

Dark Tourism in Nederland?

Een casestudy naar bezoekersprofielen en motivatie in Nationaal Monument Kamp Amersfoort

Karel Werdler

Hogeschool Inholland Tourism Management
HTRO manager externe relaties, senior lecturer
Wildenborch 6, 1112 XB Diemen
Karel.werdler@inholland.nl

Nadiah Geuskens

BA Tourism Management Hogeschool Inholland Jachthaven Lelystad
448923@student.inholland.nl

Het fenomeen 'Dark Tourism' is de laatste jaren een veelgebruikt begrip geworden als het gaat om het aanduiden van toeristische attracties die op de een of andere wijze met de dood of lijden in verband worden gebracht. Verschillende onderzoekers hebben pogingen gedaan om de aanbodzijde onder te brengen in categorieën en inmiddels zijn er volop deelonderzoeken gedaan naar plaatsen die mogelijk als een 'donkere' attractie beschouwd kunnen worden. In Nederland zijn tot op heden nog weinig pogingen ondernomen om het fenomeen te inventariseren en nog minder om inzicht te verschaffen in de beweegredenen van bezoekers. In dit onderzoek is een keuze gemaakt voor een locatie die de 'donkerste' categorie vertegenwoordigt, Nationaal Monument Kamp Amersfoort.

1 | Inleiding

Gedurende de laatste jaren is de term Dark Tourism een redelijk bekend begrip geworden onder academici met belangstelling voor toerisme en is er een flink aantal boeken en artikelen verschenen over dit thema. Het begrip werd voor het eerst gebruikt door onderzoekers Lennon en Foley in 1995 na uitgebreide research in plaatsen als Dallas, Berlijn en bij de slagvelden van de Eerste Wereldoorlog. Zij zagen Dark Tourism vooral als een vorm van cultureel toerisme dat, versterkt door de invloed en snelheid van de moderne massacommunicatiemiddelen, tegemoet zou komen aan gevoelens van onrust en twijfel in de postmoderne samenleving (Lennon en Foley 2000). Daarnaast stelden zij dat bij een aantal zogenaamde Dark Tourism locaties duidelijk sprake was van commodificatie en zelfs commercialisering. In 1996 werd door Tony Seaton het concept Thanatourism geïntroduceerd. Hij legde nadrukkelijk een link met de oudere Europese traditie van 'Thanatopsis', oftewel contemplatie van de dood, en plaatste het begrip in een groter geheel van joods-christelijke waarden (Seaton 1996). Stone en Sharpley brachten een paar jaar later het onderwerp onder de aandacht van een groter publiek niet alleen door hun publicaties, maar ook door het oprichten van een Centrum voor Dark Tourism Research begin 2012 in het Engelse Lancashire (Sharpley en Stone 2009). De afgelopen jaren zijn er onderzoeken gedaan naar de motivatie van bezoekers van Dark Tourism, het management van dergelijke locaties, de relaties met verschillende stakeholders en de ethische aspecten van dit fenomeen. Deze onderzoeken vonden plaats op uiteenlopende locaties, zoals Auschwitz en de slagvelden van de Eerste Wereldoorlog, maar ook bij Ground Zero in New York, de slavenforten in Ghana en op Robbeneiland. Met uitzondering van het Anne Frank Huis in Amsterdam (Poria et al. 2006; Masural et al. 2008), zijn mogelijke Dark Tourism locaties in Nederland tot op heden geen onderzoeksobject geweest en dit artikel wil dan ook een eerste bijdrage leveren om deze leemte te vullen. Het artikel is gebaseerd op bezoekersonderzoek en heeft als doel de bezoekersprofielen en motieven voor een bezoek inzichtelijk te maken bij één van de Dark Tourism locaties in Nederland, namelijk Kamp Amersfoort.

DARK TOURISM IN NEDERLAND?

2 | Categorisaties en definitie van Dark Tourism

In zijn artikel waarin hij het begrip Thanatourism introduceert, wees Seaton (1996) specifiek op de ontwikkelingen in de laat achttiende en vroeg negentiende eeuw, als een tijd waarin de mensen die het zich konden veroorloven een reis maakten langs Europese steden om zichzelf cultureel te ontwikkelen of hun adellijk netwerk uit te breiden, het fenomeen van de Grand Tour. Tijdens deze reizen werden niet alleen de gebruikelijke monumenten en bezienswaardigheden bezocht, maar brachten de reizigers dikwijls ook een bezoek aan het slagveld van Waterloo en aan begraafplaatsen. De motivatie voor een bezoek aan de laatstgenoemde locaties werd door hem in verband gebracht met het oudere begrip 'Thanatopsis', oftewel het nadenken over de dood. Het daarvan afgeleide fenomeen Thanatourism kan volgens hem verdeeld worden in vijf categorieën:

