



# TOERISTISCH GEDRAG IN LJUBLJANA

**Het internationale toerisme is vanwege de coronacrisis in 2020 abrupt tot stilstand gekomen. Waar men al jaren pleit voor een duurzamer toerisme, biedt deze adempauze hier wellicht kansen. We trekken lessen uit onze studie naar de relatie tussen toeristisch gedrag en oog voor duurzaamheid onder toeristen in Ljubljana.**

Academici en opiniemakers zien de onverwachte 'adempauze' ten gevolge van de coronacrisis als moment van bezinning en roepen op dit momentum te gebruiken om het toerisme opnieuw vorm te geven. Ze sporen beleidsmakers aan om een type toerisme te stimuleren dat dicht staat bij de uniciteit en typische kenmerken van de bestemming. Dit type toerisme contrasteert met het massatoerisme, vaak gericht op ontspanning en het bezoeken van bekende en bijzondere attracties en trekpleisters, door te zoeken naar authentieke ervaringen en participatie in het lokale leven. In de literatuur staat dit bekend als 'creatief toerisme', omdat het een actieve rol van de toerist veronderstelt: de toerist is niet langer een passieve consument, maar 'co-creëert' zijn toeristische ervaring samen met lokale aanbieders van diensten, inwoners en andere toeristen.

Het gedrag van toeristen kan hier gezien worden als een indicatie van de mate van succes: een toerist die geïnteresseerd is in het eigene van een plaats, zich hierin verdiept, dit uit door lokale producten te consumeren en zelfs probeert te participeren in de lokale creatieve sector zou een meer duurzame toerist zijn dan zijn meer massale evenknie. Toch blijven de adviezen rondom dit

thema vaak vaag en generiek. Wie is deze toerist? Hoe trekt een bestemming deze toerist aan? En belangrijker: is dit type toerisme echt duurzamer en is het een haalbaar alternatief voor het reguliere massatoerisme?

Ljubljana, de hoofdstad van Slovenië, is een stad die sterk inzet op duurzaamheid en op de ontwikkeling van een duurzamere vorm van toerisme. Bovendien bevindt de stad zich al enkele jaren in een toeristische groeispurt en begint men vragen te stellen rondom de effecten van dit toenemende toerisme. Door deze bijzondere ontwikkelingen bezochten wij in mei 2019 de stad en enquêteerden daar 136 toeristen om te onderzoeken in welke mate het al dan niet creatieve en participerende gedrag van bezoekende toeristen te linken is aan een interesse in duurzaam toerisme.

We vergelijken het toeristisch gedrag gevonden in ons onderzoek met de verschillende treden van de behoeftenpiramide van Maslow. Hierin past het massatoerisme bij de onderste treden, de basisbehoeften, veiligheid en comfort welke in een toeristische context te vertalen zijn naar 'het op een veilige, comfortabele en ontspannende wijze bezoeken van bijzondere en bekende attracties en trekpleisters'. Het creatieve, participerende toerisme

past bij de bovenste trede van de piramide: de zoektocht naar zelfontplooiing. Vervolgens contrasteren we het gevonden gedrag met de houding van toeristen ten opzichte van verschillende aspecten van duurzaamheid om antwoord te geven op de vraag of de creatieve toerist de sleutel is voor een meer duurzame vorm van toerisme. De hieruit geleerde lessen kunnen worden gebruikt om het toerisme na de coronacrisis op een andere manier te benaderen.

