



ONDERZOEKSRAPPORT

De draak *in de Gemeente Beesel*

Niels Ooijen
Timethy Schiphorst
Kimberley van Peer
Ilse van de Sande
Iris van der Heijden

Voorwoord

Na heel wat bezoeken aan Reuver, Beesel, Offenbeek en zelfs Roermond en Volkel willen wij dit project afsluiten met een onderzoeksrapport. De weg hier naartoe ging niet zonder slag of stoot. Dit project was een echte uitdaging. Na het aangaan van al deze uitdagingen hebben we een goed beeld gekregen van wat er speelt in de gemeente Beesel. Dit hadden wij niet kunnen waarmaken zonder de alle stakeholders, met voorliefde voor de gemeente Beesel, die ons stap voor stap mee konden nemen in de juiste richting.

Wij als projectgroep willen in de Gemeente Beesel als opdrachtgever bedanken. In het speciaal danken wij Geert Julicher, beleidsmedewerker recreatie en toerisme, voor het ondersteunen van ons project en zijn toewijding rondom dit thema. Tevens willen wij graag Ilja Simons bedanken voor de prettige samenwerking en de fijne begeleiding.

Kortom, presenteren wij bij deze met trots het onderzoeksrapport dat gemaakt is door een groep van vijf minor studenten Storytelling and Consumer Behavior, studierend aan de Breda University of Applied Sciences te Breda.

Wij wensen u veel leesplezier.

Breda, januari 2019

Timethy Schiphorst
Kimberley van Peer
Niels Ooijen
Ilse van de Sande
Iris van der Heijden

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inleiding	4
Hoofdstuk 1: Onderzoeksopzet.....	5
Achtergrond.....	5
Geschiedenis	6
Gemeentewapen- en vlag	6
Natuur in de gemeente Beesel en omgeving.....	7
Fairtrade gemeente	7
Eerlijke handel	7
Aanleiding.....	8
Managementprobleem	8
Interne probleemanalyse	9
Dorpskernen	9
Bevolkingsgroei	10
Drakendorp	10
Externe probleemanalyse	12
Conclusie probleemanalyse.....	16
Kennisprobleem.....	16
Probleemstelling.....	17
Onderzoeksdoelstelling.....	17
Onderzoeksvragen	17
Hoofdstuk 2: Theoretisch kader	18
Stakeholders.....	18
Toeristen	21
Het vertellen van een verhaal	23
Conceptueel model	24
Hoofdstuk 3: Onderzoeksmethodologie	26
Methode van onderzoek	26
Onderzoeksvragen	26
Operationalisatie	28
Hoofdstuk 4: Resultaten	30
Conclusies	39
Aanbevelingen	42
Bronnen	43

Inleiding

In dit onderzoeksrapport zal duidelijk worden hoe de projectgroep het onderzoek voor de opdrachtgever Gemeente Beesel heeft aangepakt en welke resultaten er uit het onderzoek zijn gekomen.

In september is de projectgroep met volle overtuiging begonnen aan het schrijven van het onderzoeksrapport. We zijn begonnen met het uitgebreid bekijken van de achtergrond van de opdrachtgever gemeente Beesel waardoor het probleem beter begrepen kan worden. Daarnaast is de aanleiding van het onderzoek geformuleerd. Daaruit mondt het probleem van de opdrachtgever, ook wel het managementprobleem genoemd. Dit probleem is uitgebreid geanalyseerd in de probleemanalyse welke onderverdeeld is in een interne en externe probleemanalyse. Naar aanleiding van deze analyse bleven er nog een aantal zaken over waarover de kennis ontbrak. De ontbrekende kennis wordt uitgebreid beschreven in het kennisprobleem. Door het kennisprobleem in kaart te brengen is de probleemstelling en onderzoeksdoelstelling duidelijk. Hieruit worden onderzoeksvragen opgesteld welke beantwoord zullen worden om het probleem van de opdrachtgever op te kunnen lossen. Vanuit deze onderzoeksvragen is theorie gekoppeld aan de onderzoeksvragen zodat er goede inhoudelijke vragen opgesteld kunnen worden om uiteindelijk ook daadwerkelijk te stellen tijdens het onderzoek. Daarna is de methode van het onderzoek beschreven.

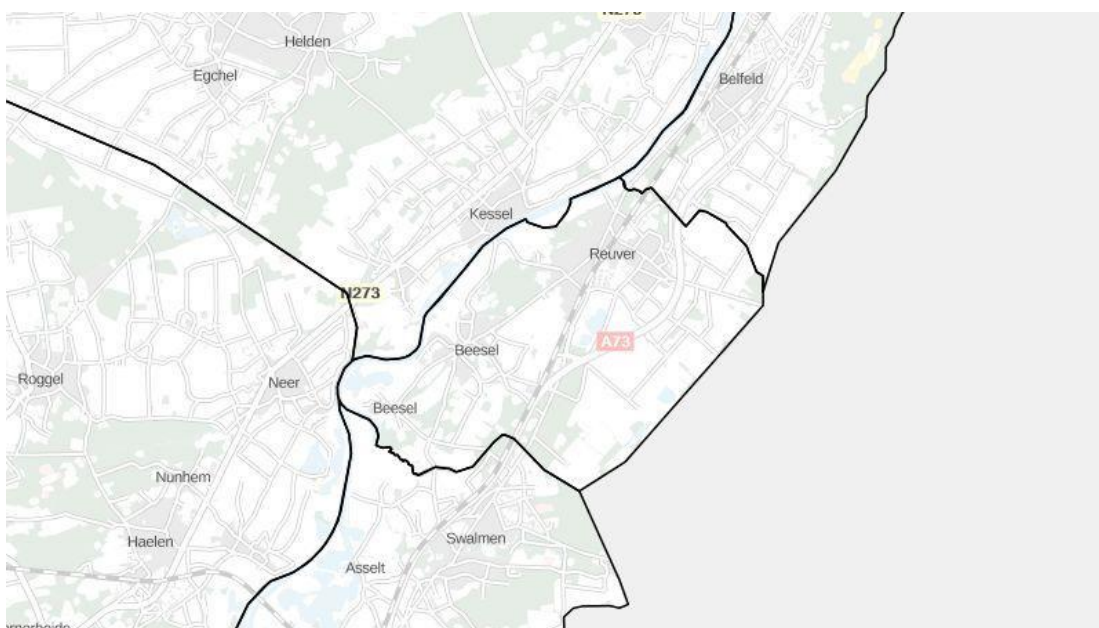
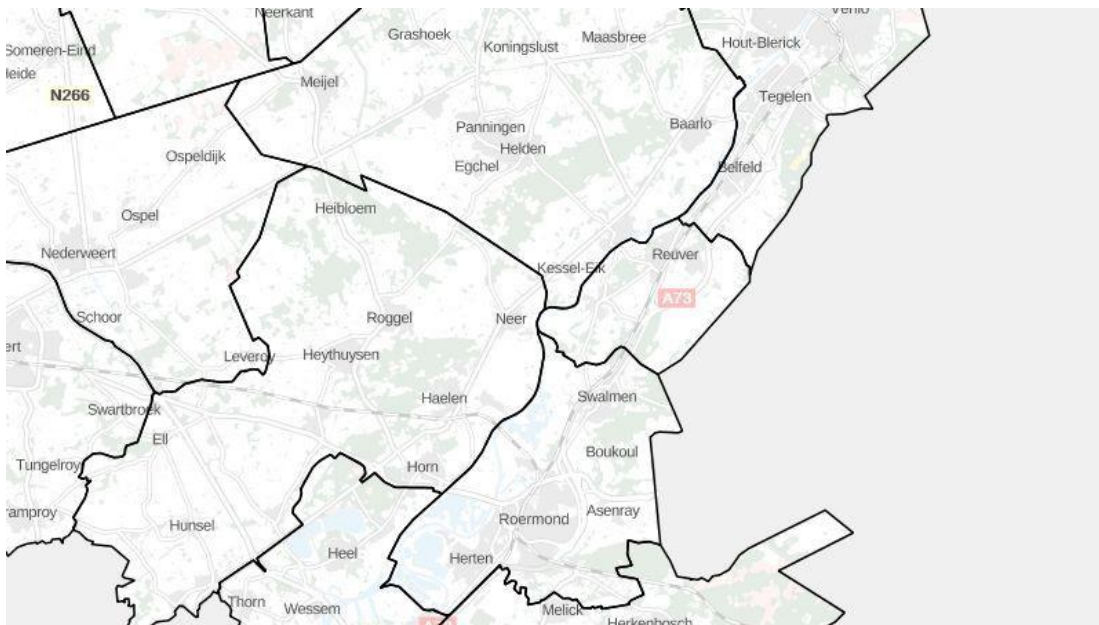
Na de onderzoeksopzet begon het interviewen van de stakeholders, wat uitmondde in een folio-analyse. Hier staat een korte samenvatting van de mening van de stakeholders per onderwerp in. Daarna is er naar aanleiding van de interviews en de stakeholdersbijeenkomst een stakeholdersanalyse opgemaakt. In deze stakeholdersanalyse vindt u een korte beschrijving van de stakeholders, een krachtenveldanalyse en een power-interest matrix. Deze resultaten hebben geresulteerd in een aantal conclusies. Deze conclusies hebben geleid tot aanbevelingen en een conceptboek.

Hoofdstuk 1: Onderzoeksopzet

In het komende hoofdstuk wordt gekeken naar de achtergrond van de opdracht en wordt de context geschetst waarin het probleem zich afspeelt. In dit geval is dit de gemeente Beesel, welke in deze paragraaf verder uitgelicht wordt. Het volgende wat aan bod komt is de aanleiding. Hierin wordt het probleem van de opdrachtgever uitgelicht. De reden van het onderzoek wordt uitgebreid besproken.

Achtergrond

De gemeente Beesel is een gemeente in de provincie Limburg. De gemeente Beesel bevindt zich tussen Swalmen (gemeente Roermond), Belfeld (gemeente Venlo), Kessel (gemeente Peel en Maas) en Brüggen (Duitsland). Ook ligt de gemeente Beesel ten oosten van de Maas aan de rijksgrens. (Beesel (gemeente), 2018).



(Webgispublisher, 2015)

Er wordt door de gemeente veel waarde gehecht aan het in stand houden en continu verbeteren van de kwaliteit van leven voor hun inwoners. Dit is terug te zien in de ruime aanwezigheid aan faciliteiten zoals onderwijsinstellingen op verschillende niveaus, een zalencentrum waar iedereen activiteiten kan organiseren, het rijke verenigingsleven en de vele uitgaansmogelijkheden. De inwoners zorgen er zelf voor dat het prettig leven is in de gemeente Beesel. Dit doen zij door het organiseren van vele activiteiten en evenementen. (Over Beesel, z.d.)

Geschiedenis

In 1275 vormt Beesel samen met Belfeld (gemeente Venlo) eeuwenlang één schepenbank (een oude term voor een gemeente). Een lange tijd hoorden beide plaatsen bij het Overkwartier of Spaans Opper-Geire. In een oorkonde in 1375 werd voor het eerst een melding gemaakt van 'Beesel'. De naam 'Beesel' is waarschijnlijk afgeleid van 'Bieslo'. Dit stamt weer af van de bosrijke omgeving met veel waterbiezen waaruit Beesel vroeger bestond. In 1713 kwamen Beesel en Belfeld samen met enige andere gemeenten zoals als Staats Opper-Geire aan de Verenigde Provinciën. Een van de oudst bewaarde gebouwen is kasteel Nieuwenbroeck. In 1842 werd de St. Gertrudiskerk in Beesel gebouwd. Later in 1926 werd deze kerk nog uitgebreid in neogotische stijl en in 1928 werd de gehele kerk naar deze stijl verbouwd. (Beesel (gemeente), 2018)

Gemeentewapen- en vlag

Dankzij de opvoeringen van de legende van Sint Joris en de draak (Draaksteken) is de draak opgenomen in het gemeentewapen van Beesel. Het wapen van Beesel werd op 27 juli 1853 aan de gemeente toegekend en was ontworpen voor de ambtsketen van de burgemeester. Zoals hierboven ook al vermeld is de draak afkomstig van de Beeselse Sint Jorisschutterij. Omdat er een nieuw wapen werd ontworpen en er geen historische kleuren aanwezig hoefden te zijn werd er gekozen voor de rijkskleuren.

Omdat een draak meestal als iets slechts gezien wordt, is het bijzonder dat hiervoor gekozen werd. Om hier wat aan te doen werd er in 1853 door het ministerie de toestemming verleend aan de gemeente Beesel om dit wapen te voeren 'van lazuur, beladen met eenen draak van goud, gengtongd en geklauwd van keel.' Zoals je ziet op de rechter afbeelding is het gehele schild blauw met daarop een gouden draak. Alleen de tong en de nagels zijn rood van kleur. In de meeste gevallen wordt de draak afgebeeld met een staart in plaats van achterpoten. (Wapen van Beesel, 2016)



De linkerafbeelding is een afbeelding van de vlag van de gemeente Beesel. Sint Joris is de schutspatroon van de Beeselse schutterij. De kleuren van de vlag staan voor de kleuren van het schuttersgilde van Sint Joris. Het rad op de vlag staat voor het rad van een voormalige watermolen in Reuver. (Over Beesel, z.d.)

Natuur in de gemeente Beesel en omgeving

In 2014 is het kerkdorp Beesel benoemd tot het Groenste dorp van Nederland. Zij wonnen goud in de nationale groencompetitie van Entente Florale 2014. De jury van deze nationale competitie benoemde Beesel tot een dorp met een uitzonderlijk fraai landschap. Het buitengebied is vooral in beheer van boeren en bevat ook veel uitzonderlijke natuur zoals dassenburchten. Een mooie verzameling aan recreatieve fiets- en wandelpaden maakt de gemeente een groene parel en aantrekkelijk om te wandelen, fietsen, nordic walken en paardrijden. Geniet van alle natuur in onder andere het Meerlebroek, Rijkelse Bemden, Donderderberg, Witte Stein, Beesels Broek, Grenspark Maas-Swalm-Nette en Brachter Wald. (Gemeente Beesel Midden-Limburg, z.d.)

Fairtrade gemeente

Vanaf 2012 is gemeente Beesel een millenniumgemeente. Dit houdt in dat zij samen met haar inwoners zich aan de VN Millenniumdoelen houdt. Dit zijn acht internationale afspraken om de armoede in de wereld te halveren. Tijdens de Open dag van het gemeentehuis is er gestemd om zich als gemeente te richten op een van de Millenniumdoelen. Er is door de inwoners gekeken om op lokaal niveau aan een doel te werken: een duurzaam leefmilieu en eerlijke handel.

Eerlijke handel

Om eerlijke handel onder de aandacht te brengen binnen de gemeente zijn zij aangesloten bij de landelijke campagne Fairtrade gemeente. Dit houdt in dat er in een gemeente winkels, horeca, bedrijven, organisaties, inwoners en de lokale overheid werken aan eerlijkere handel. Om deze titel te behalen wordt door de lokale gemeenschap gewerkt aan de volgende punten:

1. Een werkgroep stimuleert fairtrade
2. De lokale overheid kiest fairtrade
3. Winkels en horeca verkopen fairtrade producten
4. Bedrijven en organisaties gebruiken fairtrade
5. Lokale (media)aandacht voor fairtrade
6. Stimuleer maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

(Fairtrade Gemeente, z.d.)