1. Reizen met als doel om de dood te zien, zoals het bijwonen van terechtstellingen. Een verschijnsel dat vooral tijdens het Romeinse Keizerrijk en de Middeleeuwen populair was, maar ook later nog volop aantrekkingskracht bleek te hebben.
2. Het reizen naar locaties waar mensen zijn omgekomen. Voorbeelden zijn de vernietigingskampen uit de Tweede Wereldoorlog en andere plekken waar mensen om het leven zijn gekomen. Sommige wetenschappers spreken hier van 'Holocaust-tourism'. In het Verenigd Koninkrijk zijn zelfs gespecialiseerde touroperators die onder de noemer 'Flanders Fields' reizen aanbieden naar de slagvelden en loopgraven uit de Eerste Wereldoorlog. Maar ook het bezoeken van de plekken waar beroemdheden zijn omgekomen, behoort tot deze categorie.
3. Het reizen naar begraafplaatsen en herdenkingsmonumenten, ook wel funerair toerisme of remembrance tourism genoemd.
4. Het reizen naar plaatsen waar veldslagen worden nagespeeld, de zogenaamde 're-enactments' die bijzonder populair zijn in de VS en Engeland, maar bij het Belgische Waterloo ook een continentale variant kennen.
5. Het reizen naar synthetische locaties waar bewijsmateriaal van de doden wordt verzameld en tentoongesteld, zoals musea. In het Nederlands zouden we zo'n locatie misschien het beste als kunstmatig kunnen omschrijven.

Op basis van deze indeling zou men bepaalde locaties kunnen indelen als 'weaker' of 'stronger' als het gaat om de confrontatie met de aanwezige thanatoeristische elementen, het bijwonen van een openbare terechtstelling is van een andere orde dan het naspelen van een veldslag. Deze benadering zien we ook, in een wat meer specifieke vorm, terug in de benadering van Philip Stone (2006). Net als Seaton legt hij in zijn benadering en model de nadruk op de locatie of de bezienswaardigheid zelf, maar tegelijkertijd heeft hij ook aandacht voor de motivatie van bezoekers en de betrokkenheid van verschillende stakeholders aan de zogenaamde productiekant. Zijn definitie van Dark Tourism wordt in deze bijdrage als uitgangspunt gehanteerd: *'... the act of travel and visitation to sites, attractions and exhibitions which have real or recreated death, suffering or the seemingly macabre as the main theme'*. Daarnaast ontwikkelde Stone een spectrum van zogenaamde Dark Tourism attracties dat van 'lichter' naar 'zeer duister' verloopt en waarbij iedere categorie vergezeld wordt door het bijvoeglijk naamwoord 'Dark'. Wij hebben er voor gekozen om hiervoor de term duister te gebruiken.

- Duistere pretparken, zoals de London Dungeon waar het draait om entertainment.
- Duistere tentoonstellingen, waar een educatief element nadrukkelijk aanwezig is, zoals de beroemde tentoonstelling 'Body Worlds', nog steeds bezig met een wereldwijde tournee.

- Duistere gevangenissen waar bezoekers kennis kunnen maken met historische vormen van strafrecht en de toepassingen daarvan. Daartoe behoren niet alleen de ‘griezelige’ middeleeuwse kerkers, maar ook meer recente gevangenissen zoals het Zuid-Afrikaanse Robbeneiland waar meer de nadruk ligt op educatie vanuit een bepaalde politieke ideologie.
- Duistere laatste rustplaatsen, zoals begraafplaatsen en afzonderlijke grafmonumenten die bezoekers inzicht geven in cultureel-historisch erfgoed of die van artistieke betekenis zijn.
- Duistere graftekens als formele of informele locaties gewijd aan mensen die recent zijn overleden en die vaak verbonden zijn met gebeurtenissen die in het nieuws waren. Dikwijls gaat het daarbij om niet-permanente graftekens waar rouwende bezoekers hun bloemen en kaarsen achterlaten en die op den duur weer verdwijnen. De berm-monumenten langs Nederlandse wegen zijn daar een voorbeeld van.
- Duistere conflict locaties of slagvelden zijn vaak al onderdeel van het toeristisch circuit en hebben zowel een educatieve als een herdenkingswaarde. Daarbij maakt Stone wel verschil tussen oudere en meer recente slagvelden. De eerstgenoemde zijn vaak geromantiseerd en bieden soms de gelegenheid tot het bijwonen van ‘re-enactments’ als entertainment.
- Vernietigingskampen, zoals uit de Tweede Wereldoorlog vertegenwoordigen de meest duistere kant van het spectrum. Een bezoek aan een dergelijk universeel symbool van het kwaad en de confrontatie met extreem macabere restanten kan sterke emotionele reacties oproepen bij de bezoekers (Stone 2006).

