

Studenten Inholland pionieren met next-level toerisme voor Amsterdam

Dag bierfiets, hallo betekenisvolle ontmoeting

Kan toerisme in de hoofdstad van last naar lust- voor bezoeker én bewoner? Jazeker, laten studenten van de Hogeschool Inholland zien. In samenwerking met Inholland's Urban Leisure & Tourism Lab presenteren zij zeven frisse projecten die toerist en bewoner verbinden, en de binnenstad wat lucht geven.

De ruime aula van Inholland Diemen zoemt van het opgewonden enthousiasme. Zeven teams van vierdejaars studenten Tourism en Management hebben zich rond verschillende hoge tafels gecentreerd met daarop een scala aan flyers, goodiebags, posters en laptops. Ze trekken nog snel hun keurige pakken, rokjes en moodboards recht.

Het geroezemoes verstilt als docent Manon Joosten de aula binnenloopt, gevolgd door de jury die vandaag het werk gaat beoordelen; opdrachtgever Amsterdam Marketing, de gemeente Amsterdam, House of Hospitality, Allsensing, het ROC en The Hague Hogeschool, Sail, Lanicer en de Alternative Tourism Board.

De betekenisvolle ontmoeting

Tien weken lang mochten deze vierdejaarsstudenten van de minor Destination Development stoeien met de vraag hoe de Metropoolregio Amsterdam het decor kan zijn van een bijzondere ontmoeting tussen toerist en bewoner. Standplaats: InHolland's [Urban Leisure & Tourism Lab](#). Dat is een stadslab in Amsterdam-Noord dat zich bezighoudt met de vraag hoe de stad onder al dat toerisme inclusief en in balans blijft.

Het Tourism Lab wordt door acht mensen gerund, waaronder onderzoeker en stadssocioloog Roos Gerritsma en stadsantropoloog Philippa Collin, die vandaag ook aanwezig zijn. Het Lab staat met haar poten in de modder, wil grootstedelijke problematiek vertalen naar hyperlokale, concrete oplossingen voor bewoners en buurt.

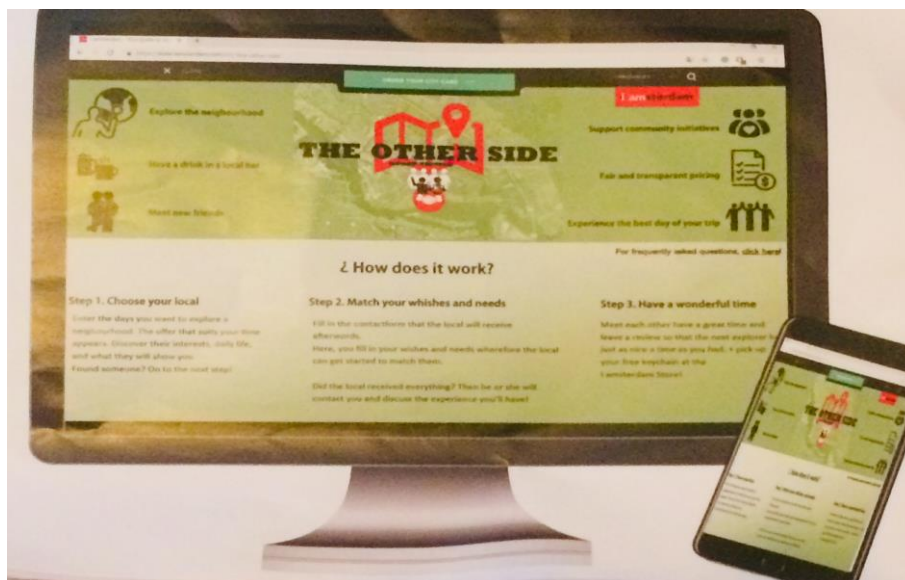
“Studenten moeten gaan begrijpen wat er onder de huid van de buurt speelt, op zoek gaan naar de pijn, de frictie, de trots. Wat kan mensen

fictieve van een school. Onze studenten leren hier tijdens hun studie de echte wereld kennen.”