Aanleiding

Dit project is gecentreerd rond de zogeheten 'drakengemeente' Beesel, gelegen in Limburg. Eens in de zeven jaar wordt in deze gemeente het openluchtspektakel Draaksteken opgevoerd in het kerkdorp Beesel. Het Draaksteken is een oude traditie binnen dit dorp en de belangrijkste uitingsvorm van de identiteit van de gemeente. Tijdens het openlucht spektakel verslaat Joris de draak en zal de koningsdochter niet door de draak worden opgegeten. Het opvoeren van dit spektakel gebeurde voor het eerst in 1736. Dit gebeurde bij Schuttersgilde Sint Georgius. Sindsdien wordt het evenement traditiegetrouw eens in de zeven jaar opgevoerd, waar een groot deel van de inwoners van Beesel vrijwillig aan mee werkt. Het Draaksteken 2009 was voor de gemeente aanleiding om nadrukkelijker na te denken hoe met deze traditie om te gaan. Toevoeging van deze traditie aan de Nationale inventarisatie Immaterieel Cultureel Erfgoed was een verdere impuls om hier 'iets mee te doen.' Het Draaksteken/de Draak kon meer worden ingezet om zich als gemeente toeristisch te onderscheiden van anderen. De gemeente heeft in 2013 het initiatief genomen tot een stuurgroep met daarin ook de stichting Draaksteken en het kernoverleg. Vanuit deze stuurgroep zijn inmiddels diverse projecten en activiteiten in gang gezet. De andere dorpen in de drakengemeente, Reuver en Offenbeek, zijn minder expressief in het tonen van deze identiteit, en hebben zo hun eigen opvattingen over de identiteit die ze uit willen stralen. Dit vormt dan ook de aanleiding voor dit onderzoek. De gemeente wil meer eenheid creëren met het drakenthema en wil een sterk eigen karakter scheppen voor de gemeente Beesel als geheel.

Managementprobleem

In het managementprobleem wordt het probleem van de opdrachtgever uitvoerig besproken en in de probleemanalyse wordt dit probleem uitgebreid geanalyseerd. In dit geval is deze probleemanalyse opgedeeld in een interne en externe probleemanalyse. Tijdens de interne analyse wordt gekeken naar de verschillende dorpskernen in de gemeente Beesel, Beesel als Drakendorp, de verdeling van de inwoners in de gemeente Beesel en het Draaksteken. In de externe analyse wordt gekeken naar storytelling, drakenverhalen, toeristen (als in de doelgroep) en de stakeholders uitgelicht.

De verschillende identiteiten die al eerder genoemd zijn vormen de basis voor het managementprobleem van de gemeente Beesel. Het drakenthema is tot op heden voorbehouden aan het dorp Beesel, terwijl de dorpen Reuver en Offenbeek meer affiniteit hebben met hun eigen geschiedenis, en met name de keramische industrie in deze dorpen (persoonlijke communicatie Geert Julicher, 2018). Daarbij komt dat het dorp Beesel een sterke band heeft met het evenement draaksteken, dat traditioneel in hun dorp gehouden wordt. Het idee om dit te moeten delen met de andere dorpen in de gemeente ligt dan ook gevoelig, waardoor een nieuw drakenconcept voorzichtig zal moeten manoeuvreren.

Een tweede deel van het probleem is dat er momenteel nog niet voldoende inzicht is in de toeristische doelgroep die de gemeente hoopt aan te trekken met de draak. De gemeente wil een eigen imago uitstralen met het drakenthema, om zich als uniek te kunnen profileren naar de buitenwereld. Het is echter nog niet duidelijk wat het imago is dat de gemeente Beesel wil uitstralen. Als dit samengenomen wordt, is het managementprobleem van de gemeente Beesel dus het verenigen van drie dorpen die zich verschillend identificeren, en het formuleren van een helder uit te stralen imago omtrent de draak voor de gemeente. (Julicher, 2018)

Interne probleemanalyse

Dorpskernen

De gemeente Beesel telt in totaal 13.442 inwoners, welke verdeeld zijn over drie dorpskernen. De gemeente blijft groeien; er komen steeds meer woningen bij. Dit wordt afgestemd op de behoefte van de verschillende doelgroepen zoals starters en senioren. Zoals hierboven vermeld staat, bestaat gemeente Beesel uit drie dorpskernen, namelijk:

Beesel: 2.451 inwoners

Beesel is iets kleiner in oppervlakte en dunner bevolkt dan Reuver, maar bestaat al langer. Beesel gaat terug tot een eerste vermelding in het jaar 1275. Beesel is ontstaan als een kleine buurtschap, waar boerderijen om een complex van akkers gelegen waren. Dit wordt wel een kransakkerdorp genoemd. Inmiddels is Beesel uitgegroeid tot een dorp met 2.451 inwoners (Gemeente Beesel, 2018). Zoals eerder vermeld is Beesel het dorp dat zich het meest profileert als drakendorp, met onder andere geveldecoratie, standbeelden, straatnaambordjes en putdeksels. Op de rotonde in de toegangsweg tot het dorp bevindt zich het 3 ton zware drakenbeeld, dat echt kan vuurspuwen. Andere bezienswaardigheden in het dorp Beesel zijn de St. Gertrudiskerk en de kastelen Nieuwenbroeck en Waterloo. In het dorp is een rondleiding langs de historische bezienswaardigheden te volgen en een audiotour met de highlights van het Draaksteken is in de maak (persoonlijke communicatie met Geert Julicher, 2018).

Offenbeek: 4.812 inwoners

Offenbeek is een tweede kern van de gemeente, die officieel gezien wordt als onderdeel van Reuver. Deze kern telt 4.812 inwoners. Zowel Reuver als Offenbeek hebben een industrieel karakter: met name de keramische industrie heeft hiervoor gezorgd. Het is gebleken dat men zich in Offenbeek veel meer identificeert met de keramiek geschiedenis, en liever dat thema uitdraagt dan het drakenthema (persoonlijke communicatie met Geert Julicher, 2018).

Reuver: 6.179 inwoners

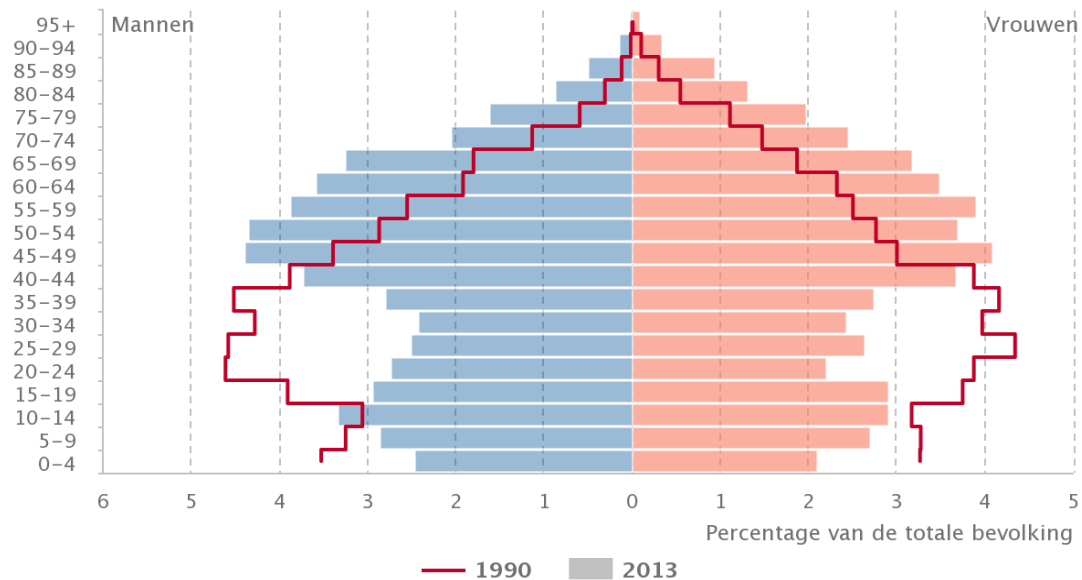
Reuver is het grootste, de plaats waar het huidige gemeentehuis zich bevindt en waar de meeste inwoners wonen (6.179 inwoners) (gemeente Beesel, 2018). Over Reuver is bekend dat het dorp in de Middeleeuwen is ontstaan op een kruising van wegen. Het is de jongste van de drie huidige kernen, die voor het eerst expliciet genoemd wordt in 1547. De naam 'Reuver' is afgeleid van herberg de Rover (Wikipedia, 2018). Reuver is de plaats waar het dorps huis gevestigd is en waar zich een winkelcentrum met ruime parkeergelegenheid bevindt. Ook is er wekelijks op vrijdag een markt op het Raadhuisplein.

De sterke groei van het aantal inwoners in de dorpen Offenbeek en Reuver is te danken aan de aanwezigheid van de Rijksweg en de spoorlijn die deze twee kernen van elkaar scheidt. Door de groei van deze twee dorpen is ook het gemeentehuis gevestigd in Reuver en trokken er ook steeds meer ondernemers richting Reuver en Offenbeek. (Over Beesel, z.d.)

Bevolkingsgroei

In onderstaande grafiek is wel af te lezen dat het aandeel jongeren tussen 1990 en 2013 in Beesel sterk is afgenomen en de het aantal ouderen sterk toeneemt. De gemeente Beesel is dus sterk aan het vergrijzen en dit zal de komende jaren alleen maar stijgen. In de gegevens van het CBS is dan ook af te lezen dat de grijze druk steeds meer toeneemt en de groene druk steeds meer afneemt.

Bevolkingspiramide Beesel 1990 en 2013



Bevolkingsgegevens (CBS)

(demografie Beesel, 2013)

Drakendorp

Eens in de zeven jaar staat heel het dorp Beesel in het teken van een eeuwenoude traditie: het Draaksteken. Het Draaksteken is een openluchtspel dat in het teken staat van de draak en de Middeleeuwen. Het verhaal is gebaseerd op de Legende van Sint Joris en de Draak: een strijd tussen het goede en het kwade. Elke editie (eens per zeven jaar) doen er ongeveer 400 (amateur)spelers mee aan dit schouwspel die in het dorp Beesel wonen of hier geboren zijn. Hierdoor is het Draaksteken ook uitgegroeid tot een traditie van de gehele Beeselse gemeenschap. Er wordt wel eens gezegd dat de inwoners uit het dorp Beesel 'drakenbloed' door hun aderen hebben stromen. Hierdoor wordt Beesel ook wel Drakendorp genoemd. (Drakendorp Beesel, z.d.)

In 2013 is met instemming van de toeristische ondernemers ervoor gekozen om de gemeente Beesel verder te gaan profileren op basis van het draaksteken. Hiervoor is allereerst een stuurgroep opgesteld. Deze stuurgroep heeft ervoor gekozen om de kern meer zichtbaar te gaan maken als Drakendorp. De stuurgroep vond het erg belangrijk om de inwoners van Beesel hierbij te betrekken. Om deze reden heeft er in de zomer van 2013 dan ook een creatieve sessie plaatsgevonden rondom 'Beesel Drakendorp'. Dit resulteerde in meer dan driehonderd kort beschreven ideeën in een aantal clusters, namelijk openbare ruimte, activiteiten, food/smaak en Draaksteken. De gemeente is begonnen met het uitvoeren van ideeën rondom de openbare ruimtes. De stichting Draaksteken en het kernoverleg zijn aan de slag gegaan met ideeën uit de overige clusters.

Zoals hierboven vermeld is, wordt er dus door de gemeente gewerkt aan de openbare ruimtes. Het kerkdorp Beesel is nu nog meer aangekleed als Drakendorp. Er is nu straatmeubilair te vinden waarin

een draak verwerkt is, zoals een bank in de vorm van een keramieken drakenstaart. Bij het binnenkomen van Beesel, bij de rotonde is een metershoge draak te vinden. Ook op de straatnaambordjes, de putdeksels, hekjes en de blauwe schildjes zijn uitingen van de draak te vinden. Ook zijn er voetstappen van de draak te vinden en informatieborden over het Draaksteken. Hieronder is een collage van een verzameling van al deze uitingen te zien. Deze dingen samen zorgen voor een mooie sfeer in Beesel. Deze sfeer laat zien dat het dorp Beesel heel trots is op hun historie van het Draaksteken en dat zij de draak ook echt als symbool zien van hun dorp. (Beesel Drakedorp, z.d.)

Het is ook opmerkelijk dat er al verschillende lokale ondernemers verschillende initiatieven hebben opgestart. Zoals bijvoorbeeld de verkoop van Draken thee in verschillende smaken, het brouwen van Beesels Drakebier (blond – en donker bier), Drakenbloed (rode wijn) en Drakenknotsen (chocoladetruffels met pruim). Ook is er een bijzonder souvenir, te weten het boek 'Volkscultuur en immaterieel erfgoed - Draaksteken: Sint Joris leeft voort in Beesel'. Verder zijn er nog kaarten, stickers, sleutelhangers en beeldjes geheel in draken thema te verkrijgen. Al deze 'draken producten' zijn onder andere te koop bij het lokale VVV-kantoor en diverse andere lokale winkels. (Drakensouvenirs, z.d.)

Het Draaksteken en het Drakendorp zorgt voor saamhorigheid in het dorp Beesel. Dit zie je terug in de vele evenementen georganiseerd door de inwoners en de vele verenigingen waar inwoners zich bij aansluiten. Door middel van het Draaksteken en het Drakendorp wil de gemeente Beesel deze saamhorigheid ook overbrengen op de toeristen in de vorm van gastvrijheid, gemoedelijkheid en gezelligheid. (Beesel Drakedorp, z.d.)

Historie Draaksteken

De oudste bekende vermelding over het Draaksteken in Beesel dateert van 1736. Op kermismaandag verzamelt het volk zich in de gildekamer van schuttersgilde Sint Georgius. Zodra er voldoende mensen zijn, verschijnen Sint Joris en de draak ten tonele en wordt de draak gestoken. Bij deze opvoering wordt het Sint Joris liedje gezongen. Tot de Franse bezetting (1797-1813) vindt het Draaksteken jaarlijks plaats, daarna nog maar om de paar jaar. In 1864 wordt het Draaksteken voor de laatste keer in zijn oude vorm opgevoerd. Na de fusie tussen schutterij Sint Georgius en schutterij Sint Sebastianus komen steeds meer sprekende rollen in het spel voor.

Na de fusie tussen schutterij Sint Georgius en schutterij Sint Sebastianus komen steeds meer sprekende rollen in het spel voor. In 1883 wordt het Draaksteken voor het eerst in drie bedrijven opgevoerd: het temmen van de draak bij de Maas, de zegetocht door het dorp en de doodsteek op de Markt. De volgende uitvoeringen van het Draaksteken vinden plaats in 1902, 1919, 1926 en 1935, waarna een uitvoerend comité Draaksteken wordt geformeerd binnen de schutterij. Dit comité krijgt de opdracht om het spel elke zeven jaar te organiseren, binnen de Rooms-Katholieke kerk het getal van de volheid (zeven dagen in de week, zeven magere en vette jaren, etc.).

Het verhaal

Een middeleeuws dorp leeft in angst voor een vuurspuwende draak. Het offeren van mensenvlees lijkt de enige remedie om het bulderende beest te temmen. Loting bepaalt wie dit trieste lot moet ondergaan. Op een dag valt het lot op de enige koningsdochter. Zij zal de volgende zijn om de honger van de draak te stillen, totdat een heldhaftige ridder verschijnt. (Draaksteken, 2016)

Externe probleemanalyse

Draken in de mythologie

Mythen over draken zijn in allerlei culturen onafhankelijk van elkaar ontstaan en de draken hebben niet overal dezelfde eigenschappen. In bepaalde culturen kunnen ze vliegen en vuur spuwen, in andere zijn ze giftig maar hebben ze geen vleugels. Uiterlijk lijken ze vaak wel op elkaar. Een veelgehoorde verklaring van deze toevalligheid is dat er overal ter wereld fossielen van dinosauriërs voorkomen. Vikingen sneden drakenfiguren uit om hun boten mee te versieren.

