

Toerisme Project

Mavo 3



INHOUD

Voorwoord

GESLOTEN GEDEELTE

Hoofdstuk 1	Evenementen	7
Hoofdstuk 2	Regering en toerisme	11
§ 2.1	Marketing	11
§ 2.2	Gevaar voor ons toerisme?	15
Hoofdstuk 3	Werkgelegenheid en bevolkingsgroei	18
§ 3.1	Groeiende vraag naar meer arbeidskrachten	18
§ 3.2	Gezocht.....werknemers!	22
§ 3.3	Bevolkingsgroei door het toerisme	26
Hoofdstuk 4	Economische gevolgen van het toerisme	32
§ 4.1	Investerings en uitgaven	32
§ 4.2	Toerisme en \$\$\$\$\$	36
Hoofdstuk 5	Cultuurveranderingen	39
§ 5.1	Huis maar geen thuis!	39
§ 5.2	Is Aruba "One Happy Island"?	40

OPEN GEDEELTE

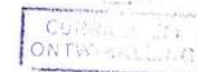
Dit gedeelte bestaat uit tien thema's namelijk twee thema's voor elk hoofdstuk. Het verwerken van deze thema's gebeurt in **groepsverband**.

De thema's zijn:

- Verzin een evenement om het toerisme te bevorderen	47
- Aruba Hi-winds	47
- A.T.A.	49
- Folder	50
- Time-sharing	51
- Cruise-toerisme	52
- Bubali-plas v/s Tierra del Sol	53
- Seaport Village Mall	54
- Dera Gai v/s Halloween	55
- Integratie van buitenlandse werknemers in onze samenleving	56

Bijlagen 57

Begrippenlijst 65



JUL 2018

an.3

TOERISME PROJECT 3 MAVO

Redactie

Maria Martinus
Reina Riley
Sissy Schwengle
Miranda Bareño (projectleidster)

Vormgeving

Johnny Fingal
Doreen R. Geerman

Illustraties

R.H. Priam

Drukker

Vad Drukkers N.V.

Met dank aan

Kabna, Vnoa, American Express, American Airlines, A.T.A., Ahata, Falpa, J.C. Hernandez en I. Caster-Luidens.

Aan alle anderen die op een of andere manier hun bijdrage aan het project hebben geleverd onze speciale dank.

Uitgegeven door Directie Onderwijs Aruba.

ISBN 99904-85-03-8

Copyright © Land Aruba, Aruba 1993

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

VOORWOORD

Voor je ligt het boek "Toerisme Project MAVO 3".
Dit project bestaat uit tekst, plaatjes en uit "doe-het-zelf-opdrachten".
Die opdrachten zorgen ervoor dat je leert door te doen!
Het Toerisme Project MAVO 3 bestaat uit twee gedeelten.

Deel 1, het **gesloten gedeelte** geeft je allerlei informatie over het toerisme van Aruba. Deze gegevens heb je nodig om de door jou gekozen opdracht van het tweede gedeelte uit te werken.

Deel 2 noemen we het **open gedeelte**. In dit gedeelte ga je de verkregen informatie uit deel 1 toepassen. Bijv. Je kiest een thema en je gaat het in een groepje van drie uitvoeren.

Het Toerisme Project MAVO 3 leid je op een creatieve wijze door de verschillende aspecten van het toerisme van Aruba. Wie weet, krijg je er wel een vakantie gevoel van. En zo leer je wat het toerisme betekent voor Aruba én jezelf!

Veel succes!

**GESLOTEN
GEDEELTE**

HOOFDSTUK 1

EVENEMENTEN

Op Aruba vinden heel wat activiteiten plaats. Je hebt zoiets vast wel eens meegemaakt. Denk maar aan Carnaval. Weinigen willen deze leuke tijd missen!



Figuur 1. Aruba's Carnaval.

Zo'n belangrijke activiteit als **Carnaval** noemen wij een **evenement**. Behalve Carnaval vinden er nog andere evenementen plaats zoals het Jazz and Latin Music Festival, waarin vele internationale artiesten optreden.

Deze evenementen trekken niet alleen onze eigen mensen aan, maar ook buitenlanders die speciaal voor deze evenementen naar Aruba komen. Deze buitenlanders noemen wij toeristen.

Een **toerist** is iemand die naar een bepaalde plaats reist en daar langer dan vier en twintig uur en minder dan een jaar verblijft.

Gedurende deze periode verdient hij geen geld.

Het doel van het verblijf kan zijn om vakantie door te brengen, vanwege gezondheidsredenen of om sport te beoefenen.

In dit hoofdstuk leer je wat het belang is van deze evenementen voor het toerisme.

Het toerisme* is een belangrijk bestaansmiddel voor Aruba.

Hoe meer toeristen naar Aruba komen des te groter de werkgelegenheid en de inkomsten voor Aruba worden.

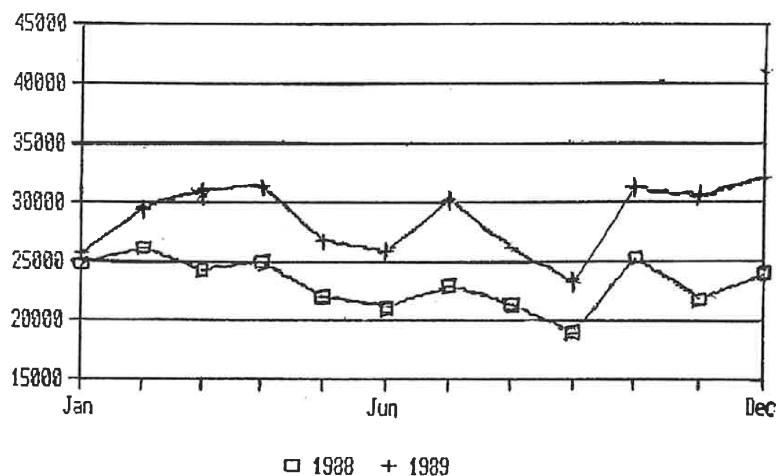
Op figuur 2 zie je dat het aantal toeristen aan het begin van het jaar toeneemt. Carnaval valt in deze tijd. Wij kunnen zeggen dat Carnaval één van de belangrijke evenementen op ons eiland is. De meeste toeristen maken snel kennis met dit evenement door carnavalsactiviteiten in de hotels.

Enkele belangrijke activiteiten van het carnavalsgebeuren zijn de verkiezingen van Prins en Pancho, Koninginneverkiezingen en Calypso- en Tumbacontest.

Het hoogtepunt is de grote optocht. Allerlei groepen trekken in de meest kleurrijke kostuums dansend door de straten. Uit alle districten trekken jong en oud hiervoor naar de stad. Bijna geen enkele toerist mist dit gebeuren. Ze hebben door middel van shows in de hotels al een voorproefje gehad van deze festiviteit.

Door de aanwezigheid van het grote aantal toeristen zijn onze hotels goed bezet. Dat is ook ons streven.

Monthly Stayover Tourism 1988 - 1989



Figuur 2. Verloop van het aantal toeristen van 1988 en 1989.

Op figuur 2 zie je dat er een periode is waarin minder toeristen naar Aruba komen. Vele hotelkamers zijn dan leeg. We spreken in dit geval van een lage **bezettingsgraad***. Geen wonder dat de bezettingsgraad in deze periode laag is!

Het is dan zomer in het land van herkomst van de meeste toeristen. Dus hebben ze geen behoefte om zich elders bruin te laten bakken. Een groep mensen stak de koppen bij elkaar en ging allerlei plannen bedenken om in die periode meer toeristen naar Aruba te halen.

Uiteindelijk maakten ze één van hun plannen bekend: **Het Aruba Jazz and Latin Music Festival***. Dit plan werd meteen een succes.

Voor Jazz and Latin Music Festival

Reclame-campagne al op volle toeren

ORANJESTAD — De internationale promotie voor het tweede 'Jazz and Latin Music Festival' — in juni — wordt nu reeds stevig aangepakt.

Op 18 april wordt in New York een bijeenkomst gehouden waarop uitgever van de belangrijkste muziekbladen, touroperators en anderen van dichtbij kennis kunnen maken

met de artiesten die in het tweede festival zullen uitkomen.

Het tijdschrift 'Expressions' van American Express, zal een artikel publiceren over dit festival. 'Expressions' heeft een oplage van 140.000 exemplaren in Latijns-Amerika en het Caribisch gebied. Ook 'The Sun Times' komt deze

maand met een artikel.

Voorts werden krantenknipsels en andere gegevens over het festival gezonden naar grote tijdschriften, zoals 'Billboard', 'Downbeat' en 'Jazziz'. Deze gegevens zullen ook gepubliceerd worden in twee belangrijke Canadese jazz-tijdschriften, 'Coda Jazz News' en 'Jazz Watch'.

Figuur 3. Voorbeeld van een goede reclame.

Door dit krantartikel ben je op de hoogte gebracht van het Jazz Festival.

Om dit evenement goed te laten slagen, werd een nieuwe **package*** voor een heel aantrekkelijke prijs samengesteld. Verder maakt men ook veel reclame in het buitenland om aan dit evenement zoveel mogelijk bekendheid te geven. Niet alleen bij Jazz-liefhebbers maar ook bij anderen.

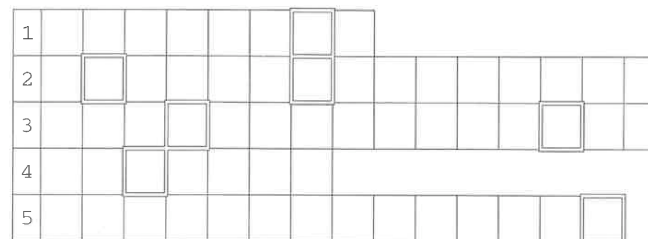
Opgaven:

1. Bekijk figuur 3. Voorbeeld van een goede reclame.

Stelling: "Het slagen van dit evenement hangt grotendeels af van reclame."

- Is deze stelling juist? Verklaar je antwoord.
- Noem drie manieren waarop reclame gemaakt kan worden?

2. Puzzel



1. Alle activiteiten die de toeristen het verplaatsen en verblijven in een land mogelijk maken.
2. Dit bestaansmiddel zorgt voor veel _____.
3. Het gemiddeld aantal kamers van een hotel dat per jaar gebruikt wordt.
4. Wanneer je in één keer alles wilt betalen (transportkosten, hotel en fooien).
5. Alle verkeersvoorzieningen.

Gebruik de omrande letters om de naam te krijgen van een activiteit die heel belangrijk is voor het slagen van alle evenementen.
 Let op! De letters staan door elkaar.

Oplossing:

--	--	--	--	--	--	--	--

Leeroverzicht:

In dit hoofdstuk heb je het volgende geleerd.

Activiteiten die veel mensen trekken, noemen we _____.

Een belangrijk evenement trekt veel _____ aan.

Een toerist is iemand die _____.

_____.

Het toerisme zorgt voor _____ en _____.

_____.

Belangrijke evenementen zijn _____ en _____.

_____.

HOOFDSTUK 2

REGERING EN TOERISME

In hoofdstuk 1 hebben wij twee belangrijke evenementen besproken, die jaarlijks op ons eiland plaats vinden.

Deze evenementen trekken elk jaar veel toeristen aan.

Onze regering doet haar best om in de periode waar geen evenementen plaatsvinden meer toeristen naar Aruba te halen.

Op welke manier dat gebeurt, zullen wij in § 2.1 zien.

In § 2.2 bespreken wij de groei, bloei en achteruitgang van het toerisme.



Figuur 4. Marketing in het buitenland. Expo Toerisme Colombia 1990.

§ 2.1 Marketing

Het toerisme is op dit moment de belangrijkste pijler van onze economie. Daarom is het beleid van de regering erop gericht ons eiland zoveel mogelijk in het buitenland te propageren.

Dit propageren is één van de taken van de **marketing***.

Op figuur 4 zie jij een mooi voorbeeld van marketing in het buitenland. Men kan bij zo'n Expo terecht voor informatie en folders.

Marketing omvat de volgende taken.

1. Het plaatsen van advertenties en het propageren van het toeristisch produkt* op beurzen.

De A.T.A. (Aruba Tourism Authority), het toeristenbureau, geeft rond drie miljoen gulden uit voor advertenties in kranten en tijdschriften.

Figuur 5 geeft een overzicht van advertenties verspreid over een jaar.

De gegevens die je hieruit kunt aflezen zijn o.a:

- de diverse tijdschriften;
- de namen van de verschillende tijdschriften;
- de periodes waarin er gepropageerd wordt;
- het geïnvesteerde kapitaal.