Het eerste standje waar de jury voorbijloopt is van het team van studenten van ‘The Other Side’. Zo noemen zij hun project, dat de kracht van persoonlijke verhalen inzet om toeristen en inwoners van Amsterdam-Noord te verbinden.

Nederland in het klein

‘The Other Side staat voor de andere kant van IJ, maar ook voor de andere kant van het verhaal. Noord is een uniek mozaïek aan buurten en mensen, een beetje Nederland in het klein. De oude Noorderlingen zitten niet te wachten op verandering, maar willen wel graag vertellen over ‘hun’ oude Noord.



Website van ‘The Other Side’

De website van The Other Side koppelt toeristen aan Noorderlingen op basis van gedeelde interesses (net als Couchsurfing). Het team deed een testrit met geboren en getogen Noorderling Mark, voor wie aan zowat elke viskraam of markant gebouw in Noord wel een bijzondere herinnering plakt.

Via een QR-code op de website kan je met je mobiel een visuele kaart met de Noord- herinneringen van Mark downloaden. Zo vergelijk je het heden met het verleden van Noord. Dat kan via een audiotour met Mark’s stem, of in het echt, met Mark in Amsterdam-Noord.

Positieve attitude

De nood aan het spreiden van toerisme en het verbinden van bewoners en bezoekers is sinds Inholland's minor Destination Development tien jaar geleden begon alleen maar toegenomen. Het aantal toeristen blijft de komende jaren stijgen – of we dat nou leuk vinden of niet. [Naar schatting doen jaarlijks 7 miljoen verblijfstoeristen Amsterdam aan](#) (dit is exclusief Airbnb en cruisetoeeristen, die worden niet in de officiële cijfers meegenomen), en dat aantal neemt elk jaar met 5% toe.

“Bijna de helft van de bewoners van Amsterdam staat positief tegenover het idee van bezoekers die hun stad, wijk of straat willen zien.”

Volgens Roos Gerritsma, verantwoordelijk voor het onderzoeksprogramma van het Urban Leisure & Tourism Lab, staan Amsterdammers helemaal niet zo negatief tegenover toeristen als de media ons laten geloven. “Ik doe daar al sinds 1998 onderzoek naar en wat telkens naar voren komt is dat bijna de helft van de inwoners een zeker gevoel van trots heeft. [Zij staan positief tegen het idee van bezoekers die hun stad, wijk of straat willen zien.](#)”

Gerritsma onderzoekt als stadssocioloog de gemeenschappelijk waarden en lifestyles van toerist en bezoeker, en hoe je die kan gebruiken om een betekenisvolle ontmoeting te realiseren die de stad in balans houdt.

Metropoolregio Amsterdam

Want die balans is soms ver te zoeken in het hart van Amsterdam. De toeristen, forensen en dagjesmensen komen vaak rond dezelfde tijden op dezelfde plekken in de stad. Ondertussen toont onderzoek aan dat vooral cultuurtoeristen en millennials openstaan voor iets transformatievers dan de eerder genoemde bierfiets.

Welkom [metropoolregio Amsterdam](#) – een gebied dat zich uitstrekt van het Muiderstot (Amsterdam Castle) tot aan de kust (Amsterdam Beach) tot Flevoland en de Bollenstreek (Amsterdam Flower Strip)- met in totaal 33 gemeenten en 2.4 miljoen inwoners.



Metropoolregio Amsterdam.

Twee teams van studenten, 'Meet my Pet' en 'The Green Encounter' springen daarop in en kiezen ervoor om toeristen weg van Amsterdam, richting respectievelijk Haarlem en Almere -Oosterwold te leiden.

De hond als ijsbreker

'Meet my Pet' koppelt internationale hondenliefhebbers via een website aan lokale hondeneigenaren in Haarlem, leggen de studenten uit. Een hondje staat naast het tafeltje en kwispelt lustig met het staartje. "Op onze website vullen beide dierenliefhebbende partijen hun ideale wandeltijden in, en de website matcht dan op basis van beschikbaarheid."