De resten van de Tyrannosaurus rex aan een draak denken. Ook de Chinese historicus Chang Qu beschreef in 300 v.Chr. fossielen als botten van draken. Een andere theorie is dat de mens instinctief bang is voor roofvogels, slangen en katachtigen, die samen de draak kenmerken. Het drakenbeeld zou hieruit zijn ontstaan. In China brengen draken geluk en macht, ze staan op het keizerlijk embleem.

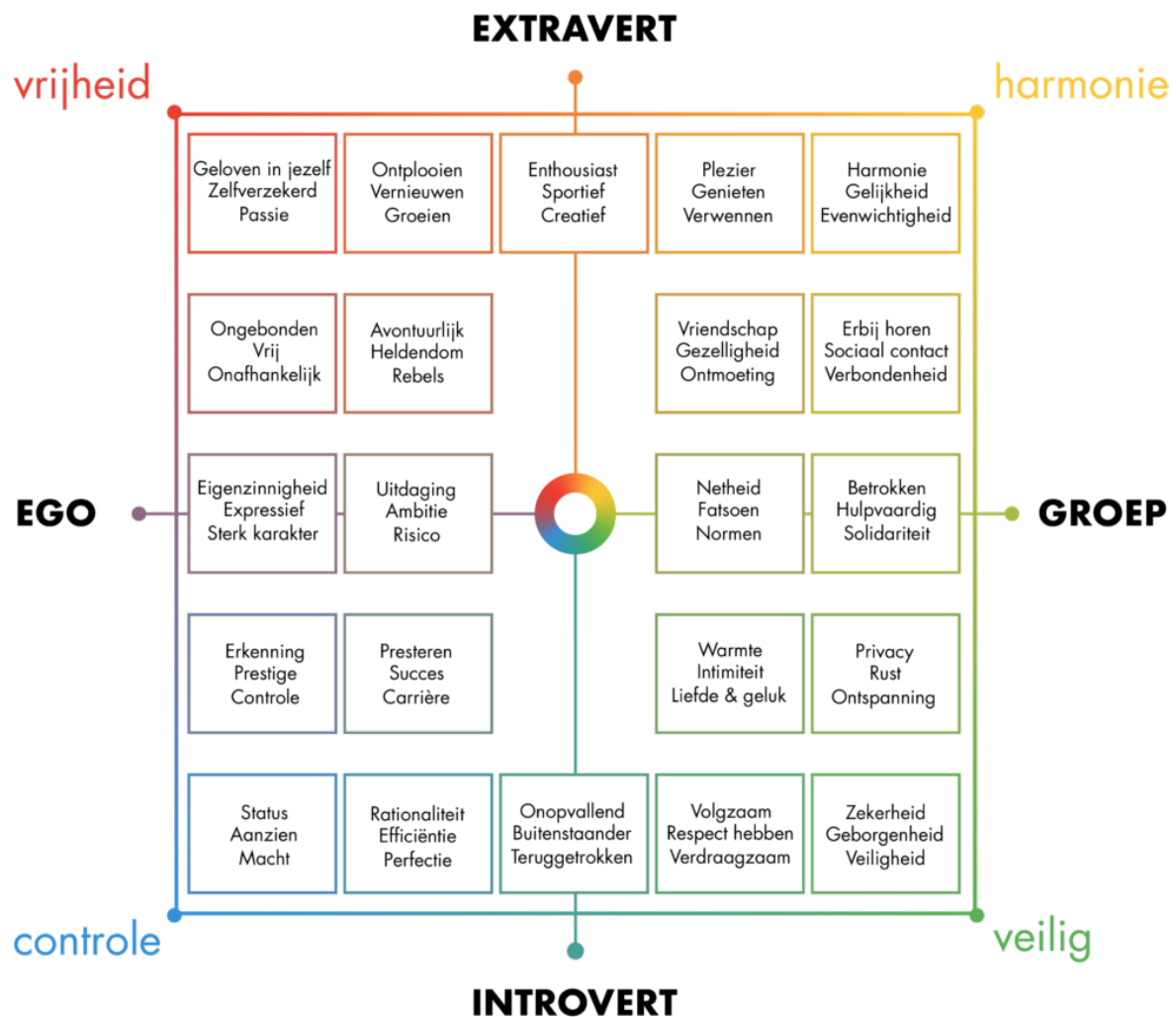
Er zijn verschillende soorten draken. Zo is er de Oosterse draak die is afgeleid van de Chinese draak. De Europese draak, welke bekend is in ons land, wijkt daar echter vanaf. Deze draak wordt gezien als de 'slechte' draak en wordt vaak afgebeeld als monster met meerdere hoofden. (Draak, 2018)

Toeristen/Doelgroep

De economie van de gemeente Beesel bestaat voor een behoorlijk deel uit de toeristisch/recreatieve sector. De grootste sector is de verblijfsrecreatie: verblijfsgasten in de gemeente geven jaarlijks zo'n €40.000.000 uit, zowel binnen als buiten de gemeente. Ook is deze sector goed voor 450 banen in recreatie en toerisme, op een totaal van 3500 banen in de gehele gemeente. In de paragraaf 'ondernemers' wordt meer informatie gegeven over de bedrijven die werkzaam zijn in deze sector. Naast verblijfsrecreanten zijn er de dagrecreanten in de gemeente, die met name gebruik komen maken van de wandel- en fietsroutes in de gemeente, evenals de horecagelegenheden, die hoofdzakelijk in Reuver gelegen zijn.

De gemeente hanteert een model om toeristen in vier categorieën in te delen, op basis van twee continuïms. Zo staat óf de mens óf de activiteit centraal, en is er sprake van óf inspanning óf ontspanning. Dit model heet het leisure leefstijlen model en is ontwikkeld door BSR. Het model is te zien in onderstaande afbeelding. Zoals te zien is worden vier categorieën gehanteerd:

- Vitaliteit: Activiteit staat centraal, en er is sprake van inspanning.
- Controle: Activiteit staat centraal, en er is sprake van ontspanning.
- Harmonie: Gezelschap staat centraal, en er is sprake van inspanning.
- Zekerheid: Gezelschap staat centraal, en er is sprake van ontspanning.



De gemeente Beesel geeft aan dat het grootste deel van haar toeristen in de categorie 'harmonie' geplaatst kan worden, wat dus wil zeggen dat het actief bezig zijn en de aanwezigheid van familie, vrienden of ander gezelschap belangrijke drijfveren voor een vrijetijdsbesteding zijn. Om deze groep toeristen te kunnen interesseren voor een nieuw concept rond het draken thema zal rekening gehouden moeten worden met deze twee belangrijke waarden.

Storytelling

Het vertellen van verhalen is waarschijnlijk de oudste vorm van vermaak die de mensheid kent. Mensen zijn geïnteresseerd in verhalen doordat het mensen vaak gevoelsmatig raakt. Door het vertellen van verhalen aan elkaar heeft de mens zichzelf ontwikkeld van Neanderthaler naar Homo sapiens. Dankzij het delen van een (gemeenschappelijk) verhaal ontstaat er verwantschap. Hierdoor werden grote(re) samenlevingen mogelijk.

Bedrijven gebruiken storytelling met regelmaat. Denk hierbij aan reclames op tv. Als storytelling op een goede manier wordt ingezet en het publiek emotioneel geraakt wordt, zullen zij de boodschap niet snel vergeten. Zij zullen juist de boodschap door gaan vertellen. Om een verhaal te maken zijn er diverse methodes met basiselementen beschikbaar om te gebruiken. Zonder deze standaard 'ingrediënten' zal het verhaal minder kracht hebben en waarschijnlijk het publiek niet emotioneel raken. Hieronder wordt er wat dieper ingegaan op een bepaalde methode voor een verhaallijn. De theorie van deze verhaallijn kan gevonden worden op pagina 23 van het theoretisch kader.

Storytelling kan onderverdeeld worden in een expliciete en een impliciete categorie. Bij expliciete storytelling wordt een verhaal in groot detail stap voor stap verteld. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het voorlezen van een sprookje uit een sprookjesboek. Bij impliciete storytelling vormt het verhaal een basis voor een beleving of ervaring, maar wordt het niet per se stap voor stap doorlopen. Men leunt hier wat meer op het associatievermogen van de consument: bepaalde beelden, geluiden of personen moeten een verhaal creëren in het hoofd van de consument. Denk bijvoorbeeld aan de attractie Droomvlucht in de Efteling: nergens wordt hier letterlijk een verhaal verteld, maar elementen als de sfeer, de geur en de muziek in de attractie stellen de bezoeker in staat zelf een verhaal te maken.

Allereerst zal de hoofdpersoon van het verhaal geïntroduceerd worden. Dit is in zijn normale en bekende omgeving. Dan roept al snel het avontuur. Denk aan Pirates of the Caribbean waar alles begint als Elizabeth Swann samen met de muntketting in de zee valt. De tweede fase kenmerkt zich door vele obstakels waar de hoofdpersoon zich doorheen moet worstelen. Vaak met gezelschap vechtend tegen een of meerdere vijand(en). Deze reis van obstakel naar obstakel is oneindig en kan zo langgestrekt zijn als nodig. Er kunnen nieuwe vijanden op zijn pad komen, er worden nieuwe vriendschappen gesloten en mogelijk bloeit er wat op. Uiteindelijk volgt de climax. Een spannende laatste strijd. In de laatste fase wordt vaak het vervolg na de strijd weergegeven. Soms een toekomstbeeld. Maar de hoofdpersoon kan uiteraard tegen nieuwe uitdagingen aanlopen en zo herhaalt de cirkel zich opnieuw. Een goed voorbeeld hiervan is het Star Wars-imperium. In dezelfde context wordt keer op keer een nieuw verhaal gecreëerd wat de levensloop van de hoofdpersonen volgt. De hoofdrollen worden gedurende de films ook overgedragen of teruggenomen. Ook zorgen de nieuwe films dat je een stuk geschiedenis krijgt waardoor je de andere films beter begrijpt. Soms krijgt hierdoor een karakter of een heel deel van een film een andere betekenis. Denk hierbij aan bijvoorbeeld de Harry Potter filmreeks.

Drakenverhalen

In bijna alle culturen bestaan wel één of meerdere verhalen over een draak. De een bekender dan de ander. Bijna allemaal gaan ze uit van het slechte van de draak. Vaak wordt er dan ook gestreden om de draak te verslaan. Hieronder volgen enkele voorbeelden.

Joris en de Draak

Een van de bekendste verhalen is dat van Joris en de Draak. Een korte geschiedenis van dit verhaal is te vinden in de onderzoeksopzet op pagina 11.

De draak van Krakau

Het dorp lag achter een burcht waar de rivier de Wisla stroomde. Een machtige vorst Krak had hier de macht. Echter weinig mensen wilden hier wonen, omdat onder de Burcht een draak woonde. Hij haalde nu voldoening uit de kudde van Krak, maar zou zich hierna zeker een weg banen naar de burcht zelf. De vorst zou zijn dochter laten trouwen met degene die de draak kon doden. Echter na een mislukte expeditie, kreeg hij zelf een ingeving. Hij vulde een vacht met een giftig mengsel (kalk en zwavel) en beval het in de grot van de draak te gooien. De draak vloog in brand en sprong in de Wisla. Daar dronk de draak zoveel dat het openbarstte (hieruit is de naam Krakau ontstaan). Verslagen door de vorst hemzelf.

Koning Draak

Een koning welke getrouwd was met een wonderschone koningin ging na hun bruiloft voor de eerste keer met haar naar bed. Na het rijzen van de zon stond er op hun bed geschreven dat ze nooit kinderen zouden krijgen. Zowel de koning als koningin vonden dit verschrikkelijk. Wie zou er anders troonopvolger worden? De koningin wist zich geen raad en ging er steeds vaker alleen op uit om de schaamte uit de weg te blijven. Op een dag kwam ze tijdens een van haar wandelingen een oude vrouw tegen. Die vertelde dat ze wist hoe de koningin wel kinderen kon krijgen. Ze moest een ritueel uitvoeren. Ze moest een offer brengen onder de schaal die op een plateau in haar tuin stond. Onder deze schaal zouden de volgende dag dan twee rozen groeien. Een rode en een witte roos. Als de koningin de rode roos zou opeten, zou ze een zoon krijgen. Bij de witte roos een dochter. De koningin deed wat de oude vrouw verteld was en jawel. De volgende dag bloeide er twee rozen onder het plateau. De koningin besloot de witte op te eten. Maar ze vond de bloem zo lekker, dat ze dezelfde avond nog de rode op at. Na de periode van zwangerschap, baarde de koningin een draak. Een straf voor het eten van beide rozen. De vrouw die het ritueel uitlegde aan de koningin, had haar ook vervloekt en de tekst op haar bed geschreven. De koning en koningin accepteerde uiteindelijk hun zoon de draak en besloten een vrouw te zoeken. Enkel, iedere keer als de draak met de vrouw naar bed ging, slond hij haar op. Bij de derde vrouw werd de koningin radeloos en besloot zich wederom te keren tot de vrouw. De derde vrouw kreeg wederom een ritueel uitgelegd van de oude vrouw om de prins te veranderen in een normale man. Voor ze samen naar bed gingen voerde de derde vrouw het ritueel uit op de prins. De volgende ochtend werd de derde vrouw wakker naast een prachtige prins. De koning en koningin konden hun geluk niet op en de prins trouwde direct met de vrouw.

Het kasteel dat in de lucht zweefde

Een tsaar had drie zonen en een dochter. De dochter werd in een kooi bewaakt, omdat hij haar liefhad zoals zichzelf. Op een avond vroeg zij of ze het kasteel mocht verlaten samen met haar broers. De tsaar stond het verzoek toe, maar toen de dochter net het kasteel uit was greep een draak haar al. De broers gingen, na akkoord van hun vader, op een lange zoektocht naar hun zus. Na het kasteel bereikt te hebben moest de jongste het werk opknappen. Hij doodde zijn paard en maakte van de huid een riem welke hij naar het kasteel schoot. De volgende ochtend moest hij tevens omhoog klimmen, omdat de oudere broers dit niet wilde. Daar ontdekte de jongere broer zijn zus

welke smeekte om weg te gaan. De jongste gaf echter niet op en wilde de draak verslaan. Zijn zus wees een plek aan waar de draak een dodelijke wond kon krijgen en zo versloeg de jongste de draak.

Het verhaal gaat verder op in hoe de oudere broers ieder een paard en dame krijgen uit het kasteel. Zij willen ieder trouwen, maar zij worden beide gedood door een mysterieuze aanvaller. Uiteindelijk wil de jongste zoon trouwen, maar deze wordt ook hard op het hoofd geslagen. Dan onthult de mysterieuze aanvaller zich als de daadwerkelijke jongste broer. De oplichter is slechts een herder waarmee de oudste broers samenspannen. De jongste was namelijk achtergelaten in het kasteel. Het verhaal wordt bevestigd door zijn zus en de drie dames welke in het kasteel leefde. De tsaar wees zijn dapperste jongste zoon aan als erfgenaam van de troon en liet hem met het derde meisje trouwen.

Conclusie probleemanalyse

Uit dit hoofdstuk is gebleken dat er een veelvoud aan mogelijkheden is voor verhalen in de gemeente Beesel. Verhalen en vertellingen over draken zijn er genoeg en deze kunnen zeker dienen als inspiratiebron voor het creëren van een nieuw imago en storyline voor de gemeente.