ARUBA TOURISM AUTHORITY 1994 CONSUMER MEDIA PLAN RECOMMENDATION (INCREMENTAL ATLANTA) \$4,450.0M BUDGET OF \$4,900.0M LEVEL													NO. OF MGS./LNS.	GROSS TOTAL \$(000)
1994	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December		
BROADCAST														
TELEVISION CABLE														
CANDIDATE NETWORKS:														
DISCOVERY													12	850.0
TBS/TNT														
SPOT TELEVISION														
NEW YORK													12	1,122.5
BOSTON													12	483.8
MIAMI													6	105.2
BALTIMORE													6	95.0
HOUSTON													6	163.1
WASH. D.C.													6	232.2
ATLANTA													6	118.3
CONSUMER PRIME														2,360.1
ACTIVITIES														(3,250.1)
CONDE NAST TRAVELER													4	124.2
TRAVEL & LEISURE													4	109.9
ISLANDS													4	30.5
GOURMET													4	150.7
THE NEW YORKER													4	145.5
IN STYLE**													4	80.0
FOOD & WINE													4	97.8
TECHNIE													2	56.4
OUTSIDE													2	30.1
														(855.1)
SPECIALTY/NIICHE														
BRIDE'S & THE NEW HOME													2	88.8
MODERN BRIDE													2	59.3
BRIDAL GUIDE													2	23.7
SKIN DEVER													3	21.5
SCUBA DIVING													3	16.5
WINDSURFING													1	10.2
JAZZIE													2	2.3
JAZZ TIMES													2	3.4
														(205.7)
REGIONAL (9 METRO ED.)													3	130.8
PEOPLE **														
OUT-OF-STATE: NEW YORK													3	100.0
PAINTED BULLETTINE													3	90.0
13 HIGH IMPACT LOC.)														
COMPUTER RAIL														
CAR CARDS														
GRAND TOTAL:														\$ 4,617.7

Figuur 5. CY 1994 Media Recommendation Magazine. A.T.A.

2. Bekendheid geven aan ons toeristisch produkt in het buitenland.

Figuur 6 is een voorbeeld van een trade-show*, die in Chicago plaats vond.



Figuur 6. Incentive Travel Show It & Me. Chicago 1993, Ecco Agencies

De belangrijkste bezoekers van deze seminars* en fam tours* zijn reisorganisatoren, reisagenten of touroperators*

Figuur 7 is een foto van een fam tour op Aruba.



Figuur 7. Fam tour op Aruba. Oktober 1993, B.U.V.O.

3. Het geven van informatie aan alle landen die direct of indirect bij het toerisme betrokken zijn en marktonderzoek* doen.

Marktonderzoek wordt gedaan door de A.T.A.

Figuur 8 geeft een voorbeeld van marktonderzoek.

Het toeristenbureau is een **overheidsinstelling** die zich bezighoudt met het bevorderen van het toerisme in het algemeen.

De A.T.A. heeft overal in het buitenland kantoren die als voornaamste taak hebben bekendheid aan ons eiland te geven.

Dit bureau probeert op verschillende manieren het toeristisch produkt in het buitenland aan te bieden.

Dit gebeurt voornamelijk op **seminars** en **trade-shows**.

ARUBA TOURISM AUTHORITY

VISITOR EXIT SURVEY

WHERE DO YOU LIVE? UNITED STATES STATE _____ CANADA PROVINCE _____ NETHERLANDS OTHER EUROPE COUNTRY _____ VENEZUELA BRAZIL NETHERLANDS ANTILLES ISLAND _____ OTHER COUNTRY _____

WHAT WAS THE MAIN PURPOSE OF YOUR VISIT TO ARUBA? VACATION VISIT FRIEND/RELATIVE DIVING VACATION/BUSINESS HONEYMOON BUSINESS ONLY OTHER SPECIFY _____

IS THIS YOUR FIRST VISIT TO ARUBA? YES NO HOW MANY TIMES BEFORE? _____

IF YOU VISITED ARUBA BEFORE, DID YOU TRAVEL ON A CRUISE SHIP? YES NO

IS THIS YOUR FIRST VISIT TO THE CARIBBEAN? YES NO HOW MANY TIMES BEFORE? _____

WHERE DID YOU STAY IN ARUBA? NAME _____ TYPE: HOTEL FRIEND/RELATIVE GUEST HOUSE APARTMENT/VILLA OTHER SPECIFY _____

DID YOU STAY IN A TIMESHARE PROPERTY? YES NO

IF YES, OWNED BY YOU? YES NO

HOW MANY NIGHTS DID YOU SPEND IN ARUBA? _____

IN WHICH AGE GROUP ARE YOU? MALE FEMALE MALE FEMALE UNDER 20 YEARS 40 - 49 YEARS 20 - 29 YEARS 50 - 64 YEARS 30 - 39 YEARS OVER 64 YEARS

WITH WHOM DID YOU TRAVEL? ALONE SPOUSE/PARTNER ONLY FAMILY GROUP/FRIENDS OTHER SPECIFY _____

ON WHICH AIRLINE DID YOU TRAVEL? _____

HOW IMPORTANT WERE THE FOLLOWING SOURCES OF INFORMATION IN MAKING YOUR DECISION TO VISIT ARUBA?

	VERY IMPORTANT	IMPORTANT	SOMEWHAT IMPORTANT	NOT SO IMPORTANT	NOT IMPORTANT
FRIENDS/RELATIVES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TRAVEL AGENT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NEWSPAPER/MAGAZINE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TELEVISION AD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOURIST BOARD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OTHER SPECIFY BELOW	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

WHAT WAS THE SINGLE MOST IMPORTANT FACTOR IN YOUR DECISION TO VISIT ARUBA? _____

HOW IMPORTANT WERE THE FOLLOWING FACTORS IN MAKING YOUR DECISION TO VISIT ARUBA?

	VERY IMPORTANT	IMPORTANT	SOMEWHAT IMPORTANT	NOT SO IMPORTANT	NOT IMPORTANT
CLIMATE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BEACHES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PEACE AND QUIET	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VACATION COST	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OTHER SPECIFY BELOW	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

HOW FAR IN ADVANCE DID YOU PLAN YOUR TRIP? LESS THAN 1 WEEK 1 - 3 MONTHS 1 - 2 WEEKS 3 MONTHS OR MORE 2 WEEKS TO 1 MONTH

DOES THIS TRIP INCLUDE VISITS TO ANY OTHER CARIBBEAN ISLANDS? YES WHERE? _____ NO

Figuur 8. Voorbeeld van marktonderzoek.

4. Het maken van plannen en het verzorgen van cursussen om het toeristisch produkt te verbeteren.

Hieronder vallen o.a. cursussen die verzorgd worden door "Enseñansa pa Empleo" zoals de opleidingen tot waiters, conversatie in talen etc.

Je hebt in § 2.1. het volgende geleerd. Het is niet vanzelfsprekend dat de toeristen naar Aruba komen.

De regering van Aruba doet haar best om Aruba zoveel mogelijk **bekendheid** te geven in het buitenland. De A.T.A. is hiermee belast. Marketing gebeurt op allerlei manieren: door middel van seminars, trade-shows, fam tours, kranten, tijdschriften, video's etc.

Wij hopen dat door marketing ons eiland in het buitenland in trek blijft en de toerist naar ons eiland terug komt.

Opgdrachten:

1. Beantwoord de volgende vragen met behulp van figuur 5.
 - a. Tot 1990 was het niet nodig voor de A.T.A. in de maanden december/februari Aruba in de U.S.A. te adverteren. Waarom was reclame in deze periode niet noodzakelijk?
 - b. In 1994 zien we een ander beleid wat betreft advertenties van de A.T.A. Geef een verklaring hiervoor.
 - c. Waarom maakt men juist in de maanden april en mei in het tijdschrift "Jazztimes" reclame voor Aruba?
 - d. In welke drie tijdschriften propageert men het meest?
 - e. Er wordt veel geld aan advertenties besteed. Aan welk type advertentie wordt het meeste uitgegeven en waarom?
2. Figuur 8 is een voorbeeld van marktonderzoek op Aruba. Geef drie voorbeelden van gegevens die op dit formulier gevraagd worden.
 - b. Geef twee andere voorbeelden van soortgelijk marktonderzoek op Aruba.
 - c. Waarom is marktonderzoek noodzakelijk?

§ 2.2. Gevaar voor ons toerisme???

In § 2.1. hebben wij gezien dat door marketing het toerisme op ons eiland enorm is toegenomen. Toch heeft ons eiland **niet** altijd toerisme gekend.

In 1956 werd het eerste high-rise hotel gebouwd. Een groot verschil met de huidige situatie. Als alles volgens de plannen verloopt, hebben we in 1994 twaalf high-rise en twintig low-rise hotels!

Ideaal is als al deze hotels een redelijke bezetting hebben.

Een groot aantal toeristen is goed voor onze economie. Maar er zijn ook nadelen aan het toerisme verbonden.

Bijvoorbeeld als er zoveel toeristen komen, dat je van **massa-toerisme*** kunt spreken. Waarom elk vakantieoord massa-toerisme probeert te vermijden, kun je in de volgende tekst lezen.

De groei, bloei en achteruitgang van een land als vakantieoord.

- I** *Rijke mensen willen graag een exotische plaats bezoeken om uit te rusten. Deze rust en ontspanning vinden zij in plaats X. Plaats X zal de accommodatiemogelijkheden uitbreiden en de infrastructuur verbeteren om het verblijf van de toerist zo aantrekkelijk mogelijk te maken.*
- II** *Door marketing wordt plaats X steeds bekender. De middle-class toerist probeert de high-class toerist na te bootsen. Hij wil ook deze plaats bezoeken. Plaats X verandert helemaal. Ayó rust en ontspanning! De regering gaat zijn beleid vooral richten op een grotere groep toeristen met name de middle-class toerist. Dit heeft tot gevolg dat er meer hotels gebouwd worden. Door uitbreiding van de infrastructuur verandert het landschap. De lokale bevolking gaat meer verdienen: de levensstandaard stijgt. De high-class toerist zoekt een ander vakantieoord waar hij de felbegeerde rust en ontspanning kan vinden.*
- III** *Door TV-spots en reclame maakt ook de low-class toerist kennis met vakantieoord X. Door middel van packages komen zij als toerist naar dit land. Zij geven weinig geld uit en hun gedrag laat veel te wensen over (vandalisme). Hierdoor begint plaats X als vakantieoord achteruit te gaan. Er komen nu minder middle-class toeristen naar deze plaats.*
- IV** *Plaats X is nu ook voor de middle-class toerist niet meer aantrekkelijk. Deze plaats wordt veel minder door toeristen bezocht. De gevolgen zijn lege hotels, overbodige faciliteiten, vervuilde stranden, een minder fraai landschap, toenemende criminaliteit en een bevolking die niet kan wennen aan haar veranderde levensstandaard. Vrij naar: "CTRC, Tourism - an environmentally dependant industry - The Caribbean dilemma".*

Wij hebben in § 2.2 het volgende geleerd. Dankzij het toerisme heeft iedereen werk. Maar we moeten er niet van uit gaan dat het altijd zo blijft. Het verloop van het toerisme in fasen geeft aan dat het ook de andere kant kan opgaan. Alle instanties die met toerisme te maken hebben en óók wij moeten ervoor zorgen dat Aruba nooit in fase IV belandt.

Door Golfoorlog en recessie VS

TOERISME ST MAARTEN STERK TERUGGELOPEN

PHILIPSBURG - Voor het eerst na vele jaren gaat het in economisch opzicht slecht op St. Maarten: het toerisme is zo sterk achteruitgegaan, dat hotels in grote financiële problemen dreigen te komen. Oorzaak is volgens Cornelius de Weever, de directeur van het toeristenbureau op St. Maarten, uitsluitend de Golfoorlog. Maar politie-man Alfred Marsdin wijst erop, dat het al sedert het vorige seizoen slecht gaat in de toeristische sector. "Niemand wil het toegeven, maar het is de misdaad, die de toeristen doet wegblijven". Aldus een ANP-verslag.

Figuur 9. Door de Golfoorlog en recessie de V.S. Toerisme in St.Maarten sterk teruggelopen.

Opricht:

3. Bekijk figuur 9 goed.
Beantwoord daarna de volgende vraag.
Welke fase stelt de tekst voor?
Motiveer je antwoord.

HOOFDSTUK 3

WERKGELEGENHEID EN BEVOLKINGSGROEI

In hoofdstuk 2 hebben wij gesproken over het belang van marketing. Marketing heeft zijn steentje bijgedragen aan het bevorderen van het toerisme. Met als gevolg dat er volop werk is.

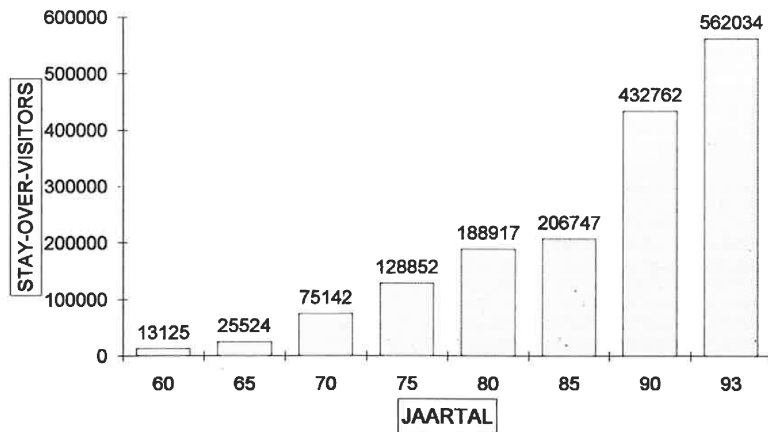
In de volgende hoofdstuk gaan we het tekort aan arbeiders door de groei van het toerisme bespreken. Gezien het feit dat er onvoldoende Arubanen zijn om de arbeidsplaatsen in te nemen, ziet de regering zich genoodzaakt oplossingen te zoeken:

1. Het bevorderen van remigratie;
2. Het opnemen van meer huisvrouwen in het arbeidsproces;
3. Het werven van buitenlandse arbeiders.