Deze laatste categorie wordt in de Engelse taal ook wel omschreven als Holocaust-tourism en wordt niet alleen gebruikt voor het bezoeken van de vernietigingskampen uit de Tweede Wereldoorlog, maar ook voor bezoeken aan bijvoorbeeld de beruchte ‘Killing Fields’ in Cambodja. De Engelse taal kent nog een aantal varianten, zoals Grief Tourism, Morbid Tourism, Funerary Tourism, Cemetery Tourism, Prison Tourism, Slavery Tourism (Dann en Seaton 2001), Battlefield Tourism (Dunkley en Westwood 2010) en Disaster Tourism. In het Nederlandse taalgebied komen we eigenlijk alleen de laatste term tegen en wel als ramptoerisme, maar daarbij wordt meestal niet gerefereerd aan echte toeristische activiteiten in de zin van vrijetijdsbesteding. Hoewel er sprake is van een zekere consensus als het gaat om het begrip Dark Tourism op zich, mag men wel stellen dat de academische literatuur nogal eclecticisch, beschrijvend en theoretisch fragiel is (Sharpley en Stone 2009). Sommige academici stellen zelfs dat de meeste onderzoeken vanwege hun kwalitatieve karakter de mogelijkheden van kwantitatief onderzoek lijken te onderschatten (Graig-White 2006). Dit artikel wil vanuit de Nederlandse context een eerste bijdrage leveren aan een kwantitatieve benadering van het fenomeen Dark Tourism.

3 | Dark Tourism locaties in Nederland

Zonder hier volledigheid te willen en kunnen nastreven en voordat we wat uitgebreider kennis maken met de onderzoekslocatie Kamp Amersfoort kunnen we op basis van de indeling van Stone wel iets zeggen over het mogelijke aanbod van Dark Tourism locaties in Nederland. Een duidelijk voorbeeld van de eerste categorie is de Amsterdamse vestiging van de Dungeons aan het Rokin. Bezoekers krijgen hier de mogelijkheid om kennis te maken met de meest gruwelijke perioden uit de geschiedenis. Althans, dat is het verhaal bij de attractie. In werkelijkheid, zo blijkt bij een bezoek aan de attractie, wordt de geschiedenis van de stad nogal uit zijn verband getrokken en ligt de nadruk op horroreffecten die nog versterkt worden door de aanwezigheid van gecostumeerde acteurs (Merlin Entertainment 2008).

DARK TOURISM IN NEDERLAND?

Van de tweede categorie van de zogenaamde duistere tentoonstellingen zijn meer voorbeelden te vinden. Er zijn naast de rondtrekkende expositie van Body Worlds in Amsterdam en Rotterdam vele tentoonstellingen geweest die de dood als thema hadden (von Hagens 2009). De meest recente onder de naam 'De Dood leeft!' in het Tropenmuseum (Schenk 2011), maar ook in andere steden zoals Enkhuizen, Goes, Utrecht en Hilversum waren de afgelopen jaren exposities die zich richtten op dit thema (Centraal Museum Utrecht 1980).

De enige musea met een vaste collectie zijn het Uitvaartmuseum Tot Zover in Amsterdam dat in 2008 werd geopend en de anatomische verzamelingen die vaak bij universiteiten aanwezig zijn (Enklaar 2007). De collectie Vrolik in het AMC is daarvan waarschijnlijk de bekendste (Los 1990). Daarnaast kunnen bezoekers in Amsterdam ook de exposities bekijken van één van de twee concurrerende Torture Musea, die beiden in het toeristische centrum van de stad liggen en vooral mikken op de internationale bezoeker. Deze twee behoren eigenlijk niet tot het officiële museale aanbod omdat ze niet zijn aangesloten bij de nationale belangenvereniging en ook niet in aanmerking komen voor enige vorm van subsidie.

Interessante combinaties van museum en gevangenis zijn de Gevangenpoort in Den Haag en het Gevangenismuseum in het Drentse Veenhuizen waarmee ook de derde categorie in Nederland vertegenwoordigd is.