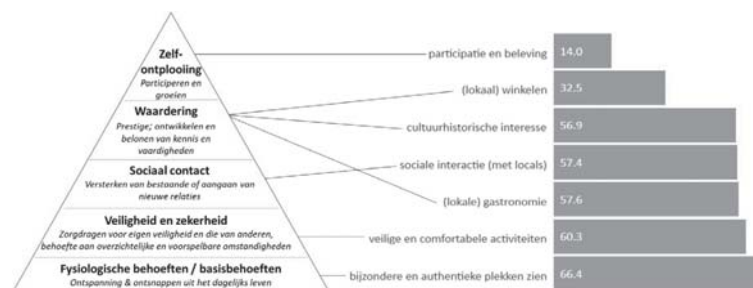
### Toerisme in Ljubljana

Ljubljana is een opkomende toeristenbestemming. In 2019 waren er met 2,2 miljoen toeristische overnachtingen ruim 1,5 keer zoveel toeristen als in 2010. Dat is voor deze stad een groot aantal vergeleken met haar 370.000 inwoners. Ter vergelijking haalt Utrecht, een stad van vergelijkbaar formaat, slechts één derde van dit aantal toeristische overnachtingen. Binnen Slovenië is Ljubljana één van de belangrijkste toeristische bestemmingen. Van de 4,7 miljoen buitenlandse toeristen in Slovenië in 2019 bezocht een kwart in ieder geval de hoofdstad Ljubljana. Hoewel de uitgestrekte berggebieden in het noorden van Slovenië als regio de meeste toeristen trekken, is Ljubljana met afstand de meest bezochte stad van Slovenië, gevolgd door de havenstad Piran en het stadje Bled gelegen aan het beroemde gelijknamige meer.

## Een formule van volume en snelheid: massa is kassa

Het Sloveense Ministerie van Economische Ontwikkeling en Technologie heeft als doel de omzet van internationaal toerisme naar 4 miljard euro te verhogen. Om dit te bereiken moet het aantal toeristische bezoeken en overnachtingen en de gemiddelde verblijfsduur verder stijgen. Dit beleid richt zich hoofdzakelijk op het versterken van het toerisme in een aantal focusgebieden waar 'Centraal Slovenië & Ljubljana' er één van is. Naast zakelijk toerisme, 'touring' en gastronomie, is stadstoerisme volgens het ministerie een kernproduct waarop gefocust zal worden. Op basis van deze beleidsambitie kan men dus verwachten dat het toerisme in Ljubljana de komende jaren verder zal ontwikkelen. De focus op Ljubljana van zowel de internationale toerist als van de nationale beleidsmakers is niet verrassend. Ljubljana is een aantrekkelijke bestemming. Dit komt deels voort uit de aanwezigheid van enkele toeristische trekpleisters: het historische centrum met pleinen en kerken en de verschillende musea staan op de checklist van de meeste toeristen. Met het uitzicht op en vanuit het middeleeuwse kasteel op een heuveltop aan de rand van het centrum, gezellige winkelstraten en een geprezen lokaal gastronomisch aanbod heeft de stad voor toeristen veel te bieden. Daarnaast wordt Ljubljana veel aangedaan als onderdeel van een reis door Slovenië en/of omliggende landen en vormt de stad voor West-Europa de poort tot de Balkan.

Naast haar attracties, omgeving en sfeer heeft de stad ook veel bekendheid gekregen dankzij nominaties voor verschillende titels en labels. Zo is de stad in 2016 uitgeroepen tot European Green Capital. Ook heeft Ljubljana een gouden label gekregen binnen de 'Green Scheme of Slovenian Tourism', een beoordelingssysteem dat op nationaal niveau de toeristensector naar een milieuvriendelijker niveau moet brengen. Tegenwoordig kent Ljubljana 542 aan openbare groene ruimte per inwoner, met veel mogelijkheden voor milieuvriendelijke toeristische activiteiten. Daarnaast voldoet de stad aan hoge milieustandaarden. In 2019 werd Ljubljana erkend met de Europese *Smart Tourism Award* voor uitstekende



Figuur 1: De behoeftenpiramide van Maslow toegepast op toerisme en vergeleken met de gedragscomponenten van toeristen in Ljubljana. Bron: auteurs.

prestaties op het gebied van innovatief en duurzaam toerisme. Dit komt onder andere voort uit verschillende activiteiten die de stad onderneemt op het gebied van toerisme: Ljubljana Tourism biedt bijvoorbeeld 'innovative activity-based guided tours' aan waarbij toeristen kennis kunnen maken met cultureel erfgoed en traditionele gastronomie. Ook wil Ljubljana toeristen spreiden over tijd en ruimte, door evenementen buiten het piekseizoen te plannen en toeristen te informeren over minder bezochte stadsdelen en locaties in de regio van Ljubljana.

De vraag is echter of de campagnes en de 'groene' labels ook daadwerkelijk leiden tot duurzamer toeristisch gedrag. Daarnaast betekent de nominatie voor het *Smart Tourism Award* niet noodzakelijk dat de bewoners van Ljubljana tevreden zijn met de toeristische ontwikkelingen. Recent klinken er namelijk in lokale media geluiden dat toerisme voor de stad ook negatieve gevolgen meebrengt. Hoe dan ook, nu steeds meer bestemmingen worstelen met de vraag hoe zij toerisme op een duurzame manier kunnen organiseren, liggen er in Ljubljana wellicht antwoorden op deze vraag.