Ook de groei van de bevolking door het toerisme komt aan de orde.

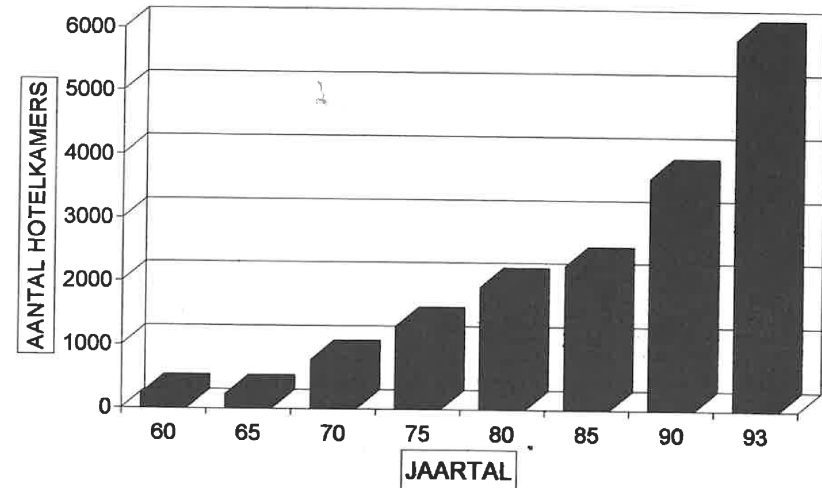
§ 3.1 Groeiende vraag naar arbeidskrachten

Aruba heeft in het verleden tijden gekend met een tekort aan arbeidsplaatsen. Toen de Lago in 1985 haar poorten sloot, stonden er in één keer een heleboel werknemers op straat. De regering werd voor een groot probleem geplaatst, namelijk de enorme werkloosheid. De overheid heeft dit aangepakt door het toerisme te bevorderen. Onderstaande grafiek weergeeft dit succes.



Figuur 10. Het verloop van het Toerisme 1960 - 1993 (stayover). A.T.A.

Je ziet dat vanaf 1986 het aantal toeristen is gegroeid. Aruba speelde op deze groei in en zorgde voor dat er voldoende huisvesting, recreatiemogelijkheden en andere voorzieningen voor de toeristen kwamen. Figuur 11 laat de groei van het aantal hotelkamers zien.



Figuur 11. De groei van het aantal hotelkamers van 1960 - 1993. A.T.A.

6000 HOTELKAMERS IN 1993 !

Tussen 1986 en 1993 is het aantal hotelkamers toegenomen. 6000 hotelkamers zijn niet alleen belangrijk voor de inkomsten die deze meebrengen, maar het betekent ook meer werkgelegenheid. In de laatste jaren zijn de vacatures aanzienlijk gestegen (zie figuren 12 en 13). Vacatures zijn de niet bezette arbeidsplaatsen.

RUIM 1400 VACATURES

Werkloosheid naar nieuw laagterecord

ORANJESTAD - De mini-enquête van oktober 1990, uitgevoerd door de Directie Arbeid, geeft aan dat tussen september 1989 en september 1990 het aantal mensen met een baan is toegenomen met het indrukwekkende aantal van 3650 (14,5%).

Dit was echter toch nog minder dan de toename in de vraag naar arbeid, getuige de stijging van het aantal vacatures en de blijvende uitzonderlijk lage werkloosheid.

Figuur 12. Werkloosheid naar nieuw laagterecord.

	1987	1988	1989	1990
Werkgelegenheid	18.600	22.500	25.200	28.900

Figuur 13. Arbeidsplaatsen in absolute getallen.
Periode 1987 - 1990.

Goedbezette hotelkamers garanderen veel werkgelegenheid: van kamermeisje tot en met hotelmanager. Eigenlijk is er sprake van twee soorten werkgelegenheid: directe en indirecte werkgelegenheid.

Met **directe*** werkgelegenheid bedoelen we alle mensen die in het hotel werken.

De tweede soort werkgelegenheid noemen we **indirect***. Dit is werkgelegenheid die het toerisme biedt aan taxichauffeurs, winkelmeisjes enz.

Als mensen werken, hebben ze meer geld om uit te geven. Ze kunnen dan meer kopen. Daardoor komen er meer winkels bij, meer take-aways, fastfoodrestaurants enz. Hierdoor groeit de werkgelegenheid.

In figuur 14 zie je hoe het verdiende geld in de toeristen industrie wordt uitgegeven.



Figuur 14. "Spending the tourism \$".

Zo zagen we hoe de werkloosheid door het toerisme veranderde in een tekort aan arbeidskrachten. In § 3.2 zullen we dit bespreken.

Opdracht:

1. Beantwoord de volgende opdracht met behulp van bovenstaande figuur.
Waarom wordt het geld uitgegeven, dat door het toerisme verdiend wordt?

Leeroverzicht:

De Lago sloot in 1985 haar poorten, dit bracht _____.

De regering probeerde dit probleem op te lossen door het _____ te bevorderen.

Het aantal _____ steeg tot 6000.

Dit bracht veel werkgelegenheid met zich mee.

Wij kennen 2 soorten werkgelegenheid:

a. _____, voorbeeld _____

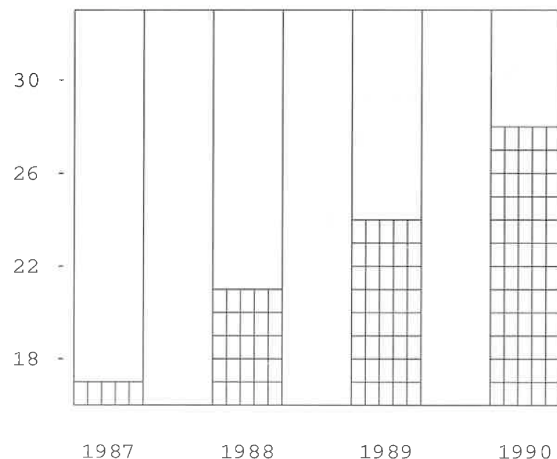
b. _____, voorbeeld _____

§ 3.2 Gezochtwerknemers!!!!!!

In § 3.1 heb je geleerd, dat er veel werkgelegenheid ontstaan is dankzij de toename van het aantal hotelkamers.

Onderstaande grafiek illustreert de toename van de werkgelegenheid tussen de jaren 1987 en 1990.

x 1000
arbeidsplaatsen



Figuur 15. Groei van de werkgelegenheid.

Door deze toename van de werkgelegenheid daalde het werkloosheidspercentage in die jaren zeer sterk. Zie onderstaande tabel.

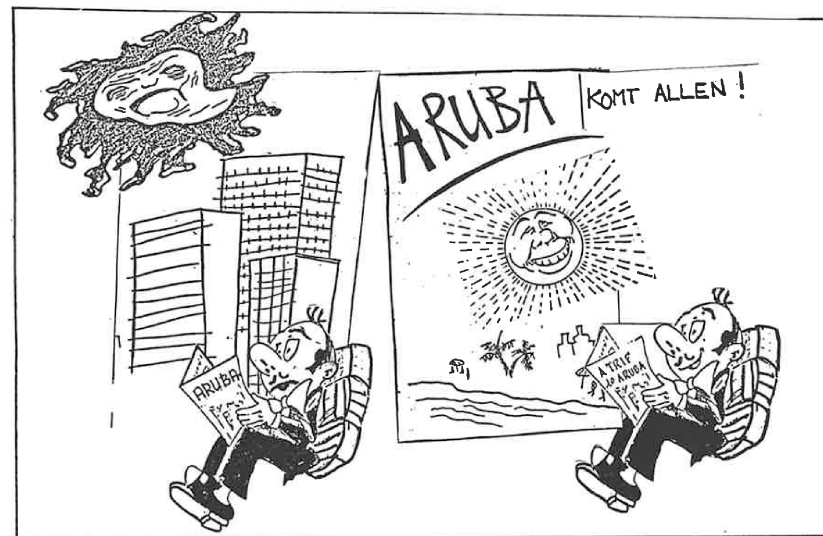
	'87	'88	'89	'90
Absolute werkloosheid	3500	1100	400	400
Relatieve werkloosheid	16	4,7	1,5	1,3

Figuur 16. Daling van de werkloosheid.

Aruba heeft in vijf jaar tijd een drastische ontwikkeling doorgemaakt. Eerst was er sprake van een tekort aan arbeidsplaatsen en nu heerst er een grote vraag naar werknemers! In deze paragraaf behandelen we de **drie manieren** die Aruba toepast om het grote tekort op de arbeidsmarkt op te lossen:

- het aantrekken van Arubanen uit het buitenland;
- deelname van huisvrouwen in het arbeidsproces;
- het werven van buitenlandse werknemers voor Aruba.

Figuur 17 laat zien dat **het aantrekken van Arubanen uit het buitenland** niet gemakkelijk gaat.



Figuur 17. Hart of verstand?????

Deze meneer is in tweestrijd. Hij heeft het goed in Nederland. Hij heeft een huis en een goedbetaalde baan. Toch wil hij terug naar zijn 'dushi Aruba'.

Vele Arubanen die in Nederland wonen zitten in deze situatie. Er zijn op dit moment tussen de 12.000 en 18.000 Arubanen in Nederland.

Enkele **problemen** die de zo gewenste **remigratie** tot nu toe afremmen zijn:

- de enorme overtochtkosten;
- gebrek aan huisvesting op het eiland;
- de slechts tijdelijke betrekking (6 maanden-contract).

De regering probeert de remigratie te bevorderen. Men geeft de voorkeur aan remigranten boven buitenlanders.

Immers remigranten zijn onze eigen mensen, spreken onze taal, hebben onze mentaliteit en ze hebben vaak een goede opleiding.

Om de remigranten een degelijke voorbereiding te bieden is men in Nederland met de **Hopa-opleiding*** begonnen.

Aruba mist goed opgeleid horeca-personeel en heeft tevens een groot gebrek aan vakbekwaam personeel in de industriële sector.

De Hopa-opleiding in Nederland is in eerste instantie bedoeld om Arubanen die werkloos zijn en van de bijstand leven een opleiding te geven.

Ook kan de remigrant gebruik maken van de "**basis-remigratie-subsidie-regeling***".

Als hij van deze regeling gebruik maakt, is hij verplicht om tenminste 3 jaar op Aruba te verblijven, anders moet hij de subsidie terugbetalen!

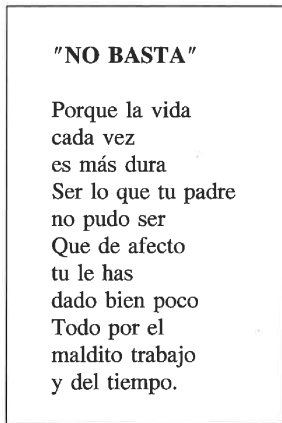
Naast het aantrekken van remigranten heeft Aruba een tweede oplossing namelijk **meer huisvrouwen** betrekken in het arbeidsproces. Net als bij de bovengenoemde oplossing geeft de deelname van huisvrouwen aan het arbeidsproces moeilijkheden, bijvoorbeeld onvoldoende opvang voor kinderen beneden de vier jaar.

Zoals de situatie nu is, staat de vrouw die buitenhuis werkt voor een zware taak. Naast het huishouden en de opvoeding van de kinderen moet ze ook haar werk verrichten.

Aan de andere kant beschikt ze over een eigen inkomen, waardoor zij minder afhankelijk is van haar echtgenoot. Dit kan spanningen en botsingen veroorzaken in haar gezin.

Opdracht:

2. Bedenk twee andere nadelen die kinderen van werkende ouders ondervinden.



Figuur 18. "No basta".



Figuur 19. Bo a bishita bo grandinan caba???

Een derde manier om aan de nodige werknemers te komen is door **buitenlandse arbeiders in dienst te nemen**. Kijk maar om je heen en luister goed! Je komt mensen tegen die anderstalig zijn. Er zijn veel werknemers uit Colombia, de Filipijnen, Haïti en andere "buitenlanders". Buitenlanders die hier willen werken hebben een werkvergunning nodig. De Dienst Openbare Orde en Veiligheid (**D.O.O.V.***) zorgt voor deze werkvergunning. In principe mogen alle buitenlanders hier komen werken. Alleen voor bepaalde nationale lichteities is een maximum aantal gesteld b.v. voor Dominicanen en Haïtianen. Zo'n maximum heet een **quotum***. De Minister van Justitie stelt dit quotum vast.

Opdrachten:

3. Er is een relatie tussen de figuren 18 en 19.

Schrijf in je eigen woorden op welke relatie hier bedoeld wordt en geef je mening hierover.

