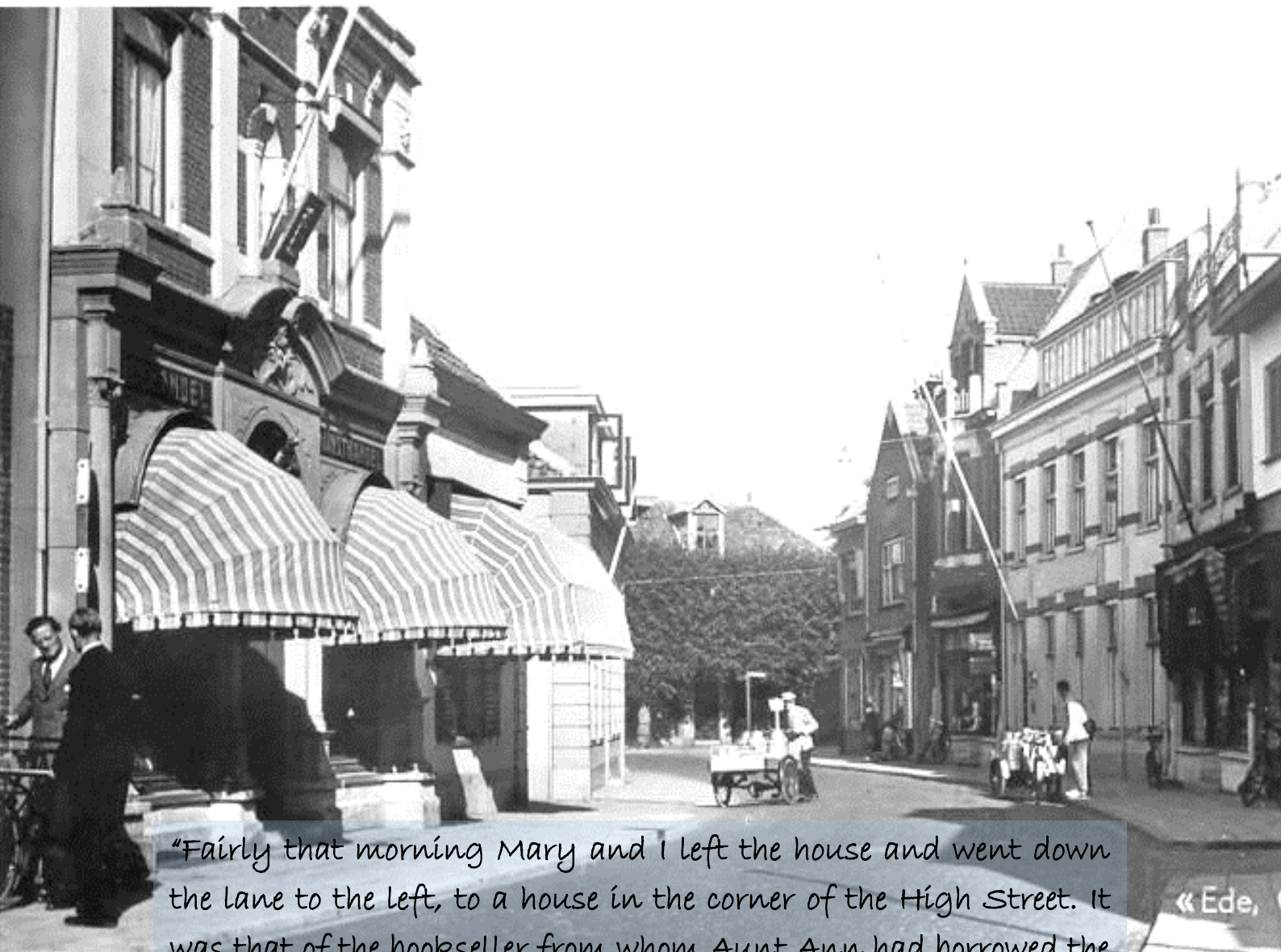
10.2. Waarde van de thesis

Gebleken uit veldonderzoek blijkt dat het beleid omtrent herinneringstoerisme binnen verschillende gemeenten nog in de kinderschoenen staat. Dit rapport richt zich op kansen die aangegrepen kunnen worden om geschiedenis zichtbaarder- en beleefbaarder te maken. De uiteindelijke adviesonderdelen zijn vooral gericht op de gemeente Ede. Toch kunnen onderdelen binnen dit rapport nuttig zijn voor andere gemeenten die zich meer op herinneringstoerisme willen richten.

Binnen het theoretisch kader en het desk research is er informatie naar voren gekomen die voor andere gemeenten ook van belang kan zijn. Bijvoorbeeld relevante trends, ontwikkelingen en de typologie van

de cultuurtoerist. Het 'Orchestra Model of Tourist Experience' maakt duidelijk welke aspecten een rol kunnen spelen in het vergroten van beleving. Ook kan het voor andere gemeenten nuttig zijn om te bekijken hoe gemeenten bezig zijn met de ontwikkeling van herinneringstoerisme. Wellicht kunnen zij hier nog ideeën uit op doen.

Het feit dat beleid rondom herinneringstoerisme binnen gemeenten nog in de kinderschoenen staat brengt wat nadelen met zich mee. Gemeenten konden nog niet echt aangeven wat succes- en faalfactoren zijn. Daarbij lijkt het voor gemeenten nog wat lastig te bepalen welke taken nou wel en niet tot het takenpakket van de gemeente behoort. Zo zijn er een aantal gemeente specifiek bezig met productontwikkeling terwijl de andere gemeente dit niet binnen het takenpakket vind vallen. Toch wordt er ook gedacht dat de gemeente hier enigszins het voortouw in moet nemen. Dit maakt dat iedere gemeente een andere rol speelt binnen acties die ondernomen worden ten aanzien van herinneringstoerisme. Om deze reden is het advies niet direct voor iedere gemeente waardevol, omdat de vorm van het advies wellicht niet aansluit bij hun manier van opereren.



"Fairly that morning Mary and I left the house and went down the lane to the left, to a house in the corner of the High Street. It was that of the bookseller from whom Aunt Ann had borrowed the shoes for my birthday. (...) Aunt Ann brought us food at midday, into the upstairs bedroom where we spent our day. (...) Later I passed some time at the window, looking down through the curtains at what was going on in the High Street, where there was much more movement and more troops could be seen than from our own house. It was certainly interesting"

- John Hackett, I was a stranger.

Bron: Collectie Gelderland

Literatuurlijst

- ANVR. (2017). *Travel Experience Tomorrow*. Gevonden op 28 mei 2017 op https://www.anvr.nl/publicatie/Travel%20Experience%20Tomorrow%20-%20schaduwrapport%20extern%20gebruik_aangepast.pdf.
- ATLAS. (2005). *Cultural tourism in Europe*. Gevonden op 31 maart 2017 op http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF.
- Auzias, D., & Labourdette, J.P. (2014). *Wallonië Toerisme & Herdenking*. België, Ukkel: Petit Futé.
- Baarda, D.B., de Goede, M.P.M., & van der Meer, J. (2007). *Basisboek interviewen: handleiding voor het voorbereiden en afnemen van interviews*. Nederland, Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff BV.
- Boeije. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Nederland, Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- CBS. (2017). *Cultural tourism Europe*. Gevonden op 16 mei 2017 op <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cultural-tourism/cultural-tourism-europe/>.
- CBS. (2016). *Tendrapport toerisme recreatie en vrije tijd 2016*. Gevonden op 26 mei 2017 op <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/48/tendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2016>.
- Claudia de Graauw. (2017). *Een benchmark wat is het en waarom is het zinvol*. Gevonden op 15 mei 2017 op <http://claudiadegraauw.nl/een-benchmark-wat-het-en-waarom-het-zinvol/>.
- Collectie Gelderland. (2017). *Historisch Museum Ede*. Gevonden op 1 juni 2017 op <http://www.collectiegelderland.nl/organisaties/HistorischMuseumEde/voorwerp-301147>.
- CVN. (2009). *Salon cultuur- en erfgoedtoerisme*. Gevonden op 7 juni 2017 op <http://cvn.be/expertmeeting/de-grote-ontmoeting-2009/salon-cultuur-en-erfgoedtoerisme/>.
- Ede Stad. (2016). *Airborne herdenking met paradroppings trekt 40000 bezoekers*. Gevonden op 26 mei 2017 op <http://edestad.nl/lokaal/airborne-herdenking-met-paradroppings-trekt-40000-bezoekers-video-166141>.
- Europeana. (2017). *Portal*. Gevonden op 3 juni 2017 op http://www.europeana.eu/portal/nl/record/2021622/detail_no_jsp_action_detail_imid_76985.html.

Flooren, M. (2009). *Erfgoed en toerisme. Workshop tijdens symposium: Prioriteit voor vrije tijd*.
Gevonden op 30 maart 2017 op <https://postit.saxion.nl/resolver/getfile/7D293837-BBBE-AA05-829186620D6412FE>.

Gemeente Ede. (2016). *Economische Impact Toerisme in Gemeente Ede*. Ede, Nederland: NHTV University of Applied Sciences.

Gemeente Ede. (2017). *Organisatie*. Gevonden op 17 februari 2017 op <https://www.ede.nl/gemeente/organisatie/>.

Gemeente Ede. (2017). *Over Ede*. Gevonden op 17 februari op <https://www.ede.nl/gemeente/over-ed/>.

Gemeente Ede. (2017). *Perspectiefnota Ede 2017-2020*. Gevonden op 1 juni 2017 op <https://www.ede.nl/gemeente/actueel/nieuwsbericht/perspectiefnota-ed-2017-2020-krachtige-ambities-en-zichtbare-resultaten-voor-heel-ed/>.

Gemeente Ede. (2017). *Programma levendig centrum*. Gevonden op 5 juni 2017 op <https://www.ede.nl/fileadmin/.../17814-0177acd8-0888-4e6d-afaa-e9c606186f3e.pdf>.

Gemeente Ede. (2016). *Subsidieregister*. Gevonden op 9 juni 2017 op <https://www.ede.nl/digitaal-loket/subsidies/subsidieregister/>.

Gemeente Ede. (2017). *Werken bij de gemeente*. Gevonden op 17 februari 2017 op <https://www.ede.nl/gemeente/organisatie/werken-bij-de-gemeente/organisatie/>.

Gemiddeld inkomen. (2017). *Startsalaris HBO WO*. Gevonden op 11 juni 2017 op <http://www.gemiddeld-inkomen.nl/startsalairis-hbo-wo/>

Hackett, J. (1977). *I was a stranger*. Engeland, Londen: Chatto & Windus.

Hooper, G., & Lennon, J.J. (2016). *Dark tourism: Practice and interpretation*. Amerika, New York: Routledge.

Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. Zuid Afrika, Kaapstad: Juta and Company Ltd.

Kang, E.J. (2012). *Benefits of visiting a 'dark tourism' site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea*. Tourism Management, 33(2), 257-265.

Kapoun, J. (1998). *"Teaching undergrads WEB evaluation: A guide for library instruction."* C&RL News 522-523.