### Duurzaam toerisme, een tegenstelling?

Toerisme en duurzaamheid gaan moeilijk samen. Toerisme is in veel gevallen inherent niet duurzaam, omdat er vaak een behoorlijke fysieke verplaatsing aan ten grondslag ligt. De ecologische voetafdruk van de reizende mens is enorm. Naast de verplaatsingen van de toerist draagt ook de aangelegde toeristische infrastructuur en het vaak minder duurzame consumptiepatroon van toeristen hieraan bij. De impact van toerisme gaat echter verder dan de milieueffecten. Ook de impact op de lokale economie en sociale leefomgeving is een 'hot topic' in wetenschap en beleid. Waar toerisme in de vorige eeuw vooral werd gezien als een mogelijke katalysator voor economische groei, wordt er nu gewaarschuwd voor haar ontwrichtende karakter. Toerisme kan oorspronkelijke economische activiteiten wegduwen, denk bijvoorbeeld aan de verandering van het aanbod aan diensten en winkels in toeristische gebieden. Ook kan het oorspronkelijke bewoners en gebruikers wegdrijven. Drukke, overlast en/of stijgende woning- en consumptieprijs maken toeristische plekken voor hen minder prettig en interessant. In het geval van toerisme zit aan duurzaamheid altijd een ecologische, een economische en een sociale kant.

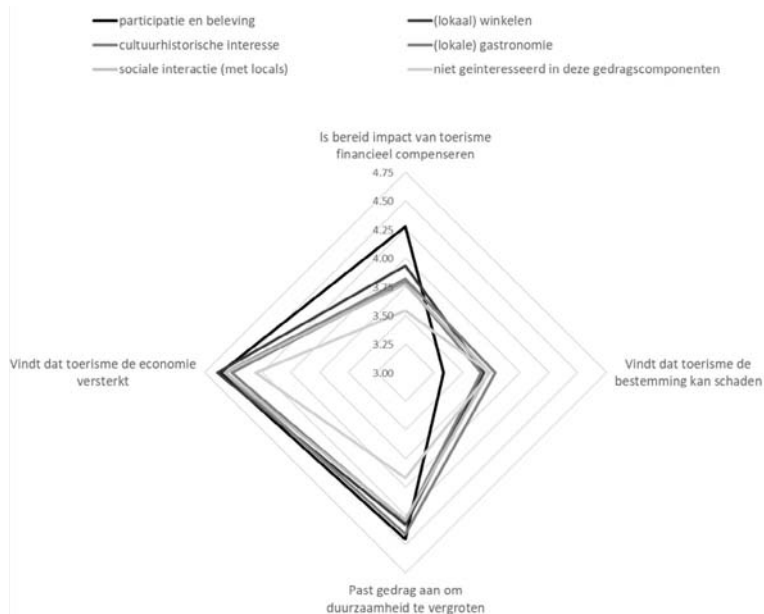
De vraag is echter wat duurzaam toerisme nou eigenlijk is en waarom dit zo belangrijk is. In dit artikel beschouwen we duurzaam toerisme vanuit het perspectief van de ontwikkeling van de bestemming. Toerismedeskundigen als Richard Butler, Jan van der Borg en Paolo Russo hebben de afgelopen decennia bestemmingen met een snelgroeiende toeristensector bestudeerd. Allen kwamen tot de conclusie dat na een periode van economisch succes populaire bestemmingen de negatieve gevolgen van toerisme beginnen te ervaren. Eén van de meest opvallende gevolgen is drukte, geclusterd in tijd en ruimte. Daarnaast kan er sprake zijn van een afname van de waardering van historisch erfgoed en

lokale cultuur door bezoekers, wat leidt tot een beweging naar een interesse in meer generieke producten en diensten. Denk hierbij aan typische toeristenwinkels met stereotype producten, zoals de 'Nutellawafel', die in menig populaire bestemming te vinden zijn. Dit alles zorgt voor een afname van kwaliteit in het aanbod van voorzieningen en van de waardering en leefbaarheid voor bewoners. Ook worden populaire bestemmingen economisch afhankelijk van hun bezoekers en van enkele grote toeristische ondernemers. Zonder actief beleid rond de organisatie van het toerisme en een strategische toekomstvisie, die ingebed is in de bredere lokale beleidsplannen, zal de bestemming steeds minder aantrekkelijk worden. Eenmaal te ver in deze vicieuze cirkel zijn negatieve gevolgen van toerisme moeilijk terug te draaien.