Er is veel aanbod in de vierde categorie van 'laatste rustplaatsen en afzonderlijke grafmonumenten'. Het praalgraf van Willem van Oranje in de Nieuwe Kerk in Delft en dat van Michiel de Ruyter in Amsterdam zijn waarschijnlijk de bekendste voorbeelden. Hoewel we in Nederland niet echt begraafplaatsen van wereldwijde faam als Pere Lachaise en Highgate kennen, zijn er velen die wel degelijk de aandacht trekken van het binnenlandse publiek. Eyk en Duinen in Den Haag, Zorgvlied en de Nieuwe Ooster in Amsterdam, Beth Haim in Ouderkerk aan de Amstel en Driehuis Westerveld trekken bezoekers met belangstelling voor cultuur-historisch en funerair erfgoed (Bergen en Clement 2010; de Bok 2003; van Hoek 1994). Recente voorbeelden van de categorie van de duistere graftekens zijn het monument 'De Schreeuw' ter nagedachtenis van de moord op Theo van Gogh, de 'Boom Die Alles Zag' als herinneringsplaats van de Bijlmerramp en de plaquette ter nagedachtenis van Pim Fortuyn op het Hilversumse Mediapark. Natuurlijk zijn er ook uit een verder verleden plekken aan te wijzen die aan deze omschrijving voldoen zoals de plaats waar de martelaren van Gorcum werden omgebracht en het Prinsenhof in Delft waar bezoekers de kogelgaten van de moord op Willem van Oranje nog steeds kunnen zien. Daarnaast zijn er in het land talloze plaatsen die herinneren aan executies tijdens de Tweede Wereldoorlog. Voor het bezoeken van categorie 5, slagvelden en andere conflictsituaties is men in Nederland voornamelijk aangewezen op locaties die een rol speelden in de Tweede Wereldoorlog zoals de Grebbeberg, Kornwerderzand en het gebied rondom Arnhem. Meestal vindt men hier ook thematische musea of uitgezette routes. Slagvelden uit een verder verleden zoals Heiligerlee en Mook zijn nauwelijks meer als zodanig herkenbaar. De laatste categorie van Stone die van de vernietigingskampen is in Nederland eigenlijk niet aanwezig indien men de vergelijking maakt met de verschrikkingen van kampen als Auschwitz, Mauthausen en Dachau, anderszijds zijn er wel voldoende locaties hier die een rol speelden als internering- of doorgangskamp en deel uit maakten van de logistiek van de Holocaust. Deze laatste categorie is het object van dit onderzoek en meer specifiek Kamp Amersfoort.

4 | Kamp Amersfoort

Kamp Amersfoort was één van de 11 interneringskampen die in Nederland tijdens de Tweede

Wereldoorlog in gebruik waren. Andere waren te vinden in Amsterdam, Arnhem, Assen, Den Bosch, Den Haag, Ommen, Rotterdam, Schoorl, Vught en Westerbork (www.kampschoorl.nl; www.kampwesterbork.nl). Vaak werden ze gebruikt voor voorlopige opsluiting voordat de gevangenen verder werden gestuurd naar centraal gelegen punten vanwaar ze op transport werden gesteld naar de vernietigingskampen in Oost en Centraal-Europa. Nadat Nederland bezet was, werd er een begin gemaakt met arrestaties van politieke tegenstanders van het Nazi-regime en vanwege de toename van die arrestaties werden er een aantal voorlopige interneringskampen opgezet waarvan Schoorl de eerste was. De meeste kampen vielen onder gezag van lokale autoriteiten en hun Duitse leidinggevenden van de Sicherheitsdienst. De geschiedenis van kamp Amersfoort kent twee perioden. De eerste duurde vanaf de opening op 18 augustus 1941 tot de voorlopige sluiting op 8 maart 1943, de tweede van de heropening op 17 mei 1943 tot aan 19 april 1945, het moment dat het gezag werd overgedragen aan het Rode Kruis. Voordat het kamp door de SS als interneringskamp in gebruik werd genomen, was het een verzameling militaire barakken. Hoewel Kamp Amersfoort klein was in vergelijking met andere kampen en eigenlijk alleen bedoeld als voorlopige interneringslocatie, verbleven er gedurende de twee perioden toch meer dan 35.000 gevangenen onder vaak mensonterende omstandigheden. Vanwege de afgelegen ligging en het vaak ontbreken van duidelijke regelgeving en controle ontwikkelde het kamp zich zeker in de eerste periode tot een wrede en chaotische op zichzelf staande gemeenschap waar meer dan eens het recht van de sterkste gold. De gevangenen in het kamp behoorden tot zeer diverse groepen, zowel in leeftijd als geslacht, maar ook voor wat betreft religie, politieke overtuiging en zelfs veroordeling en strafduur. Naast de politieke gevangenen waren er ook zogenaamde 'a-sociale elementen' waartoe onder meer zigeuners, werkelozen en criminelen gerekend werden. Verder bood het kamp onderdak aan Jehova's getuigen, meer dan honderd Russische krijgsgevangenen en zelfs Amerikaanse burgers die door de Duitsers gearresteerd waren. Het aantal joodse gevangenen van het kamp wordt geschat op ongeveer 8500 en velen van hen werden van daaruit op transport gesteld naar Westerbork en van daaruit naar Auschwitz (<http://geschiedenis.kamp-amersfoort.nl/p/home-geschiedenis>).

