

---

DOOR

<b>Sarah Benus</b>	<b>87588</b>
<b>Luna Blik</b>	<b>84190</b>
<b>Myrthe Soeters</b>	<b>87266</b>
<b>Rens Spee</b>	<b>87064</b>
<b>Niek Verstraete</b>	<b>81882</b>
<b>Rober-Jan De Visser</b>	<b>81290</b>

TRENDRAPPORTAGE 2022

# Thrivable Tourism; Thriving Business

HZ  
UNIVERSITY OF APPLIED  
SCIENCES



## Colofon

**Titel** Thrivable Tourism; Thriving Business  
*Het opbloeien van het verblijfstoerisme in Zeeland.*

### Auteurs

Sarah Benus	87588
Luna Bliet	84190
Myrthe Soeters	87266
Rens Spee	87064
Niek Verstraete	81882
Robert-Jan De Visser	81290

### Externe Begeleiders

H. Ijben  
E. Lemmers

### Docent begeleiders

G.E.C. Thuij  
J.S. van Elsacker  
H.J.A. Huismans  
J. Nelemans

**Cursus:** Zeeuwse tendrapportages (CU31013V3 - 2021)

**Studie:** Commerciële Economie

**Jaar van publicatie:** 2022

**Datum:** 01-04-2022

**Status:** Definitief

## Voorwoord

Wat houdt de trend Thrivable Tourism in? Hoe worden ontwikkelingen op het gebied van Thrivable Tourism opgepakt door Zeeuwse ondernemers? Welke kansen en bedreigingen brengt het met zich mee om over te gaan op een duurzaam ondernemersconcept?

In dit tendrapport zijn wij als groep studenten op zoek gegaan naar antwoorden op de bovenstaande vragen met betrekking tot de opkomende trend Thrivable Tourism. Gedurende het onderzoek is er kwalitatief onderzoek uitgevoerd, waarbij iedere onderzoeker een persoonlijk interview heeft afgenomen. Deze vorm van veldonderzoek betreft een uitbreidende en verdiepende functie naast de eerder uitgevoerde deskresearch omtrent het onderzoeksonderwerp. De term Thrivable Tourism staat nog volledig in de kinderschoenen en is dus nog relatief onbekend in Zeeland. Dit betekent dat de interviews een doorslaggevende rol spelen binnen het onderzoek en dat de gespreksstof een primaire bron vormt voor een aannemelijk tendrapport. Hierbij hebben wij zes diverse partijen/stakeholders/experts benaderd om zo kennis en informatie uit allerlei verschillende perspectieven te vergaren. Voorts wordt de vertaalslag gemaakt van geanalyseerde data vanuit de interviews naar een concreet advies voor de Zeeuwse ondernemers binnen de verblijfstoerismebranche.

Wij willen vooraf iedereen bedanken die heeft meegewerkt aan dit tendrapport. Onder andere HZ University of Applied Sciences, Kenniscentrum Kusttoerisme (KCKT) en alle experts/ondernemers die hun expertise en ervaringen met ons hebben gedeeld tijdens de interviews.

## Inhoudsopgave

Inleiding .....	5
Thrivable Tourism verklaard .....	8
1.1 <i>Toerisme door de jaren heen</i> .....	8
1.2 <i>Actuele invloeden</i> .....	10
1.3 <i>De toepassing van Thrivable Tourism</i> .....	11
1.4 <i>Samenvatting</i> .....	11
De impact van het verblijfstoerisme in Zeeland .....	14
2.1 <i>De toeristische weg naar Zeeland</i> .....	14
2.2 <i>Impact verblijfstoerisme op het milieu</i> .....	15
2.3 <i>Impact verblijfstoerisme op de maatschappij</i> .....	17
2.4 <i>Impact verblijfstoerisme op de economie</i> .....	20
2.5 <i>Samenvatting</i> .....	21
Ondernemen in Zeeland .....	24
3.1 <i>Het perspectief van de ondernemers in Zeeland</i> .....	24
3.2 <i>Krimpen of groeien? De economie is aan het bloeien!</i> .....	25
3.3 <i>In de lente, de zomer, de herfst en de winter</i> .....	26
3.4 <i>Samenvatting</i> .....	27
Eindconclusie .....	30
Aanbevelingen .....	34
Nawoord .....	36
Referentielijst .....	37
Bijlagen .....	40
<i>De DESTEP-analyse binnen het verblijfstoerisme in Nederland</i> .....	40
<i>Het vijfkrachtenmodel van Porter toepassen binnen het onderzoeksproces in de meso-omgeving</i> .....	46
<i>SWOT-analyse</i> .....	50
<i>De reflectieve verslaglegging en limitaties wat betreft het onderzoeksproces</i> .....	52