## Ljubljana zet sterk in op een duurzamere vorm van toerisme

Volgens deze toeristisch geografische modellen is de neergang van een bestemming niet af te meten aan een afname in het aantal bezoekers, maar juist aan de verandering van het gedrag van bezoekers en aan de houding van lokale bewoners jegens toerisme. Een gemiddeld korter verblijf, meer generieke interesses en een corresponderend gedragspatroon van toeristen zijn hier indicatoren van. Een meer duurzaam toerisme daarentegen kan ook in het licht worden gezien van dit model. De 'duurzame toerist' gedraagt zich gepast, heeft respect voor milieu, historisch erfgoed en lokale cultuur, draagt bij aan de lokale economie en is eerder geneigd langer op de bestemming te verblijven en voor een volgend bezoek terug te keren. In de huidige beleidsdiscussie rondom toerisme klinkt de vraag hoe steden juist deze duurzame toerist aan kunnen trekken en/of dit duurzame gedrag kunnen stimuleren steeds vaker door. In de volgende sectie presenteren

Figuur 2: De gedragscomponenten van toeristen in Ljubljana vergeleken met houding ten opzichte van duurzaamheidscomponenten. Bron: auteurs



we de resultaten van ons onderzoek waarin we ingaan op de vraag in welke mate het gedrag van toeristen gebruikt kan worden als indicator voor een duurzame ontwikkeling van toerisme.

### Toeristisch gedrag als spiegel voor duurzaamheid

Ons onderzoek naar de activiteiten die toeristen in Ljubljana ondernemen laat zien dat de stad verschillende soorten toeristen aantrekt. Via een statistische 'factoranalyse' reduceerden we 18 type activiteiten tot 7 gedragscomponenten. Zo maken bijvoorbeeld de activiteiten 'meedoen aan workshops', 'bezoeken van evenementen', 'participeren in nachtleven' en 'activiteiten ondernemen die eigen identiteit versterken' samen de gedragscomponent 'participeren en beleven'. Wanneer deze 7 gedragscomponenten op een volgorde gezet worden naar het percentage toeristen die daarbij passen, vertonen ze een sterke gelijkheid met een op het toerisme toegepaste variant van de behoeftenpiramide van Maslow. Deze piramide wordt al ruim 40 jaar gebruikt in onderzoek naar behoeften en gedrag van toeristen. De onderste treden van de behoeftenpiramide worden door het grootste deel van de toeristen behaald terwijl naarmate we hoger op de piramide komen het aantal toeristen dat dit type gedrag vertoont, afneemt.

De meest voorkomende gedragscomponent is 'het bezoeken van authentieke en bijzondere plekken'. Twee derde van de toeristen geeft aan dit erg belangrijk te vinden tijdens hun bezoek aan Ljubljana. Dit komt overeen met de laagste trede van de toeristische behoeftenpiramide: naast 'ontspannen' is het ontsnappen uit je dagelijks leven om een bijzondere authentieke plek te bezoeken een soort basisprincipe. De volgende gedragscomponent stelt een verlangen naar een 'comfortabele en veilige setting waarbinnen activiteiten gedaan kunnen worden' voor. Deze component komt overeen met de tweede trede uit de piramide. Voor een meerderheid van de bezoekers aan Ljubljana is comfort en veiligheid erg belangrijk.

Daarboven zitten het ervaren van (lokale) gastronomie, sociale interactie (met *locals*) en cultuurhistorische interesse. Deze componenten slaan terug op het ontdekken van een plek, waarbij interacteren met de bestemming het belangrijkste is. Deze gedragscomponenten komen overeen met de treden 'sociaal contact' en 'waardering' uit de toeristische behoeftenpiramide: deze bezoekers van Ljubljana geven aan de bestemming niet enkel 'te zien' maar er ook een bepaalde relatie mee aan te gaan. Hierbij worden eerder opgedane kennis en (sociale) vaardigheden aangesproken en versterkt.

De gedragscomponent '(lokaal) winkelen' wordt door een beduidend kleinere groep belangrijk gevonden tijdens hun bezoek aan Ljubljana. Bij de gedragscomponent (lokaal) winkelen draait het om het zoeken van lokale producten en hiermee actief bij te dragen aan de lokale economie. Deze component valt onder de trede 'waardering' op de behoeftenpiramide: middels het kopen van bijzondere en lokale producten als geschenk of herinnering kan een bepaalde mate van prestige worden opgewekt, maar het kan ook dienen om lokale vaardigheden en kleinschalige maakindustrie te stimuleren. Door te consumeren spreekt de toerist waardering uit over de hetgeen de bestemming te bieden heeft.