- Kenniscentrum Kusttoerisme. (2014). *Campertoerisme: Een internationale marktanalyse met kansen voor Zeeland*. Gevonden op 4 april 2017 op <http://www.kenniscentrumtoerisme.nl/l/library/download/17544>
- Larsen, S. (2007). *Aspects of a psychology of the tourist experience*. Scandinavian journal of hospitality and tourism. 7:1, 7–18, DOI: 10.1080/15022250701226014 Gevonden op 30 maart 2017 op: <http://dx.doi.org/10.1080/15022250701226014>
- Liberation Route. (2017). *Gelderland*. Gevonden op 1 juni 2017 op <https://liberationroute.nl/the-netherlands/gelderland>
- Liberation Route. (2017). *The Netherlands*. Gevonden op 14 maart 2017 op <https://liberationroute.nl/the-netherlands>
- Liberation Route. (2017). *Operation Market Garden*. Gevonden op 1 juni 2017 op <https://liberationroute.nl/the-netherlands/stories/o/operation-market-garden>
- LORD. (2009). *Ontario Cultural and Heritage Tourism*. Gevonden op 4 april 2017 op http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/Ontario_Cultural_and_Heritage_Tourism.pdf
- Lord, B. (2011). *Cultural Tourism, Cultural Change and museum planning in India*. Gevonden op 5 april 2017 op <http://www.lord.ca/Media/Barry-New-Delhi-April2011.pdf>
- Morrison, A.M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Amerika, New York: Taylor & Francis Ltd.
- Munsters, W. (2007). *Cultuurtoerisme*. België/Nederland, Antwerpen/Apeldoorn: Garant.
- NBTC NIPO. (2015). *Vrijetijd*. Gevonden op 1 maart 2017 op <http://www.nbtcniporesearch.nl/nl/home/article/vrijetijd-1-1.htm>
- NRIT Media. (2016). *Het trendrapport toerisme, recreatie en vrijetijd*. Gevonden op 1 maart 2017 op <http://www.nritmedia.nl/kennisbank/37225/het-trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrijetijd-2016-in-50-trends/?topicsid=6>
- Pearce, P.L. (2011). *Tourist behavior and the contemporary world*. Verenigd Koninkrijk, Bristol: Channel View
- Platform Militaire Historie Ede. (2017). *Battlefield tours*. Gevonden op 9 juni 2017 op <http://www.platformmhe.nl/battlefieldtours.php>.
- Platform Militaire Historie Ede. (2017). *Monumenten*. Gevonden op 10 mei 2017 op <http://www.platformmhe.nl/monumenten.php>.

Prebensen, N.L., Chen, J.S., & Uysal, M. (2014). *Creating Experience Value in Tourism*.

Verenigd Koninkrijk, Oxfordshire: CABI.

Projectleider–worden. (2017). Salaris projectleider. Gevonden op 29 juni 2017 op

<http://www.projectleider–worden.nl/salaris–projectleider.htm>

Provincie Gelderland. (2016). *Vervolgvoorstel Herinneringstoerisme*. Gevonden op 1 maart 2017 op

[https://gelderland.stateninformatie.nl/document/3671062/1/EEM_–_Vervolgvoorstel_Herinneringstoerisme_\(PS2016–370\)](https:// gelderland.stateninformatie.nl/document/3671062/1/EEM_–_Vervolgvoorstel_Herinneringstoerisme_(PS2016–370)).

Quintus Nassaucollege. (2017). *Persoonlijke verhalen over de Tweede Wereldoorlog*. Gevonden op 24

mei 2017 op <https://quintus.nassaucollege.nl/actueel/persoonlijke–verhalen–over–de–tweede–wereldoorlog>.

Rabobank. (2017). *Horeca en Recreatie*. Gevonden op 13 mei 2017 op

https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Horeca_en_Recreatie.

Rheden Nieuws. (2015). *Normandië van het noorden*. Gevonden op 14 maart 2017 op

<http://rheden.nieuws.nl/geen–categorie/48725/nieuwe–impuls–herdenkingstoerisme–gelderland/>.

Route.nl. (2017). *Airborne Route*. Gevonden op 10 mei 2017 op

<https://www.route.nl/fietsroute/151805/airborne–route>.

Rudolf Roos. (2017). *Wetenschappers over het vertellen van verhalen als didactisch middel*. Gevonden

op 16 mei 2017 op <http://www.rudolfroos.nl/onderwijs/artikelen/wetenschappers–over–het–vertellen–van–verhalen–als–didactisch–middel>.

Seaton, A.V. (1996). *Guided by the dark: from thanatopsis to Thanatourism*. International journal of

heritage studies, 2(4), p. 234–244.

Scribbr. (2017). *Validiteit in interviews*. Gevonden op 3 juni 2017 op

<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/validiteit–in–interviews/>.

Stone, P. (2006). *A dark tourism spectrum: towards a typology of death an macabre related tourist*

sites, attractions and exhibitions. Gevonden op 31 maart 2017 op https://works.bepress.com/philip_stone/4/.

Stone, P. (2012). *Dark tourism and significant other death: Towards a Model of Mortality Mediation*.

Annals of Tourism Research, Vol. 39, No. 3, pp. 1565–1587, 2012 0160–7383/\$.

Stone, P. & Sharpley, R. (2008). *CONSUMING DARK TOURISM: A Thanatological Perspective*. Annals of

Tourism Research, Vol. 35, No. 2, pp. 574–595, 2008.

- Tami, A. (2009). *Respect for people through respect for the environment: the activities of nonprofit companies in the field of environmental protection for the "creation of social capital"*. university of Milano Bicocca department of management & business administration series of paper.
- Tarlow, P. (2005). *Dark tourism: The appealing 'dark' side of tourism and more*. In *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (p. 47-57). Engeland, Oxford: Elsevier.
- The Story Connection. (2017). *Wat is storytelling wat is een verhaal*. Gevonden op 2 juni 2017 op <http://www.thestoryconnection.nl/Over-storytelling/Wat-is-storytelling-Wat-is-een-verhaal>.
- TravelNext. (2017). *Vakantievakdag 2017 kennisrapport*. Gevonden op 10 mei 2017 op <https://www.travelnext.nl/wp-content/uploads/2017/01/TravelNext-Vakantievakdag-2017-Kennisrapport.pdf>.
- TravelNext. (2017). *Top 10 reiservaringen*. Gevonden op 10 mei 2017 op <https://www.travelnext.nl/top-10-reiservaringen-toekomst-en-hoe-gebruiken/>.
- UNWTO. (2016). *Cultural tourism defined*. Gevonden op 31 maart 2017 op | http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/4_panel_1_hugh_riley.pdf.
- VROMraad. (2006). *Groeten uit Holland: qui è fantastico!*. Gevonden op 1 maart 2007 op <http://www.rli.nl/sites/default/files/groeten-uit-holland.pdf>.
- VVV. (2017). *Pegasus wandeltocht*. Gevonden op 9 juni 2017 op <https://www.vvv.nl/nl/activiteitenkaart/detail/pegasus-wandeltocht--9b9f6a29-de29-4f7c-9e73-1510ef029e0f>
- Werdler, K. (2015). *Dark tourism: De dood achterna*. Nederland, Nieuwegein: Arko Sports Media BV.
- 4 en 5 mei. (2011). *Conferentieverslag*. Gevonden op 21 mei 2017 op <http://www.4en5mei.nl/documenten/subsidies/conferentieverslag.pdf>.

Bijlagen



Bijlage I: AAOCC criteria

Tabel I-1. AAOCC Criteria

<i>Authority</i>	In hoeverre zijn de auteur(s) en/of uitgever geloofwaardig en gekwalificeerd?
<i>Accuracy</i>	Wat is de validiteit en de betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie?
<i>Objectivity</i>	Hebben de auteur(s) enig (persoonlijk) belang bij de informatie uit de publicatie?
<i>Currency</i>	Is de informatie up to date?
<i>Coverage</i>	Is de informatie compleet, uniek en relevant?

(Kapoun, 1998)

Bijlage II: Beoordeling bron AAOCC

Bron: Prebensen, N.L., Chen, J.S., & Uysal, M. (2014). Creating Experience Value in Tourism. Oxfordshire, Verenigd Koninkrijk.

Tabel II-1. Beoordeling bron AAOCC

<i>Authority</i>	Alle auteurs hebben een connectie met diverse universiteiten binnen Amerika en Noorwegen. Dit zorgt voor geloofwaardigheid en wijst het erop dat deze auteurs voldoende gekwalificeerd zijn. Nina K. Prebensen: University of Tromsø, The Arctic University of Norway. Joseph S. Chen: Indiana University at Bloomington, USA. Muzaffer Uysal: Virginia Polytechnic Institute and State University, USA.
<i>Accuracy</i>	Binnen dit boek is er gebruik gemaakt van informatie van andere publicaties. Hierbij is er de juiste bronvermelding toegepast en alle informatie kan gecontroleerd worden.
<i>Objectivity</i>	Niets wijst er op dat deze auteurs persoonlijk belang hebben bij de informatie die zij delen.
<i>Currency</i>	Dit boek is in 2014 uitgegeven en dus up to date.
<i>Coverage</i>	Binnen dit boek wordt er aandacht besteed aan verschillende vormen van toeristische beleving. Daarbij wordt er ook geschreven over beleving in combinatie met Social Media. Dit laatste is zeer relevant aangezien Social Media een grote rol speelt in het hedendaagse leven. Social Media is een fenomeen die 10 á 20 jaar geleden nog niet aan de orde was. Het feit dat deze auteurs dit wél beschrijven maakt het boek up to date. Daarnaast sluit de informatie goed aan bij het kernbegrip: 'toeristische beleving' en is de informatie uniek en volledig.

Bijlage III: Definities kernbegrippen.

Kernbegrip: Cultuurtoerisme.

Tabel III-1. Definities kernbegrip 'cultuurtoerisme'.

Definitie	Auteur
"Het toerisme van de herinnering is een recent concept dat tot stand is gekomen rond 2000 om de overdracht van de herinneringen aan de conflicten van de 20e eeuw naar de jongere generaties te verzekeren".	Auzias en Labourdette, 2014. p.3.
"Elke vorm van toerisme waarbij cultuur een van de attractiefactoren is"	Munsters, 2007, p.11.
"All movements of persons to specific cultural attractions such as heritage sites, artistic and cultural manifestations, arts and drama outside their normal place of residence" (technische definitie).	ATLAS, 2005.
"The movement of persons tot cultural attractions away from their normal place of residence, with the intention to gather new information and experiences to satisfy their cultural needs" (conceptuele definitie).	ATLAS, 2005.
" All movements of persons...because they satisfy the human need for diversity, tending to raise the cultural level of the individual and giving rise to new knowledge, experience and encounters".	UNWTO, 2016.
"Travel from outside the host community motivated wholly or in part by interest in the historical, artistic, scientific or lifestyle/heritage offerings of a community, group or institution."	Lord, 2011.

Kernbegrip: Dark Tourism.

Tabel III-2. Definities kernbegrip 'dark tourism'.

Definitie	Auteur
"Act of travel to tourist sites associated with death, suffering or the seemingly macabre".	Stone, 2006, p. 146.
"Visitations to the places where tragedies or historically noteworthy death has occurred and that continue to impact our lives".	Tarlow, 2005, p.48.
"Some people seem to have a fascination with traveling to places that are associates with disasters, human suffering, wars and battles, famous murders and assassinations and other death-related sites."	Stone and Sharpley, 2008.

Kernbegrip: leisure kansen.

Tabel III-3. Definities kernbegrip 'Leisure Kansen'.

Definitie	Auteur
"Alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd). Bezoek aan familie / vrienden / kennissen en activiteiten ondernomen tijdens vakanties blijven buiten beschouwing".	NBTC NIPO, 2015.