## Inleiding

Vanuit de opdrachtgevers HZ University of Applied Sciences en KCKT hebben zes studenten van de HZ University of Applied Sciences de opdracht gekregen om de term “Thrivable Tourism” beter in beeld te brengen. Op basis hiervan kunnen inzichten worden verkregen in de mogelijke toekomst voor het verblijfstoerisme binnen Zeeland. Voor deze inzichten wordt er onderzoek gedaan naar huidige trends binnen Thrivable Tourism in Nederland. De landelijke en internationale ontwikkelingen worden meegenomen om te kijken of de Zeeuwse situatie rondom deze ontwikkelingen gelijk of afwijkend is. Tenslotte worden de kansen en bedreigingen voor Zeeuwse ondernemers besproken en geëvalueerd.

Het primaire doel van het gedetailleerde tendrapport is om Zeeuwse ondernemers inzicht te geven in de mogelijkheden om duurzaamheid een essentiële rol te laten spelen in het toerisme. Daarnaast om hen te voorzien van ondersteunende relevante kennis, die gerelateerd is aan actuele trends en ontwikkelingen in de toerismebranche. Bovendien biedt het tendrapport een volwaardige bron om in de eigen onderneming toegevoegde waarde te genereren in de toekomst. Duurzaamheid is een landelijk onontkoombare trend en de term vormt één van de belangrijkste SDG's op maatschappelijk vlak. Het is daarom van belang om hierop in te spelen, te adapteren en te innoveren om zo een milieuvriendelijk én rendabel beleid op te zetten.

Dit tendrapport is tot stand gekomen door in eerste instantie deskresearch. Hierbij zijn veel verschillende bronnen geanalyseerd en gebruikt om de meest relevante informatie samen te voegen tot basis van het onderzoek. Daarnaast zijn er in de vervolgfase verschillende interviews afgenomen. De interviews hebben een uitbreidende en verdiepende rol in het tendrapport. Hiermee wordt de kennis en expertise van ervaringsdeskundigen op het gebied van Thrivable Tourism verwerkt. Dit alles is samengevoegd tot het complete tendrapport.

De tendrapportage “Thrivable Tourism; Thriving Business” is geschreven met als primair hoofddoel: De Zeeuwse ondernemers binnen het verblijfstoerisme te informeren over de kansen en bedreigingen die Thrivable Tourism met zich meebrengt.

Een grote ontwikkeling die de afgelopen jaren heeft plaatsgevonden is de bewustwording van de maatschappij. De samenleving ervaart de effecten van de opwarming van de aarde en zien de ernst hiervan in. Deze bewustwording heeft geleid tot een duurzaamheidstrend, die inmiddels tot innovatie is gegroeid.

De overheid stuurt de ondernemers steeds verder de duurzame richting op. Deze tendrapportage biedt inzichten voor de sector verblijfstoerisme op basis van ontwikkelingen rondom de toeristenstroom in Zeeland, vervuiling in Zeeland en de samenhang tussen de economie en het milieu (Graag, 2021).

Dit tendrapport staat in het teken van de volgende onderzoeksvraag:

*“Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de Zeeuwse ondernemers binnen het verblijfstoerisme op het gebied van Thrivable Tourism?”*

Hieronder vindt u een overzicht van de geraadpleegde respondenten:

- Adriaan Wisse: Eigenaar van camping Weltevreden in Zoutelande
- Jan de Regt: Voorzitter Federatie Ondernemersverenigingen Veere (FOV)
- Nescio Midavaine: Eigenaar van Het Eilandhuis en extern adviseur biobased bouwen
- Kitty Govaert: Eigenaresse van camping De Boskreek in Breskens
- Helmut van Pelt: Staatsbosbeheer Grevelingen
- Nerina de Krijger: Eigenaresse Hoevehotel Hof Christina in Vrouwenpolder

Wat kunt u met de inzichten van dit rapport?

- U kunt informatie vinden over de opportuniteiten op het gebied van Thrivable Tourism;
- Kennis over de waarde van toerisme op verschillende vlakken vergaren (milieu, sociaal-maatschappelijk en economisch);
- Een inzicht in de onderling gedeelde visies van diverse ondernemers met betrekking tot het milieuaspect, de economie, het ondernemen door de jaren heen en de duurzame/circulaire bedrijfsvoering.