4. Geef je mening over de onderstaande stellingen.

- a. *Arubanen die in het buitenland wonen, remigreren. Aruba heeft ze hard nodig.*
- b. *Als de bedrijven meer huisvrouwen in dienst nemen, moeten ze zorgen voor de opvang van de kinderen.*
- c. *Kinderen waarvan beide ouders werken komen vaker in aanraking met de politie!*
- d. *De migratieverbod voor Haïtianen, Dominicanen en Jamaicanen is onrechtvaardig.*
- e. *"I unly hablo Spanisch". Een Amerikaanse toerist kan het bedienend personeel niet verstaan.*
- f. *De regering heeft groot gelijk om de voorkeur te geven aan de Filipijnen.*
- g. *Buitenlandse werknemers veroorzaken sociale problemen.*

Om te onthouden:

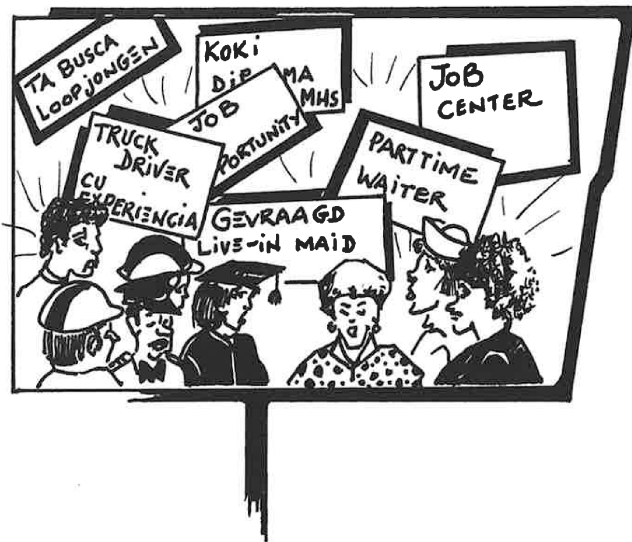
Door de uitbreiding van de toeristenindustrie ontstond een tekort aan arbeidskrachten. **Drie mogelijkheden** om aan de nodige arbeidskrachten te komen zijn:

1. het bevorderen van de **remigratie**;
2. meer **huisvrouwen** in het arbeidsproces betrekken;
3. het aantrekken van **buitenlandse werknemers**.
Nodig: **werkvergunning**.
Er is een **quotum** voor Dominicanen en Haïtianen.

§ 3.3 Bevolkingsgroei door het toerisme

De groei van het toerisme heeft ons land voor problemen geplaatst. Eén van de problemen heb je in de vorige paragraaf leren kennen.

Dit probleem is bij lange na nog niet opgelost. Als je de kranten openslaat, zie je dat er geen dag voorbij gaat of men vraagt om arbeidskrachten. Figuur 20 bewijst dat er een grote vraag naar werknemers is.



Figuur 20. Aruba heeft een grote vraag naar werknemers.

In deze paragraaf ga je leren wat de gevolgen zijn van de toename van het aantal buitenlandse arbeidskrachten.

De tabellen op de volgende bladzijde laten duidelijk zien hoe de bevolking gegroeid is.

VESTIGING

JAAR	NEDERLANDERS			VREEMDELINGEN	TOTAAL
	geboren op Aruba	geboren in de N. Antillen	elders geboren		
1987	670	126	387	410	1587
1988	933	147	566	565	2211
1989	1320	230	661	532	2743
1990	1200	232	810	2194	4436

Figuur 21. Vestiging.
Bevolkingsregister.

VERTREK

JAAR	NEDERLANDERS			VREEMDELINGEN	TOTAAL
	geboren op Aruba	geboren in de N. Antillen	elders geboren		
1987	1728	253	425	197	2603
1988	1189	149	294	156	1788
1989	1264	225	439	137	2065
1990	1093	147	364	122	1726

Figuur 22. Vertrek.
Bevolkingsregister.

Opdrachten:

5. Beantwoord de opdrachten 5a t/m 5d met behulp van de figuren 21 en 22.
 - a. Hoeveel mensen hebben zich hier in 1989 gevestigd?
 - b. Hoeveel mensen zijn er in 1989 vertrokken?
 - c. Hoe is het verloop van de vestiging van vreemdelingen tussen 1987 en 1990?
 - d. Bereken het vestigingsoverschot van vreemdelingen voor het jaar 1990.

Je hebt nu zelf gezien dat meer mensen zich gevestigd hebben dan er vertrokken zijn. Men spreekt dan van **vestigingsoverschot** of **sociaal-economische bevolkingsgroei**. Het aantal inwoners van een land neemt ook toe als er meer mensen geboren worden dan er sterven. Dit noemen we **natuurlijke bevolkingsgroei** of **geboortenoverschot**. De natuurlijke bevolkingsgroei is het verschil tussen het geboortecijfer en het sterftecijfer. De immigranten die Aruba binnenstromen zijn vrij jong. Zij krijgen kinderen. Het aantal geboorten neemt toe, waardoor het geboortenoverschot groter wordt. De gevolgen van zowel de sociaal-economische bevolkingsgroei als de natuurlijke bevolkingsgroei zijn groot. Het is zelfs zo dat men kan spreken van **sociale overbevolking**.

Sociale overbevolking is zo'n grote bevolking dat er een **tekort aan welzijn** is. Zo'n gebied is dan voor veel mensen onleefbaar, omdat er te veel mensen op een kleine oppervlakte wonen. Het te kort aan huizen is erg groot vooral voor de groep met een laag inkomen (zie figuur 23).

Afl. 1000, beloning wie ons gezin kan helpen aan een huurwoning per 1 Juni met een contract voor 5 jaar woning moet zijn in Dakota of omgeving
Tel: 24011

Figuur 23. Grote woningnood op Aruba. Diario, 26 mei 1991.

Een ander voorbeeld van sociale overbevolking is het verkeer. Verkeerd parkeren is aan de orde van de dag, omdat er niet genoeg parkeerruimte is. De meeste hotels zijn gebouwd aan de beste, brede stranden. De lokale bevolking moet zich tevreden stellen met de minder mooie stukjes. Maar het ergste probleem waarmee Aruba te kampen heeft, is **milieuvervuiling** (zie figuur 24). De overheid moet allerlei maatregelen nemen om de vervuiling te beperken. Ieder van ons is verplicht mee te helpen Aruba schoon te houden.

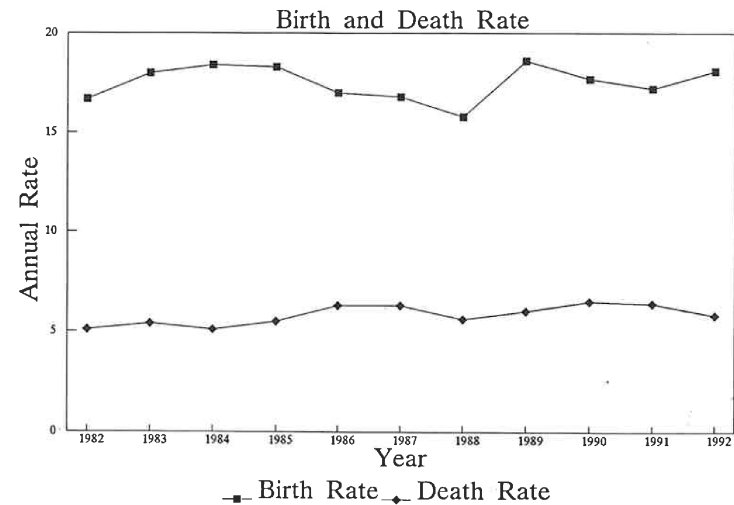


Figuur 24. Ban chang'e porko!!!

Niet iedereen vindt dat er sprake is van sociale overbevolking. Denk maar eens aan het Paasweekeinde.



Figuur 25. Gezellig hè!!



Figuur 26. "Birth and death rate".
Bevolkingsregister.



Figuur 27 _____



Figuur 28 _____

Opgachten:

6. Beantwoord de opgaven 6 en 7 met behulp van de figuren 21 en 26. Er is verband tussen het vestigingsoverschot in 1990 en het verloop van het geboortencijfer.
 - a. Welk verband wordt hier bedoeld?
 - b. Welke conclusie trek je hier uit?
7. Verklaar de bijdrage van de vreemdelingen aan het geboortencijfer.
8. Beantwoord opgave 8 met behulp van figuur 26.
Zal het geboortencijfer in de komende jaren stijgen?
Motiveer je antwoord.
9. Welk probleem van sociale overbevolking ondervind jij elke dag?
10. Verzamel een week lang alle advertenties uit de kranten waarin huizen te huur gevraagd men aangeboden worden. Vergelijk vier advertenties met elkaar.
Denk aan huurprijs, grootte en ligging.
Welke conclusie trek je hieruit?
11. Bedenk bij de figuren 27 en 28 een passende titel.

Om te onthouden:

Instroming van jonge mensen heeft als gevolg:

1. geboortenoverschot/natuurlijke bevolkingsgroei
2. vestigings/sociaal-economische bevolkingsgroei

De punten 1 en 2 leiden tot sociale overbevolking bijvoorbeeld:

- verkeersproblemen
- woningnood
- milieuvervuiling

HOOFDSTUK 4

ECONOMISCHE GEVOLGEN VAN HET TOERISME

In dit hoofdstuk bekijken wij het beleid van de regering met betrekking tot het toerisme. Dit beleid is er voornamelijk op gericht zoveel mogelijk verblijftoeristen naar ons eiland te trekken. Veel verblijftoeristen betekent namelijk een forse bijdrage aan ons nationaal inkomen. Hoe dit allemaal te werk gaat bespreken wij in de volgende paragrafen.

Hotels	Telephone	Rooms	Restaurants	T.V.	Beach	Pool	Tennis	Activities	Entertainment	Casino	Key
Americana Hotel	24500	400	4	*	*	*	*	*	*	*	H
Aruba Beach Club	23000	132	2	*	*	*	*	*	*	*	L/T
Aruba Palm Beach	23900	200	4	*	*	*	*	*	*	*	H
Bucuti Beach Hotel	23444	63	1	*	*	*	*	*	*	*	L
Bushiri Beach Hotel	25261	150	2	*	*	*	*	*	*	*	L
Cabana Beach & Raq. Cl.	39000	441	2	*	*	*	*	*	*	*	H/T
Caribbean Palm Village	32700	114	1	*	*	*	*	*	*	*	T
Casa del Mar	23000	147	1	*	*	*	*	*	*	*	L/T
Concorde Hotel	24466	475	3	*	*	*	*	*	*	*	H
Divi Divi Beach Resort	23300	200	3	*	*	*	*	*	*	*	L
Dutch Village	22300	97	*	*	*	*	*	*	*	*	T
Golden Tulip Aruba	33555	400	3	*	*	*	*	*	*	*	H
HarbourTown Resort	35600	240	2	*	*	*	*	*	*	*	H/T
Hyatt Regency Hotel	31234	365	2	*	*	*	*	*	*	*	H
Holiday Inn Aruba	23600	588	4	*	*	*	*	*	*	*	H
La Quinta	34133	45	*	*	*	*	*	*	*	*	T
Manchebo Beach Hotel	23444	72	2	*	*	*	*	*	*	*	L
Paradise Beach Villas	34000	132	1	*	*	*	*	*	*	*	L/T
Plantation Bay Hotel	38800	420	3	*	*	*	*	*	*	*	H
Playa Linda	31000	194	1	*	*	*	*	*	*	*	H/T
Ramada Renaissance	37000	298	2	*	*	*	*	*	*	*	H/T
Sonesta Hotel	36000	301	2	*	*	*	*	*	*	*	H
Talk of the Town	23380	63	2	*	*	*	*	*	*	*	L
Tamarijn Beach Resort	24150	236	2	*	*	*	*	*	*	*	L

Note: all hotels offer air conditioned rooms only
Key: H; High Rise Hotel L; Low Rise Hotel G; Guesthouse T; Timeshare

Figuur 29. Informatie over hotels op Aruba.

§ 4.1 Investerings en uitgaven

Op figuur 29 zie je een groot aantal high-rise en low-rise hotels. Het realiseren van de bouw van de meeste hotels is geen makkelijke taak. Projectondernemers staan niet te springen om op Aruba te investeren. Daarom heeft de overheid **garanties** verleend. Een garantie houdt in dat de overheid borg staat voor het geld dat er besteed zal worden. De regering draagt hiervoor de verantwoordelijkheid: de investeerders lopen dan minder risico's.

In het onderstaande krantartikel kun je iets lezen over garanties.

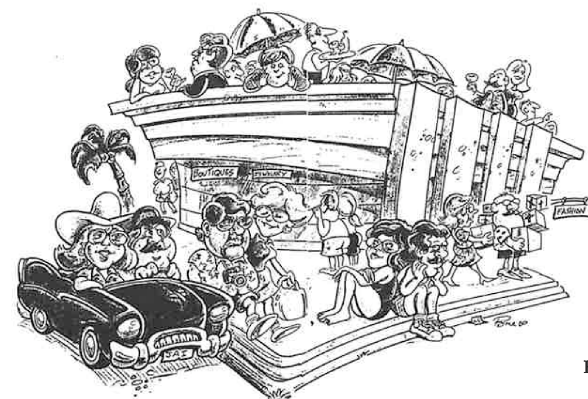
Plantation Bay vraagt extra garantie \$ 5 miljoen

ORANJESTAD - Het 420 suites tellende Plantation Bay Beach Resort haalt 15 mei aanstaande als openingsdatum niet. Als de Staten binnen drie weken een extra garantie van vijf miljoen dollar goedkeuren en als het Italiaanse constructiebedrijf het huidige aantal van tachtig werknemers weer naar het oude aantal van 250 werknemers verhoogt, dan worden 15 oktober de opleveringsdag en 15 november de dag van de officiële opening. Jan de Ruyter, president van Plantation, deed gisteren een beroep op de Statenleden om de extra kleine garantie aan te nemen in het belang van de toerismeindustrie.