Kernbegrip: toeristische beleving.

Tabel III-4. Definities kernbegrip 'toeristische beleving'.

Definitie	Auteur
"A tourist experience is a past personal travel-related event strong enough to have entered long-term memory."	Larsen, 2007, p.15.
"An embodied process involving the physical world and the human body."	Pearce, 2011, p.23.
"Experiences (including the tourist attraction, i.e. experience) are (external) representations of aspects of life (such as for example in museums), and that they (experiences) influence individuals through changing their emotions or feelings.	McCannell, 1976, p. 23.
"Destination image refers to the personal psychological manifestation of knowledge, feelings, and overall cognition of a certain destination". (Definitie van 'destination image' kan een aanvulling zijn op het fenomeen 'toeristische beleving')	Camprubi, 2012; Crompton, 1979; Gallarza et al., 2002.

Bijlage IV: Typologie cultuurtoerist

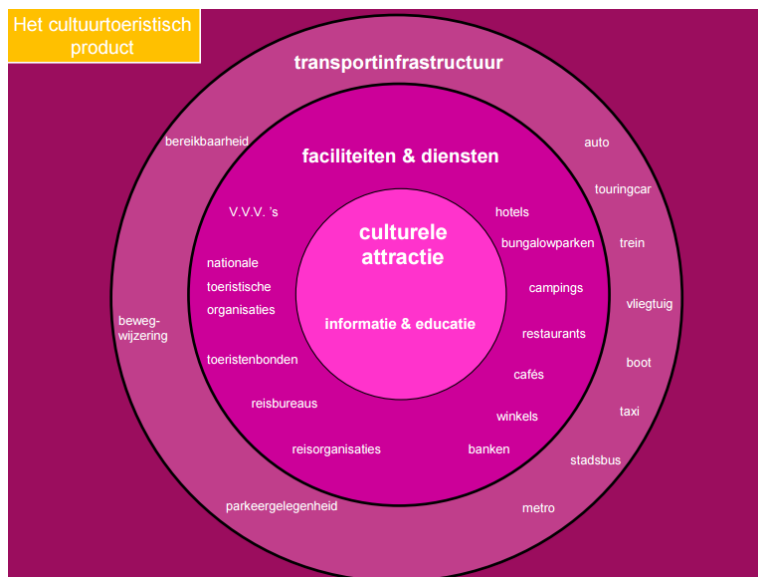
Tabel IV-1. Typologie cultuurtoerist.

Type	Interesse	Motief	Opleiding	Inkomen
De cultuurzoeker	Hoog	Cultuur educatie	Hoog	Hoog
De cultuurganger	Gemiddeld	Vermaak cultuur educatie	Hoog	Hoog
De cultuurkijker	Latent aanwezig	Vermaak sfeer	Middelbaar laag	Midden laag

(Munsters, 2007)

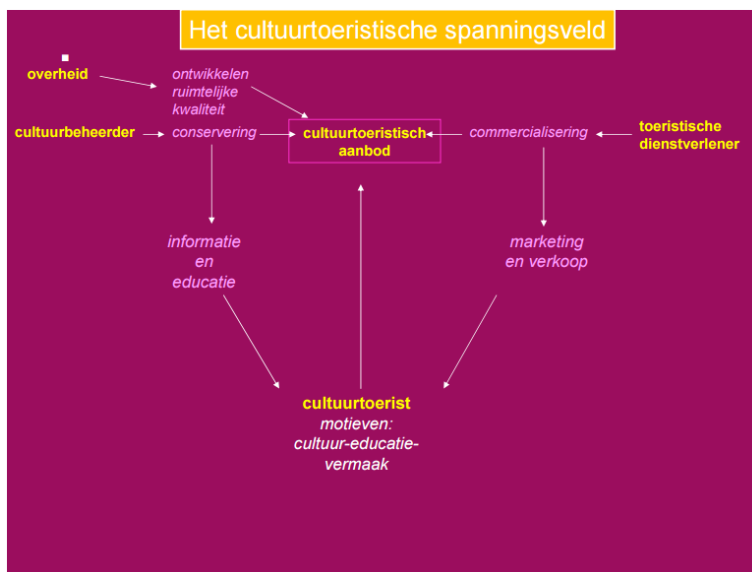
- De cultuurzoeker: die heeft een hoge interesse in het cultuurtoeristische product. Hij is voortdurend actief op zoek naar cultuur en educatie.
- De cultuurganger: voor hem primeert ontspanning tijdens de vakantie. Hij geeft daarom de voorkeur aan culturele fiets- en wandelroutes en evenementen. Af en toe brengt hij een bezoek aan een museum of monument.
- De cultuurkijker: hij heeft weinig affiniteit met cultuur, maar wil vermaak, recreatie en sfeer (CVN, 2009).

Bijlage V: Het cultuurtoeristisch product en het cultuurtoeristische spanningsveld



Figuur V-1. Het cultuurtoeristisch product.

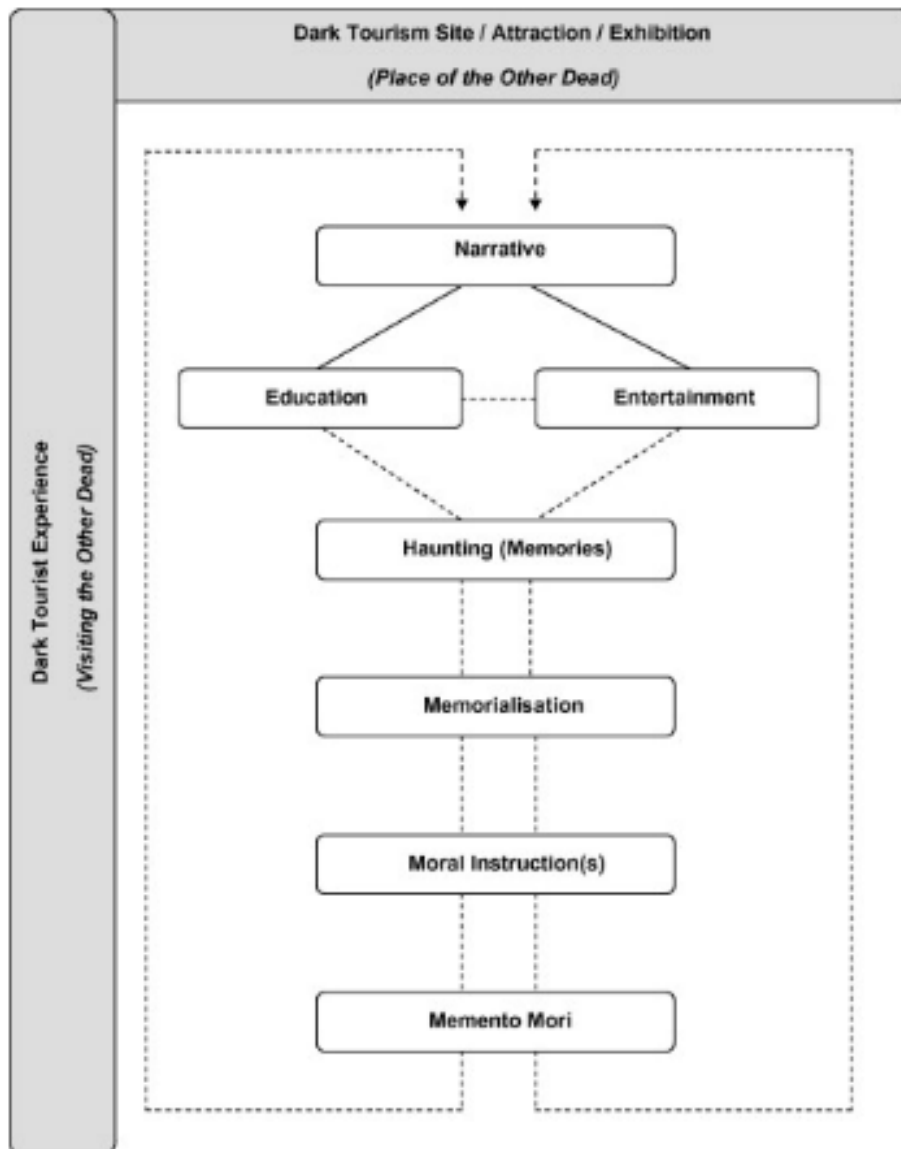
(Munsters, 2007)



Figuur V-2. Het cultuurtoeristische spanningsveld

(Flooren, 2009)

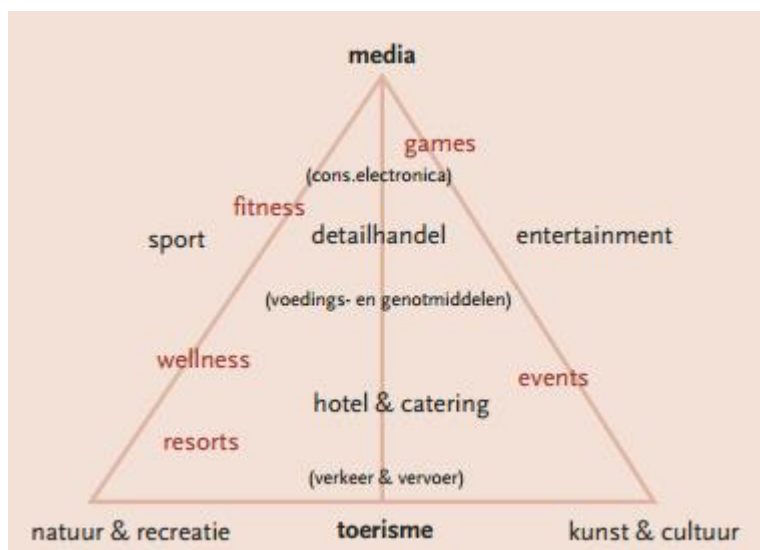
Bijlage VI: Model dark tourism



Figuur VI-1. Model dark tourism

(Stone, 2012)

Bijlage VII: Cluster van vrije tijd



Figuur VII-1. Cluster van vrije tijd.