**UNIVERSITY**  
.....  
**OF APPLIED SCIENCES**

01



**Thrivable Tourism: Waarde brengen  
naar de bestemming en de  
gemeenschap en het hier behouden.**

**Kortom, toerisme gaat in harmonie  
met de planeet, het milieu en de  
maatschappij.**

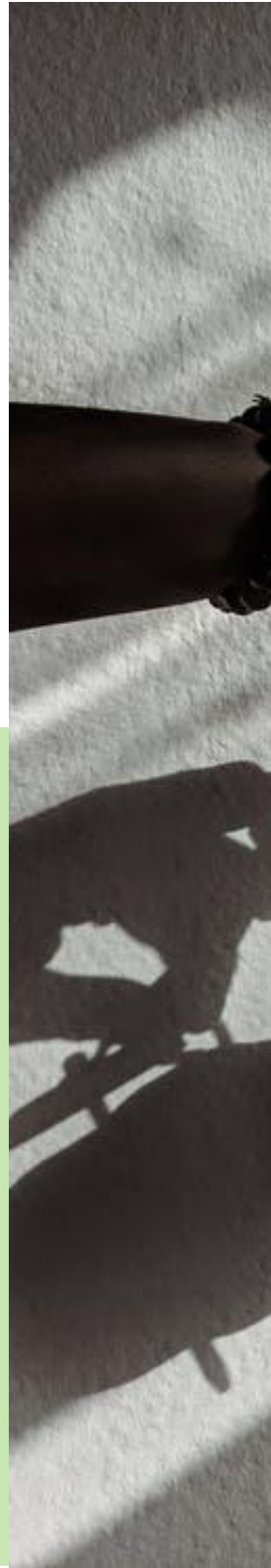
## Thrivable Tourism verklaard

Thrivable Tourism. Wat is dat nou eigenlijk en hoe wordt dit de laatste jaren toegepast? In dit hoofdstuk wordt er ingegaan op de toepassing van Thrivable Tourism en de invloeden die hierin een rol spelen. Hierdoor wordt er geschetst hoe de “mindset” van de ondernemers, toeristen en inwoners veranderd is in de afgelopen jaren.

### 1.1 Toerisme door de jaren heen

In de afgelopen jaren is het toerisme flink toegenomen. In het begin van de opbloeiende toeristensector werd deze groei als een aangename ontwikkeling aanschouwd. Toerisme zou zorgen voor meer inkomen en meer werkgelegenheid in de maatschappij. Echter, de laatste jaren wordt er steeds meer gekeken naar het totaalplaatje, waarbij de negatieve aspecten rondom toerisme, met name massatoerisme, in toenemende mate ook belicht wordt. De toeristische druk in een stad kan zo sterk zijn dat de lokale bevolking ergernissen gaat ondervinden omtrent de leefbaarheid van de stad. Zo hebben verschillende neveneffecten van toerisme, die voorheen als positief bevonden werden, een keerzijde gekregen. Toerisme maakt een stad levend en het zorgt ervoor dat drukke steden vaak goede voorzieningen hebben. Echter, hier zitten ook nadelen aan vast. Faciliteiten worden vooral ingericht op de toeristen en niet op de eigen bevolking. Eveneens worden drukke plekken vermeden door de lokale bevolking door ‘overcrowding’ van toeristen, waarbij luchtvervuiling een steeds grotere rol speelt. De toename van toeristen zorgt dus voor druk in een bepaald gebied. De CO<sup>2</sup>-uitstoot neemt toe zodra er een groei toetreedt in het aantal toeristen. Dit kan uiteindelijk zorgen voor beschadiging van het ecosysteem en bovendien draagt dit bij aan de klimaatverandering. Het weerbeeld kan veranderen van een land en er kan een tekort aan water ontstaan. Deze oorzaken zorgen ervoor dat er de laatste jaren vooral gekeken wordt naar duurzaam toerisme. Zo ligt de focus van Nederland op het draagvlak van de toeristenstroom, bovenal het verspreiden van de grote hoeveelheid aan toeristen over het land (CBS, 2019).