Het Kamp, dat sinds 2000 een officieel nationaal monument (Stichting Nationaal Monument Kamp Amersfoort) is, trekt jaarlijks ongeveer 40.000 bezoekers die bij aankomst kunnen kiezen uit het zelf rondkijken in het sinds 2004 geopende bezoekerscentrum of zich kunnen laten rondleiden door een gespecialiseerde gids. Van deze 40.000 bezoekers zijn er circa 30.000 die in georganiseerd verband komen, bijvoorbeeld op schoolreis en 10.000 die niet georganiseerd en op eigen gelegenheid komen. Daarnaast verzorgt de Stichting Iespakketten voor het basis- en voortgezet onderwijs, worden er maatschappelijke stages aangeboden en kan er bemiddeld worden bij het vinden van een ooggetuige om in de klas een persoonlijk verhaal te vertellen.

5 | Het onderzoek, de doelstelling en methoden

Kamp Amersfoort fungeerde als hoofdplichtgever bij dit onderzoek dat zich vooral richtte op het verkrijgen van inzicht in het bezoekersprofiel van individuele bezoekers en het achterhalen van hun motieven. Van de bezoekers die in groepsverband komen bestaat onder meer vanwege de samenwerking met scholen en belangenverenigingen, reeds een aardig beeld. Na het doen van deskresearch is gekozen voor een kwantitatieve benadering door middel van het afnemen van enquêtes onder een van te voren vastgelegd aantal bezoekers. De enquête werd besloten met een open vraag die bezoekers de gelegenheid bood om hun beweegrede-

DARK TOURISM IN NEDERLAND?

nen en eventuele emoties meer persoonlijk toe te lichten. In de vragenlijst lag de nadruk op de motivatie en hierbij werd, uitgaande van een Dark Tourism perspectief, gebruik gemaakt van een indeling op basis van push- en pullfactoren zoals ontwikkeld door Dann (1981), waarin onderscheid wordt gemaakt tussen de push-factoren Erfgoed, Geschiedenis, Schuld(gevoel), Nieuwsgierigheid, Dood & Sterven en tenslotte Nostalgie. De motieven die in verband worden gebracht met Pull-factoren zijn dan Educatie, Herdenken, Voorwerpen (artifacts) en de zogenaamde Sight Sacralisation, letterlijk 'heiligverklaring', oftewel de erkenning van de plaats als betekenisvol. Daarnaast zijn in de enquête een aantal vragen meegenomen die gebaseerd zijn op het media mediator model van Yuill (2003). Daarin wordt naast de genoemde Push- en Pull-factoren een aparte plaats gegund aan de rol van de media als het gaat om het bezoeken van Dark Tourism locaties, die mogelijk inzicht zou kunnen verschaffen in de bewering van Lennon en Foley (2000) dat Dark Tourism vooral gezien moet worden als een vorm van cultureel toerisme die, versterkt door de invloed en snelheid van de moderne massacommunicatie, tegemoet komt aan gevoelens van onrust en twijfel in de postmoderne samenleving.

Het veldwerk is uitgevoerd gedurende de maanden januari en februari van 2012 en er zijn alleen individuele bezoekers, gezinnen en niet groepsgebonden bezoekers persoonlijk en a-selectief benaderd. Hoewel het uiteindelijke aantal ingevulde enquêtes niet geheel overeenkomt met een wetenschappelijke marge voor betrouwbaarheid (370 exemplaren), schetsen de 190 ingevulde enquêtes een interessant en informatief beeld van de bezoekerspopulatie en hun motieven. De verkregen informatie biedt hiermee zeker aanknopingspunten voor vervolgonderzoek(en).

6 | Onderzoeksuitkomsten

Demografische en algemene bezoekersgegevens

Van de 190 ondervraagde bezoekers waren ongeveer evenveel mannelijke (52%) als vrouwelijke (47%) bezoekers en 180 daarvan hadden de Nederlandse nationaliteit. Tot de bezoekers met een andere nationaliteit behoorden Belgen, een Engelsman en echtparen uit de VS, Zuid-Afrika en Turkije. Deze lage vertegenwoordiging van buitenlandse bezoekers laat zich misschien verklaren uit het feit dat Kamp Amersfoort zich meer profileert als een plaats om te gedenken dan als toeristische bezienswaardigheid en daarom/tevens niet of nauwelijks gebruik maakt van anderstalige informatie.

Tabel 1. Leeftijd bezoekers

Leeftijdsgroep	Absoluut	percentage
> 70	23	12,1 %
60 – 69	42	22,1 %
50 – 59	48	25,3 %
40 – 49	32	16,8 %
30 – 39	16	8,4 %
19 – 29	20	10,5 %
< 18	9	4,7 %

Zoals blijkt uit bovenstaande tabel behoorde de grootste groep bezoekers tot de categorie tussen de 50 en 59 jaar jaar, direct gevolgd door de categorie tussen de 60 en 69 jaar . De

overige leeftijdsgroepen waren minder nadrukkelijk vertegenwoordigd en slechts 9 respondenten waren jonger dan 18 jaar. Deze uitkomsten verschillen met de gegevens over de samenstelling van de verschillende leeftijdsgroepen in Nederland waar die van 40-49 jaar op dit moment de grootste vormt en de tweede plaats bezet wordt door de groep van 60 jaar en ouder (www.siob.nl/bibliotheekmonitor/trends-maatschappij/bevolkingssamenstelling/bevolkingssamenstelling-naar-leeftijd/item118).