(VROM raad, 2006)

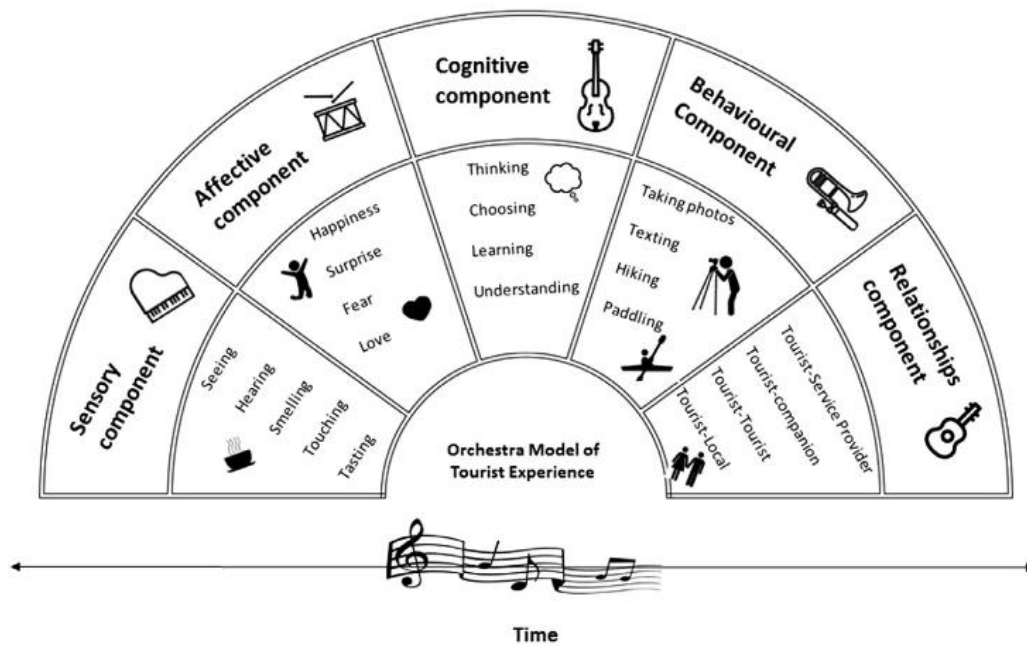
Bijlage VIII: Externe vervlechtingen



Figuur VIII-1. Externe vervlechtingen

(VROM raad, 2006)

Bijlage IX: Orchestra Model of Tourist Experience

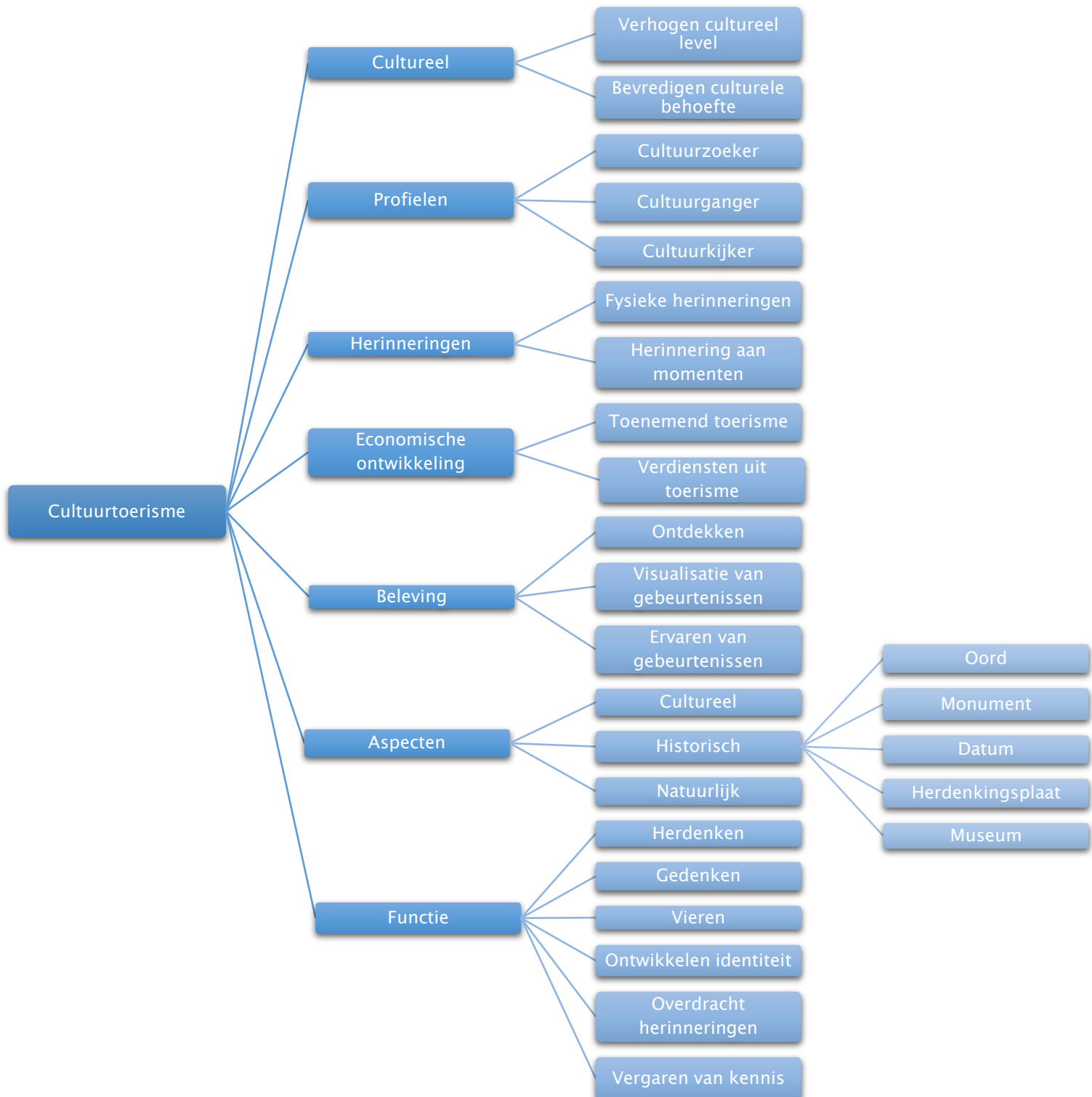


Figuur IX. Orchestra Model of Tourist Experience.

(Pearce, 2011)

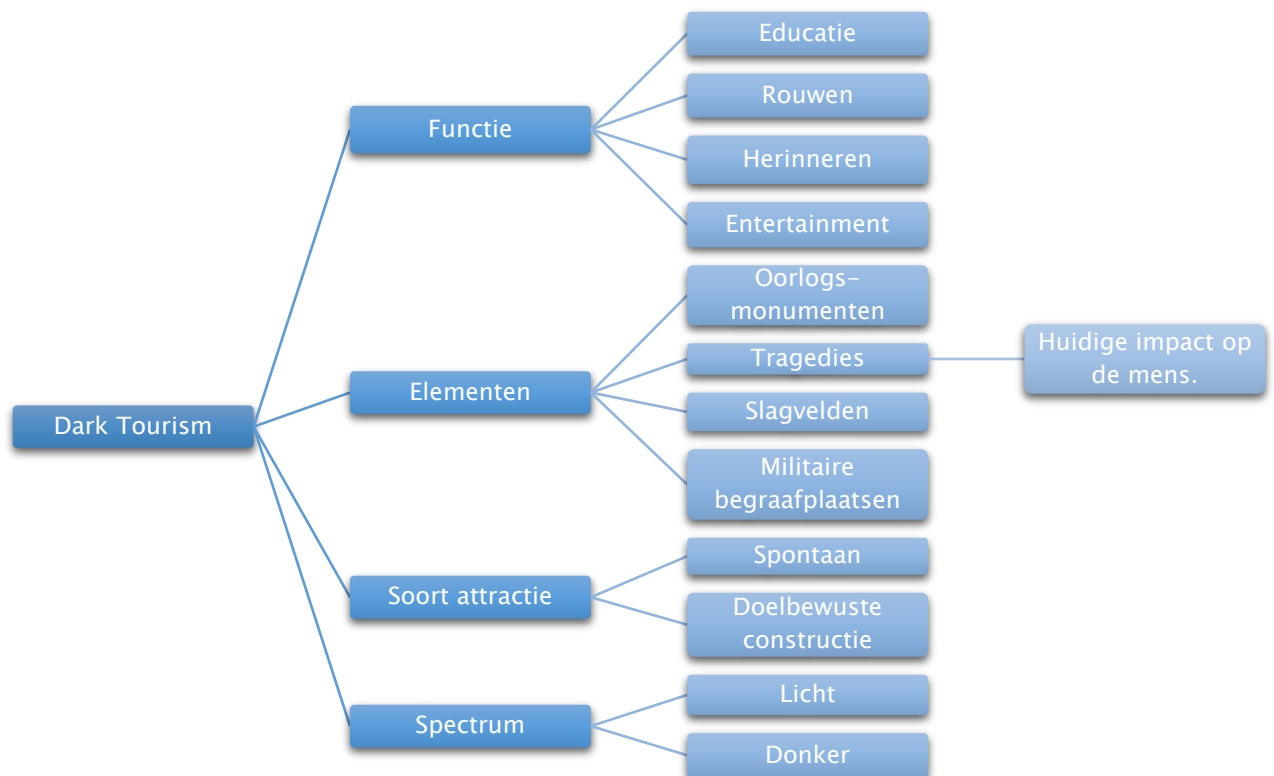
Bijlage X: Operationalisatie kernbegrippen

Kernbegrip: Cultuurtoerisme



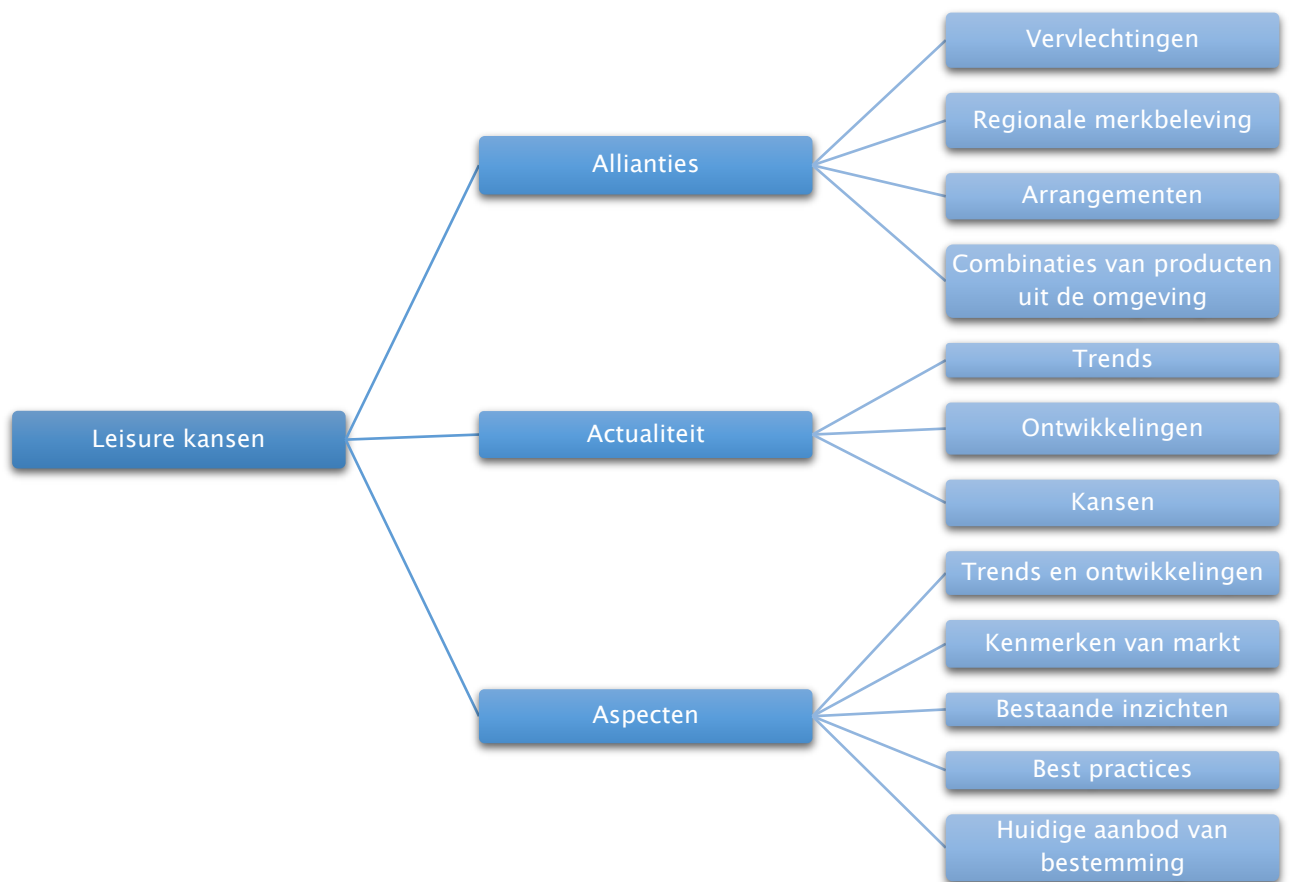
Figuur X-1. Operationalisatie kernbegrip: 'cultuurtoerisme'.