Verder is gebleken dat de gemeente bestaat uit verschillende facetten, die allen van invloed zijn op het creëren van een nieuw imago. Hiermee wordt zowel bedoeld op de unieke identiteiten van Reuver, Beesel en Offenbeek, als op de verschillende invalshoeken en standpunten van stakeholders zoals de kernoverleggen van ieder dorp en ondernemers als Landal Greenparks de Lommerbergen en de Witte Stein. Terugkijkend naar het managementprobleem, is in deze paragraaf nu duidelijk geworden wat de verschillende identiteiten inhouden, en wat het proces van een imago formuleren precies inhoudt. In de volgende paragraaf, het kennisprobleem, zal nader worden toegelicht welke kennis nodig is om dit managementprobleem op te lossen.

Kennisprobleem

In deze paragraaf wordt gekeken naar de verschillende raakvlakken die het probleem heeft met verschillende invalshoeken en vakgebieden, om duidelijker in beeld te krijgen wat voor soort kennis er nog nodig is om het probleem op te lossen.

Zoals beschreven in het managementprobleem, draait dit managementprobleem draait om het vinden van een bindend geheel voor verschillende groepen, zoals de verschillende dorpen, hun inwoners, en de ondernemers. De opdrachtgever heeft aangegeven dat de gemeente Beesel een nieuwe identiteit wil uitdragen met het drakenthema om zichzelf op de kaart te kunnen zetten en te onderscheiden van andere gemeenten. Dit geeft aan dat dit vraagstuk kennis vereist uit de competentie 'imagineering,' zoals opgesteld aan Breda University. De competentie imagineering heeft te maken met het creëren van concepten en gedachtegoed dat is gebaseerd op waarden. Om een storyline voor de gemeente Beesel te kunnen maken dat geijkt is in herkenbare plaatsen, normen en waarden voor de doelgroep, is kennis van deze competentie vereist. Thema's die hierbij aan bod zullen komen zijn de symboliek en waarden die het nieuwe thema moet uitstralen, en het DNA, of de essentie, van de gemeente Beesel. Een andere reden waarom de competentie imagineering van belang is, is om inzicht te krijgen in het gedrag en de keuzes van toeristen. Deze competentie biedt modellen en aanknopingspunten om dit gedrag te begrijpen, en dit is vanzelfsprekend van groot belang om een concept te creëren waarvoor de toeristen de doelgroep zijn. Thema's die hierbij aan bod zullen komen zijn de leefstijl van de toeristen en de motieven die ze hebben om de gemeente Beesel te bezoeken.

Naast de competentie imagineering is ook kennis uit de competentie leisure regie van belang bij het uitvoeren van deze opdracht. Deze competentie draait om het samenbrengen van groepen stakeholders en het creëren van draagvlak voor een uit te voeren idee of concept. Er zijn

verschillende belangen en waarden die spelen bij de gemeente, de toeristen en de ondernemers. Om aan de slag te gaan met de waarden en belangen van verschillende stakeholders, zoals de inwoners, de toeristen, de gemeente en de ondernemers, is kennis van deze competentie vereist. Inzicht in deze waarden en belangen, bijvoorbeeld verkregen in diepte-interviews, stelt de projectgroep in staat om op zoek te gaan naar een gemeenschappelijk belang en draagvlak voor het creëren van een nieuwe storyline. Thema's die hierbij aan bod zullen komen zijn ondernemersbelangen en inwonersbelangen, het perspectief ten aanzien van de draak voor de verschillende stakeholders.

Probleemstelling

Wat is het huidige bezoekersmotief en de beleving van de toerist in de gemeente Beesel en wat zijn de daar op volgende belangen van ondernemers, inwoners en de gemeente wat betreft het onderscheidende DNA van de dorpen?

Onderzoeksdoelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in de het DNA van de gemeente, de belangen van ondernemers, de beleving, behoeften, motieven en waarden van toeristen in de gemeente Beesel, teneinde een overkoepelend concept/storyline rondom een drakenthema te ontwikkelen.

Onderzoeksvragen

Om de eerder geformuleerde probleemstelling te beantwoorden en onderzoeksdoelstelling te kunnen behalen zijn er een aantal deelvragen gecreëerd die een leidraad zullen vormen voor het onderzoek. Deze onderzoeksvragen zijn:

1. Hoe ziet het DNA van de gemeente Beesel eruit?
2. Wat zijn de belangen van de stakeholders ten opzichte van de draak? (o.a. inwoners & ondernemers)
3. Wat voor perspectief hebben de stakeholders op de draak? (o.a. inwoners & ondernemers)
4. Wat zijn de motieven en wat is de beleving voor toeristen in de gemeente Beesel?

Hoofdstuk 2: Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zullen een aantal theorieën en modellen aan bod komen, die relevant zijn bij het beantwoorden van de hoofdvraag en bijbehorende deelvragen. Voor dit onderzoeksrapport worden theorieën besproken die betrekking hebben tot storytelling en het werken met verscheidene stakeholders.

Stakeholders

IJsberg van McClelland

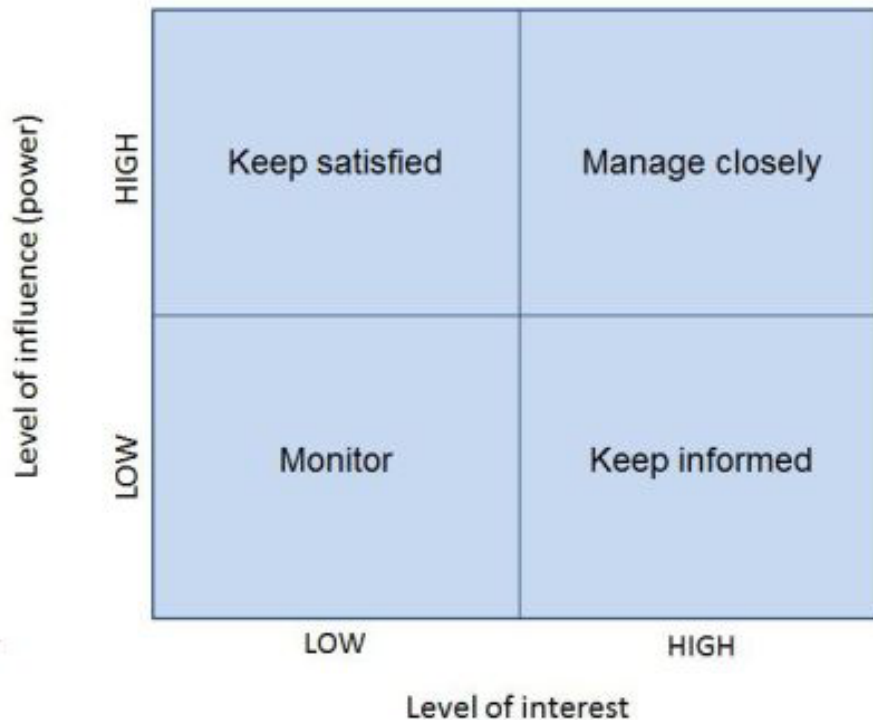


Het IJsberg model van McClelland wordt gebruikt om te laten zien dat veel van de menselijke natuur niet direct zichtbaar is. Er wordt uitgegaan van een ijsberg: het grootste gedeelte ligt onder water. Dit geldt ook zo bij personen. Zaken zoals normen waarden liggen 'onder water'. Naar het kopje 'wat denk je' kan in interviews gevraagd worden. Alleen 'wat wil je' is erg lastig. Dit is vaak de kern van een persoon en is lastig te achterhalen. Ook de persoon zelf zal dit vaak in eerste instantie niet weten te uiten. Door een waarde van een persoon te ontdekken, kan er een bijpassende norm aan gekoppeld worden.

Het IJsberg model wordt vaak gebruikt in processen om mensen of partijen samen te brengen. Door het begrijpen van culturele aannames (de kern van de mensen) kan gekeken worden waar de culturele overlap zit en kan er geprobeerd worden mensen samen te brengen. Uiteindelijk gaat alles om synergie. Synergie is het samenbrengen van verschillende perspectieven en vanuit daar iets nieuws creëren. Er wordt geprobeerd om de partijen met elkaar te laten samenwerken op hun eigen manier om er een resultaat uit te krijgen wat alle partijen samen hebben gegenereerd. Met andere woorden: de diversiteit wordt positief ingezet.

Power-Interest Matrix

De power-interest matrix wordt gebruikt om te kijken hoe belangrijk alle stakeholders zijn bij een bepaald vraagstuk. Dit kunnen interne en externe stakeholders zijn, of een mix hiervan. Het model bestaat uit twee assen en is verdeeld in vier kwadranten. De assen bestaan uit macht (level of influence) en belang (level of interest). Het belangrijkste kwadrant is dat rechtsboven; manage closely. Deze stakeholders hebben veel belang bij het vraagstuk, maar hebben ook veel macht.



Dit model kan gebruikt worden per stakeholder. Hierbij wordt gekeken naar wat de belangen en machten van een dergelijke stakeholder zijn. Gebruikelijk is om de stakeholder een aparte score te geven voor zowel zijn belang als zijn macht. Als dit voor iedere stakeholder gedaan is kunnen de scores vergeleken worden met elkaar. Aan de hand van de score uitslag kunnen stakeholders correct binnen het model geplaatst worden. Let wel: het is belangrijk dat hetzelfde vraagstuk vanuit dezelfde invalshoek bekeken wordt om de stakeholders eerlijk te beoordelen. De factoren voor macht en belang kunnen op de volgende punten beoordeeld worden:

Macht

- Hiërarchie
- Financiële bronnen
- Netwerk
- Kennis
- Expertise
- Politieke invloeden

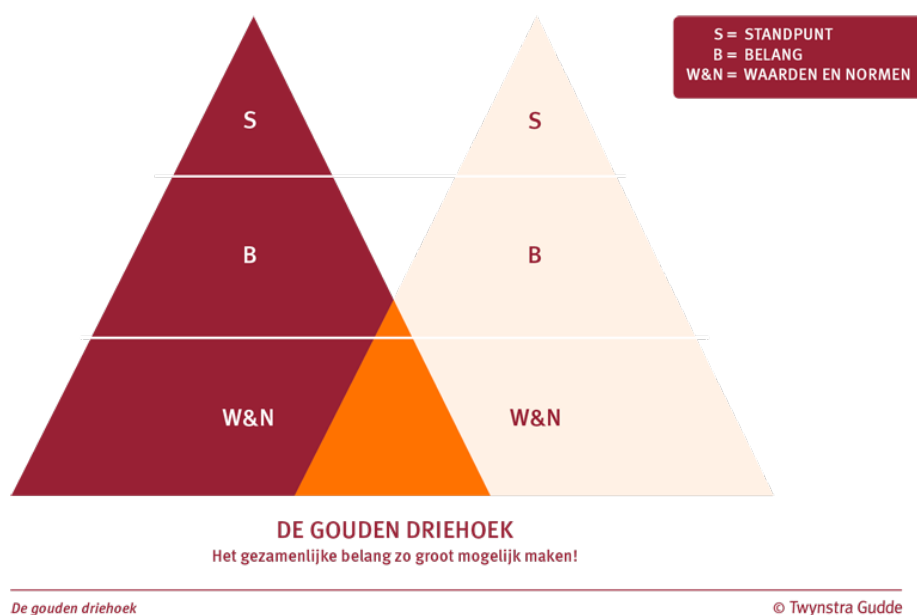
Belangen

- Financieel
- Inhoud
- Sociaal
- Politiek
- Esthetisch

Dit model komt bij dit onderzoek goed van pas omdat de projectgroep de belangen in kaart gaat brengen van diverse stakeholders. Als daarnaast de machten van de stakeholders in kaart gebracht worden kan er exact bepaald worden welke positie bij een stakeholder hoort. Dit is relevant om te weten zodat er toepasselijk gehandeld kan worden met en voor een stakeholder.

De gouden driehoek

Dit model vertegenwoordigt twee personen met hun eigen standpunten over een bepaald onderwerp. Een standpunt is iemands mening over het onderwerp. Ieder persoon heeft bij een standpunt zijn eigen belangen. Een belang is een voordeel wat iemand eruit kan halen mocht zijn standpunt bereikt worden. Door de belangen van iemand duidelijk te hebben, weet je hoe deze persoon tegen het onderwerp aankijkt. Slechts als je de belangen van beide partijen/personen weet, kun je kijken naar een win/win situatie.



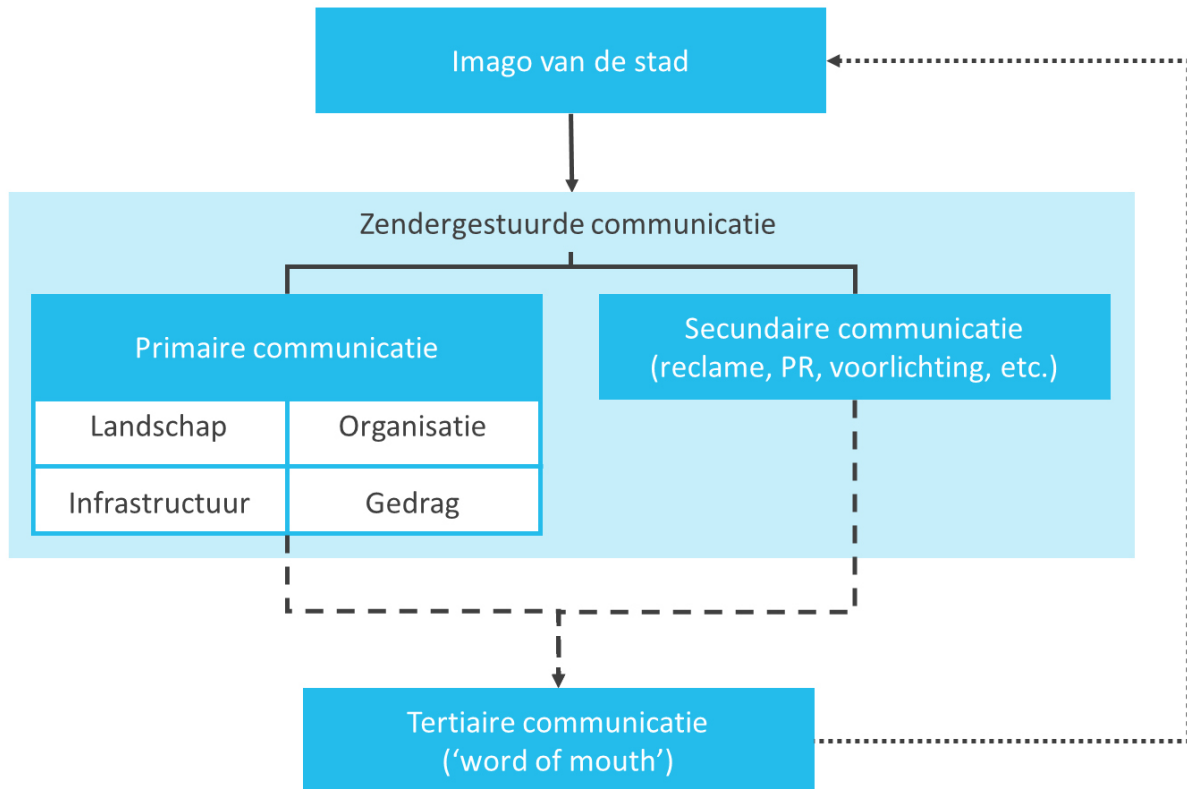
Het is belangrijk om nu beide partijen bij elkaar te brengen en ze duidelijk te maken wat het doel is van de bijeenkomst. Dat betekent dat er aan de partijen duidelijk gemaakt wordt dat er gezocht wordt naar een win-win oplossing. Het is belangrijk dat beide partijen vertrouwen hebben in het vinden van een oplossing en beide openheid van zaken willen geven. Om het gesprek daarna van standpunt naar belang te brengen is het belangrijk om constant de 'waarom' vraag aan te halen. Alleen dan komen beide partijen, met vaak wat hulp, bij een oplossing waar beide tevreden mee zijn en er dus een win-win situatie ontstaat.