Figuur 30. Plantation Bay vraagt extra garantie \$ 5 miljoen.

1. Beantwoord de volgende vragen met behulp van figuur 29.
 - a. Waarom heeft Plantation Bay een extra garantie nodig?
 - b. Waarom moeten de Staten volgens Mijnheer de Ruyter de extra garantie geven?

Ook in de andere bedrijfstakken van de tertiaire sector wordt door particulieren geïnvesteerd. Denk maar eens aan de shopping-malls.



Figuur 31. Shopping-Mall in Aruba.

Alle hotels en winkels hebben een goede **infrastructuur*** nodig. De overheid dient ervoor te zorgen, dat zowel het wegennet als de distributienetten voor water, elektriciteit en telefoon uitgebreid worden.

Door de toename van het luchtverkeer is uitbreiding en aanpassing van onze luchthaven noodzakelijk.

Dit alles moet gedaan worden om de economische groei bij te houden.

De meeste bedrijven die zich op Aruba hebben gevestigd, zijn in handen van buitenlandse ondernemers.

Deze bedrijven profiteren van enkele belastingfaciliteiten:

- maximaal elf jaar vrijstelling van winstbelasting;
- vrijstelling van invoerrechten op bouw materiaal en inboedel.

Een **nadeel** is dat de overheid de eerste tien jaar geen financieel profijt van deze bedrijven heeft. Wel worden er veel arbeidsplaatsen gecreëerd en ontvangt de overheid **indirect** meer belasting bijvoorbeeld loonbelasting.

Een ander nadeel van deze buitenlandse bedrijven is dat ze hun winst niet op Aruba herinvesteren, maar in het buitenland beleggen.

Bovendien worden de meeste leidinggevende functies in de **horeca*** door buitenlandse werknemers vervuld. Ook hun besparingen worden vaak naar het buitenland overgemaakt.

Tenslotte moet er van alles en nog wat worden ingevoerd. Weer verdwijnt geld naar het buitenland. We kunnen spreken van een grote **deviezenvlucht***.

Het is de taak van de regering om te proberen deze deviezenvlucht af te remmen.

Opgaven:

2. Geef een verklaring voor het feit, dat het cruise-toerisme op Aruba niet sterk toeneemt.
3. Noem één maatregel die de overheid kan treffen om de deviezen vlucht af te remmen.
4. Beantwoord de volgende vragen met behulp van figuur 29.
De prijs per hotelkamer bedraagt gemiddeld \$100.
 - a. Wat zijn de opbrengsten per dag op Aruba bij een bezettingsgraad van 80%?
 - b. Wie zullen van deze opbrengsten profiteren?
5. Veronderstel dat je de hoofdprijs van de lotto wint en je wilt graag het geld investeren.
 - a. Investeer je het geld op Aruba of in het buitenland?
Motiveer je antwoord.
 - b. In welke bedrijfstak van de tertiaire sector investeer je?
Motiveer je antwoord.

Leeroverzicht:

Overheidsbeleid is gericht op verblijf/cruise-toerisme.

Bepaalde projectondernemers krijgen _____

Dit houdt in _____

Uitbreiding infrastructuur:

1. _____

2. _____

3. _____

Buitenlandse ondernemingen.

Voordelen:

1. _____

2. _____

Nadelen voor onze economie:

1. _____

2. deviezenvlucht ontstaan door

a _____

b _____

§ 4.2 Toerisme en \$\$\$

In de vorige paragraaf hebben wij besproken dat buitenlandse bedrijven veel geld op Aruba investeren.

Projecten, zoals hotels en shopping-malls, rijzen als paddestoelen uit de grond.

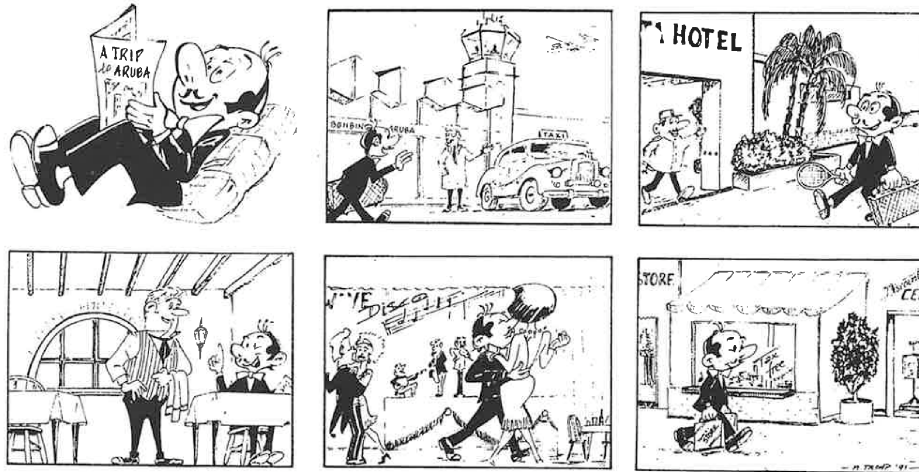
De regering heeft ook een aandeel in deze ontwikkeling (zie §4.1).

De inkomsten van de overheid nemen aanzienlijk toe door het toerisme.

De volgende paragraaf gaat over deze inkomsten.

De meeste toeristen die ons eiland bezoeken, komen hier om een gezellige tijd door te brengen. Zij willen van hun vakantie genieten en geven heel wat \$\$\$ uit!

Hoe de toerist dat doet, zie je op figuur 32.



Figuur 32. Bestedingspatroon van de toerist.

6. Bekijk figuur 32.

"De toeristen geven veel uit".

a. Geef hiervan vier voorbeelden.

Bekijk strip nr.II.

b. Waarom eten de toeristen vaak buiten het hotel?

c. Welke vormen van werkgelegenheid komen duidelijk in de strip tot uiting?

Verklaar je antwoord.

d. Niet elke toerist maakt gebruik van een taxi. Van welke andere vervoermiddelen kunnen ze gebruik maken om het eiland te verkennen?

e. Noem 4 recreatiemogelijkheden waar toeristen overdag naar toe gaan.

f. Waar zoekt de toerist 's avonds zijn vermaak?

g. Waarom doet men zoveel moeite om de recreatievoorzieningen uit te breiden?

De inkomsten van restaurants, verhuurbedrijven, winkels en vooral van souvenirwinkels zijn door de groei van het toerisme groter geworden. Niet alleen de particuliere bedrijven hebben meer geld in het laatje gekregen. Ook de overheid!

Belangrijke bronnen van inkomsten voor de overheid zijn:

- invoerrechten
- accijnzen*
- winstbelasting*
- loonbelasting
- room-tax*
- airport-tax
- "tax on airline tickets"

Bijna alles wat we nodig hebben, wordt ingevoerd. Hierop betaalt men invoerrechten. Op gemiddelden heet dat accijnzen.

Particuliere bedrijven dragen elk jaar winstbelasting af. Maar op de bijdrage van de hotels en enkele industrieën moet de regering langer wachten. Hotels genieten namelijk de eerste elf jaar vrijstelling van winstbelasting. Pas na deze periode zal de overheid de winstbelasting van de hotels innen.

Wel moeten de hotels vanaf het begin room-tax betalen. Dit is echter gering in vergelijking met de winstbelasting. Wie werkt, moet loonbelasting betalen. Als jij, maar ook de toerist, het eiland per vliegtuig verlaat, betaal je \$10 airport-tax. (Je mag niet gratis weg!).

Zo zie je dat zowel direct als indirect geld door het toerisme onze staatskas binnenstroomt. Elke burger van Aruba heeft hier profijt van!

ROOM RATE	ROOM NUMBER	ACCOUNT NUMBER	DATE	DESCRIPTION	AMOUNT	
	1114	018158				
001	FEB10	01/1114	ROOM CHARGE	Rm 1114	*180.00+	AA
002	FEB10	01/1114	GOVERNMENT TAX	Rm 1114	9.99+	AA
003	FEB10	01/1114	SERVICE CHARGE	Rm 1114	19.80+	AA
004	FEB11	01/1114	TELEPHONE CHR	32565	.75+	
005	FEB11	01/1114	ROOM CHARGE	Rm 1114	210.00+	AA
006	FEB11	01/1114	GOVERNMENT TAX	Rm 1114	11.66+	AA
007	FEB11	01/1114	SERVICE CHARGE	Rm 1114	23.10+	AA
008	FEB12	01/1114	ROOM CHARGE	Rm 1114	210.00+	AA
009	FEB12	01/1114	GOVERNMENT TAX	Rm 1114	11.66+	AA
010	FEB12	01/1114	SERVICE CHARGE	Rm 1114	23.10+	AA
011	FEB13	01/1114	TELEPHONE CHR	32565	.75+	
012	FEB13	01/1114	TELEPHONE CHR	61234	.75+	
013	FEB13	/1114	ROOM SERVICE	3222	24.15+	
014	FEB13	01/1114	ROOM CHARGE	Rm 1114	210.00+	PS
015	FEB13	01/1114	GOVERNMENT TAX	Rm 1114	11.66+	PS
016	FEB13	01/1114	SERVICE CHARGE	Rm 1114	23.10+	PS

Figuur 33. Een gedeelte van een hotelrekening.

Opgachten:

7. Beantwoord de volgende opgaven met behulp van figuur 33.

a. Hoe wordt de room-tax hier genoemd?

b. Bereken met behulp van de genoemde bedragen het percentage van de room-tax.



Figuur 34. Bestedingspatroon van de bevolking, dankzij het verdiende geld in de toeristensector.

8. Beantwoord de volgende opdracht met behulp van figuur 34.

Onze bevolking besteedt het geld (dat direct en indirect door het toerisme verdiend wordt) op verschillende manieren.

Geef hiervan vier voorbeelden.

Om te onthouden:

De toerist komt naar ons eiland en brengt **dollars**.
De **overheid** verdient op twee manieren aan de toerist.

Direct : loonbelasting.
winstbelasting.
airport-tax.

Indirect : room-tax.
accijnzen.
invoerrechten.
"tax on airline tickets".

HOOFDSTUK 5

CULTUURVERANDERINGEN

In het vorige hoofdstuk heb je gezien dat de overheid voor een groot gedeelte van zijn inkomsten afhankelijk is van het toerisme, zowel direct als indirect. De inkomsten voor het eiland worden groter en ook de werkgelegenheid neemt toe.

Maar de groei van de toeristenindustrie brengt ook andere gevolgen met zich mee.

Ieder van ons wordt dagelijks beïnvloed door het toerisme.

§ 5.1. gaat over de veranderingen die thuis plaatsvinden als pa en ma gaan werken en de gevolgen daarvan.

In § 5.2. komen de behulpzaamheid, vriendelijkheid en meertaligheid, waar wij om bekend staan, aan de orde. We gaan na of deze image nog steeds bestaat.

§ 5.1 Huis maar geen thuis

Veel werkgelegenheid betekent in de praktijk, dat uit een gezin zowel vader als moeder werken. Dit kan het gezinsleven zowel **positief** als **negatief** beïnvloeden.

Welke invloeden dat zijn, gaan wij beluisteren.

Leeroverzicht:

Toeristensector biedt veel _____.

Gevolg: Pa en ma werken.