Zeeuwse ondernemers geven aan dat de vervuiling op verblijfplaatsen nog minimaal is en dat er juist goed rekening gehouden wordt met bijvoorbeeld het scheiden van afval. Nescio Midavaine, eigenaar van Het Eilandhuis en extern adviseur biobased bouwen, geeft aan dat de mensen die met duurzaamheid bezig zijn in het dagelijkse leven kiezen voor zijn duurzame Tiny House. Het zijn bewuste gasten en filteren speciaal bij het uitzoeken van een accommodatie op het duurzame aspect. De toeristen die op dit moment interesse tonen in zijn duurzame accommodaties zijn mensen die veel waarde hechten aan de natuur, bijvoorbeeld vogelaars en fietsers (N. Midavaine, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022). Wel wordt er opgemerkt dat vooral Duitsers al meer hebben met het begrip “duurzaamheid”. Het is een soort mindset, die nog niet speelt bij de meeste Nederlanders, zegt Nerina de Krijger, eigenaresse van Hoevehotel Hof Christina. Duitsers hebben deze mindset waarschijnlijk gekregen, doordat vroeger in het Ruhrgebied veel industrie was en de mensen daar last hadden met “schoon” ademen en daarom opzoek gingen naar de “frische Luft” aan de kust, aldus Nerina de Krijger (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022).







Om Zeeuwse ondernemers in de toeristische sector te stimuleren en te enthousiasmeren voor het praktiseren van circulaire toepasmogelijkheden, is er een initiatief opgericht door Impuls Zeeland, in samenwerking met HZ University of Applied Sciences (Impuls Zeeland, z.d.). Hierbij kunnen ondernemers participeren in het innovatietraject “FACET”, waarbij er advies op maat kan worden verstrekt door deskundige experts op het gebied van duurzaamheid. Op basis van het verkregen advies, kunnen ondernemers een actieplan opstellen om de circulair geladen oplossing daadwerkelijk door te voeren, waarbij de boodschap kan worden overgebracht op de toerist en de lokale bevolking, aldus Impuls Zeeland (z.d.). Ook hoteleigenaresse Nerina de Krijger van Hoevehotel Hof Christina heeft zich ingeschreven voor de voucher van FACET waarbij zij zich voornamelijk toespitst op de afvalstromen, lokale inkoop en hergebruik in het interieur binnen de bedrijfsvoering (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022). De pilots met de toeristische MKB-ondernemers hebben betrekking op zes thema’s waarmee ondernemers kunnen experimenteren, zoals water, energie, verpakkingen, afval, accommodaties en gezamenlijke inkoop (Impuls Zeeland, z.d.).

De hotelondernemer van Hof Christina (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022) zet zich dus onder andere in voor het minimaliseren en reguleren van de afvalstromen, waarbij er in samenwerking met de voucher van FACET gekeken wordt naar bepaalde zaken omtrent afval. Zo stelt De Krijger (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 2022) het volgende:

“Dus puur kijken naar wat voor afval hebben we? Hoeveel is dat? Hoeveel kilo? Hoeveel bioafval? Hoeveel kilo plastic afval? Hoeveel kilo gewoon afval? En hoe kan je dat anders reguleren? En aan de hand daarvan hebben we dus een heel nieuw systeem ontwikkeld en we zijn daar nog mee bezig.”

Het actieplan zet momenteel dus nog steeds zoden aan de dijk, waarbij De Krijger (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022) daarnaast deelneemt aan een programma, wat is opgezet door Impuls Zeeland, namelijk “Bewaar Zeeland”. Hiermee wil De Krijger naar voren brengen dat de hoteleigenaresse een grote voorstander is van lokaal inkopen en dat dit gezamenlijk doorgezet dient te worden om dan ook echt gezamenlijk het verschil te kunnen maken. Zo stelt De Krijger (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022) het volgende:

“Met FACET en met Impuls Zeeland, hebben we een programma. *Bewaar Zeeland* heet dat. Ik bewaar Zeeland, omdat ik mijn koffiedrab teruggeef om zwammen op te kweken. En wij doen dat eigenlijk wel een beetje met *storytelling* met onze gasten zelf. Dat we laten zien van, onze kaas komt van Schellach, dat we lokaal inkopen, dat we mensen wel naar de lokale boer sturen voor bijvoorbeeld een lekkere appelsap. Zo proberen we de mensen wel te enthousiasmeren.”

### 1.2 Actuele invloeden

In de afgelopen drie jaar kenden ondernemers in Zeeland veel verschuivingen en tegenslagen wegens de invloeden van het COVID-19 virus. Hierdoor was een groot deel van de buitenlandse toeristenstroom niet mogelijk in verband met de maatregelen. De pandemie bracht het verblijfstoerisme niet enkel nadelen. Immers, de binnenlandse toeristenstroom nam toe. De reisbehoefte van de Nederlandse bevolking steeg vanaf 2019 tussen de 49%-57% ten opzichte van 2021. Naar verwachting zal de binnenlandse toeristenstroom in 2022 stabiliseren tot lichte dalen, maar neemt daarentegen het aandeel van de buitenlandse toeristenstroom toe (HZ Kenniscentrum kusttoerisme, 2022).