Dit model en vooral de stappen kunnen wij inzetten om een stakeholdersbijeenkomst te realiseren en goed uit te voeren. (Gudde, sd)

Toeristen

City branding model

Dit model van Kavaratzis focust zich op het imago van de stad en hoe dit gestuurd kan worden.



Het gaat hier met name om de communicatie die gestuurd kan worden: zendergestuurde communicatie. Allereerst primaire communicatie. Dit betreft communicatie welke vanuit de stad wordt ondernomen. Deze worden onderverdeeld in vier factoren:

- Landschap
Hierbij kun je denken aan de stadsinrichting, de buitenruimte (publiek toegankelijke plekken, groen e.d.) en kunst.
- Infrastructuur
Dit zijn onder andere wegen, het openbaar vervoer, maar ook faciliteiten in de stad.
- Organisatie
Dit is de wijze waarop het stadsbestuur de inwoners betreft bij de besluitvorming.
- Gedrag
Dienstverlening is hierin van groot belang. Het aantal en type evenementen en hoe het stadsbestuur stakeholders financieel prikkelt door middel van cultuursubsidies of een gratis openbare bibliotheek.

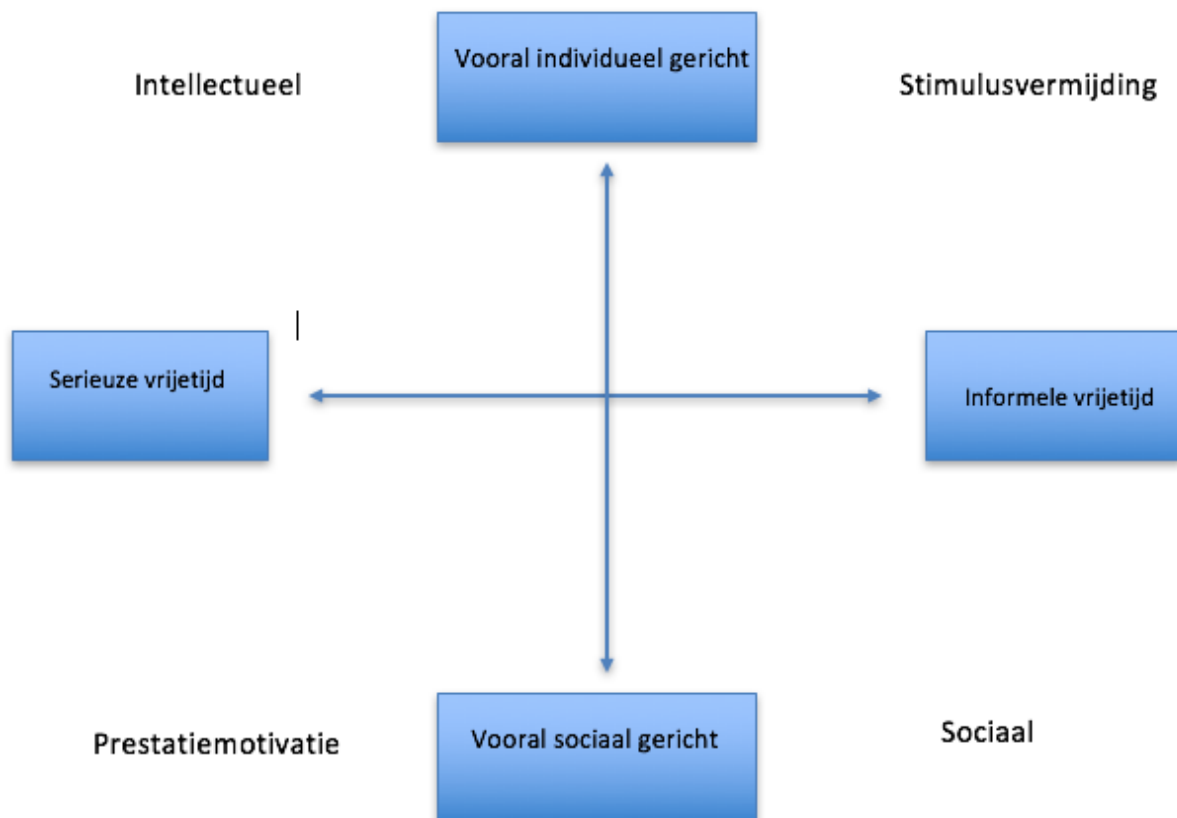
Daarnaast hebben we keuze over secundaire communicatie. Deze communicatie wordt uitgevoerd op basis van de genoemde voorbeelden in het model. Vaak wordt dit door middel van branding gedaan, omdat branding alle voorbeelden samengepakt is.

De combinatie van primaire - en secundaire communicatie zorgt voor de tertiaire communicatie. Dit heet ook wel mond-tot-mond reclame. Vooral de media in de stad en omgeving spelen hier een grote rol in. Maar ook bewoners zelf zorgen hier in kleine of grotere maten voor. Uiteindelijk zorgen al deze elementen tezamen en in opvolging voor het imago van de stad. Een stad is vaak constant bezig om dit imago aan te passen of aan te scherpen.

Sense of place heeft ook met dit model te maken. Sense of place weergeeft eigenlijk de USP (Unique Selling Points) van in dit geval een stad. Door te weten wat de sense of place van een stad is, kan dit worden ingezet in bijvoorbeeld de branding. Dit versterkt het gevoel van de stad.

We kunnen dit proces gebruiken om te begrijpen wat het imago van de gemeente Beesel precies is en hoe dit imago veranderd of versterkt kan worden. (City branding model Kavartzis, 2009)

De domeinen van gedragsmotivatie



Dit model heeft overeenkomsten met het leisure leefstijlen model, dat, zoals eerder aangehaald, door de gemeente Beesel gebruikt wordt om de toeristen in hun gemeente te categoriseren. In het model 'domeinen van gedragsmotivatie' wordt meer gefocust op de activiteit in plaats van op de persoon. Activiteiten worden ingedeeld in vier categorieën: sociaal, prestatiemotivatie, stimulusvermijding en intellectueel. Het hoofddoel van activiteiten zoals bijvoorbeeld wellness, natuurlijke attracties en geconstrueerde attracties is stimulusvermijding, het ontsnappen aan (negatieve) prikkels. Het gaat hierbij om vermaak, ontspanning en/of bezinning. Het hoofddoel van uitgaan naar restaurants, eetcafés, discotheken en recreatief winkelen zit in het sociale aspect. Beide

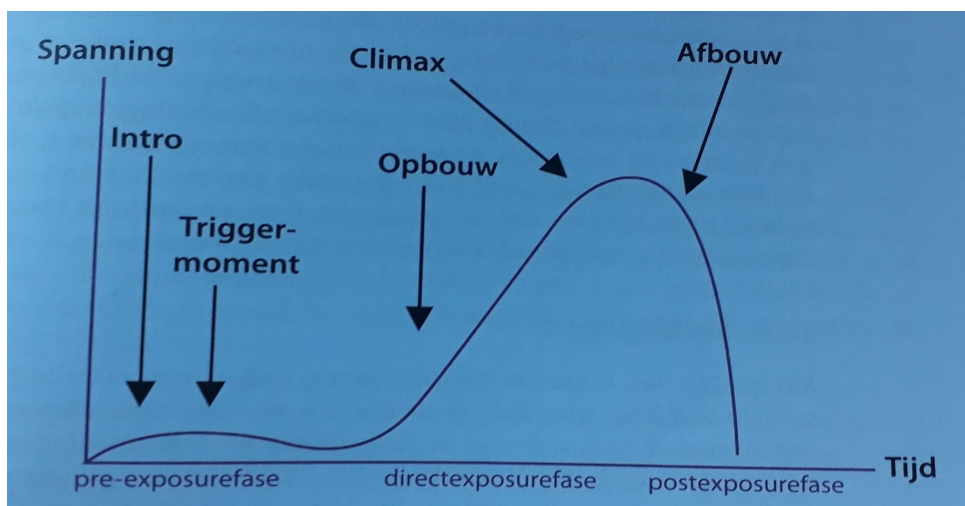
activiteiten worden doorgaans niet individueel ondernomen en vallen buiten het voldoen aan de noodzakelijke fysiologische behoeften. Sport vindt haar grondslag in het behalen van bepaalde doelen, de motivatie tot prestatie. Hierbij kan een onderscheid worden gemaakt in fysieke sport, denksport en spel. Bij denksport speelt de intellectuele motivatie een grotere rol en spel bevindt zich meer op de scheidslijn van de verschillende dimensies. Cultuurparticipatie heeft intellectuele ontwikkeling en educatie als hoofddoel. Bij kunst (hoge cultuur) staat die intellectuele ontwikkeling meer centraal dan bij entertainment (populaire cultuur), waarbij ook stimulusvermijding een drijvende kracht vormt.

Uit dit model is op te maken dat volgens Ragheb en Beard al ons vrijetijdsgedrag zijn oorsprong vindt in een of meerdere van de vier dimensies: stimulusvermijdende dimensie, de sociale dimensie, de prestatiedimensie, en de intellectuele dimensie. Dit model kan worden toegepast om de activiteiten van toeristen in de gemeente Beesel te achterhalen en vanuit daar te gaan redeneren naar wat voor soort aspecten ze op zoek zijn: sociale aspecten, prestatiemotivatie aspecten, stimulusvermijdende aspecten of intellectuele aspecten.

Het vertellen van een verhaal

Storytelling

Als men een verhaal wil vertellen is een goede opbouw essentieel. Een verhaal moet het publiek weten te interesseren en vast te houden van begin tot eind. Sterke verhaallijnen zijn daarom bijna altijd op de volgende manier opgebouwd:



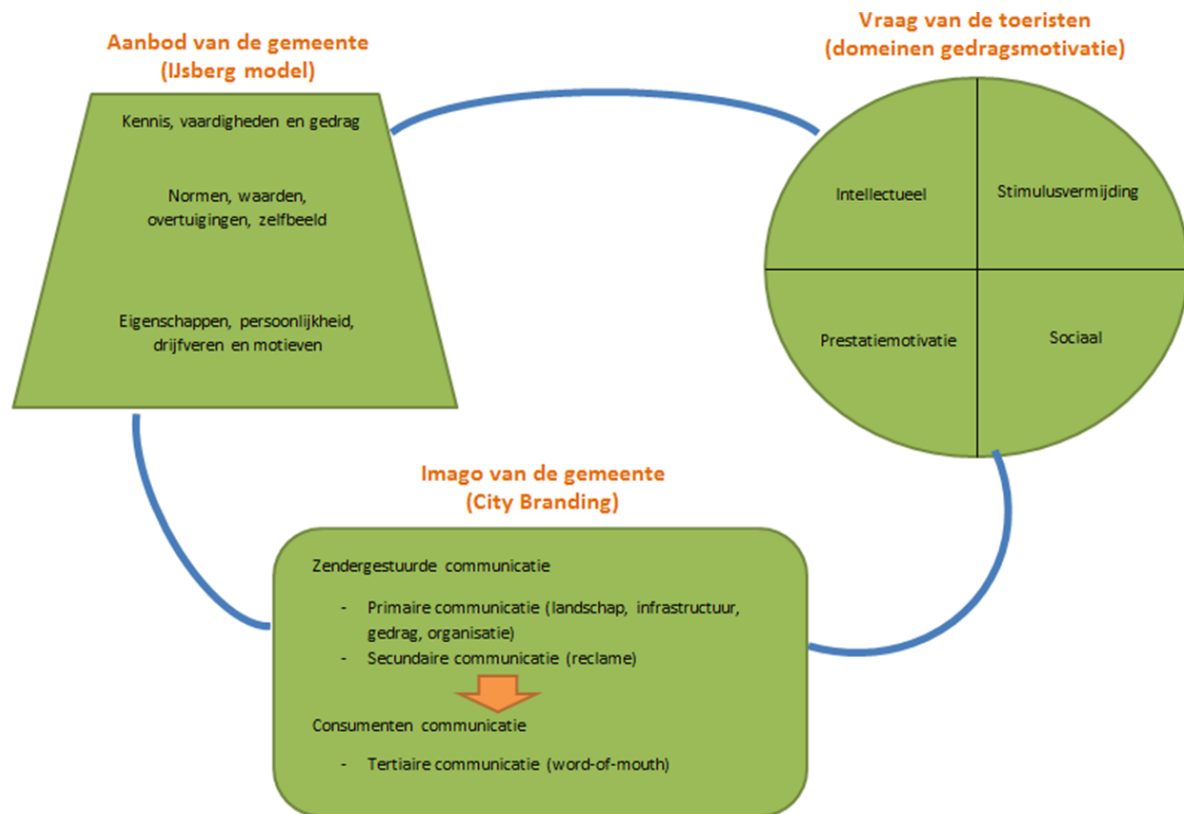
De dynamische lijn die afgebeeld staat binnen het model geeft de verhouding tussen de spanning en de tijd van het verhaal weer. De momenten die in het model kunnen onder andere bestaan uit de volgende onderwerpen:

- Intro: tijd en plaats, introductie van het karakter
- Trigger-moment: oproep tot iets, karakter in actie, probleem of vraag
- Opbouw: nieuwe wending, beslis(sende) momenten, verhoogt belangen, acceleratie
- Climax: "big bang", probleem opgelost, vraag beantwoord, spanning afgebouwd
- Afbouw: losse eindjes aan elkaar, inzicht, gevoel

In theorie zou dit de basis zijn van het ontwikkelen van een sterk verhaal. Voor het ontwikkelen van een storyline kan de projectgroep gebruik maken van dit model zodat het volgens theorie een sterk en pakkend verhaal wordt en blijft.

Conceptueel model

Het conceptueel model is een samensmelting van meerdere theorieën en modellen uit het theoretisch kader, om het onderzoek beter in kaart te kunnen brengen. Voor het conceptueel model in dit onderzoeksrapport wordt gebruik gemaakt van McLelland's IJsbberg model, de domeinen van gedragsmotivatie van Ragheb & Beard en Iso-Ahola, en van het city branding model van Kavaratzis. Deze modellen structureren het onderzoek, de andere zijn beter te gebruiken om informatie uit het onderzoek te categoriseren en helder weer te geven.



Dit conceptueel model draait om vraag en aanbod van vrije tijd in de gemeente Beesel. Het IJsbberg model, dat inzicht geeft in de cultuur en het DNA van de gemeente, vormt het aanbod: dit model geeft een definitie aan de essentie van Beesel door inzicht te geven in de kennis, normen en eigenschappen van de gemeente. In simpele termen geeft dit model dus aan wat de gemeente aan te bieden heeft. Dit aanbod is van invloed op het imago van de stad. Dit is waar het city branding model in beeld komt. Het DNA van de gemeente is de primaire communicatie, die van invloed is op het imago. Gedrag, landschap, organisatie en infrastructuur zijn uitingen van het DNA van de gemeente. Een voorbeeld: het samen vrijwillig organiseren van het Draaksteken door de inwoners van Beesel is een typisch gedrag dat iets belangrijks zegt over de identiteit van het dorp. Het imago van de gemeente, beïnvloed door de primaire communicatie, beïnvloedt op zijn beurt de vraag van de toerist. Uit de domeinen van gedragsmotivatie blijkt dat men onder andere in zijn vrije tijd zoekt naar prestatie-motivatie, stimulusvermijding, intellectuele ontwikkeling, of sociale ontwikkeling. Keuzes voor een bepaald vrijetijdsgedrag worden dus gemaakt met één van deze motivaties in gedachten. Een voorbeeld: toeristen met een intellectuele motivatie willen graag iets leren over cultuur van hun vakantiebestemming. Als zij in aanraking komen met één van de communicatie-uitingen van de gemeente, primair, secundair of tertiair, ontdekken zij dat in de gemeente gelegenheid is om te leren over een heel eigen identiteit, met onder andere een groot openluchtspektakel als uitingsvorm. Zo beïnvloedt het imago dus de vraag van de toerist.