Kernbegrip: Dark Tourism



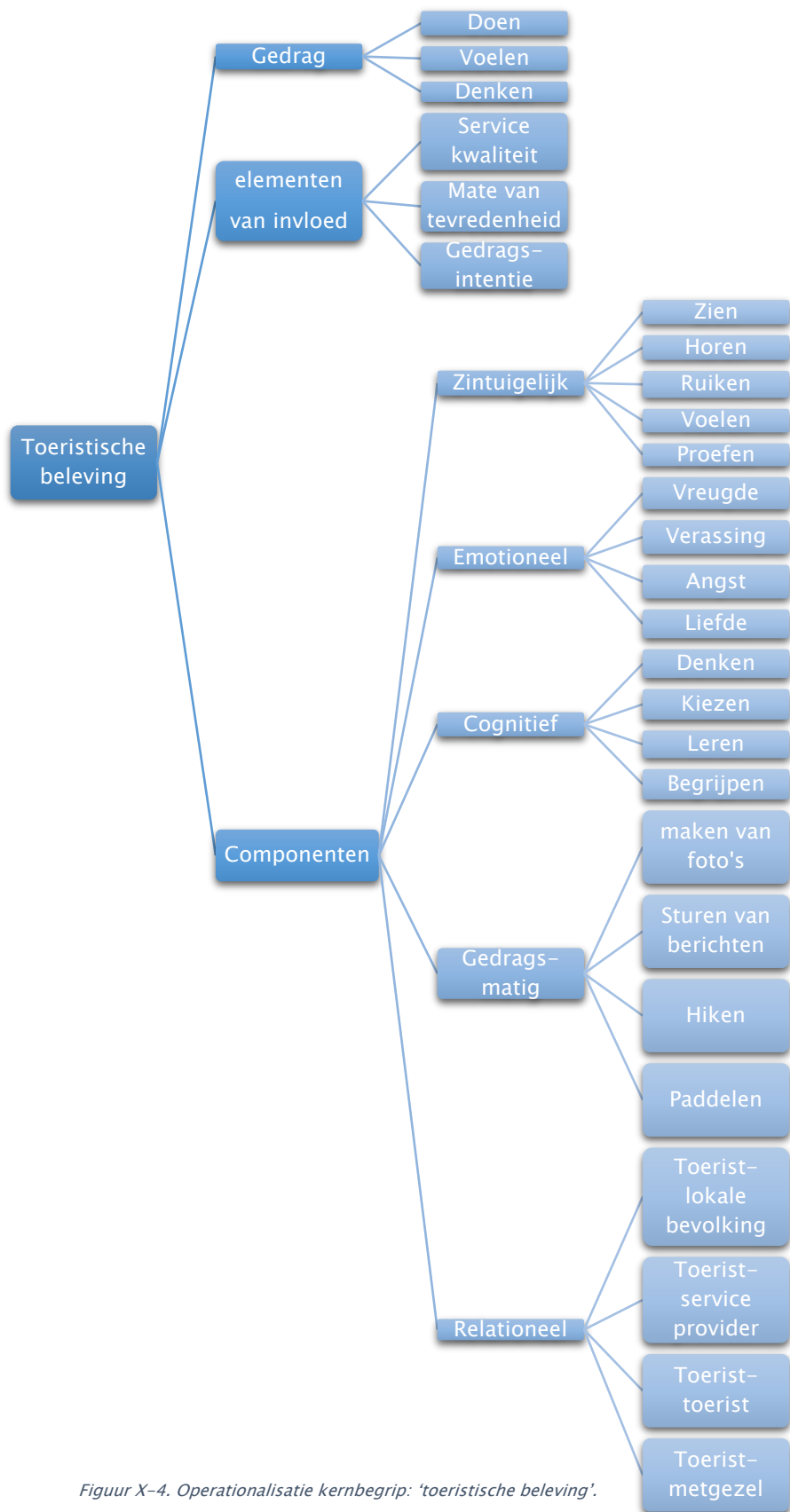
Figuur X-2. Operationalisatie kernbegrip: 'dark tourism'.

Kernbegrip: Leisure Kansen



Figuur X-3. Operationalisatie kernbegrip: 'leisure kansen'.

Kernbegrip: Toeristische beleving



Figuur X-4. Operationalisatie kernbegrip: 'toeristische beleving'.

Bijlage XI: Interviewguides

Interviewguide 1.

Expert binnen het project team van de Liberation Route.

Inleiding

Allereerst wil ik u van harte bedanken voor uw deelname aan dit onderzoek. **Mijn naam** is Cynthia Suurendonk. **Student aan Saxion Hogeschool te Deventer**. Momenteel **studeer ik af bij de gemeente Ede en hier doe ik onderzoek naar het onderwerp herinneringstoerisme**. Het **doel** van het onderzoek is om te bekijken welke leisure kansen er benut kunnen worden om de beleefbaarheid en zichtbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de gemeente Ede te vergroten. Uiteindelijk zullen deze leisure kansen door middel van een **adviesrapport** aan de gemeente Ede worden gepresenteerd. Het domein dat binnen deze thesis centraal staat is de Liberation Route. Om deze reden is er gekozen om, naast andere gemeenten die aangesloten zijn bij de Liberation Route, ook een interview uit te voeren met een expert binnen het project team van de Liberation Route. Tijdens dit interview zal er gebruik worden gemaakt van een **recorder** om het gesprek op te nemen. De inhoud van het gesprek zal op **vertrouwelijke wijze** behandeld worden. Het interview zal ongeveer **30 minuten** duren. Graag begin ik eerst met een aantal vragen over uw functie om daarna over te gaan op vragen die te maken hebben met herinneringstoerisme en het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog.

Introductie topic persoonlijke vragen: Allereerst zou ik graag iets meer te weten komen over u en uw functie binnen de organisatie van de Liberation Route.

Topic	Subtopics
<i>Persoonlijke vragen</i>	• Functie • Werkzaamheden

Introductie topic: Graag zou ik meer willen weten over de beleving van geschiedenis binnen de Liberation Route.

Topic	Subtopics
<i>Beleving</i>	• Rol van beleving binnen de Liberation Route – Van belang? – Waarom van belang? • Manieren van beleefbaar maken. – Spontane attractie – Doelbewuste constructie en op welke manier? • Vergroten van beleving – Inspelen op componenten – Zintuigelijk – Emotioneel – Cognitief – Gedragmatig.

	• Rol van educatie. – Waarom wel/niet belangrijk. – Op welke manier toegepast.
--	---

Introductie topic: Het volgende onderwerp gaat over samenwerkingen binnen de Liberation route.

Topic	Subtopics
<i>Samenwerkingen</i>	• Gecreëerde samenwerkingen binnen de Liberation route. • Rol van gemeenten hierin gebruik van beleidsinstrumenten. – Reguleren – Educatie – Financieel – Communicatie

Introductie topic: Graag wil ik u een aantal vragen stellen over bestaande inzichten met betrekking tot het beleefbaar en zichtbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route.

Topic	Subtopics
<i>Bestaande inzichten</i>	• Benaderde doelgroepen. • Succesfactoren. – Waarom zijn dit succesfactoren? • Faalfactoren. – Waarom zijn dit faalfactoren?

Introductie topic: Het volgende onderwerp waar ik graag meer over te weten wil komen is de toepassing van trends en ontwikkelingen ten aanzien van het beleefbaar en zichtbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de Liberation Route.

Topic	Subtopics
<i>Trends en ontwikkelingen</i>	• Rol van trends en ontwikkelingen.

Introductie topic: De volgende vragen gaan in op de best practices binnen de Liberation Route, voornamelijk gericht op het beleefbaar en zichtbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog.

Topic	Subtopics
<i>Best practices</i>	• Visie over best practices binnen de Liberation Route. – Welke gemeenten worden als best practices gezien? – Waarom word(en) deze als best practice(s) gezien?

Introductie topic: Ter afsluiting wil ik graag meer te weten komen over de verwachtingen die de Liberation Route heeft van gemeenten die aangesloten zijn bij de Liberation Route.

Topic	Subtopics
Verwachtingen	• Verwachtingen van gemeenten. – Welke rol kan de gemeente spelen bij het beleefbaar maken van de geschiedenis. – Welke houding verwacht de organisatie Liberation Route van de gemeente.

(Eerst samenvatten van uitkomsten van het interview). Dit is het einde van het interview. Heeft u nog iets gemist of toe te voegen? Ik wil u hartelijk bedanken voor de tijd en moeite die u heeft genomen om dit interview mogelijk te maken.

Interviewgide 2.

Gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en nationale/internationale best practices die aangesloten zijn bij de Liberation Route.

Inleiding

Allereerst wil ik u van harte bedanken voor uw deelname aan dit onderzoek. **Mijn naam** is Cynthia Suurendonk. **Student aan Saxion Hogeschool te Deventer.** Momenteel **studeer ik af bij de gemeente Ede en hier doe ik onderzoek naar het onderwerp herinneringstoerisme.** Het **doel** van het onderzoek is om te bekijken welke leisure kansen er benut kunnen worden om de beleefbaarheid en zichtbaarheid van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen de gemeente Ede te vergroten. Uiteindelijk zullen deze leisure kansen door middel van een **adviesrapport** aan de gemeente Ede worden gepresenteerd. Binnen dit onderzoek wordt er onder andere gekeken naar gemeenten binnen Gelderland die aangesloten zijn bij de Liberation Route en daarom is deze gemeente betrokken in de selectie van onderzoekseenheden. Tijdens dit interview zal er gebruik worden gemaakt van een **recorder** om het gesprek op te nemen. De inhoud van het gesprek zal op **vertrouwelijke wijze** behandeld worden. Het interview zal ongeveer **30 minuten** duren. Graag begin ik eerst met een aantal vragen over uw functie om daarna over te gaan op vragen die te maken hebben met herinneringstoerisme en het beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog.

Introductie topic persoonlijke vragen: Allereerst zou ik graag iets meer te weten komen over u en uw functie binnen de gemeente.

Topic	Subtopics
Persoonlijke vragen	• Functie • Werkzaamheden

Introductie topic: Graag ga ik nu over op het eerste onderwerp, namelijk het zichtbaar en beleefbaar maken van de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog binnen deze gemeente.

Topic	Subtopics
<i>Zichtbaar en beleefbaar maken van geschiedenis</i>	• Kansrijke verhalen/gebeurtenissen die benut zijn om de geschiedenis zichtbaarder en beleefbaarder te maken. – Reden achter deze keuze. • Manier van keuze maken. – Bijv. betrokkenheid inwoners/andere partijen. • Bewuste keuze? – Aansluiting bij het verhaal. – Overweging andere vormen van beleefbaar maken. • Manier van zichtbaar/beleefbaar maken. – Spontane attractie – Doelbewuste constructie en op welke manier? • Gebruik van bestaande elementen. – Musea – Monumenten of – Specifieke plekken met historische waarde

Introductie topic: Het tweede onderwerp waar ik graag meer over te weten wil komen is: samenwerkingen.