Het opleidingsniveau van de respondenten was vrij hoog met 79 bezoekers met een HBO-opleiding en 13 met een universitaire opleiding (zie tabel 2).

Tabel 2 . Opleidingsniveau bezoekers

Opleidingsniveau	Absoluut	percentage
Universiteit	13	6,8
HBO	79	41,6
MBO	65	34,2
LBO	9	4,7
Lager	15	7,9
Anders	9	4,7

De meeste van deze respondenten (64%) waren van buiten de regio Amersfoort afkomstig, de overige uit de stad of de directe omgeving. Om een eerste onderscheid te kunnen maken met betrekking tot hun motivatie werden de bezoekers van buiten de regio (= 127) gevraagd naar het hoofddoel van hun bezoek. Daarbij gaf een meerderheid (45%) te kennen dat dit Kamp Amersfoort zelf was. Een tweede groep (33%) gaf aan dat het bezoek aan het kamp gecombineerd werd met het hoofddoel van een meer algemene besteding van de vrije tijd en een derde groep combineerde het bezoek aan het Kamp met het hoofddoel van het bezoeken van familie en vrienden (16%). De overige ondervraagden (3%) gaven andere hoofddoelen aan. Gevraagd naar de frequentie van het bezoek gaven de meesten (76%) te kennen dat dit de eerste keer was, 6% bezocht het Kamp voor de tweede keer en de overigen gaven aan dat zij het Kamp meermaals bezochten zonder precies aan te kunnen geven hoe vaak dat was. Bij navraag gaven twee bezoekers aan dat zij het kamp ieder jaar bezochten tijdens de nationale herdenking en sommige anderen dat zij regelmatige bezoekers waren uit hoofde van hun onderwijsactiviteiten.

Push en Pull-factoren

Om inzicht te verkrijgen in de meer specifieke motivatie is gebruik gemaakt van het aangepaste media-mediator model van Yuill. Bezoekers konden op een Likert-schaal van 1 tot 4 aangeven welke Push- en/of Pullfactoren zij relevant achtten voor hun bezoek.

De meerderheid van de bezoekers (169 = 88%) gaf aan een relatie te hebben met de gebeurtenissen in de Tweede Wereldoorlog en dit als deel van hun (persoonlijk) erfgoed/Heritage te beschouwen. Meestal werd daarbij verwezen naar één van de ouders of grootouders, en 17 respondenten waren zelf bij gebeurtenissen uit dit verleden betrokken. Belangstelling voor geschiedenis (History) bleek een andere belangrijke drijfveer voor een bezoek. De meerderheid van de ondervraagden (80%) bleek ook andere locaties bezocht te hebben die in verband worden gebracht met de Tweede Wereldoorlog, zoals het Anne Frank Huis in Amsterdam, de kampen Westerbork en Vught en in het buitenland Auschwitz en Bergen-Belsen, en kon zich vinden in mogelijke antwoorden als *'omdat ik belangstelling heb voor de geschiede-*

DARK TOURISM IN NEDERLAND?

nis van deze plek' en 'omdat ik belangstelling heb voor oorlogsgeschiedenis'. De overige push-factoren werden iets minder vaak genoemd als bepalend voor een bezoek. Toch gaf bijna de helft van de bezoekers (47%) aan dat nieuwsgierigheid (Curiosity) een rol speelde bij hun beslissing om het kamp te bezoeken en herkende 63% zich in het begrip nostalgie (Nostalgia). De confrontatie met de dood (Death & Dying) bleek voor de meeste bezoekers (62%) geen motief en bijna een kwart (24%) van de ondervraagden gaf aan dat schuldgevoelens (Guilt) een rol speelden bij hun bezoek.

Wanneer we gaan kijken naar de Pull-factoren bleek educatie een belangrijke drijfveer voor de bezoekers te zijn. Van de respondenten gaf 62% aan dit als belangrijk of zeer belangrijk te beschouwen. Herdenken (Remembrance) was echter het voornaamste bezoekersmotief van alle Pull-factoren. Maar liefst 78% van de ondervraagden kon zich hierin herkennen. Het begrip Site Sacralisation, hier vertaald als plaats van nationale betekenis, bleek minder herkenbaar voor de bezoekers en voor 46% een reden voor bezoek.