De vraag van de toerist naar voldoening van bepaalde motivaties beïnvloedt op zijn beurt weer het aanbod, en daarmee is de cyclus rond. Als ondernemers en gemeente inzicht hebben in wat de toerist wil, kan het aanbod daar beter op afgestemd worden.

Hoofdstuk 3: Onderzoeksmethodologie

Deze paragraaf biedt uitleg over hoe de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek opgelost zullen gaan worden. Per onderzoeksvraag wordt besproken wat voor onderzoeksvorm er nodig is, welke methoden zullen worden toegepast, welke respondenten er betrokken zijn, en hoe de data uiteindelijk geanalyseerd kan worden.

Methode van onderzoek

De lengte en inhoud van de interviews die zijn afgenomen verschilt per stakeholder. Dit verschil ontstaat doordat bepaalde stakeholders meer invulling kunnen geven aan de verschillende onderzoeksvragen. De interviews zijn opgenomen via een voice recorder of smartphone en zijn daarna uitgewerkt in een transcript. De audiobestanden zijn als bijlage toegevoegd aan het eindrapport. De transcripten zijn verwerkt in een folio-analyse, wat inhoudt dat de meest treffende en relevante uitspraken uit de interviews per label gecategoriseerd zijn, om een duidelijk overzicht te krijgen.

Onderzoeksvragen

Hoe ziet het DNA van de gemeente Beesel eruit?

Om deze vraag te beantwoorden is kwalitatief onderzoek nodig. Er zullen interviews worden afgenomen met alle stakeholders om zo inzicht te krijgen in hoe zij de gemeente Beesel zien en wat zij uniek vinden aan de gemeente. De interviews zullen ingaan op de *unique selling points* van de gemeente Beesel en inzicht bieden in wat Beesel onderscheidt van andere gemeenten. Hiermee wordt dus een uniek beeld van de gemeente gevormd, het DNA als het ware. Uit dit DNA en de USP's zullen de belangrijkste waarden worden afgeleid, waarop een imago voor de gemeente Beesel gebaseerd kan worden.

Wat zijn de belangen van de stakeholders ten opzichte van de draak? (o.a. inwoners & ondernemers)

Om de belangen naar boven te krijgen is gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek en field-research. De belangen van de stakeholders komen naar boven tijdens de individuele interviews met de stakeholders. In de stakeholdersbijeenkomst komen alle stakeholders van elkaar te weten wat hun belangen zijn en hoe zij tegen de situatie aan kijken.

Wat voor perspectief hebben de stakeholders op de draak? (o.a. inwoners & ondernemers)

Het beantwoorden van deze onderzoeksvraag vereist een vorm van field research, een stakeholdersbijeenkomst. Het perspectief van de stakeholders komt naar boven tijdens de individuele interviews met de stakeholders. Maar ook worden de perspectieven van de stakeholders naar boven gehaald tijdens de stakeholdersbijeenkomst. Dit wordt gedaan door middel van een WordCloud. Als eerste wordt er een WordCloud gemaakt waarin ze de minpunten, pluspunten en interessante kansen rondom het doorvoeren van de draak individueel invullen. Zo zie je hoeveel mensen ergens hetzelfde over denken of juist niet, en hierna wordt er een discussie gestart hierover. Zo krijgen zij inzicht in elkaars perspectieven rondom het doorvoeren van de draak.

Wat zijn de motieven en de beleving voor de toeristen in de gemeente Beesel?

Deze vraag zal beantwoord worden door het uitvoeren van kwalitatief onderzoek. Er zal gekozen worden voor een expert-interview met ondernemers uit de toeristische sector, zoals de eigenaren van Landal Greenparks de Lommerbergen, De Witte Stein en BillyBird Drakenrijk, de beleidsmedewerker recreatie en toerisme. Naast deze grote stakeholders zullen er ook interviews plaatsvinden met kleinere stakeholders, zoals B&B Locanda el Drago & B&B Het Blauwe Huis. Daarnaast hebben we nog expert-interviews uitgevoerd met een aantal kleinere campings in de omgeving, zoals 't Eyveld en camping Natuurplezier. Een expert-interview houdt in dat je met iemand een interview houdt over een onderwerp waar de respondent expertise over bezit.

Operationalisatie

Begrip	Dimensie	Indicatoren	Itemlijst
Ijsberg model	Zichtbaar	Kennis-vaardigheden-gedrag	Wat zijn normen binnen de gemeente Beesel?
	Onzichtbaar	Normen-waarden-overtuigingen-zelfbeeld	Wat zijn waarden binnen de gemeente Beesel?
		Eigenschappen-persoonlijkheid-drijfveren-motieven	Wat zijn typische persoonlijkheidskenmerken van mensen uit de gemeente Beesel?
Guest Experience Model	Foundation	Visie en missie	Wat zijn de missie en visie van de gemeente Beesel?
	Touchpoints	People	Met welke mensen uit Beesel komt de toerist in contact?
		Setting	Hoe kan de overall setting van de gemeente Beesel worden beschreven?
Ragheb & Beard en Iso-Ahola	Intellectueel	Kenniszoekers	Zijn de toeristen in de gemeente Beesel bezig met het verbreden van hun kennis in hun vrije tijd?
	Stimulusvermijding	Ontspanning	Zoeken toeristen in de gemeente Beesel ontspanning in hun vrije tijd?
	Prestatiemotivatie	Lerend, zelfontwikkeling	Willen toeristen in de gemeente Beesel zichzelf ontwikkelen in hun vrije tijd?
	Sociaal	Netwerken	Willen toeristen in de gemeente nieuwe mensen leren kennen tijdens hun vrije tijd?

Citybranding	Primaire communicatie	Organisatie, landschap, infrastructuur en gedrag	Welke organisaties dragen communicatie over Beesel uit?
	Secundaire communicatie	Reclame, PR, voorlichting etc.	Welke organisaties maken reclame voor Beesel?
	Tertiaire communicatie	Word of mouth	Is er sprake van mond-tot-mond reclame over de gemeente Beesel?
De gouden driehoek	win/win situatie	Standpunt	Wat is uw standpunt ten aanzien van de draak als imago van de gehele gemeente Beesel?
		Belang	Wat is het belang voor uw bedrijf bij het integreren van de draak in de gehele gemeente Beesel?
		Waarden en normen	Wat zijn de waarden en normen van uw bedrijf?

Hoofdstuk 4: Resultaten

In dit hoofdstuk werpen wij een blik op de (expert)interviews. Aan de hand van een folio-, stakeholder-, krachtenveldanalyse en power interest matrix brengen wij de belangrijkste punten en meningen uit de interviews naar boven. Het laatste middel, de power interest matrix, maakt duidelijk hoe de stakeholders zich tot elkaar verhouden op het gebied van macht en belang. Deze resultaten zullen gebruikt worden om de onderzoeksvragen te beantwoorden in het hoofdstuk conclusies.

Folio-analyse

In de folio-analyse wordt per onderwerp gekeken wat de stakeholders vinden over het desbetreffende onderwerp. Het is een samenvatting van de belangrijke dingen die de stakeholders hebben uitgesproken tijdens de interviews met de projectgroep.

Beschrijving gemeente Beesel

De gemeente wil zelfstandig blijven. Een deel van de respondenten geeft aan dat er een korte afstand is tussen gemeente en bewoners. Een groot deel van de respondenten geeft aan dat de omgeving bestaat uit mooi landschap. Een van de respondenten zei hierover:

“Het landschap is heel mooi, het is net een groene zone tussen twee stedelijke gebieden in. Het is een hele mooie streek met een enorm Duits achterland/bos. Het is toch de natuurlijke waarden die hier aanwezig zijn.”

Onderscheidende factor

Een deel van de respondenten vindt het uniek dat Beesel als kleine gemeente overeind blijft. Volgens de respondenten komt dit doordat er goed naar de burger wordt geluisterd. Veel respondenten vinden de draak een onderscheidend thema.

Bezoekersprofiel

Een groot deel van de bezoekers bezoekt Beesel voor fietsen en wandelen. Landal is verantwoordelijk voor het grootste gedeelte van de toeristische overnachtingen. Landal wordt voornamelijk bezocht door gezinnen met kinderen.

Bezoekersmotief

Het grootste deel van de respondenten geeft aan dat toeristen de gemeente bezoeken voor rust, harmonie en gezellig samen zijn.

Perspectief op de draak

Een deel van de respondenten vindt de draak een mooi symbool om naar buiten uit te dragen, maar volgens sommige respondenten gebeurt dat op dit moment niet genoeg. Een deel van de respondenten geeft aan dat de draak op een andere manier ingezet moet worden. Ze willen een verhaal naast het verhaal van het Draaksteken. Een groot deel respondenten zegt dat de draak aan dorp Beesel is gekoppeld. Hierbij komt ook naar voren dat de bewoners van Beesel er geen problemen mee hebben als de draak wordt doorgevoerd in de hele gemeente. Een klein deel van de respondenten wil de draak niet doorvoeren, omdat zij bang zijn dat de authenticiteit van de draak af gaat. In Reuver en Offenbeek is men op dit moment niet bezig met de draak, maar zij hebben ook geen bezwaar tegen het doorvoeren van de draak als thema. Een van de respondenten zij hier over:

“In Beesel hebben ze allemaal van die mooie draakjes buiten hangen aan zo’n schildje. Ik kan me niet voorstellen dat mensen dat hier (Reuver) gaan doen, dat ligt er te ver vanaf.”

Belang bij het drakenthema

Een deel van de respondenten geeft aan dat de draak aantrekkelijk is voor toeristen. Zij vinden dat het drakenthema een handig startpunt is om toeristische initiatieven op te baseren.

Huidige & voorgaande samenwerkingen

In het verleden zijn er verschillende initiatieven en samenwerkingen geweest zoals: Het genootschap van de draak, een drakenwandeling, een drakengrot, museum in de kerk, een cadeaupakket van de gemeente en de draak op eigen houtje. Deze initiatieven komen vanuit de ondernemers. Vanuit de kernoverleggen Reuver en Offenbeek zijn er nooit initiatieven geweest gebaseerd op de draak.

Verhoudingen

Een deel van de respondenten geeft aan dat er geen eenheid is binnen Reuver en Offenbeek. In Beesel(dorp) is deze eenheid er wel. Als het over de gemeente gaat zijn er verschillende invalshoeken. Een deel van de respondenten geeft aan dat er weinig medewerking komt vanuit de gemeente, daar tegenover staat dat een deel van de respondenten vindt dat ondernemers zich minder op de gemeente moeten focussen en zelf initiatieven moeten opzetten.

Ideeën rondom nieuw concept of oplossing

Een aantal ideeën die naar voren komen rondom het drakenthema zijn: Landmark Drakenrijk, dingen gerelateerd aan het drakenthema (zoals zwaard), thema opsplitsen, creëer een paraplu/kapstok waar men initiatieven aan kan hangen, laat kunst terugkomen uit de gemeente, meer informeren over de draak.

Macht

Een deel van de respondenten geeft aan dat Lommerbergen de meeste toeristische macht heeft in de gemeente en het grootste deel van de toeristen ontvangt. Veel stakeholders geven aan dat Lommerbergen een van de belangrijke stakeholders is om een initiatief op te zetten. Daar tegenover staat dat Lommerbergen gebonden is aan het Landal-concept en niet zomaar veranderingen door kan voeren in het park.

Verbeterpunten

De verbeterpunten van verschillende respondenten zijn:

- Er zijn te weinig activiteiten in de gemeente
- Er is meer beleving nodig in de gemeente Beesel
- De draak moet meer aanwezig zijn in de gehele gemeente

Om dit aan te pakken geven verschillende respondenten aan dat er een paraplu gecreëerd moet worden waar verschillende initiatieven onder vallen en waarbij verschillende stakeholders kunnen aansluiten.

Stakeholdersanalyse

De stakeholdersanalyse bestaat uit een korte beschrijving van alle stakeholders, de krachtenveldanalyse en een Power Interest Matrix. In de krachtenveldanalyse wordt per stakeholder gekeken naar de soorten macht, maar ook de soorten belangen die zij hebben. Daarnaast wordt er gekeken naar het vertrouwen wat er in de desbetreffende stakeholder is en hoe zij zich opstellen tegenover onze opdracht. In de Power Interest Matrix wordt gekeken naar de verhoudingen tussen de verschillende stakeholders aan de hand van de hoeveelheid macht en belang die tegenover elkaar zijn gezet.

Stakeholders

Hieronder worden alle stakeholders even kort toegelicht zodat van alle stakeholders bekend is wat zij doen en waarom zij belangrijk zijn voor ons project.

- Gemeente Beesel - Debbie Heesakkers & Geert Julicher
De gemeente Beesel heeft deze opdracht uitgezet en is een belangrijke stakeholder. Zij zijn een goede verbinding tussen de diverse stakeholders en hebben een groot belang bij de draak in de gehele gemeente Beesel.
- Stichting Draaksteken - Hans van Kruchten & Johnny Swaters
Stichting Draaksteken organiseert alles rondom het Draaksteken in het dorp Beesel. Zij zijn bekend met de wensen van de inwoners en hebben veel inzetbare kennis over de draak.
- Landal Greenparks de Lommerbergen - Marcel Glaser
Het vakantiepark van Landal Greenparks in Beesel is een belangrijke stakeholder. Zij hebben eerder al aangegeven open te staan voor ideeën met betrekking tot de draak. Het is ook een van de grotere stakeholders met meer dan 500 bungalows.
- BillyBird park Drakenrijk - Ton & Maarten Derks
Het BillyBird park Drakenrijk is een van de andere grote stakeholders. Zij hebben een drakenbos en hebben al ideeën over hoe ze de draak verder in het park kunnen uitdragen. Zij staan ervoor open om de draak verder te verwerken in het park.
- De Witte Stein - Geert Teunissen
De Witte Stein is een feestlocatie, restaurant en evenemententerrein gelegen in Reuver. Zij liggen aan de Duitse grens en trekken Nederlandse en Duitse bezoekers. De Witte Stein heeft een online activiteitenkalender en organiseert door het jaar heen verschillende activiteiten. Naast de binnen activiteiten hebben zij ook een wintertuin en speeltuin.
- Limburg Marketing - Giel Polman & Paul Lamberts
Limburg Marketing is een marketingbureau voor de provincie Limburg. Zij zijn verantwoordelijk voor het trekken van bezoeker in binnen- en buitenland. Limburg Marketing zet het VVV-merk in als consumentenmerk. Dit betekent dat zij de VVV-vestigingen en zuilen kunnen inzetten voor het uitzetten van hun boodschap.