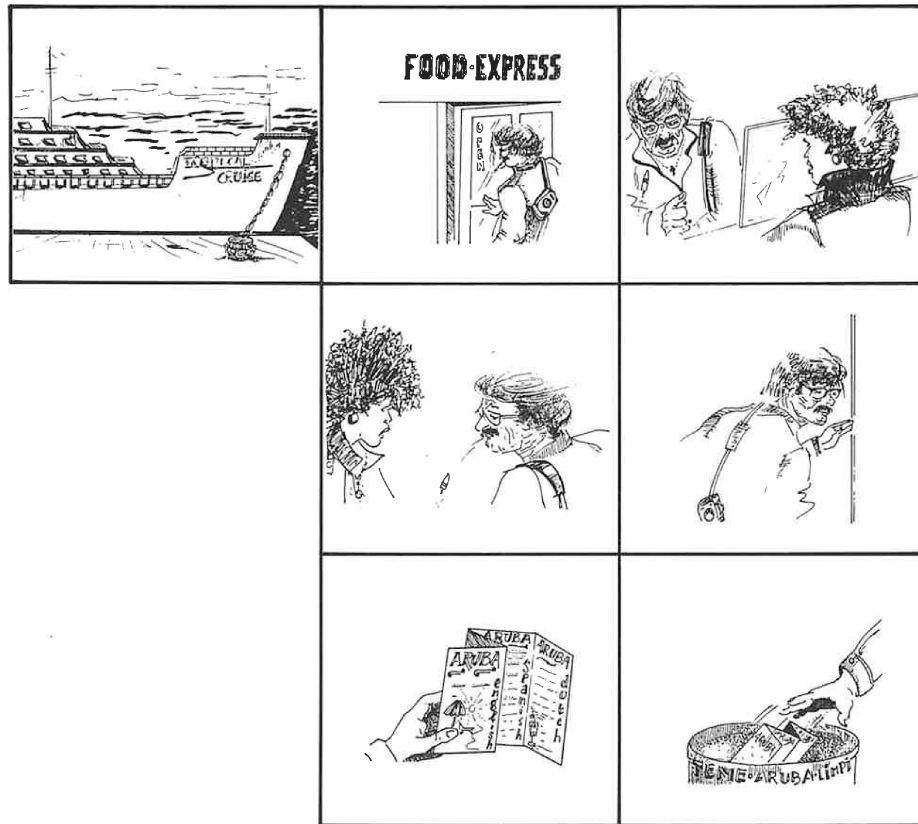
Invloed

Positief: _____

Negatief: _____

§ 5.2 Aruba "One happy island"

In het radio-programma van D.J. Cascabel heb je kunnen beluisteren dat Nataly er trots op is, dat zij een Arubaanse is. Stel je voor: zelfs in Florida, waar zij haar vakantie heeft doorgebracht, staat Aruba bekend als een ideaal vakantieoord. Het Amerikaanse meisje Sue Ann vindt dat de Arubaanse bevolking vriendelijk, behulpzaam en gastvrij is. In deze paragraaf gaan wij na of deze image nog klopt.



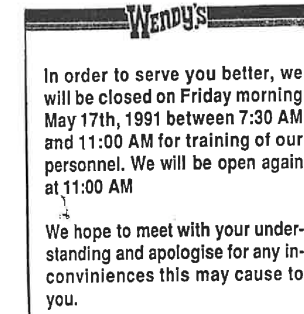
Figuur 35. "One happy island".

In het stripverhaal heb jij gelezen, dat er sprake is van **communicatiestoornis***. De toerist kan de kassajuffrouw jammergenoeg niet verstaan, omdat zij alleen Spaans spreekt. Door de groei van het toerisme vestigen zich veel **buitenlandse werknemers** op Aruba. Veel van hen beheersen slechts **één taal**, waardoor zij de toeristen vaak niet kunnen verstaan. Het gevolg is dat de service minder wordt. Een goede bediening is een "**must**"

voor het verder ontwikkelen van het toerisme. Achteruitgang van de service brengt ons toerisme in gevaar.

De toerist betaalt voor de bediening en verwacht dan ook een goede service. Terugloop van het aantal toeristen zal invloed hebben op de werkgelegenheid.

Met andere woorden, het werkloosheidspercentage zal toenemen als de service minder wordt. Gelukkig geven sommige bedrijven training aan hun personeel om betere service te verlenen. Dit zal leiden tot minder communicatiestoornissen, waardoor de bediening op een hoog peil blijft.



Figuur 36. Wendy's geeft training voor een betere service.

Ook de overheid draagt een steentje bij aan het verbeteren van de service. Men kan namelijk verschillende cursussen volgen bij "Enseñansa pa empleo".

ENSEÑANSA PA EMPLEO

PROGRESO PA UN Y TUR

Oportunidadnan ta ser crea
Abo tuma di bo
Sifia y guia bo mes y Aruba
Den progreso y adelanto

GOBIERNO DI ARUBA

ta participa cu e siguiente
cursonan lo bai cuminsa.
Hasi uso di e oportunidad
akiINSCRIBI!!!

Figuur 37. "Enseñansa pa empleo".

Om te onthouden:

De bevolking van Aruba staat bekend om zijn **gastvrijheid, vriendelijkheid en behulpzaamheid.**

De werkelijkheid is soms anders:

A. De strip geeft een voorbeeld, hoe door **ééntaligheid communicatiestoornis** ontstaat. Dit wekt **irritatie** op zowel bij de toerist als bij de kassajuffrouw. Dit heeft **minder behulpzaamheid, minder vriendelijkheid en minder gastvrijheid** tot gevolg.

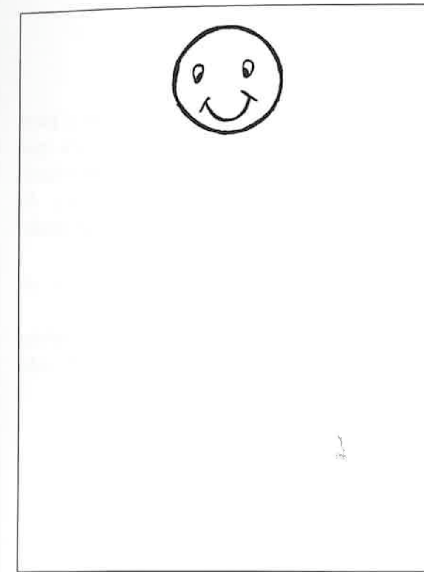
B. Om de service op een hoog peil te houden wordt het volgende gedaan.

1. **Training** o.a. voor het verlenen van goede service.
2. **Inbreng** van de overheid b.v. "Enseñansa pa empleo".

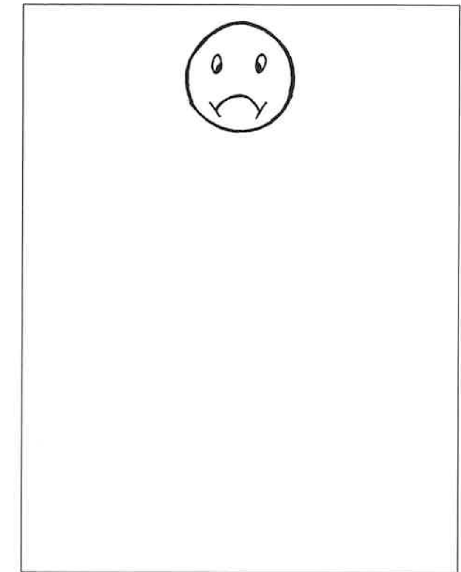
Opdrachten:

Rollenspel.

- 1a. Beeld een toerist in een restaurant uit, die heel slecht bediend wordt.
 - b. Beeld een toerist uit, die bij een car-rental een auto gaat huren.
Deze toerist krijgt een uitstekende service.
 - c. Welke gevolgen zal de slechte service uit het rollenspel voor ons en voor het toerisme hebben ?
 - d. Stel dat jij de eigenaar bent van het restaurant uit het rollenspel.
Wat zou jij doen om de service te verbeteren?
-
- 2a. Verzamel kranteknipsels over ervaringen van toeristen wat betreft behulpzaamheid, vriendelijkheid en gastvrijheid.
Het lachende gezicht stelt een tevreden toerist voor.
Het boze gezicht stelt een ontevreden toerist voor.
 - b. Neem het schema op blz. 37 in je projectboek over en plak de knipsels op de juiste plaats.
 - c. Tot welke conclusie kun je komen aan de hand van jouw gemaakte schema?



- gastvrijheid
- behulpzaamheid
- vriendelijkheid



- minder gastvrijheid
- minder behulpzaamheid
- minder vriendelijkheid

3. Terug in New York laat de "toerist uit de strip" aan familieleden en vrienden een video van zijn vakantie zien.
Schrijf in het kort hoe de toerist zijn slechte ervaring in "Food Express" weergeeft. Laat duidelijk in je verhaal naar voren komen, dat slechte reclame nadelig is voor ons toerisme.
Je mag je verhaal illustreren.
4. Beantwoord de volgende vraag met behulp van bijlage 1a en 1b.
Lees de brieven aandachtig door.
Leg uit waarom deze voorvallen bijdragen tot het behoud van het goede image van Aruba.

Bijlage 1a.

Señores

El día de ayer después de dar un paseo por yate en el hotel Playa Linda, tomé un taxi para regresar al hotel Manchebo en donde soy huésped. Después de algunas horas me di cuenta que me faltaba mi billetera con todo mi dinero, tarjetas de crédito y mis documentos de identidad.

Yo soy un turista que he venido a pasar mi luna de miel por esta isla tan bonita. Soy de Perú y resido en Lima. En mi país no es frecuente que un taxi devuelva algo que se ha quedado en su automóvil.

En este caso el señor Robert G. Willems con el taxi no 185 se ha portado como todo un caballero, en pocas horas logró ubicar me y me devolvió todo.

Quiero agradecer al señor Robert G. Willems pues, personas como él hacen que el turista quiera volver a pasar unas buenas vacaciones esperando que siempre hay gente como él en toda Aruba.

Luis Kufoy Wong.

April 13, 1991.

Bijlage 1b.

To whom it may concern

I arrived in Aruba on Saturday, May 6. This is the first time that I have visited your lovely country.

I took some pictures at the airport and then took a cab to Casa del Mar. The next morning I discovered that I had lost my camera. I was sick at heart. I had planned on taking many pictures so that my family could enjoy the beauty of your island.

The people at the frontdesk called the cab company and the airport no luck.

Monday night I took a cab back to Casa del Mar a miracle happened. I got Edgar Maduro Taxi 145, the same man who I had on my day of arrival. He had my camera!

Edgar had called many hotels, but couldn't find me.

He was determined that I got my camera back. He was as excited as I. Edgar deserves an award!

Sincerely,
Cathy Nolton.

**OPEN
GEDEELTE**

1 Evenementen

(raadpleeg hoofdstuk 1 gesloten gedeelte)

I VERZIN EEN EVENEMENT OM HET TOERISME TE BEVORDEREN

Doelstellingen

- De leerlingen constateren dat een evenement bepaalde toeristen aantrekt.
- De leerlingen ontwerpen op een creatieve wijze een poster voor het verzonden evenement.

Didactische werkvorm

- Het ontwerpen en het maken van een poster voor het gekozen evenement.

Suggesties

- Verzin een evenement dat nog **niet** op Aruba heeft plaats gevonden met als doel bekendheid te geven aan ons eiland.
- Maak een poster voor het gekozen evenement (zie bijlage 6).
- Deze poster moet in positieve zin de aandacht trekken.
- De poster dient een goede vlakverdeling te hebben: scheid de hoofdzaken van de bijzaken.
- Elke leerling maakt eerst een schets, waarbij vlakverdeling en kleuren belangrijk zijn. De groep kiest de beste schets uit.
- Deze schets wordt vervolgens in het groot nagemaakt door de groep.
- Tenslotte komt de poster op de muurkrant.

Hulpmiddelen

Etalagekarton, plakmiddelen, schaar, kleurstiften, verf, drukinkt, punaises, tekenpapier.

II ARUBA HI-WINDS

Doelstellingen

- De leerlingen onderzoeken:
 - a. Welk soort toeristen aangetrokken worden door de Aruba Hi-Winds.
 - b. In hoeverre de Aruba Hi-Winds bijdraagt aan de promotie.
 - c. Welk soort werkgelegenheid door de Aruba Hi-winds ontstaat.

Didactische werkvormen

- Het afnemen van interviews met organisatoren van het evenement en met een personeelslid van de Public Relations afdeling van drie hotels.
- Het opstellen van een jeugdpagina van een krant.
- Het maken van een cirkeldiagram.

Suggesties

- Verzamel materiaal over de Aruba Hi-Winds en neem dit door.
- Een manier om informatie over de Aruba Hi-Winds te verzamelen is het afnemen van interviews b.v. met de organisatoren van de Aruba Hi-Winds (zie bijlage 2).
- Stel vragen over de organisatie, de financiering, de vergunning en de herkomst van de deelnemers.
- Verwerk de gegevens over de herkomst van de deelnemers in een cirkeldiagram.
- Onderzoek welke activiteiten naast de Aruba Hi-Winds georganiseerd worden en of ze invloed hebben op de werkgelegenheid.
Bekijk een jeugdpagina van een bestaande krant op Aruba en neem deze pagina als voorbeeld.
- Verwerk de verkregen informatie in de jeugdpagina van een denkbeeldige krant: de interviews, het cirkeldiagram, een ingezonden stuk met pro en contra's en het soort werkgelegenheid.
- Verzin passende titels voor de verschillende artikelen.
- De jeugdpagina wordt op de muurkrant aangebracht.

Hulpmiddelen

Cassetterecorder, cassettebandje, krantenpapier, foto's, stiften, schrijfblok, typemachine.

2 Regering en toerisme

(raadpleeg hoofdstuk 2 gesloten gedeelte)

I A.T.A.

Doelstellingen

- De leerlingen omschrijven de belangrijkste doelstelling van A.T.A.
- De leerlingen sommen de verschillende manieren op, waarop A.T.A. Aruba promoveert.
- De leerlingen bewijzen dat A.T.A. zijn beleid op een aantal markten richt.

Didactische werkvormen

- Het maken van een fotomontage.
- Het afnemen van interviews met werknemers van A.T.A. (minimaal 3 werknemers).
- Het maken van een diagram, een grafiek of een schema waarin de promotie van A.T.A. weergegeven wordt.