Honden breken het ijs op een manier die mensen niet gegeven is. Toeristen leren zo Haarlem kennen via de favourite wandelroute van het baasje en de hond. "Onze app is niet alleen voor toeristen, maar ook voor dagjesmensen uit bijvoorbeeld Amsterdam of Hoorn die een liefde voor honden delen en Haarlem bezoeken. De hondeneigenaren krijgen een kaart die ze korting geeft bij lokale bedrijven." Ook 'Meet my Pet'-merchandise is in de maak – in de vorm van hondenpoepzakjes met logo.

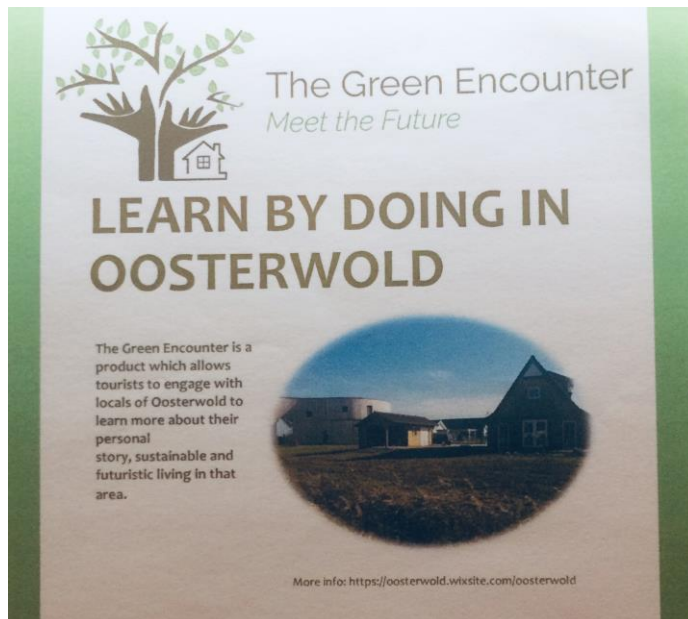


Het team raakte na de eerste testdag in Haarlem alleen maar enthousiaster over het idee. De deelnemende hondenbezitter uit Haarlem vond het heel inspirerend om te zien hoe onder de indruk de toeriste uit Duitsland van haar stad was, en haar hond kreeg een extra portie liefde mee. In de toekomst sluit team 'Meet my Pet' niet uit om betekenisvolle ontmoetingen te realiseren door paarden- en kattenliefhebbers aan elkaar te koppelen.

Een groene verbinding

Niet alleen honden werken als bindmiddel tussen toerist en bewoner. Het team van 'The Green Encounter' onderzoekt of ecologische idealen ook een verbindende waarde hebben. In Flevoland (op Airbnb: 'the suburbs of Amsterdam') welteverstaan. Je bent er in twintig minuten met de trein. Maar wat hebben internationale bezoekers daar eigenlijk te zoeken?

"De website van The Green Encounter is een platform waar toeristen die willen leren over zelfvoorzienend leven en duurzaam wonen gekoppeld worden aan een bewoner van Oosterwold", legt een studente aan de jury uit. "Oosterwold is een groen gebied van ruim 4.3 hectare ten oosten van Almere, waar bewoners zonder bemoeienis van de overheid zelfvoorzienend en ecologisch verantwoord bouwen en leven."



'The Green Encounter'

Toeristen kunnen op de website aangeven waarover zij willen leren en hoe ze willen helpen. Het team verteld dat de bewoners van Oosterwold die zij spraken razend enthousiast zijn. "Zij hoeven geen financiële vergoeding voor de uitwisseling, maar willen vooral de ecologische visie van Oosterwold verspreiden. Ze vinden het leuk als bezoekers meehelpen. Met bijvoorbeeld het verbouwen van gewassen, de constructie van duurzame woningen, en aanleggen van wegen en riolering."

De studenten leggen uit dat deze betekenisvolle ontmoeting Flevoland internationaal positief op de kaart kan zetten en daarnaast de toeristische druk op het centrum van Amsterdam verlicht.