Topic	Subtopics
<i>Samenwerkingen</i>	• Gecreëerde samenwerkingen. – Binnen het vrijetijdscluster – Buiten het vrijetijdscluster • Soort samenwerkingen. – Meer specifiek welke samenwerkingen tussen welke partijen. • Rol van de gemeente. • Aangegrepen beleidsinstrumenten. – Reguleren – Educatie – Financieel – Communicatie

Introductie topic: Beleving staat centraal bij het beleefbaar maken van de geschiedenis en de volgende vragen gaan dieper op dit begrip in.

Topic	Subtopics
<i>Beleving</i>	• Manier van vergroten van beleving. – Inspelen op componenten – Zintuigelijk – Emotioneel – Cognitief – Gedragmatig.

	• Rol van educatie. – Waarom wel/niet belangrijk. – Gebruik van educatieve elementen.
--	--

Introductie topic: De volgende vragen richten zich op bestaande inzichten.

Topic	Subtopics
Bestaande inzichten	• Doelgroep. – Welke doelgroep – Waarom gekozen • Succesfactoren. – Waarom zijn deze factoren succesvol. • Faalfactoren. – Waarom zijn deze factoren minder/niet succesvol.

introductie topic: Ter afsluiting wil ik u een aantal vragen stellen over het gebruik van trends en ontwikkelingen.

Topic	Subtopics
Trends en ontwikkelingen.	• Toepassing van trends en ontwikkelingen. – Keuze voor deze trend(s) en ontwikkeling(en). – Manier van toepassing.

(Eerst samenvatten van uitkomsten van het interview). Dit is het einde van het interview. Heeft u nog iets gemist of toe te voegen? Ik wil u hartelijk bedanken voor de tijd en moeite die u heeft genomen om dit interview mogelijk te maken.

Bijlage XII: Militaire geschiedenis Ede (in vogelvlucht)

- 1904 Bouw eerste kazernes / start Garnizoen Ede
 - **Johan Willem Frisokazerne**
 - Mauritskazerne
 - Van Essenkazerne
 - Arthur Koolkazerne >>> **Smederij = MHIP**
 - P.L. Bergansiuskazerne
- 1914–1918 De Grote Oorlog (WOI)
 - Belgisch Vluchtoord (1915)
 - **Loopgraven stelsel** (1918)
- 1939 Mobilisatie WOII
 - **Elias Beeckmankazerne**
- 1936–1940 Hagespraken op Goudsberg Lunteren
 - **de Muur van Mussert**
 - *Joods werkkamp de Biezen (1943)*
 - *De Wormshoef (1944–45)*
- 1940 10 mei: Duitse aanval op Nederland
 - Gevechten Ginkelse Heide – Ede – Grebbelinie
 - **Fort aan de Buurtsteeg**
 - Wederopbouwboerderij de Wester Wetering
- 1941 Duitse legeronderdelen in Ede
 - **Simon Stevinkazerne** (SS troepen)
 - Wehrmachttroepen
 - Kriegsmarine
 - Vliegveld Deelen – Diogenes – Nachtjagd (**Museum Vliegveld Deelen**)
- 1944 Operatie Market Garden
 - Bombardement
 - **Slag op de Ginkelse Heide (Airborne monument)**
 - Operaties Pegasus / generaal John Hackett
- 1945 Bevrijding Nederland
 - 16/17 april: de slag om Otterlo
 - 17 april 1945: Ede bevrijd (**tank Polar Bear Divisie**)
 - De Canadese zomer van 1945
- 1945 Memorial park Ede
 - **Erebegraafplaats het Mausoleum** (Edes verzet >> wapendropping)
 - Gedenkzuil gesneuvelde militairen
 - Monument Joodse oorlogsslachtoffers
 - Bevrijdingsmonument Ede
- 1950–1990 Koude Oorlog
 - **Stingerdome** (opleiding dienstplichtigen)
 - Oprichting VVDM
 - 2010: sluiten kazerne (Ed van Seters, persoonlijke communicatie, 10 mei 2017).

Bijlage XIII: Codeboom expert binnen de Liberation Route

Tabel XIII-1. Codeboom interview expert binnen de Liberation Route.

Axiale code	Open code	Fragmenten
Liberation Route	- Ontstaan Liberation Route - Reden achter Liberation Route - Gedachte achter Liberation Route - Projecten Liberation Route - Inhoud Liberation Route - Activiteiten Liberation Route	1.1 1.2 1.17 1.42, 1.43, 1.44 1.46 1.105
Beleving	- Ontwikkeling in beleving - Aandachtspunten beleefbaar maken - Beweegredenen beleefbaar maken - Manier van beleefbaar maken - Visie term 'beleving' - Ontwikkeling in beleefbaar maken - Vergroten beleving - Belang van context - Middelen beleefbaar maken - Wensen en behoeften t.a.v. beleving - Uitdaging beleefbaar maken	1.3, 1.4, 1.6 1.5, 1.9, 1.23, 1.24, 1.26, 1.57, 1.58, 1.61, 1.62, 1.92, 1.97, 1.118 1.7, 1.8, 1.13, 1.14, 1.16, 1.18, 1.34, 1.35, 1.38, 1.47, 1.48, 1.49 1.10, 1.11, 1.12, 1.25, 1.27 1.15 1.19 1.20, 1.56 1.21 1.28, 1.29, 1.30, 1.31, 1.76 1.81, 1.82 1.114
Samenwerkingen	- Betrokken organisaties Liberation Route - Gecreëerde samenwerkingen - Belang van samenwerkingen - Uitdaging in samenwerkingen - Rol van de gemeente - Kansrijke samenwerkingen - Succesvolle samenwerkingen	1.22 1.80 1.83, 1.84 1.85 1.87, 1.88, 1.89 1.90 1.91
Herinneringstoerisme	- Geschiedenis als toeristisch middel - Belang van vernieuwing	1.27, 1.40, 1.41 1.65
Doelgroep	- Benaderen doelgroep - Omschrijven doelgroep - Belang van aanspreken jongeren	1.32, 1.33 1.36, 1.37 1.77, 1.78, 1.79
Educatie	- Belang van educatie	1.50

	- Manier inzet educatie - Rol van educatie - Aansprekende elementen educatie - Middelen educatie	1.51, 1.66, 1.67 1.64 1.68 1.69
Bestaande inzichten	- Manier van zichtbaar maken - Gecreëerde plekken - Gebruik bestaande elementen - Visie traditionele manier van zichtbaar maken - Succesfactoren - Mogelijke faalfactoren	1.52, 1.55, 1.63 1.53 1.54 1.59 1.93 1.94
Trends en ontwikkelingen	- Interesse van jongeren in WO2 geschiedenis - Ontwikkelingen herdenken - Betrekken van burgers bij ideeën - Verandering in samenleving - Inspelen op veranderende samenleving	1.39 1.60 1.74, 1.75 1.95, 1.96 1.97, 1.98
Technologie	- Rol van technologie	1.70, 1.71, 1.72, 1.73
Best practices	- Visie op best practices - Werkwijze best practices - Reden best practice	1.99, 1.100, 1.101, 1.102, 1.103, 1.116 1.104 1.117
Verwachtingen	- Verwachting van gemeentes	1.45, 108, 109
Verhalen	- Kansrijke plek/gebeurtenis Ede - Advies kansrijke plek/gebeurtenis	1.110, 1.111 1.112, 1.113, 1.115
Producten	- Opkomende productontwikkeling	1.86

Bijlage XIV: Codeboom Gelderse gemeenten en best practices

Tabel XIV-1. Codeboom Gelderse gemeenten en best practices.

Axiale code	Open code	Fragmenten
Algemeen	- Functie - Werkzaamheden	2.1, 3.1, 4.1, 5.1, 6.6, 7.1. 3.2, 4.2, 4.14, 5.2, 5.3, 4.14, 6.7, 7.2
Beleving	- Manier van beleefbaar maken - Reden achter beleefbaar maken - Voorbeeldgemeente - Link verleden en heden - Hulp bij beleefbaar maken - Plannen t.a.v. beleefbaar maken - Manier vergroten beleving - Componenten beleving - Plannen beleving t.a.v. internationale toerist - Effectief middel t.a.v. beleving	2.2, 2.4, 2.5, 3.12, 3.21, 3.26, 4.5, 4.19, 5.22, 5.36, 6.8, 6.16, 6.22, 7.44, 2.6, 2.18, 4.20, 5.37, 5.38 2.15, 2.16 2.23, 4.62, 4.63, 7.66, 7.68 2.26 2.31, 4.8, 6.27 4.42, 5.32, 5.43, 6.33, 6.34, 6.40, 7.30 5.27 7.18 7.46, 7.48
Samenwerkingen	- Betrokken partijen - Niet betrokken partijen - Samenwerkingen binnen de gemeente - Reden samenwerking binnen de gemeente - Samenwerkingen buiten de gemeente - Mogelijke samenwerkingen - Visie op samenwerking - Samenwerkingen algemeen - Belangrijke samenwerking herinneringstoerisme - Burgerinitiatief - Visie op burgerparticipatie - Belang van regionaal opereren - Samenwerking met ondernemers - Ontwikkeling in samenwerking - Aandachtspunt in samenwerkingen	2.25, 3.3, 3.4, 6.13, 6.26 2.32, 2.33, 3.11, 3.23, 5.9, 5.33, 7.25, 7.80 5.10 2.35, 3.5, 3.19, 3.22, 4.21, 4.31, 4.32, 4.33, 4.34, 5.7, 5.29, 5.30, 5.34, 7.81 2.54 2.60, 2.70, 4.64, 4.66 2.63 2.67 3.8, 4.6, 4.7, 4.9, 4.10, 5.11, 7.26, 7.29, 7.64 4.16 4.24, 4.25 4.35, 4.49 5.58 5.60

	- Belang van netwerken - Spontaan burgerinitiatief - Betrokkenheid burgers - Belang van draagkracht	6.51 7.13, 7.37, 7.51 7.14, 7.17, 7.32 7.40, 7.54, 7.55
Herinneringstoerisme	- Manier van herdenken - Beleid herinneringstoerisme - Doel herinneringstoerisme - Thema's binnen herinneringstoerisme - Visie herinneringstoerisme - Verschil in componenten - Toekomstvisie - Wensen t.a.v. herinneringstoerisme - Ontwikkeling aanbod herinneringstoerisme - Persoonlijke visie op het begrip 'herinneringstoerisme' - Aandachtspunt internationaal herinneringstoerisme - Verschil zichtbaar maken en herdenken	2.7, 4.53, 6.9, 6.10, 7.69 2.8, 2.9, 2.13, 2.17, 4.3, 4.15, 4.36, 2.10, 2.40, 2.4, 2.41, 2.43, 2.44, 2.62 2.66 5.59 6.5 6.31, 6.32 7.15
Doelgroep	- Doelgroep - Doelgroep educatie - Reden doelgroep educatieve component - Verschil in doelgroepen - Aanspreken jongere doelgroep - Huidige doelgroep - Aandachtspunt aanbod t.a.v. doelgroep - Doelgroep binnen herinneringstoerisme - Behoeften doelgroep	3.30, 3.32, 4.48, 4.50, 7.70, 7.71 2.19, 2.20, 3.29, 5.50, 6.44 2.21, 2.11, 2.53 4.44 4.51 4.52 6.46 7.72, 7.74
Educatie	- Betrokkenheid onderwijs - Ideeën educatie - Reden educatieve component - Visie educatieve component - Visie op samenwerking in educatie - Belang van educatie - Visie ontwikkeling educatie	2.3, 3.13, 3.27, 5.23, 6.43 2.11 2.24 2.45, 2.46, 4.45 2.47, 2.65, 4.46, 2.50, 2.51, 3.28, 5.45, 6.11, 6.12, 6.41, 7.67 2.52 2.68