Suggesties

- Verzamel materiaal over A.T.A. en neem dit door.
- Een manier om informatie te verzamelen is het afnemen van een interview. In dit geval zou je contact kunnen opnemen met werknemers van A.T.A. (zie bijlage 2).
- Maak een **schema** van alle afdelingen van A.T.A.
- Maak een fotoserie van jouw bezoek aan A.T.A.
- Verwerk de foto's en de verkregen gegevens in een fotomontage.
- Geef de markten weer waarop A.T.A. zijn beleid richt, door middel van een diagram, een grafiek of een schema.
- Op de muurkrant komen tenslotte het schema, de fotomontage, het diagram en/of de grafiek.

Hulpmiddelen

Fotocamera, filmrolletje, foto's, stiften, cassetterecorder, cassettebandje, schrijfblok.

II FOLDER

Doelstellingen

1. De leerlingen herkennen een folder als een middel voor een reisbureau om reclame te maken.
2. De leerlingen moeten op creatieve wijze een folder samenstellen, waarbij de belangrijkste attracties duidelijk naar voren komen.

Didactische werkvorm

- Het ontwerpen en het maken van een folder.

Suggesties

- Kies de attracties, die je in de folder gaat verwerken (niet alleen natuurlijke attracties).
- Geef deze weer in de vorm van foto's, karikaturen, schetsen, tekeningen, kaarten enz.
- Maak een lay-out (ontwerp) voor je folder (zie bijlage 6). Gebruik hiervoor een tekenblaadje en vouw dit in drieën.
- Elke leerling maakt eerst een schets, waarbij vlakverdeling en kleuren erg belangrijk zijn. Houd er rekening mee dat je folder zes vlakken heeft. De beste schets wordt gekozen, die in het groot nagemaakt moet worden.
- Maak bij elke illustratie een bijbehorende tekst/leuze.
- De inhoud moet in positieve zin de aandacht trekken.
- Verzin een **passende titel** voor je folder.
- Bevestig de folder zodanig op de muurkrant, dat alle zes vlakken te zien zijn.

Hulpmiddelen

Tekenpapier, plakmiddel, plaatjes, schaar, kleurpotloden, stiften, foto's en kaarten.

3 Werkgelegenheid en bevolkingsgroei

(raadpleeg hoofdstuk 3 gesloten gedeelte)

I TIME-SHARING

Doelstellingen

- De leerlingen omschrijven wat een time-sharing resort is.
- De leerlingen ontdekken het belang van deze resorts voor het toerisme.

Didactische werkvormen

- Het afnemen van interviews met een directielid van een time-sharing resort, met een OPC en met een toerist.
- Het schrijven van een artikel voor de **schoolkrant**.
- Het maken van een fotoreportage.

Suggesties

- De groep bezoekt een time-sharing resort. Tijdens dit bezoek worden er drie interviews afgenomen:
 - a. Met een directielid van een time-sharing resort om informatie te verkrijgen over: aantal kamers, faciliteiten, prijsklasse enz.
 - b. Met een OPC, waarin de **voor- en nadelen** van dit beroep onderzocht worden.
 - c. Met een toerist om na te gaan welke factoren doorslaggevend zijn bij het aanschaffen van een time-sharing kamer en wat de voor- en nadelen zijn van het bezit hiervan.
- Verwerk de verkregen informatie in een artikel voor de schoolkrant. Als een buitenstaander dit artikel leest weet hij precies wat het verschijnsel time-sharing inhoudt.
- Sluit dit krantartikel af met je mening.
- Illustreer je artikel met foto's.
- Dit krantartikel plaats je op de muurkrant.

Hulpmiddelen

Fototoestel, filmrolletje, krantenpapier, typemachine, lijm, schaar.

II CRUISE-TOERISME

Doelstelling

De leerlingen ontdekken hoe een cruise-schip functioneert.

Didactische werkvormen

- Op excursie gaan.
- Het maken van een plattegrond van een cruise-schip.
- Het afnemen van interviews met drie cruise-toeristen en met een werknemer van het cruise-schip.
- Het maken van een vormcollage.

Suggesties

- Maak een afspraak met een cruise-vertegenwoordiger b.v. Maduro Travel voor het bezoek aan een cruise-schip.
- Schrijf precies op wat je moet onderzoeken.
Let op:
aantal kamers
faciliteiten
recreatiemogelijkheden
- Daarna volgt de **excursie**. Tijdens deze excursie maak je aantekeningen. Na de rondleiding neem je de interviews af.
- Alle verkregen informatie verwerk je samen met de plattegrond in een **vormcollage** (zie bijlage 4).
- De vormcollage komt uiteindelijk op de muurkrant.

Hulpmiddelen

Fotocamera, filmrolletje, kladblok, cassette-recorder, cassettebandje, vel papier, lijm, schaar, stiften.

4 Economische gevolgen van het toerisme

(raadpleeg hoofdstuk 4 gesloten gedeelte)

I BUBALIPLAS V/S (VERSUS) TIERRA DEL SOL

Doelstellingen

- De leerlingen tonen het verband aan tussen Bubaliplas en Tierra del Sol.
- De leerlingen illustreren het belang van het behoud van een stuk natuur, met name de Bubaliplas.
- De leerlingen sommen maatregelen op die gericht zijn op het behoud van de Bubaliplas.

Didactische werkvormen

- Het afnemen van interviews.
- Het schrijven van een tekst voor een lied.
- Het zetten van de tekst op een (bekende) melodie.

Suggesties

- Verzamel leesmateriaal over de Bubaliplas en neem dit door.
- Maak afspraken voor de volgende interviews:
 - a. Met een bestuurslid van Fanapa.
 - b. Met een bestuurslid van Stimaruba.
 - c. Met een van de werknemers van het Tierra del Sol Project.
- Rangschik je verkregen gegevens.
Plaats de **contra's** in een kolom en de **pro's** in een andere kolom.
- Verwerk de verkregen informatie in een tekst voor een lied.
- Probeer een oplossing te vinden om beide projecten te laten slagen.
- Verwerk ook deze oplossing in de tekst voor het lied.
- De groep zingt dit lied en iemand neemt het op een cassettebandje op.
- Illustreer de tekst van het lied met plaatjes en/of tekeningen.
- De geïllustreerde tekst en het cassettebandje op de muurkrant aanbrengen.

Variant

De leerlingen kunnen ook een nieuwe melodie componeren.

Hulpmiddelen

Cassetterecorder, cassettebandje, kladblok, schrijfgerei en muziekinstrumenten.

II SEAPORT VILLAGE MALL

Doelstellingen

- De leerlingen verwerven en verwerken informatie over het winkelcentrum Seaport Village Shopping Mall.
- De leerlingen verklaren de aanwezigheid van het winkel- en kantoorbestand in dit winkelcentrum.

Didactische werkvormen

- Een bezoek brengen aan Seaport Village Shopping Mall.
- Het maken van een schema van het winkel- en kantoorbestand.
- Het ontwerpen en het maken van een kwartetspel.

Suggesties

- De groep brengt een bezoek aan Seaport Village Shopping Mall.
- De groep gaat eerst na, welke soorten winkels er zijn.
- Plaats de bestaande winkels/kantoren in een schema.
- Met behulp van dit schema ga je een kwartetspel **maken**. De titel van het kwartetspel wordt:
Het winkel- en kantoorbestand van Seaport Village Shopping Mall.
De indeling van het **schema** kan er zo uitzien:
souvenirwinkels, bijoutheries, sportzaken, dameskledingzaken, herenkledingzaken, lerenaccessoires, eetgelegenheden, kantoren.
- Tot slot prikt men het kwartetspel in zijn geheel op de muurkrant

Variant

Naast de speelkaarten wordt een aantal vragen/opdrachten kaarten op de tafel gelegd die met het onderwerp te maken hebben.
De leerling mag een kaart pas dan afgeven als degene die om een bepaalde kaart vraagt eerst de vraag heeft beantwoord of de opdracht heeft uitgevoerd. Bijv. waarom heeft een bank zich in de Shopping Mall gevestigd?

Hulpmiddelen

Fototoestel, filmrolletjes, cartolin, schaar, schrijfgerei, lijm, plaatjes, foto's.

5 Cultuurveranderingen

(raadpleeg hoofdstuk 5 gesloten gedeelte)

I DERA GAI V/S (VERSUS) HALLOWEEN

Doelstellingen

- De leerlingen bewijzen dat de groei van het toerisme invloed heeft op onze cultuur.
- De leerlingen beseffen dat cultuurelementen waardevol zijn voor ons en voor de toerist.

Didactische werkvormen

- Het afnemen van interviews met bejaarden van Maris Stella (minstens drie), met een hotelmanager en met een bedrijfsleider.
- Het ontwerpen van een sticker of een "design" voor een T-shirt.
- Het maken van een verslag.

Suggesties

- Verzamel leesmateriaal over **Dera Gai** en **Halloween**.
- Je kunt o.a. de bibliotheek bezoeken en informatie bij de dierenbescherming vragen.
- Maak afspraken voor de verschillende interviews (zie bijlage 2).
- Probeer in de interviews met de bejaarden het volgende te weten te komen:
 - a. De reden voor het vieren van het Dera Gaifeest.
 - b. De manier waarop men vroeger het Dera Gaifeest vierde.
 - c. De veranderingen die hierin zijn gekomen.
- Probeer in de interviews met de hotelmanager en de bedrijfsleiders o.a. van winkels, banken, restaurants, het volgende te weten te komen:
 - a. De aandacht die men in het hotelwezen besteedt aan Halloween en Dera Gai.
 - b. De reden waarom men er wel/geen aandacht aan besteedt.
 - c. De veranderingen die hierin zijn gekomen.
- Verwerk je bevindingen en je conclusie in een kort verslag.
- Ontwerp hierna een sticker of een "design" voor een t-shirt die bijdraagt om onze cultuur te stimuleren.
- Het verslag en de sticker/t-shirt bevestig je op de muurkrant.

Hulpmiddelen

Cassettrecorder, cassettebandje, gekleurd karton, stift, kleurpotloden, linoleum, waardeloos materiaal, lijm, schaar, stiften.

II INTEGRATIE VAN DE BUITENLANDSE WERKNEMERS IN ONZE SAMENLEVING.

Doelstellingen

- De leerlingen herkennen de problemen die buitenlandse werknemers ondervinden.
- De leerlingen beseffen dat de bovengenoemde groep geringe kansen heeft ten aanzien van de arbeidsmarkt en de huisvesting.
- De leerlingen geven drie voorbeelden van oplossingen voor de problemen van buitenlandse werknemers.

Didactische werkvormen

- Het afnemen van interviews met drie buitenlandse werknemers, een ambtenaar en een werkgever.
- Het maken van een schema.
- Het schrijven van een hoorspel en het maken van een draaiboek.
- Het opnemen van een hoorspel.

Suggesties

- Verzamel leesmateriaal over dit onderwerp.
- Maak een afspraak voor een interview bij **D.O.O.V.** (zie bijlage 2).
- Ga na:
 - a. Voor welke nationaliteiten werkvergunning aangevraagd worden.
 - b. Waarom er voorkeur is voor bepaalde nationaliteiten.
 - c. Voor welke nationaliteiten een migratieverbod geldt en waarom.
- Onderzoek **de pro's en contra's** van buitenlandse werknemers op Aruba.
- Elke leerling interviewt minstens drie buitenlandse werknemers van verschillende nationaliteit, leeftijd en geslacht.
- De volgende onderwerpen komen aan de orde tijdens de interviews: discriminatie, huisvesting, kosten van levensonderhoud en werksfeer.
- De groep verwerkt de verkregen informatie van de D.O.O.V. in een schema.
- De verkregen informatie van de buitenlandse werknemers verwerkt men in een hoorspel (zie bijlage 3).
- De groep kiest welke buitenlanders uitgebeeld worden.
- Het hoorspel wordt uiteindelijk op een cassettebandje ingesproken. Dit hoorspel komt in tekstvorm op de muurkrant.
- Het cassettebandje wordt tijdens de presentatie van de groep afgedraaid.

Hulpmiddelen

Cassetterecorder, cassettebandje, kleurpotloden kladblok, pen, stiften.

1. WAT IS EEN MUURKRANT?

Een muurkrant is een op een muur geplakte krant, die door de leerlingen geschreven en getekend is.

Jullie gaan voor journalist spelen. Je kunt gebruik maken van foto's, tekeningen, folders, schema's, kranteknipsels, slagzinnen en verslagen.

Deze hulpmiddelen plak je op een **creatieve en overzichtelijke** wijze op een groot vel papier. Bij het vormen van de muurkrant draagt elke groep zijn aandeel bij. Iedereen kan meteen zien wat je weet van een bepaald onderwerp of probleem.



Een van de onderwerpen waaruit de muurkrant zal bestaan is een fotomontage over de A.T.A.

Hoe gaan jullie te werk?