Ten slotte is de kleinste component het participeren en beleven van een plek. Hiermee wordt bedoeld dat toeristen participeren in de lokale cultuur, door bijvoorbeeld workshops en cursussen te volgen. Deze gedragscomponent sluit aan bij de laatste trede van de piramide: middels participerende activiteiten kan de toerist een mate van zelfontplooiing en persoonlijke groei bereiken.

Een mooi voorbeeld van een type plaats waar toeristen uit de bovenste laag participeren in (een variant van) het dagelijks leven is te vinden in één van de alternatieve plekjes in Ljubljana: Metelkova. Deze voormalige fabriekswijk gelegen net buiten het centrum heeft zich omgevormd tot een alternatieve en culturele buurt waar jonge inwoners uit Ljubljana en bezoekers samen

komen om hun interesse in kunst en cultuur te delen. Alle gebouwen zijn bedekt met *street art* en binnen bevinden zich excentrieke clubs, alternatieve kunstgaleries en ruimtes waar verschillende workshops, exposities en voorstellingen worden gehouden. Onder toeristen wordt Metelkova steeds bekender, maar nog steeds laten de meesten de wijk links liggen. Dit komt ook overeen met het model van de gedragscomponenten. Metelkova biedt activiteiten die passen bij de laatste trede in de piramide, waarvan de bijbehorende gedragscomponent maar door een klein deel van de ondervraagde toeristen ondernomen wordt. Toen wij Metelkova bezochten, waren er wel toeristen, maar het was er nooit druk. Dit terwijl je uren kan kijken naar alle kunstwerken en kleurrijke gebouwen, kan participeren in creatieve activiteiten en tegelijkertijd met locals kan mengen.

### De laatste trede van de piramide: de creatieve toerist

Het begrip 'creatief toerisme' is relatief nieuw. Richards & Raymond introduceerden dit begrip in 2000 als alternatief voor stedelijk massatoerisme. Creatieve toeristen zijn op zoek naar zelfontplooiing en via deze weg beleven zij een stedelijke toeristische bestemming. Zij worden gezien als alternatief voor de stedelijke massatoerist, omdat ze een intrinsieke interesse hebben in de lokale en vaak immateriële cultuur van een bestemming. Bovendien pogen ze tijdens hun bezoek via hun activiteiten tijdelijk deel te worden van de bestemming en delen ze interesses en kennis met lokale bewoners. Op deze manier hebben de toeristen een minder grote impact op de bestemming dan hun meer massale evenknie die vooral de bijzondere plekken bezoekt en dit het liefste doet vanuit een veilige, comfortabele en voorspelbare setting. Deze reguliere vorm van toerisme is moeilijk te integreren in het bredere stedelijke bestaan. Er ontstaat namelijk een industrie gericht op het 'in hapklare brokken vertalen' van de bestemming naar toeristen, welke functioneert op basis van een formule van volume en snelheid: massa is kassa. Het is juist deze ontwikkeling in het stedelijk toerisme die conflicteert met de manier waarop lokale inwoners en toeristen met een alternatieve interesse de stad gebruiken en beleven.

## Zijn deze toeristen in Ljubljana dan echt zo schadelijk?

Zijn de 'creatieve toeristen' dan de oplossing voor de problemen waar het huidige stedelijk toerisme mee kampt? Moeten steden alles op alles zetten om deze toerist aan te trekken? Ja en nee. In tegenstelling tot wat de theoretische benadering van het 'creatieve toerisme' zou doen vermoeden laat ons onderzoek zien dat de 'creatieve toerist' op sommige momenten net zo goed een 'massatoerist' is. De minderheid die actief op zoek is naar 'participatie en beleving', is net zo goed op zoek naar de authentieke en bijzondere plekken van Ljubljana, en doet dit op zijn tijd ook graag op een veilige en comfortabele manier. De creatieve toerist zal de lokale topattracties niet overslaan, wat de toeristische druk op de gebaande paden niet zal doen verminderen.