	- Liberation Route en educatie - Manier van educatie - Interesse gebeurtenissen eigen gebied - Rol van de gemeente in educatie - Tip m.b.t. onderwijs en educatie - Toerisme als kennismiddel	5.24, 5.25, 5.55, 5.47, 5.48, 6.23, 6.45 5.42, 5.43 5.46, 5.49, 5.57 5.54, 5.56
Zichtbaarheid geschiedenis	- Authentieke locaties - Geconstrueerde locaties - Gebruik authentieke locaties - Reden achter zichtbaar maken van verhalen - Manier van zichtbaar maken - Traditionele manier van zichtbaar maken	2.27, 2.79, 3.6, 3.17, 3.18, 5.21, 6.7, 6.39, 7.4, 7.19, 7.20, 7.21 2.28, 5.18, 5.19 2.30, 7.33 2.36, 2.37, 2.38, 5.8 2.48, 3.15, 3.16, 4.11, 5.15, 5.16, 5.17, 5.21, 7.27, 7.49, 7.50 4.26
Rol gemeente	- Visie op rol van de gemeente - Rol van de gemeente	2.34 2.39, 2.42, 2.59, 2.64, 2.71, 3.9, 3.14, 3.25, 4.37, 4.38, 4.39, 4.40, 4.41, 4.43, 5.39, 5.61, 6.36, 7.16, 7.28, 7.31, 7.34, 7.35, 7.37, 7.39, 7.42, 7.52, 7.53, 7.58, 7.59, 7.62, 7.63
Bestaande inzichten	- Succesfactoren - Toekomst huidige succesfactor - Succesfactor educatie - Faalfactoren - Reden ontbreken faalfactor - Uitgevoerd onderzoek - Nadeel luisterstenen	2.55, 2.56, 3.31, 7.75 2.57 2.58 2.61, 3.33, 3.34, 4.12, 4.55, 7.76, 7.77 4.56 7.6 7.45, 7.47
Trends en ontwikkelingen	- Trend binnen de overheid - Inspelen op trends en ontwikkelingen - Ontwikkeling herinneringstoerisme - Belang van vernieuwing - Ontwikkeling in herdenken - Ontwikkeling in toerisme - Internationale visie op het begrip 'toerisme' - Ontwikkeling in herdenken	2.69, 3.35, 4.59, 4.3, 4.13, 5.64, 6.29, 6.35, 7.23, 7.73 4.54, 5.26, 5.28 6.2, 7.79 6.3, 6.4 6.28, 7.9, 7.12

Technologie	- Toepassing technologie - Visie toepassen technologie	2.12, 3.36, 3.37 4.60, 4.65, 7.78
Financieel	- Subsidies - Financiële investering in attracties - Economische impact - Manier financiering productontwikkeling	3.10, 4.30, 7.60 4.29, 7.61 5.63 7.41
Best practices	- Visie best practices	4.61,
Verhalen	- Verhalen Tweede Wereldoorlog binnen de gemeente - Belang van het vertellen van een heel verhaal - Inzet persoonlijke verhalen - Belang ligging stad - Belang van balans in de geschiedenis - Combinatie persoonlijke en grote verhalen	3.20, 3.7, 5.5, 6.14, 6.15, 7.3, 7.5, 7.7, 7.10 3,38, 5.31, 6.25 4.47, 5.4, 5.6, 5.13, 5.14, 5.43, 5.44, 5.51, 5.52, 5.53, 6.17, 6.18, 6.19, 6.20, 6.24, 6.47, 7.11 6.6 6.21 7.65
Producten	- Bestaande producten - Mogelijke productontwikkeling - Sterke behoefte t.a.v. productontwikkeling - Nut informatiecentrum	3.24, 7.43 4.67, 4.68, 6.37, 6.38 7.22, 7.24 7.57
Locaties	- Focus op specifieke locaties - Kansrijke locaties - Keuze voor specifieke locatie beleving	4.17, 4.18, 4.27, 4.28 4.22,

Bijlage XV: Criteria, wegingsfactoren en onderbouwing

1. Tijdsbestek.

Het advies moet voor 1 januari 2017 realiseerbaar zijn.

Dit is een criterium die in overleg met de opdrachtgever is vastgesteld. In verband met andere toeristische ontwikkelingen en het jubileum van Market Garden in 2019 is dit criterium vastgesteld.

De **wegingsfactor is 3**. Dit omdat het een harde eis is dat het voorstel voor deze datum gerealiseerd kan worden.

Tabel XV-1. Beoordeling adviezen criterium 1.

<i>Beoordeling advies 1</i>	De rol van de gemeente zit vooral in het faciliteren. Hierbij moeten er bijvoorbeeld partijen bij elkaar worden gebracht. Dit soort activiteiten kunnen op korte termijn gerealiseerd worden.
<i>Beoordeling advies 2</i>	Dit adviesonderdeel is deels gericht op productontwikkeling. Hierbij is de gemeente afhankelijk van andere partijen waardoor er minder grip is op tijd en planning.
<i>Beoordeling advies 3</i>	Dit voorstel is afhankelijk van de plannen rondom het informatiecentrum. Daarom is er minder grip op tijd en planning.

2. Passend binnen context Market Garden.

Het advies moet passend binnen de context van Market Garden.

Zoals bij het criterium 'tijdsbestek' is beschreven, ligt de focus op het jubileumjaar van Market Garden in 2019. Dit criterium is samen met de opdrachtgever vastgesteld. Daarnaast geeft respondent 1 ook de waarde van het verhaal rondom Market Garden weer en adviseert om hier de focus te leggen.

De **wegingsfactor is 3**. Dit omdat het belangrijk is voor de opdrachtgever maar ook omdat dit vanuit het interview met een expert binnen de Liberation Route blijkt.

Tabel XV-2. Beoordeling adviezen criterium 2.

<i>Beoordeling advies 1</i>	Dit advies kan op verschillende manieren toegepast worden. Er kan gebruik worden gemaakt van persoonlijke verhalen met betrekking tot Market Garden.
<i>Beoordeling advies 2</i>	Ook dit advies kan gericht worden op het Market Garden verhaal. Wel wordt hierbij een combinatie gemaakt met een activiteit. Dit betekent dat de aandacht van de bezoeker ook deels uitgaat naar de activiteit zelf.
<i>Beoordeling advies 3</i>	Het Market Garden verhaal spreidt zich uit over meerdere gebieden. Daarom pas dit advies binnen dit criterium.

3. Trends en ontwikkelingen.

Het advies moet verklaarbaar zijn t.a.v. vanuit trends en ontwikkelingen.

Ook dit wordt voor de opdrachtgever als een belangrijk punt gezien. Daarnaast help het baseren van resultaten op verschillende vormen van onderzoek mee aan de betrouwbaarheid van het advies.

De **wegingsfactor is 3**. Dit omdat dit een belangrijk criterium voor de opdrachtgever is. Daarnaast het belangrijk om voorstellen te baseren op zaken als trends en ontwikkelingen om zo de kans op succes te vergroten.

Tabel XV-3. Beoordeling adviezen criterium 3.

<i>Beoordeling advies 1</i>	Dit adviesonderdeel is gebaseerd op een gegeven wat in elk onderzoeksgedeelte naar voren kwam.
<i>Beoordeling advies 2</i>	Dit advies is deels gericht op algemene vrijetijdsbesteding dus sluit iets minder aan op het onderwerp herinneringstoerisme.
<i>Beoordeling advies 3</i>	Binnen de trends en ontwikkelingen wordt gesproken over een totaalbeleving. Echter, dit is wat ruimer begrip en daarom is dit adviesonderdeel niet direct hier op toegespitst.

4. Doelgroep.

Het advies moet aansluiten bij de wensen van de doelgroep.

Ook dit is een punt die door de opdrachtgever als belangrijk gezien wordt.

De **wegingsfactor is 4**. Dit omdat gebleken is dat doelgroepdenken niet meer als succesvol wordt gezien. Zo blijkt uit de trends en ontwikkelingen. Daarom is er voor gekozen om dit criterium een lagere wegingsfactor te geven dan criteria 1 t/m 3.

Tabel XV-4. Beoordeling adviezen criterium 4.

<i>Beoordeling advies 1</i>	Sluit aan op de behoefte tot educatie en authenticiteit.
<i>Beoordeling advies 2</i>	Sluit aan op de behoefte tot educatie en authenticiteit.
<i>Beoordeling advies 3</i>	Sluit aan op de behoefte tot educatie

5. Haalbaarheid.

Het advies moet haalbaar zijn t.a.v. inzet van mensen en middelen.

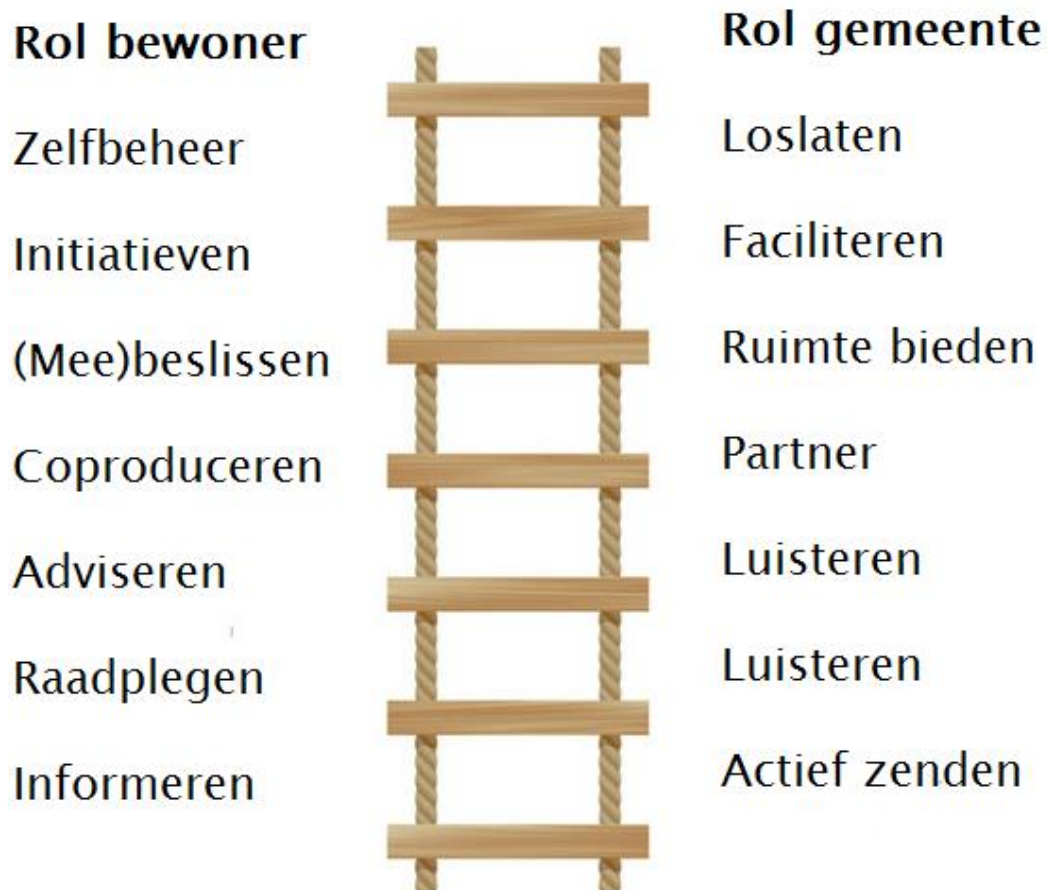
Het is van belang om te kijken of het advies wel haalbaar is ten aanzien van mensen en middelen.