Omdat Kamp Amersfoort naast de concrete overblijfselen als een wachttoren, een schietbaan en een bunker ook een expositieruimte heeft, werd de categorie Artefacts opgedeeld in twee subgroepen, die van de tentoonstelling en die van de andere objecten. Iets meer dan de helft (54%) van alle ondervraagden noemde beide soorten artefacten als een belangrijke reden voor hun bezoek en iets meer dan de helft van deze groep (51% - 53 personen) gaf aan juist vanwege de overige tastbare overblijfselen naar kamp Amersfoort te gaan en 49% (51 personen) gaf aan juist aangetrokken te zijn door de geëxposeerde artefacten.

De rol van de media

De rol van de media kan tegenwoordig nauwelijks meer overschat worden. De vele verschillende communicatiemogelijkheden zorgen ervoor dat berichtgeving over bijna ieder onderwerp razendsnel en wereldwijd toegankelijk is. Met de bewering van Lennon en Foley (2000) in gedachten, werd binnen dit onderzoek gekeken in hoeverre media bepalend waren voor de beslissing van de ondervraagden om daadwerkelijk een bezoek aan het kamp te brengen en welke media daarbij de belangrijkste geacht werden. Conform het model van Yuill worden de media daarbij zowel als een push- en als een pull-factor gezien. De respondenten konden op een schaal van 1 tot 3 aangeven welk medium zij beschouwden als het meest belangrijke met betrekking tot hun beslissing om Kamp Amersfoort te bezoeken en hadden daarbij de keuze uit eigen ervaring als gevangene, familie, vrienden, TV, documentaires, films, radio, internet en de website van Kamp Amersfoort. De categorie 'familie' bleek het belangrijkste medium, dit werd genoemd door 43% van de bezoekers. Op de tweede plaats met 20% staan documentaires over de Tweede Wereldoorlog en op de derde plaats de website van het Kamp met 10%. De overheersende rol van de moderne communicatiemiddelen en hun mogelijke invloed op gevoelens van onrust en twijfel over de postmoderne samenleving kon niet daadwerkelijk geconstateerd worden.

Wanneer media ook worden gebruikt als een aanvulling op de informatie ter plaatse bijvoorbeeld door het aanbieden van film- of videovoortellingen of de inzet van gidsen is er sprake van een pull-factor. Bij Kamp Amersfoort worden deze beiden ingezet. 57% van de respondenten beschouwde de film- en videovoortellingen als zijnde van invloed op hun bezoek en 29% vond dat juist van de aanwezigheid van gidsen.

7 | Conclusies en aanbevelingen

Voordat we uitspraken doen over Kamp Amersfoort als Dark Tourism bestemming laten we

de uitkomsten van het onderzoek nog even kort de revue passeren. Het komt niet helemaal als een verrassing dat het onderzoek heeft aangetoond dat veel van de bezoekers naar Kamp Amersfoort komen omdat ze belangstelling hebben voor geschiedenis en dan vooral de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Van alle mogelijke motieven werd erfoegd het meest genoemd en dan in het bijzonder vanwege persoonlijke banden. Minder relevant waren nieuwsgierigheid en nostalgie. Wanneer men deze uitkomsten koppelt aan de meest voorkomende leeftijdsgroep (40-69 jaar) zou dat eventueel van invloed kunnen zijn op toekomstige ontwikkelingen met betrekking tot het profiel en de aantallen bezoekers, daar de groep met een persoonlijke herinnering aan de Tweede Wereldoorlog steeds kleiner wordt. Voor wat betreft de pull-factoren waren herdenken en educatie de meest relevante voor de bezoekers en kan men stellen dat Kamp Amersfoort als nationaal monument aan de verwachtingen en doelstellingen voldoet. Vooral tijdens de nationale herdenking wordt het Kamp druk bezocht en het informatiecentrum en de lespakketten worden veel gebruikt.

Met betrekking tot het beschouwen van Kamp Amersfoort als een typische vertegenwoordiging van een Dark Tourism bestemming, kan gesteld worden dat de push-factor Death & Dying niet echt een reden is om deze locatie te bezoeken. Er is sprake van een 'weak thanatourism-element' en de beweegredenen van de bezoekers zijn eerder persoonlijk dan te herleiden tot een fascinatie voor de dood. Wanneer de vergelijking wordt gemaakt met de benadering van Stone kan men stellen dat Kamp Amersfoort weliswaar aan de omschrijving van verschillende categorieën voldoet (Duistere tentoonstelling, Duistere gevangenis en zelfs Duister Grafteken en Conflictlocatie), maar dat hiermee ook wordt aangetoond dat deze categorieën hun beperkingen hebben en dat niet altijd recht kan worden gedaan aan de motivatie van de individuele bezoekers.