Toch doet deze toerist meer dan alleen op de gebaande paden blijven, en brengt zo enkele voordelen met zich mee. Zo hebben zij meer oog voor de lokale economie dan de andere typen toeristen en interacteren zij meer met lokale inwoners. Ook blijkt uit het onderzoek dat dit type toerist de hoogste waardering geeft voor haar bezoek aan Ljubljana en het meest geneigd is om in de toekomst terug te keren. Bovendien scoren creatieve toeristen in ons onderzoek hoger op de duurzaamheidsindicatoren. Zij zijn

eerder bereid een financiële bijdrage te leveren om de gevolgen van toerisme tegen te gaan en daarnaast passen zij bewust hun gedrag aan om duurzaamheid in de toeristische sector te vergroten. Wat echter wel opvalt is de mate waarin deze toeristen zich bewust zijn van de schadelijke impact van toerisme op bestemmingen in het algemeen: zij zijn het minder sterk eens met de stelling dat toerisme de lokale leefomgeving en het milieu aantast. Dit is misschien te verklaren doordat dit type toeristen hun eigen toeristisch gedrag als minder schadelijk beschouwen. Dit kan in zekere mate ook het geval zijn, maar ook deze groep toeristen maakt te zijner tijd gebruik van faciliteiten ingericht voor het massatoerisme, zoals vliegtuigen en hotels, en bezoeken ook de attracties en plaatsen die populair zijn bij massatoeristen, met de mogelijke schadelijke gevolgen van dien.

Dat het creatieve toerisme voordelen met zich meebrengt en misschien ook gewenster is dan het massatoerisme is helder, maar wat betekent dit voor een stad als Ljubljana? De vraag blijft of de stad zich volledig moet gaan focussen op het aantrekken van creatieve toeristen in plaats van het huidige beleid omtrent duurzaamheid en innovatie. Om deze te kunnen beantwoorden is het belangrijk om de overige toeristen in Ljubljana te analyseren. Zijn deze toeristen in Ljubljana dan echt zo schadelijk? De resultaten van het onderzoek laten zien dat naast de creatieve toerist, de minderheid die volledig tracht op te gaan in de lokale cultuur, een belangrijke groep ook op zoek is naar een betekenisvolle ervaring en oog heeft voor verschillende aspecten van duurzaam toerisme. Er is een hoge mate van cultuurhistorische interesse, en ook het ervaren van de bestemming middels interactie met lokale inwoners of het proeven van lokale gerechten, vindt meer dan de helft van de ondervraagde toeristen belangrijk. In welke mate dit het gevolg is van de toeristen die Ljubljana aantrekt, gekoppeld aan het toerismebeleid is niet duidelijk. Wat wel duidelijk is, is dat wanneer een opkomende generieke smaak, weinig interesse in cultuur en weinig interactie met de lokale bevolking worden gezien als alarmbellen voor een niet-duurzame ontwikkeling, gesteld kan worden dat Ljubljana nog op het goede pad zit en waarschijnlijk terecht in 2019 haar duurzaam toerisme award won. Dit artikel laat hiermee zien dat door te kijken naar toeristisch gedrag, een vinger aan de pols van de staat van de bestemming kan worden gehouden.

### Literatuurselectie

- Pearce, P. L., & Lee, U. I. (2005) Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of travel research* 43, nr. 3, pp. 226-237.
- Russo, A. P. (2002) The "vicious circle" of tourism development in heritage cities. *Annals of tourism research* 29, nr. 1, pp. 165-182.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006) Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism management* 27, nr.6, pp. 1209-1223.
- Duxbury, N., & Richards, G. (Eds.). (2019) *A research agenda for creative tourism*. Cheltenham and Camberley: Edward Elgar Publishing.

**Sanne Jasker** (s.jasker@students.uu.nl) en **Valentijn As** (v.b.mas@students.uu.nl) zijn studenten Sociale Geografie en Planologie aan de Universiteit Utrecht. Sanne is geïnteresseerd in duurzaamheid, ontwikkelingsgeografie en toerismegeografie. Valentijn heeft een interesse voor erfgoed, geopolitiek en toerismegeografie.

**Egbert van der Zee** (e.l.vanderzee@uu.nl) is universitair docent bij het departement Sociale Geografie en Planologie aan de Universiteit Utrecht met een interesse in GIS en toerismegeografie. Tevens is hij redacteur bij AGORA.

Dit onderzoek is uitgevoerd als onderdeel van het honours programma van de faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht. De auteurs danken Thijs Ahsman, Noa Hamacher, Natalie van 't Hullenaar en Eva van der Jagt voor hun bijdragen aan het onderzoek.