De **wegingsfactor is 2**. Dit omdat er nog geen budget beschikbaar is gesteld. Daarom is dit criterium minder relevant dan criteria 1 t/m 3.

Tabel XV-5. Beoordeling adviezen criterium 5.

<i>Beoordeling advies 1</i>	Bij dit advies is er enige vorm van inzet van externe partijen nodig. Hiervan is nog niet met zekerheid te zeggen of deze inzet ook waargemaakt wordt of kan worden.
<i>Beoordeling advies 2</i>	Bij dit advies is er enige vorm van inzet van externe partijen nodig. Hiervan is nog niet met zekerheid te zeggen of deze inzet ook waargemaakt wordt of kan worden.
<i>Beoordeling advies 3</i>	Bij dit advies is er enige vorm van inzet van externe partijen nodig. Hiervan is nog niet met zekerheid te zeggen of deze inzet ook waargemaakt wordt of kan worden.

Bijlage XVI: Participatieladder



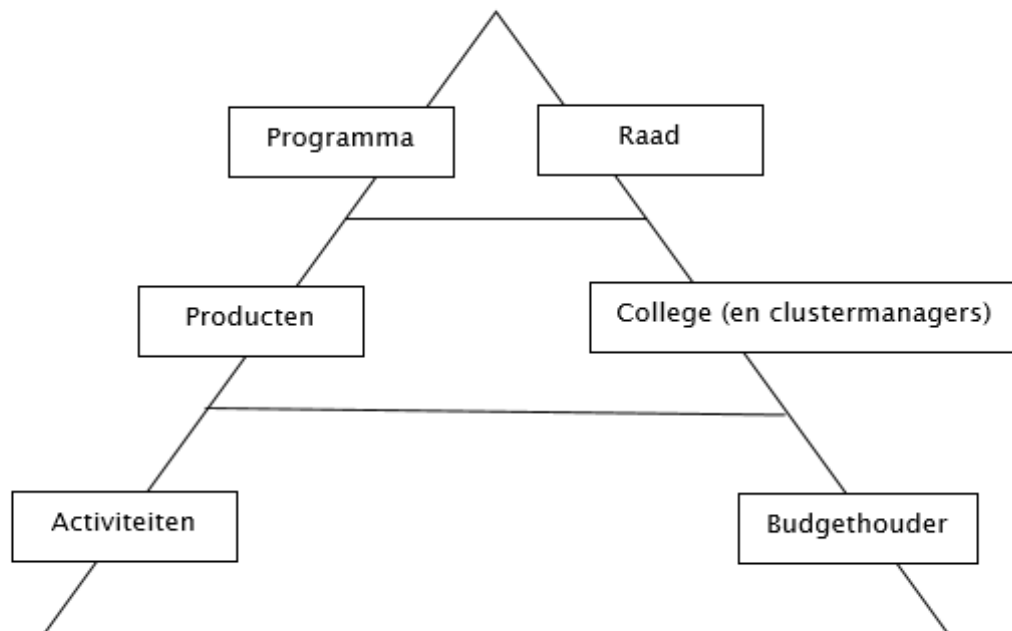
Figuur XVI-1. Participatieladder

(Gigi Kraak, persoonlijke communicatie, 9 juni 2017)

Bijlage XVII: Programma's gemeente Ede

1. Veiligheid
2. Beheer Openbare Ruimte
3. Economische Zaken
4. Educatie & Jeugd
5. Sport
6. Cultuur
7. Werk, Inkomen & Scholing
8. opgeheven
9. Maatschappelijke Ondersteuning
10. Ruimtelijke Ontwikkeling & Wonen
11. Milieu & Landschap
12. Bestuur & Organisatie
13. Dekkingsmiddelen

Bijlage XVIII: Rolverdeling begroting



Figuur XVIII-1: Rolverdeling begroting

(Gemeente Ede, 2017)

Bijlage XIX: Planning

Tabel XIX-1. Planning.

Wie	Wat	Waar	Wanneer	Waarom
Cynthia Suurendonk	Uitnodigen deelnemers voor de presentatie van de resultaten van het onderzoek	Raadhuis Ede	Juni 2017	Inventariseren beschikbaarheid van deelnemers: Gigi Kraak, Visit Veluwe, Willemien Vreugdenhil, Truus Lockhorn, Ed van Seters.
Cynthia Suurendonk, Gigi Kraak, Visit Veluwe, Willemien Vreugdenhil, Truus Lockhorn, Ed van Seters	Presentatie resultaten onderzoek	Raadhuis Ede	Juli 2017 (Afhankelijk van beschikbaarheid betrokken partijen)	Informeren over de resultaten van het onderzoek. Creëren van bewustwording en enthousiasmeren over de ideeën. Creëren van bewustwording over het nut van vrijmaken van budget bij de gemeenteraad.
Gigi Kraak	Werving stagiaire	Raadhuis Ede	Vanaf februari 2018	De stagiaire doet aanvullend onderzoek naar storytelling en de vertaling naar productontwikkeling.
Gigi Kraak	Aanvraag budgetten <i>(Perspectiefnota)</i>	Raadhuis Ede	Februari/maart 2018	Aanvragen van budget voor het aannemen van een junior projectmanager en uitvoeren van activiteiten.
Junior projectleider, stagiair	Presenteren resultaten onderzoek	Raadhuis Ede	Juni 2018	De stagiair presenteert de resultaten van het aanvullende onderzoek naar storytelling en doelgroepen.
Gigi Kraak	Aannemen van een junior projectleider	Raadhuis Ede	Juli 2018	De junior projectleider zal het project verder uitvoeren.
Junior projectleider, Ed van Seters, Archief gemeente Ede, Gigi Kraak	Organiseren van een overleg.	Raadhuis Ede	Juli 2018	Voorleggen van plannen m.b.t. het benutten van persoonlijke verhalen aan de partijen die over content beschikken.
Junior projectleider	Informeren van burgers.	Raadhuis Ede	Juli 2018	Informeren over de mogelijkheid tot inbreng van persoonlijke verhalen
Junior projectleider, Visit Veluwe,	Bijeenkomst organiseren	Nader te bepalen	Augustus 2018	Bij elkaar brengen van partijen. Burgers

Platform UitinEde, Gigi Kraak, burgers gemeente Ede				mogelijkheid geven tot inbreng van persoonlijke verhalen.
Junior projectleider	Beoordelen en selecteren van persoonlijke verhalen.	Raadhuis Ede	September 2018	Persoonlijke verhalen worden beoordeeld en geselecteerd op bruikbaarheid voor productontwikkeling.
Junior projectleider	Documenteren van persoonlijke verhalen.	Raadhuis Ede	September 2018	Geselecteerde verhalen worden gebundeld in boekvorm.
Junior projectleider	Presenteren van verzamelde verhalen		Oktober 2018	Eindresultaat van de verzamelde verhalen wordt gepresenteerd aan Gigi Kraak, Ed van Seters, VisitVeluwe, Platform UitinEde
Junior projectleider	In gang zetten proces product-ontwikkeling	Raadhuis Ede	Oktober 2018	De junior projectleider inventariseert mogelijkheden tot productontwikkeling. (Mede aan de hand van het onderzoek van de stagiair), onderhoud hierin contact met VisitVeluwe. Ook bekijkt de junior projectleider welke programma's binnen de gemeente Ede waardevol kunnen zijn voor samenwerkingen (bijv. 'Programma Levendig Centrum')
Junior projectleider	Productontwikkeling	Raadhuis Ede	Oktober/november 2018	Er wordt samenwerking gezocht met partijen die nodig zijn om het product te realiseren.
Junior projectleider	Realisatie productontwikkeling	Raadhuis Ede	Juni 2019	Productontwikkeling is gerealiseerd.

Bijlage XX: Kosten

Tabel XX-1. Kosten.

Activiteit	Kosten	Toelichting
Uitnodigen deelnemers voor de presentatie van de resultaten van het onderzoek	€0	Het uitnodigen van deelnemers wordt gedaan door Cynthia Suurendonk. Cynthia Suurendonk is momenteel afstudeerstudent bij de gemeente Ede. Deze activiteit valt binnen de werkzaamheden van Cynthia Suurendonk.
Presentatie resultaten onderzoek	€0	De presentatie zal uitgevoerd worden door Cynthia Suurendonk. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van een ruimte binnen het raadhuis.
Werving stagiaire	€1800	€300 bruto per maand x zes maanden (Gemeente Ede, 2017)
Presenteren resultaten onderzoek	€0	De stagiair presenteert de resultaten van zijn/haar onderzoek. Dit valt binnen de werkzaamheden en de kosten van de stagiair.
Aannemen van een junior projectleider creëren	€33.600	Een minimum salaris voor een junior projectleider is €2800 per maand (Projectleider worden, 2017). De junior projectleider wordt voor 12 maanden aangesteld.
Organiseren van een overleg	€0	Dit valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider. Er wordt gebruik gemaakt van een ruimte binnen het raadhuis.
Informereren van burgers	€0	Dit valt binnen de werkzaamheden van de projectleider. Er wordt gebruik gemaakt van de diverse socialmediakanalen waarover de gemeente Ede beschikt. Daarnaast wordt er gebruik gemaakt van de website van de gemeente Ede.
Bijeenkomst organiseren	€270	Vaste kosten: €210 zaalhuur. Gebaseerd op de huur van de grootse ruimte van buurtcentrum het Kernhuis. Variabel: €8 per kan koffie á 8 koppen en €4 per kan thee á 8 koppen (Gerard Bosvelt, persoonlijke communicatie, 29 juni 2017) Totale kosten gebaseerd op 5 kannen thee en 5 kannen koffie (naar schatting).
Beoordelen en selecteren van persoonlijke verhalen.	€0	Valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider.
Documenteren van persoonlijke verhalen.	€0	Valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider. Verhalen kunnen gebundeld, geprint en ingebonden worden door de repro van de gemeente Ede.
Presenteren van verzamelde verhalen	€0	Valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider. Er wordt gebruik gemaakt van een ruimte binnen het raadhuis.
In gang zetten proces product-ontwikkeling	€0	Valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider.

Contact met andere programma's binnen de gemeente Ede	€0	Valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider.
Contact met ondernemers	€0	Valt binnen de werkzaamheden van de junior projectleider.
Productontwikkeling	?	Afhankelijk van de uiteindelijke vorm van productontwikkeling. Dit is mede afhankelijk van de resultaten van het onderzoek van de stagiair en de persoonlijke verhalen die verzameld zijn.
Realisatie productontwikkeling	?	Afhankelijk van de uiteindelijke vorm van productontwikkeling. Dit is mede afhankelijk van de resultaten van het onderzoek van de stagiair en de persoonlijke verhalen die verzameld zijn.
Totaal:	€35.670	