Natuurlijk is er hier sprake van een beperkt onderzoek op slechts één locatie en kunnen daaraan geen conclusies worden verbonden voor andere internerings- en vernietigingskampen in het bijzonder, of met betrekking tot het concept van Dark Tourism in zijn geheel. Wel kunnen we concluderen dat we voorzichtig moeten zijn met het rubriceren van dergelijke bezienswaardigheden en dat de, op afstand ontwikkelde categorie van soorten Dark Tourism-aanbod, nog geen inzicht verschaft in de (persoonlijke) ervaringen en motieven van de bezoekers. Onderzoek op vergelijkbare locaties en andere plekken die met Dark Tourism in verband gebracht kunnen worden, zouden meer licht kunnen werpen op de relaties tussen motivatie, bezoek en ervaring en een bijdrage leveren aan de wetenschappelijke discussie over het fenomeen Dark Tourism.

Hoewel het Kamp duidelijk voldoet als plaats van herdenking en ook voldoende inspeelt op de vraag naar educatie menen de onderzoekers dat gezien de leeftijdsgroep van de huidige bezoekers er in de toekomst wel activiteiten ontplooid moeten worden om ook de jongere doelgroepen aan te trekken. Uitbreiding van het aanbod van beschikbare films en boeken, het gebruik van meer interactieve mogelijkheden en het inzetten van sociale media zijn slechts een aantal, redelijk voor de hand liggende, suggesties om ook in de toekomst relevant te blijven als herdenkingscentrum.

Literatuur

- Bergen, M. & I. Clement (2010) *Wandelen over Zorgvlied*. Amsterdam: Klapwijk & Keijzers.
- Bok, P., de (2003) *Stof tot stof, begraafplaatsen in Nederland*. Amsterdam: Meulenhoff/de Volkskrant.
- Centraal Museum Utrecht (1980) *Dood en begraven*. Exposition catalogue. Utrecht.
- Dann, Graham & A. V. Seaton (2001) *Slavery, contested heritage, and thanatourism*. New York:

DARK TOURISM IN NEDERLAND?

- Haworth Hospitality Press.
- Dann, G.M.S (1981) Tourist Motivation : an appraisal. In: *Annals of Tourism Research* 4, 184-194.
- Dunkley, N. & S. Westwood (2010) Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32, 860-868.
- Enklaar, J. editor (2007) *De totstandkoming van een bijzonder museum, Nederlands Uitvaartmuseum Tot Zover*. Den Haag: Uitvaartmedia.
- Graig-Wight, A. (2006) Philosophical and methodological praxes in dark tourism: Controversy, contention and the evolving paradigm. In: *Journal of vacation marketing*, 2006, 12, pg 119-129.
Downloaded October 2010 from <http://jvm.sagepub.com/cgi/content/abstract/12/2/119>.
- Hagens, G., von (2009) *Bodyworlds official catalogue*. Heidelberg: Arts&Sciences.
- Hoek, S., van (1994) *Tot in de eeuwigheid, op reis langs luisterrijke begraafplaatsen*. Utrecht: Spectrum.
- Lennon, J. J. & M. Foley (2000) *Dark tourism*. London: Continuum.
- Los, J. red.(1990) *Museum Vrolik*. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Masural, E., P. Nijkamp, P. & L. Warmerdam (2008) Integrative assessment of tourists'satisfaction: An empirical analysis of visitors of the Anne Frank House in Amsterdam. In: *International Journal of Services, technology and Management*. Vol 10, No. 1, 2008. Pg 110-127.
- Merlin Entertainments Group (2008) *The Dungeons*. TDUK26Guide 22249 (08/08) DUT.
- Poria, Y., A. Reichel & A. Biran (2006) Heritage Site perceptions and motivations to visit. In: *Journal of Travel research* 2006, 44: pg 318-326. Download October 2010 from <http://jtr.sagepub.com/content/44/3/318>.
- Schenk, L.red. (2011) *De Dood Leeft*. Amsterdam: KIT publishers.
- Seaton, A. (1996) Guided by the dark; from thanatopsis to thanatourism. In: *Journal of Heritage Studies* 2(4) 1996. pages 234-244.
- Sharpley, R. & P.R. Stone (2009) *The darker side of travel: the theory and practice of dark tourism*. Bristol; Channel View Publications.
- Stone, P. (2006) A Dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. In: *Tourism, an interdisciplinary International Journal*, Vol. 52(2) -2006, pages 145-160.
- Yuill, S. M. (2003) *Dark tourism: Understanding visitor motivation at sites of death and disaster*. Texas A&M University, Texas. Retrieved from <http://repository.tamu.edu/bitstream/handle/1969.1/89/?sequence=1>.
- www.kampamersfoort.nl
- www.kampschoorl.nl
- www.kampwesterbork.nl
- www.siob.nl/bibliotheekmonitor/trends-maatschappij/bevolkingssamenstelling/bevolkingssamenstelling-naar-leeftijd/item118