- Verzamel foto's, tekeningen, karikaturen en kranteknipsels over dit onderwerp. Als je niet genoeg materiaal over je onderwerp kunt krijgen, maak dan zelf materiaal bijvoorbeeld foto's.
- Gebruik waardeloos materiaal om opvallende kenmerken van een toerist te benadrukken zoals een grote zonnebril, een lege fles en zonnebrandolie.
- Andere hulpmiddelen zijn viltstiften, kleurpotloden, verf, penselen, plaksel, grote vellen papier en sjablonen.
- Zorg dat je opzet **duidelijk, schematisch** en **overzichtelijk** is. Niet alle gegevens zijn even belangrijk. Gebruik maximaal drie lettertypes en/of kleuren. Teveel is onduidelijk. Om het allerbelangrijkste aan te geven gebruik je het meest in het oogspringende lettertype of de opvallendste kleur. (bijvoorbeeld hoofdletters, geen schoonschrift).
- De letters moeten vanaf ongeveer **een meter leesbaar** zijn.
- **Succes** en maak het beste van je opdracht!

2. WAT IS EEN INTERVIEW?

Een gesprek dat jij voert met een bepaald persoon, om zijn mening (informatie) over een bepaald onderwerp te verkrijgen noemt men een interview.

Soorten interview:

1. **Informatie-interview:** Bij dit soort interview is de persoon niet zo belangrijk, maar wel de informatie die hij jou kan geven. Bijvoorbeeld een disc-jockey vertelt hoe een radioprogramma in elkaar zit.
2. **Opinie-interview:** Bij dit soort interview is de mening van een persoon zeer belangrijk. Hoe deze persoon denkt over een bepaalde problematiek. Bijvoorbeeld de mening van een bestuurslid van Fanapa over de toekomst van de Bubaliplas.
3. **Informatie-opinie interview:** Combinatie van 1 en 2.
4. **Reclame-interview:** Bij dit soort interview is het doel bekendheid te geven aan een bepaalde persoon en/of instelling. Bijvoorbeeld een interview met een organisator van de Aruba Hi-Winds.

Hoe houdt men een interview?

- De leerlingen (de groep) zoeken achtergrondinformatie over het gekozen onderwerp.
- Ieder krijgt een taak bijvoorbeeld één stelt vragen, één notuleert, een ander houdt zich bezig met de cassette recorder.
- De leerlingen maken samen een interviewlijst:
Welke vragen gaan wij stellen? Maak een verdeling tussen hoofd- en bijvragen.
- Formuleer duidelijke vragen. Dan krijg je zeker duidelijke antwoorden, dus gerichte informatie.
- Maak een afspraak. Dit kan op drie manieren gebeuren:
telefonisch, per brief of persoonlijk.
- Het interview kan tijdens de les of na school geschieden.
- De verwerking gebeurt tijdens de lessen of thuis.
- Maak een samenvatting van je verkregen informatie.



Uitvoering van je interview.

- Zorg dat je **op tijd** bent voor je afspraak (geen Arubaanse tijd).
- Stel jezelf voor: Ik ben..., ik kom van.....school en ik ben hier om u te interviewen in verband met.....
- Stel je vragen. Doorvragen bij antwoorden die niet duidelijk zijn.
- Goed luisteren.
- Probeer ook via zijwegen de gewenste informatie te verkrijgen.
- Hou je mening voor je.
- Gebruik hulpmiddelen die het notuleren vergemakkelijken bijvoorbeeld cassette recorder, videorecorder, interviewlijst.
- Vergeet niet na het interview de betrokken persoon te bedanken voor zijn medewerking.
- Maak een samenvatting van de verkregen informatie.



3. WAT IS EEN HOORSPEL?

Als het onderwerp bekend is, moet duidelijk worden:

- over wie het gaat;
- waar het verhaal zich afspeelt;
- wat de mensen willen bereiken;
- hoe dat gaat.

Het verhaal dient aan een aantal criteria te voldoen.

- Het moet voor iedereen begrijpelijk zijn.
- Er moeten geluiden in voorkomen.
- Het mag niet langer duren dan 10 à 15 minuten.
- De personen die beschreven worden dienen herkenbaar te zijn en het aantal moet gelijk zijn aan het aantal leden van de groep.
- Er moet een verteller in voorkomen of tenminste twee personen in elke situatie, die de situatie in een gesprek tot elkaar ver duidelijken.
- Er moet sprake zijn van een ontknoping.

Het draaiboek.

Nadat het verhaal in het kort is opgeschreven, wordt het **draaiboek** gemaakt.

Hierin komt te staan:

- Dialogen en/of tekst van de verteller.
- Geluiden die samenhangen met een bepaalde handeling (bijvoorbeeld het slaan van een deur).
- Sfeergeluiden (bijvoorbeeld muziek).
- Hoe het geluid gemaakt wordt.

Het papier wordt in kolommen verdeeld, voor elk soort tekst of geluid is er een kolom. Alles wordt in chronologische volgorde opgeschreven.



Het opnemen.

Belangrijk is dat niemand iets mag zeggen, behalve de lezers of spelers!

- Zoek een rustige ruimte.
- Leg alle spullen klaar die nodig zijn om de geluiden op te nemen.
- Oefen elk geluid en neem het op om te horen of het goed overkomt.
- Lees de teksten op en maak op het juiste moment de geluiden.
- Neem nog niets op. Alles moet eerst precies op tijd gedaan worden en verder moet iedereen stil zijn.
- Lukt dit alles goed, dan kan het hoorspel opgenomen worden.

VEEL PLEZIER!!!!

4. WAT IS EEN COLLAGE?

Een collage (scheurprent of plakprent) kunnen we omschrijven als een verzameling van (opgeplakte) beelden, teksten of voorwerpen, die een boodschap visueel weergeven of een bepaalde gedachte/ opvatting vorm geven!!!!



Wij kunnen zes vormen collages (met allerlei tussenvormen) onderscheiden, waarvan voor ons slechts twee van belang zijn:

1. Fotocollage.

Je vertreksituatie is bij een fotocollage een leeg stuk papier. Hierbij wordt alleen met foto's gewerkt, vandaar dat deze vorm van collage ook wel fotomontage wordt genoemd. Deze montage kan gemaakt worden door uit verschillende foto's stukken te knippen die naast, op of onder elkaar geplakt worden.

2. Vormcollage.

Hierbij is de vertreksituatie, in tegenstelling tot voorgaande vorm, niet meer het lege papier.

Men gaat uit van een vorm/figuur of vlakverdeling, die al op het papier staat en die gebruikt moet worden bij het onderwerp waar de collage over gaat.

Wanneer b.v. het onderwerp vrede is, kan de omtrek van een duif zijn gegeven. Is het onderwerp sport dan kan de vorm van een sportattribuut gegeven zijn enz.

5. HOE MAAK JE EEN KWARTETSPEL?

Bij een kwartetspel gaat het er om dat de leerlingen door vragen en vooral ook onthouden proberen een viertal kaarten (kwartet) te verzamelen die bij elkaar horen.



Het proces verloopt als volgt:

- De leerlingen worden gemotiveerd om een kwartetspel te maken.
- Het onderwerp is het winkel- en kantoorbestand van Seaport Village Mall.
- Met behulp van een snijmachine wordt een groot aantal kaarten van een bepaald formaat gesneden (bijvoorbeeld 7x10cm) en de leerlingen gaan vervolgens negen kwartetten maken.

Dit kan als volgt:

- a. De kaarten worden getekend en/of beschilderd.
 - b. Bestaande foto's en afbeeldingen worden uitgeknipt en opgeplakt.
 - c. De leerlingen gaan erop uit en maken foto's.
- De kaarten worden voorzien van een onderschrift en het spel is klaar om gespeeld te worden.

6. HOE MAKEN WIJ EEN POSTER, STICKER OF FOLDER?

Een poster moet aan bepaalde criteria voldoen:

- Het onderwerp moet duidelijk worden weergegeven.
- Een poster moet in positieve zin de aandacht trekken.
- Een poster dient een goede vlakverdeling te hebben.



- Het onderwerp wordt besproken:

Wat zal de kijker "aantrekken"; wat is, gezien de mogelijkheden van het groepje realiseerbaar; wordt er met (veel) kleuren gewerkt, of juist niet; wordt er gebruik gemaakt van speciale technieken, enz.

- Elke leerling maakt een schets, waarbij vooral de vlakverdeling en kleuren belangrijk zijn. Hieruit wordt de beste gekozen.
- De poster wordt vervolgens in het groot nagemaakt.
- Hierna vindt een bespreking en beoordeling plaats. Het proces kan echter een vervolg krijgen, wanneer men nadrukkelijk gericht is op vermenigvuldiging van de poster.

- **Reproductie** van de poster.

De poster kan gekopieerd en vervolgens ingekleurd worden of vermenigvuldigd worden middels hoogdruk.

Hoogdruk is een vorm van drukken, waarbij lettertypen en clichés een verhoogd drukbeeld vormen waardoor ze met de inktrol in aanraking komen. Dit verhoogde drukbeeld verkrijgt men door uit karton geknipte letters op een plaat karton te plakken (of linoleumsnede). Met een inktrol wordt drukinkt op de letters aangebracht.

Hierna wordt een vel papier op de plaat karton gelegd en met een deegrol of spatel goed tegen de letters aangedrukt. Het vel papier wordt vervolgens plat neergelegd om te drogen. Op deze wijze kunnen meerdere afdrucken geschieden.

Begrippenlijst

1. **Accijnzen:**
Belasting op levens- en genotmiddelen (d.i. sigaretten en alcohol).
2. **Basis-remigratie-subsidie-regeling:**
Nederlandse regering subsidieert de ticket, de verhuizing van de inboedel en 3 maanden onderhoudsgeld.
3. **Bezettingsgraad:**
Het gemiddeld aantal kamers van een hotel dat per jaar gebruikt wordt.
4. **Communicatiestoornis:**
Wanneer mensen elkaar minder goed begrijpen.
5. **Cruise-toeristen:**
De passagiers van toeristenschepen. Ze verblijven minder dan 24 uur op het eiland.
6. **Deviezenvlucht:**
Geld dat wij kunnen gebruiken dat naar het buitenland verdwijnt.
7. **Directe werkgelegenheid:**
Het werk in het hotel zelf. Hieronder valt dus al het hotelpersoneel.
8. **D.O.O.V.:**
Dienst Openbare Orde en Veiligheid.
9. **Fam tours:**
Uitnodiging aan alle travel agents (reisagenten) om verschillende landen te bezoeken en kennis te maken met deze landen. Dit zijn familiarization tours.
10. **Hopa-opleiding:**
Hotelopleidingsproject, deze opleiding houdt in 3 maanden theorie en 5 maanden stage in een hotel op Aruba.
11. **Horeca:**
Bedrijfsgroep van hotel-, restaurant- en caféhouders.
12. **Indirecte werkgelegenheid:**
Het werk buiten het hotel ontstaan door het toerisme.
13. **Infrastructuur:**
Alles wat een bedrijf nodig heeft om goed te kunnen functioneren.

14. **Jazz and Latin Music Festival:**
Een muziekevenement waarin internationale artiesten optreden.
15. **Marketing:**
Afzetbeleid, commercieel beleid, marktbeleid. Dit beleid beoogt de juiste zaken op het juiste tijdstip en de juiste plaats tegen de juiste prijs te verkopen.
16. **Massa-toerisme:**
Een groot aantal toeristen dat zo goedkoop mogelijk reist en weinig geld uitgeeft.
17. **Particuliere bedrijven:**
Bedrijven die niet in dienst zijn van de overheid.
18. **Package:**
 - vliegticket;
 - transport van de luchthaven naar het hotel en terug;
 - hotelkosten, inclusief ontbijt;
 - t-shirt;
 - welkomsdrankje.
19. **Quotum:**
Er mag jaarlijks niet meer dan een X-aantal buitenlandse werknemers uit een bepaald land naar Aruba komen.
20. **Recreatie:**
Allerlei vormen van ontspanning.
21. **Room-tax:**
Een soort belasting die de toeristen moeten betalen. Het is een bepaald percentage van de overnachtingskosten per kamer.
De opbrengsten hiervan moeten de hotels afdragen aan de overheid.
22. **Seminars:**
Mensen die veel afweten van het toerisme komen bij elkaar om bepaalde onderwerpen te bespreken.
23. **Service-verlening:**
Bediening waar de klant recht op heeft, omdat hij ervoor betaalt.
24. **Toerisme:**
Alle mogelijke activiteiten die de toeristen het verplaatsen en verblijven in een land (op een eiland) mogelijk maken.
25. **Toeristenindustrie:**
Bedrijfstaking die zich met het toerisme bezighoudt.

26. **Toeristisch produkt:**
Een combinatie van mogelijkheden die ons eiland aantrekkelijk maakt als vakantieoord, waardoor er steeds meer toeristen komen.
27. **Touroperator:**
De touroperator is een reisorganisator (reisagent). Hij stelt een reis samen en biedt deze als pakket aan in een folder. Zo'n pakket is ook te koop via een reisbureau.
28. **Trade-show:**
Een soort toeristen-tentoonstelling waaraan verschillende landen deelnemen. Elk land heeft op zo'n beurs een aparte booth (stand) en de vertegenwoordigers van het land proberen zoveel mogelijk hun toeristisch produkt te verkopen.
29. **Verblijftoeristen:**
De toeristen verblijven enkele dagen op het eiland.
30. **Winstbelasting:**
Bepaald percentage van de winst dat men aan de overheid moet afdragen.