Chillen in West en vrijmibo's op de Zuidas

Naast 'The Other Side', 'Meet my Pet' en 'The Green Encounter' doen ook mee team 'Amsterdam Islands', dat toeristen matcht aan lokale entrepreneurs op Java- en KNSM eiland. Het team 'Iam Bos&Lommer' laat lokale bewoners op een website en in een app vertellen over restaurantjes en favoriete plekken om te chillen en slapen in het hippe Amsterdam-West.



Team 'Iam Bos & Lommer'

Team 'After Business' koppelt bezoekende zakenlui op de Zuidas aan Nederlandse zakenmensen die daar wonen en werken, en team 'Lettuce Meet' maakte een platform dat voedselverspilling tegengaat en bewoners en bezoekers een restaurant laat uitkiezen om samen van een lekkere maaltijd te genieten.



Team 'After business'

Startup-achtige producten

Manon Joosten loopt trots rond langs de tafeltjes. Zij is als docent van de minor Destination Development verantwoordelijk voor het programma en de samenwerking met het Tourism Lab en de verschillende instanties en stakeholders. “Het is elke keer weer bijzonder om te zien hoeveel de studenten in slechts tien weken tijd voor elkaar krijgen. De bedoeling is dat studenten hier realistische prototypes maken. Sinds september ben ik samen met het Tourism Lab aan het onderzoeken of we die prototypes ook echt naar de realisatiefase kunnen trekken.”

“De bedoeling is dat studenten hier realistische prototypes maken”

Wat opvalt is dat alle teams digitale startup-achtige producten maken die gebaseerd zijn op verhalen van de straat, onderzoek in de echte wereld en feedback van commerciële spelers. Technologie is telkens de facilitator tussen toerist en bewoner, en de uiteindelijke ontmoeting. Het maakt de producten toepasbaar en goedkoop.

Out-of-the-box-denken

Fleur Wienhoven en Marije Luschen van opdrachtgever Amsterdam Marketing voelen zich door de verse blik van de studenten flink wakker geschud, zeggen ze. “Dat out-of –the-box denken geeft ons ook weer inspiratie. Wij presenteren ons hier graag aan het toekomstige werkveld en de winnaar van vandaag mag bij ons langskomen om te kijken of we het product echt op de markt gaan brengen.”



Jury-overleg Gemeente Amsterdam, Tourism Lab en Amsterdam Marketing

Nadat de jury alle teams heeft gehoord en bevroegd, volgt het beraad. De twee teams die door mogen naar de finale zijn: 'Amsterdam Islands' (dat voorziet in het digitaal matchen van toeristen aan lokale entrepreneurs op Java- en KNSM eiland) en 'The Green Encounter' (dat groene toeristen via een website kennis laat maken en koppelt aan ecologische pioniers in Almere-Oosterwold).



Team 'Amsterdam Islands'

Pionieren

De jury vindt dat 'Amsterdam Islands' marketingtechnisch heel goed in elkaar zit. Maar 'The Green Encounter' is innovatief en maakt echt gebruik van de hyperniche (ecologisch leven als gedeelde lifestyle) om een betekenisvolle ontmoeting te stimuleren. Bovendien moest het product duurzaam zijn. "Laten we pionieren en voor het nieuwe geluid gaan!" klinkt het tijdens het laatste juryberaad.

"Zo'n ervaring is precies wat nodig is om later het verschil te maken"

En zo geschiedde. 'The Green Encounter' wint de opdracht en gaat binnenkort langs bij Amsterdam Marketing om hun prototype te presenteren. Tijdens de bekendmaking worden studenten herinnert aan de volgende uitdaging van dit studiejaar: een reis naar Marokko om de betekenisvolle ontmoeting in een internationalere setting te realiseren.

Docent Manon Joosten kijkt terug op een geslaagde ochtend. "Onze studenten bouwen hier aan een ondernemende, inclusieve houding en werken aan realistische producten voor de markt. Samen met Inholland

Urban Leisure & Tourism Lab zijn ze kopje onder gegaan in de wereld van toerisme en grootstedelijke vraagstukken. Na een reis van tien weken zijn ze boven komen drijven met prachtige producten die echt waarde toevoegen. Zo'n ervaring is precies wat nodig is om later het verschil te maken.”