- Bed and breakfast Locanda Al Drago - Suzanne en Harry Heikens
De bed and breakfast Locanda Al Drago is ook gelegen in Reuver. Dit is een van de kleinere stakeholders in ons proces. De B&B heeft de naam van de draak, maar dit is ook het enige waar de draak in voor komt.
- Bed and breakfast Het Blauwe Huis - Eugene Verhagen
Het Blauwe Huis is net zoals Locanda Al Drago gelegen in Reuver. De eigenaar is daarnaast docent op het voortgezet onderwijs in het dorp en heeft door de jaren heen veel plannen geopperd rondom een drakenthema in de gehele gemeente Beesel.
- Trekker van 'bliej in Beesel drakendorp' - Roger Hermans
Initiatiefnemer voor ontwikkelingen in het dorp Beesel op allerlei soorten niveaus en in een verscheidenheid aan categorieën.
- Stichting Sint-Jorisdag - Arie van den Broek & John van Maris
Organiseren de jaarlijkse Sint-Jorisdag in Beesel. Zij hebben jaarlijks een thema die zij door middel van creatieve uitingen door het dorp heen trekken. Afgelopen jaar stond eenzaamheid en verbindingen leggen op de agenda.
- Kernoverleg Beesel - Leon Simons, Kernoverleg Reuver - Corita Thissen en Kernoverleg Offenbeek - Ernst Stoffels
Ieder dorp heeft zijn eigen kernoverleg en bestaat uit inwoners die zoveel mogelijk een afspiegeling vormen van de bevolking. Het is belangrijk om met deze verschillende personen te spreken om een goed beeld te krijgen over de mening van de inwoners. (Beesel, z.d.)

Krachtenveldanalyse

In de krachtenveldanalyse wordt iedere stakeholder beoordeeld door middel van macht, belang, vertrouwen en opstelling.

Macht en belangen worden op meerdere punten beoordeeld zoals financieel - en netwerk macht. Hoeveel vertrouwen andere stakeholders in stakeholder X hebben bepaald het cijfer van vertrouwen voor stakeholder X. De opstelling is hoe stakeholder X aankijkt tegen het project.

Stakeholder	Macht	Belang	Vertrouwen	Opstelling
A. Gemeente Beesel <u>Wethouder</u>	Op alle vlakken in sterke mate macht.	Inhoudelijk: 'Draak aan slogan koppelen: Draak gemeente Beesel, gewoon anders'	+/-	😊
B. Gemeente Beesel <u>Beleidsmedewerker</u>	Op alle vlakken in sterke mate macht.	Economisch, inhoudelijk en sociaal: 'De draak is het onderscheidende effect voor de gemeente. Het is cultureel erfgoed. We moeten op zoek naar een thema waar draagvlak voor is bij bewoners, bedrijven en bezoekers.'	-	😊
C. B&B Locanda Al Drago	Op geen van de punten voldoende macht.	Financieel: Geen letterlijke uitspraak gedaan	-	😊
D. B&B Het Blauwe Huis	Op geen van de punten voldoende macht.	Sociaal: Geen letterlijke uitspraak gedaan	-	😊
E. Kernoverleg Reuver	Beschikt over een netwerk in de gemeenschap Reuver.	Sociaal: 'Je moet je richten op de toeristen niet op de bewoners'	--	😊
F. Kernoverleg Beesel	Beschikt over een netwerk in de gemeenschap Beesel en heeft hierin ook veel expertise. Weet wat er speelt.	Sociaal, economisch en kennis: Geen letterlijke uitspraak gedaan	+	😊
G. Kernoverleg Offenbeek	Beschikt over een netwerk in de gemeenschap Offenbeek.	Economisch: 'Mooie draaklogo + rotonde, maar verder geen betekenis. Eventueel de draak als promotiemiddel voor bedrijven.'	+/-	😊

H. De Witte Stein	Heeft vooral op economisch gebied macht: financieel, beslisvaardigheid en een netwerk.	Economisch: 'Als in de draak wil hij integreren in zijn bedrijf of meewerken aan een nieuw concept'	+	😊
I. Lommerbergen	Beschikt over expertise en een netwerk in de toeristische sector. Is beslisvaardig	Inhoudelijk: 'Weinig mensen komen voor de draak.' Ethisch: 'Begrip voor het feit om iets te doen met de draak zeker tussen het draaksteken' Financieel: 'Meer belang bij toerisme (levensbelang) dan draak'	+/-	😊
J. 'Bliej in Beesel Drakendorp'	Beschikt over een netwerk. Voornamelijk in de gemeente Beesel	Sociaal en economisch: Geen letterlijke uitspraak gedaan	+/-	😊
K. Drakenrijk/BillyBird	Macht ligt vooral op financieel gebied.	Inhoudelijk: 'Kunst om aan te sluiten bij Beesels thema toegang.' 'Men heeft hoge verwachtingen van thema'. Sociaal: 'Mogelijkheden voor gemeenschappelijk thema'	--	😊
L. Limburg Marketing	Beschikt over expertise en een netwerk in de toeristische sector. Heeft tevens financieel macht.	Inhoudelijk: 'Thema is handig om op in te spelen. Geen financieel belang.'	+/-	😊
M. Stichting Sint Jorisdag	Op geen van de punten voldoende macht.	Sociaal en kennis: 'De gemeente kan zichzelf profileren met de draak, dus aantrekkelijker voor toerisme'	+/-	😊
N. Stichting	Beschikt over een	Inhoudelijk:	+/-	😞

<u>Draaksteken Voorzitter</u>	netwerk. Voornamelijk in de gemeenschap van Beesel. Is tevens beslisvaardig.	'Het moet geen nepverhaal worden' 'De draak moet niet uitgemonsterd worden, want dan verslapt het' 'Het doorvoeren zorgt voor verslechtering van het verhaal, omdat mensen er niet echt iets mee hebben'		
<u>O. Stichting Draaksteken Bestuurslid</u>	Op geen van de punten voldoende macht.	Economisch 'Naar aanloop van Draaksteken heeft iedereen profijt' 'Commercieel belang' Politiek: 'Tactisch uitdragen door gemeente' Ethisch 'Er zijn ook stakeholders die het niet zien zitten'	+/-	☺

Per stakeholder wordt hier kort toegelicht waarom zij een bepaald soort macht of belang hebben. Maar ook waaruit blijkt hoe het vertrouwen in hen als stakeholder is en hoe hun opstelling is ten aanzien van het project.

Macht

Uit deze krachtenveldanalyse is te concluderen dat zowel de beleidsmedewerker recreatie en toerisme Gemeente Beesel als de wethouder Gemeente Beesel beiden in sterke mate macht hebben op alle vlakken. Naast de Gemeente Beesel hebben de kernoverleggen alle drie macht wat betreft netwerk. Omdat zij standaard in contact staan met veel mensen kunnen en hebben zij dingen te zeggen over het netwerk dat ze hebben. De Lommerbergen en Limburg marketing hebben zo beiden expertise en een groot netwerk op toeristisch gebied dat handig kan zijn voor de uiteindelijke ontwikkelingen en uitbreidingen van plannen die gemaakt worden gericht op toeristen. Voor verdere positionering betreft macht verwijzen we u graag door naar de power interest matrix.

Belang

De gemeente heeft meerdere belangen bij het onderzoek. Zo is er een groot inhoudelijk belang, omdat zij de initiator van het onderzoek zijn. Economisch valt er voor de gemeente ook veel te halen doordat zij willen inspelen op de doelgroep toeristen en zij willen dat deze doelgroep meer besteed bij de ondernemers in de gemeente. Indirect zullen zij hier ook het effect van voelen. Als laatste speelt het sociale belang, omdat zij zorgdragen voor de inwoners van de gemeente Beesel. Ze willen hun eigen inwoners tevreden houden en wat kunnen bieden.

De kernoverleggen hebben voor een sociaal belang en een minder belangrijk, maar nog steeds aanwezig economisch belang voor de ondernemers in eigen dorp. Bij alle kernoverleggen is het

duidelijk geworden dat de dorpen ieder hun eigen identiteit, verenigingen en gebruiken hebben. Deze worden ook goed beschermd door de gemeenschap.

De grote ondernemers/partijen in en buiten de gemeente hebben diverse belangen bij het vraagstuk. Opvallend is dat hun voornaamste belang vaak niet economisch is. Het inhoudelijke belang speelt bij veel stakeholders een grote rol zoals Landal de Lommerbergen, BillyBird en Limburg Marketing. Dit geldt ook voor stichting Draaksteken. Zij zien vernieuwing positief en zouden zichzelf graag willen aansluiten als er eenmaal een eenduidig, goed concept ligt.

De resterende kleinere partijen (B&B's, St. Joris Dag en enkelingen) hebben zeer uiteenlopende belangen. Opvallend is dat, kijkend naar de gehele groep, er weinig gesproken wordt over het financieel belang. Het lijkt erop dat het sociale en inhoudelijke belang voor bijna alle stakeholders, ook ondernemers, op de voorgrond staat. Dit is gezien de hechte gemeenschappen wel goed te verklaren.

Vertrouwen

Het vertrouwen achter de naam van de stakeholder geeft aan hoeveel vertrouwen stakeholders in elkaar hebben. Waarvan -- staat voor weinig tot geen vertrouwen, +/- in neutraal en ++ in zeer veel vertrouwen.

5 stakeholders worden negatief beoordeeld (weinig tot geen vertrouwen), 8 worden neutraal beoordeeld en 2 positief. Opvallend is dat meerdere stakeholders de gemeente en met name de uitvoerende tak negatief benaderen. Voor hun gevoel komt dit door de tal van initiatieven die zijn opgestart, maar nooit geëindigd. Veel stakeholders hebben het idee dat hun eigen initiatieven en ideeën ook snel in een pot worden gestopt waarvan de deksel er zelden tot nooit afgaat. Daarnaast hebben sommige stakeholders ook geen vertrouwen in BillyBird. Voornamelijk door de langzame ontwikkeling van Drakenrijk. De B&B's worden ook minder positief beoordeeld. De meningen hierover op de vraag 'waarom' zijn zeer uiteenlopend.

Onder andere Lommerbergen, kernoverleg Offenbeek, St. Joris dag en stichting Draaksteken worden als neutraal beoordeeld. Andere stakeholders zijn niet razend enthousiast, maar hebben ook niet veel kritiek op deze stakeholders. Uiteraard zijn er punten om over te discussiëren. Zo wordt er over stichting Draaksteken gezegd dat ze 'mee moeten gaan met de tijd' en vinden enkele stakeholders van Lommerbergen dat ze zich meer mogen bekommeren om dat wat er gebeurt in de gemeente.

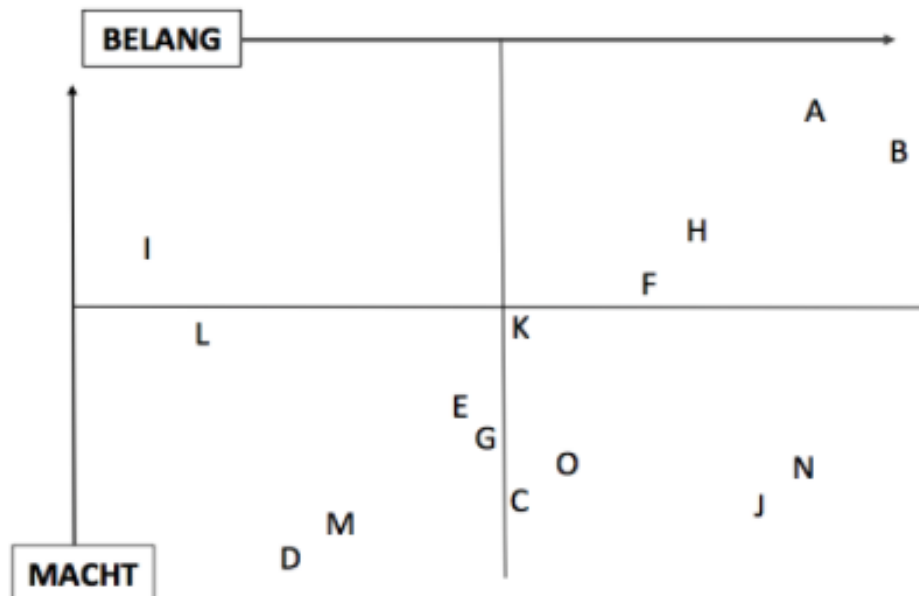
Kernoverleg Beesel en de Witte Stein worden als positief beoordeeld. Kernoverleg Beesel staat voor hun bewoners en dorp, maar zijn open-minded. De Witte Stein wordt als grote organisator en investeerder gezien welke ook erg meegaand is in initiatieven in de gemeente.

Opstelling

Vrijwel alle stakeholders staan positief ofwel neutraal ten opzichte van de doelstelling van het project. Er is echter wel te merken dat Stichting Draaksteken een duidelijk negatief standpunt aanneemt betreft de doelstelling van het project. De reden daarvan is dat het doorvoeren van de draak in zowel Reuver als Offenbeek niet tot zijn recht komt en daardoor het verhaal van Sint-Joris en de draak afzwakt.

Power Interest Matrix

In de Power Interest Matrix zijn dezelfde letters gebruikt voor de stakeholders als die bovenaan voor de krachtenveldanalyse gebruikt zijn. De letters staan dus voor een bepaalde stakeholder. In de Power Interest Matrix zie je van alle stakeholders hoe de machten en belangen zich tot elkaar verhouden.



Legenda

- A. Gemeente Beesel - Wethouder
- B. Gemeente Beesel - Beleidsmedewerker
- C. B&B Locanda al Drago
- D. B&B Het Blauwe Huis
- E. Kernoverleg Reuver
- F. Kernoverleg Beesel
- G. Kernoverleg Offenbeek
- H. De Witte Stein
- I. Lommerbergen
- J. "Bliej in Beesel Drakendorp"
- K. Drakenrijk
- L. Limburg Marketing
- M. Stichting St. Jorisdag
- N. Stichting Draaksteken - Voorzitter
- O. Stichting Draaksteken - Bestuurslid

Conclusies

In de conclusies worden alle onderzoeksvragen beantwoord en daaruit worden conclusies getrokken. Bij de eerste drie onderzoeksvragen hebben we input gekregen van alle stakeholders, bij de laatste onderzoeksvraag over het toerisme hebben we expert-interviews gehouden met een aantal stakeholders die expertise hebben met het toerisme in de gemeente Beesel.

Hoe ziet het DNA van de gemeente Beesel eruit?

De gemeente Beesel is een gemeente met veel openheid, en is bovendien een kleine gemeente, die graag zelfstandig blijft tussen de grote gemeenten Venlo en Roermond. De gemeente blijft in stand doordat er korte lijnen zijn tussen gemeente en de bewoners. In een kleine gemeente kent iedereen elkaar, wat het ook makkelijk maakt om verbindingen te leggen.

De gemeente Beesel is heel actief, organiseert veel evenementen, en er zijn veel voorzieningen en verenigingen waar iedereen terecht kan. Ondanks dat trekken de jongeren weg naar de grotere steden, vaak ook omdat de inwoners werken buiten de gemeente Beesel omdat er niet genoeg werkgelegenheid is binnen de gemeente. Het unieke symbool in de gemeente is de draak en het Draaksteken, maar daarnaast ook de prachtige natuur met de mooie wandel- en fietsroutes. In de omgeving zijn er weinig zwemgelegenheden. Bij minder goed weer is het subtropisch zwemparadijs de enige zwemgelegenheid in de omgeving, en bij goed weer is de gemeente Beesel ook de enige in de omgeving met een openluchtwembad. Dit zorgt in de zomer voor veel dagtoerisme.

Veel van de andere activiteiten in Beesel krijgen minder toerisme/klanten. Uit dit onderzoek komt naar voren dat de toeristen vaak niet weten wat er te doen is. Daarnaast is het lastig om informatie over de activiteiten terug te vinden op de website van de Gemeente Beesel en staan er maar een aantal activiteiten op.

Wat zijn de belangen van de stakeholders ten opzichte van de draak? (o.a. inwoners en ondernemers)

De draak is aantrekkelijk voor toeristen. Het drakenthema is een handig startpunt om toeristische initiatieven op te baseren. Vooral Stichting Draaksteken heeft veel belang bij het uitdragen van de draak, maar wil wel dat hier voorzichtig mee omgegaan wordt. Zij zijn van mening dat het doorvoeren van de draak in de gemeente Beesel ervoor kan zorgen dat het uitgemonsterd wordt, waardoor het geheel verslapt. Het is goed om dit principe in het achterhoofd te houden. De draak wordt nu gezien als het onderscheidende van de gemeente, en het uitgesproken symbool om de gemeente mee te profileren.

Ondernemers

Het thema 'draak' zou beter benut kunnen worden door de ondernemers in de gemeente Beesel. Zij zijn degene die dit thema kunnen uitdragen en hier initiatieven onder kunnen hangen. Landal Greenparks de Lommerbergen ziet wel het belang voor het toerisme, maar heeft geen belang bij de draak. Lommerbergen is een grote speler met betrekking tot het toerisme. Om de toeristen te bereiken zijn zij belangrijk om mee samen te werken. Verder staan alle ondernemers ervoor open om de draak te integreren in hun bedrijf en draak gerelateerde producten te introduceren of te verkopen. Wel komt naar voren dat er nu weinig toeristen voor de draak naar de gemeente Beesel komen. Het is dus belangrijk dat de draak aan wordt gedragen bij de toeristen en het drakenthema ook echt naar hen gecommuniceerd wordt. Verschillende stakeholders geven aan dat het lastig is om iets te organiseren als de draak als thema gebruikt wordt. Hieruit wordt geconcludeerd dat dit een wisselwerking is van aan de ene kant het papierwerk dat ondernemers moeten regelen voor zij iets

organiseren. Aan de andere kant wordt duidelijk dat de ondernemers te veel op de gemeente steunen en zelf meer initiatief kunnen nemen om iets te ondernemen.

Inwoners

Wat opvalt is dat de inwoners vanuit de verschillende dorpskernen verschillende belangen hebben. Het kernoverleg Reuver is van mening dat ze zich veel meer moeten richten op de toeristen i.p.v. op de inwoners. Verder kijken de bewoners van Reuver niet negatief tegen de draak aan, maar zien zij niet het belang van het doorvoeren van de draak. Het kernoverleg Offenbeek is van mening dat alle draken in de gemeente, zoals de draak in de rotonde en het drakenlogo, verder geen betekenis hebben. Eventueel kan het worden ingezet als promotiemiddel voor ondernemers en bedrijven in Offenbeek. Het is wel zo dat de inwoners uit Beesel het thema 'de draak' echt uitdragen en zich hiermee verbonden voelen door het Draaksteken. Om het thema goed uit te dragen als gehele gemeente moet er gezorgd worden dat ook Offenbeek en Reuver trots zijn op de draak.

Wat is het perspectief op de draak van de stakeholders? (o.a. inwoners en ondernemers)

De draak is een mooi symbool om naar buiten uit te dragen als gemeente, maar dit wordt nog niet voldoende gedaan. Het is belangrijk om het verhaal van het Draaksteken intact te laten, maar wel een nieuwe draak of verhaal rondom de draak in het algemeen te ontwikkelen. Omdat Draaksteken een evenement is wat eens in de zeven jaar veel bezoekers naar de gemeente Beesel trekt en het ook echt van het dorp Beesel is, moeten zoveel mogelijk associaties met het Draaksteken vermeden worden. Voor het doorvoeren van de draak bevelen wij impliciete storytelling aan. Voor verdere informatie over de doorvoering van de draak door middel van impliciete storytelling wordt u verwezen naar het conceptboek.

Ondernemers

Alle ondernemers zijn van mening dat de draak nog niet in de gehele gemeente prominent aanwezig is. Het thema moet beter uitgedragen worden als ze het echt willen doorvoeren. Nu is het thema te weinig aanwezig, waardoor toeristen er ook niet genoeg van af weten. Er moet een andere goede draak komen, die los staat van het Draaksteken en het verhaal van het Draaksteken. Dit is een goede oplossing waarmee het verhaal van het Draaksteken in ieder geval niet geschaad wordt. Om dit te doen kan er een slogan gemaakt worden voor de gemeente, en kan de draak op een goede manier gezien worden als hoeder voor al het mooie van de gemeente Beesel. Er zijn een aantal initiatieven geweest rondom de draak, maar deze zijn uiteindelijk weer stilgevallen door verschillende redenen.

Inwoners

Zowel de inwoners van Offenbeek als de inwoners van Reuver geven aan dat de draak door het Draaksteken onlosmakelijk verbonden is met het dorp Beesel. De inwoners van de dorpen Reuver en Offenbeek hebben weinig tot geen affiniteit met de draak en zijn er ook niet mee bezig. De draak wordt ook vaak automatisch geassocieerd met het Draaksteken. Het kerndorp Beesel staat open om de draak te delen met Reuver en Offenbeek, maar betwijfelt of ze er ook echt iets mee kunnen. Dit komt doordat er in Reuver minder samenhang is en Beesel zich echt verbonden voelt met elkaar, dit komt mede door de draak.

Wat zijn de motieven en wat is de beleving voor toeristen in de gemeente Beesel?

Door gesproken te hebben met negen experts door middel van een expert-interview, is er zeer bruikbare en interessante informatie gevonden over de 'standaard' toerist in de gemeente Beesel. De volgende stakeholders hebben informatie gegeven met hun expertise over het toerisme: Limburg Marketing, De Witte Stein, Landal Greenparks de Lommerbergen, beleidsmedewerker toerisme &

recreatie - gemeente Beesel, Drakenrijk, camping Natuurplezier, camping 't Eyveld, B&B Locanda al Drago en B&B Het Blauwe Huis.

Lommerbergen is de belangrijkste speler op het gebied van toeristen binnen de gemeente Beesel. Zij zorgen jaarlijks voor 500.000 gastnachten. Hiernaast zijn er enkele kleine bed and breakfasts en campings in de gemeente te vinden. Naar aanleiding van interviews met deze recreatieve-toeristische ondernemers en expertinterviews kunnen wij vaststellen dat de toeristen naar de gemeente Beesel komen voor rust, ontspanning en gezelligheid. Dit alles samen met hun gezelschap. Dit is terug te koppelen naar het model leefstijlvinder. Eerder besproken in de externe probleemanalyse. De eerdere gedachten van de gemeenten, dat de toeristen vallen in de categorie 'harmonie', kunnen wij dus bevestigen afgaand op de expertinterviews. Om deze toeristen te interesseren en motiveren voor een bezoek aan de dorpen, zullen aansluitende activiteiten moeten worden gemaakt.

Het gezelschap wat de gemeente Beesel ontvangt is afhankelijk van het seizoen en de locatie. De Lommerbergen ontvangt voornamelijk gezinnen of families. De kinderen zitten in een leeftijd van 0 t/m 14 jaar waarvan de belangrijkste groep 4 t/m 10 jaar is. De meeste gasten komen uit Nederland en dan specifiek uit Zuid-Limburg. Duitsland met 15% en België met 11% volgen daarna. Daarnaast heeft Lommerbergen ook een aantrekkingskracht voor dagjesmensen met voornamelijk het subtropisch zwembad, bowlingbaan en midgetgolf.

De B&B's hebben een diversiteit aan gasten. Zij kunnen hun gasten niet categoriseren binnen een bepaald kader. De gasten komen vanuit de hele wereld, ongeacht het seizoen. Vaak zijn deze mensen op doorreis (trein, bus, fiets, auto etc.) en zij zullen ook moeilijk vangbaar zijn voor promotie. Wel gaat deze doelgroep vaak uit eigen nieuwsgierigheid de kleine, omliggende dorpen ontdekken. Een tip door een local (VVV) of bij hun verblijfslocatie over een activiteit in de omgeving, zullen zij dan ook snel oppakken.

Op de campings komen is het grootste percentage tevens Nederlandse gasten. In de vakanties zien zij een stijging van gezinnen en families met kinderen, maar in de rest van de perioden nemen de oudere generaties (50+) de camping over. De meeste campings hebben geen activiteiten of hebben geen samenwerkingen lopen met ondernemers in de gemeente Beesel. Hier zijn dus veel mogelijkheden en kansen te behalen. Zowel op het gebied van promotie als banden in eigen gemeente aan te halen.

Er zijn veel activiteiten te beleven in de gemeente Beesel, maar het is duidelijk dat de toerist hier weinig vanaf weet. Zo is er een openluchtwembad, de Witte Stein met speellocatie, Luxor theater, XBaze trampolinepark, Drakenrijk en zijn er tal van fiets- en wandelroutes in de omgeving. Echter, op de fiets- en wandelroutes na, ontvluchten de gasten vaak de gemeente Beesel. Veelgehoord is het outlet centre Roermond of Toverland. Hier kan de gemeente Beesel niet tegen opboksen, maar wel zijn er stappen te behalen voor de kleinere activiteiten. Door een goede samenwerking tussen verblijfsaccommodaties, plaatselijke ondernemers (producten en food & beverage) en gemeente kan er meer uit het recreatieve-toeristische verblijf worden gehaald.

Aanbevelingen

In het volgende hoofdstuk worden er aanbevelingen gedaan ten aanzien van de resultaten uit ons onderzoek.

Eigenaarschap gemeente

Zoals al gebleken is in de conclusies, zijn er in de gemeente Beesel veel verschillende perspectieven op het drakenthema, en hoe dat uitgedragen zou kunnen worden. Het wordt daarom aanbevolen om het concept 'In het spoor van de draak,' zoals beschreven in het bijgevoegde conceptboek, eigendom te laten worden van de gemeente. Zij bewaken de waarden en uitingen van het concept, zodat het niet aan kracht hoeft in te boeten. Het concept dat bewaakt moet worden bevat impliciete storytelling en zorgt ervoor dat men zelf een bepaald verhaal kan inbeelden. De impliciete storytelling kan onder andere door vertaald worden in de USP's, Unique Selling Points, van de gemeente. Voor het complete concept wordt u verwezen naar het conceptboek.

Contactpersoon aanstellen voor initiatieven ondernemers

Zoals vermeld werd in de conclusies, leeft bij sommige stakeholders het gevoel dat het moeilijk is om samen te werken met de gemeente in de ontwikkeling van drakenproducten. Om een oplossing te kunnen bieden voor dit communicatieprobleem, wordt aanbevolen om een contactpersoon aan te stellen, bij wie ondernemers terecht kunnen met hun initiatieven en ondernemers. Wanneer zij hulp nodig hebben bij het uitvoeren of doorvoeren van een bepaald initiatief kunnen zij bij deze contactpersoon terecht. Deze contactpersoon zal iemand moeten zijn die ervoor zorgt dat alle initiatieven op gepaste afstand blijven van het Draaksteken. Op deze manier blijft er een open sfeer rond het samenwerken hangen.

Promotie

Over het toerisme in Beesel is verteld dat de grootste groep toeristen afkomstig is van de Lommerbergen, en dat andere initiatiefnemers wat achterblijven wat betreft promotie en vindbaarheid. Toeristen hebben geen inzicht in het gehele aanbod van de gemeente Beesel. Het wordt daarom aanbevolen om opnieuw te kijken naar het promoten van de gemeente als geheel naar de toerist. Deze promotie moet veel meer gedaan worden vanuit de website. De website zoals deze er nu uit ziet is wat onoverzichtelijk en veel pagina's zijn niet up-to-date. Zoals al aangegeven worden er weinig evenementen in de regio op de site vermeld. Er wordt dus aanbevolen om de website te vernieuwen, volgens de lijnen van het voorbeeld dat bijgevoegd is in het conceptboek van dit onderzoek. Verder zou Limburg Marketing een grote rol kunnen spelen in het promoten van de gemeente Beesel, maar ook het nieuwe concept. Zij zijn een belangrijke speler, met ervaring in het promoten van gemeenten en regio's, die meer betrokken mogen worden bij het nieuwe concept. Voor verdere uitleg betreft de promotie verwijzen we u graag naar het conceptboek.

Enquêtes

In dit onderzoek is een beeld geschetst van de motieven van de toerist in de gemeente Beesel, door middel van expertinterviews. Hiermee is dus een profiel geschetst uit tweede hand. Gezien de wens er ligt om meer te weten te komen over deze toerist, wordt aanbevolen om vervolgonderzoek op te zetten rond het enquêteren van de toerist, om een directer beeld te kunnen schetsen. Voor een dergelijk onderzoek moet voldoende tijd worden vrijgemaakt, om een oplossing te kunnen vinden voor de privacywetgeving die belemmerend werkt voor het enquêteren van gasten in de verscheidene verblijfsaccommodaties.

Bronnen

Bed and Breakfast Locanda Al Drago. (z.d.) Opgehaald van Locanda al Drago:
<https://www.locanda-aldrago.nl/>

Beesel (gemeente). (2018, september 20). Opgehaald van Wikipedia:
[https://nl.wikipedia.org/wiki/Beesel_\(gemeente\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Beesel_(gemeente))

Beesel Drakedorp. (z.d.). Opgehaald van Gemeente Beesel:
https://www.beesel.nl/Gemeente_Beesel/Projecten/Beesel_Draked_rp/Beesel_Draked_rp

City branding model Kavaratzis. (2009, oktober 23). Opgehaald van Eurib:
<https://www.eurib.net/city-branding-model-kavaratzis/>

demografie Beesel. (2013). Opgehaald van RIVM:
https://www.rivm.nl/media/profielen/profile_889_Beesel_demografie.html

De Lommerbergen. (z.d.) Opgehaald van Wikipedia:
https://nl.wikipedia.org/wiki/De_Lommerbergen

De Witte Stein. (z.d.) Opgehaald van De Witte Stein:
<http://www.dewittestein.nl/>

Draak. (z.d.). Opgehaald van Wikipedia:
[https://nl.wikipedia.org/wiki/Draak_\(fabeldier\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Draak_(fabeldier))

Drakendorp Beesel. (z.d.). Opgehaald van VVV Midden-Limburg:
<https://vvvmiddenlimburg.nl/nl/evenement/drakendorp-beesel>

Drakenrijk (z.d.) Opgehaald van drakenrijk:
<https://drakenrijk.nl>

Drakensouvenirs. (z.d.). Opgehaald van Draaksteken:
<http://www.draaksteken.nl/beesel-drakendorp/drakensouvenirs/>

Draaksteken. (2016) Opgehaald van draaksteken:
<http://www.draaksteken.nl/draaksteken-2016/>

Fairtrade Gemeente. (z.d.). Opgehaald van Gemeente Beesel:
https://www.beesel.nl/Gemeente_Beesel/Projecten/Fairtrade_Gemeente/Fairtrade_Gemeente

Gemeente Beesel Midden-Limburg. (z.d.). Opgehaald van VVV Midden-Limburg:
<https://vvvmiddenlimburg.nl/nl/gemeente-beesel-midden-limburg>

Gudde, T. (z.d.). *Samenwerken verbinden van belangen.* Opgehaald van Twynstra Gudde Kennisbank:
<https://www.twynstraguddekennisbank.nl/samenwerkingskunde/samenwerken-verbinden-van-belangen>

Julicher, G. (2018, september).

Kernoverleg Reuver, Offenbeek en Beesel. (z.d.) Opgehaald van Beesel:

https://www.beesel.nl/Inwoners/Participatie/Kerngericht_werken/Kernoverleg_Reuver_Offenbeek_en_Beesel

Over Beesel. (z.d.). Opgehaald van Gemeente Beesel:
https://www.beesel.nl/Gemeente_Beesel/Over_Beesel

Stjoris Keramische industrie. (z.d.) opgehaald van St joris:
<http://www.stjoris.nl/nl/>

Wapen van Beesel. (2016, december 3). Opgehaald van Wikipedia:
https://nl.wikipedia.org/wiki/Wapen_van_Beesel

Webgispublisher (2015) Opgehaald van Nieuwland Geo informatie Webhispublisher:
http://maps.webgispublisher.nl/Viewer.aspx?map=GemeenteBeesel_recreatie_en_tourisme