Al deze positieve ontwikkelingen binnen de Zeeuwse economie hebben ook invloed op het milieu. Door deze groei is er meer vraag gekomen naar accommodaties en voorzieningen voor toeristen. Dit heeft als gevolg dat er meer beroep wordt gedaan op grondstoffen, wat kan leiden tot uitputting en vervuiling van de grond (CBS, 2022).

Wanneer we naar de algemene kenmerken en ontwikkelingen kijken, dan zien we dat de Millennials, generatie Y (geboren tussen 1984 en 2001), en generatie Z (geboren tussen 1995 en 2010) hele andere waardes prioriteren dan de voorgaande generaties die op vakantie gingen. Dit zijn enkele kenmerken die van belang zijn op de hele sector verblijfstoerisme. Generatie Y stelt hele andere prioriteiten. Zo wordt de accommodatiebestemming minder belangrijk en komt het stukje beleving veel meer naar boven. Mensen hechten meer waarde aan de basisvereisten van tegenwoordig: goede wifi, pasjes in plaats van sleutels en afrekenen met de pinpas als alternatief voor contante betalingen. Uit het interview met Adriaan Wisse kwam duidelijk naar voren dat zelfs de verduurzaming van de camping er minder toe doet. Het vernieuwde toiletgebouw en de warmte die alle nieuwe voorzieningen uitstralen, zijn voor veel mensen belangrijker dan het duurzame stroomnet dat is aangelegd (A. Wisse, persoonlijke communicatie, 14 maart 2022).

De generatie Z gaat nog een stap verder. Zij vormen de eerste generatie die daadwerkelijk niet meer zonder internet kunnen. Zo ook wanneer het gaat om het boeken van vakantie. Dit verloopt namelijk allemaal online, waarbij er onderling bijna een spel wordt gecreëerd om het mooiste appartement te vinden voor de laagste prijs. Daarbij zijn de jongeren wel geneigd om snel te luisteren naar een expert of een reisbureau, wanneer ze denken dat iemand anders kennis heeft op reisgebied. Waarom zouden ze er dan zelf moeite in steken? Deze actuele kenmerken van de doelgroep zorgen ervoor dat campings en vakantieparken hun marketingstrategie anders zullen moeten invullen. Daar waar vroeger mensen op de mooie locatie afkwamen, is nu de wifi nagenoeg doorslaggevend. Ook de beleving en moderne vakantieparken trekt de jonge generatie. De online marketing is nu dan ook belangrijker dan ooit (*6 trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme | NHL Stenden*, 2019).

### 1.3 De toepassing van Thrivable Toursim

Quinta Rural is een door een Nederlands stel opgezet vakantiepark in Noord-Portugal met als doel om hun gasten in nauw contact te laten komen met de lokale bevolking, winkels en de natuur. Eigenaren van grotere vakantieparken houden er in tegenstelling tot dit Nederlandse stel minder rekening mee. Het doel van deze grote vakantieparken is naast een goede klantbeleving vaak om zoveel mogelijk winst te maken. Deze vakantieparken houden wel rekening met de 'duurzaamheidstrend'. Zo zijn alle vestigingen van Center Parcs en Landal Greenpark Goud Green gecertificeerd. Ook concurrerende vakantieparken hebben de ambitie om dit binnenkort te bereiken (Bungalowpark Overzicht, 2022). Echter gaat dit alleen om toerisme dat in harmonie gaat met de natuur en nog niet met de maatschappij, zoals de lokale bevolking en de ondernemers.

Zelf heeft Quinta Rural wel een aantal oplossingen toegepast die op de lange termijn waardevol kunnen zijn. Zo is de insteek van het park om het kleinschalig te houden. Deze kleinschaligheid zorgt namelijk voor extra verbondenheid en nauw contact met de regio. Een andere 'regel' die ze toepassen is het planten van een boom bij elke reservering die ze krijgen, om zo bij te dragen aan het herstellen van de natuur. Daarnaast worden er op het park veel streekproducten verkocht en ze sturen hun gasten naar lokale supermarkten, markten en restaurants. Om ervoor te zorgen dat er zo min mogelijk brandstof gebruikt wordt, krijgen alle gasten een map mee, waarin allerlei wandelroutes staan die zijn gebaseerd op natuurlijke zwemplekken en pittoreske dorpjes. Daarnaast hebben ze zelf ook een natuurlijke zwemplek op het park, gevuld met eigen bronwater (Quinta Rural, 2019).

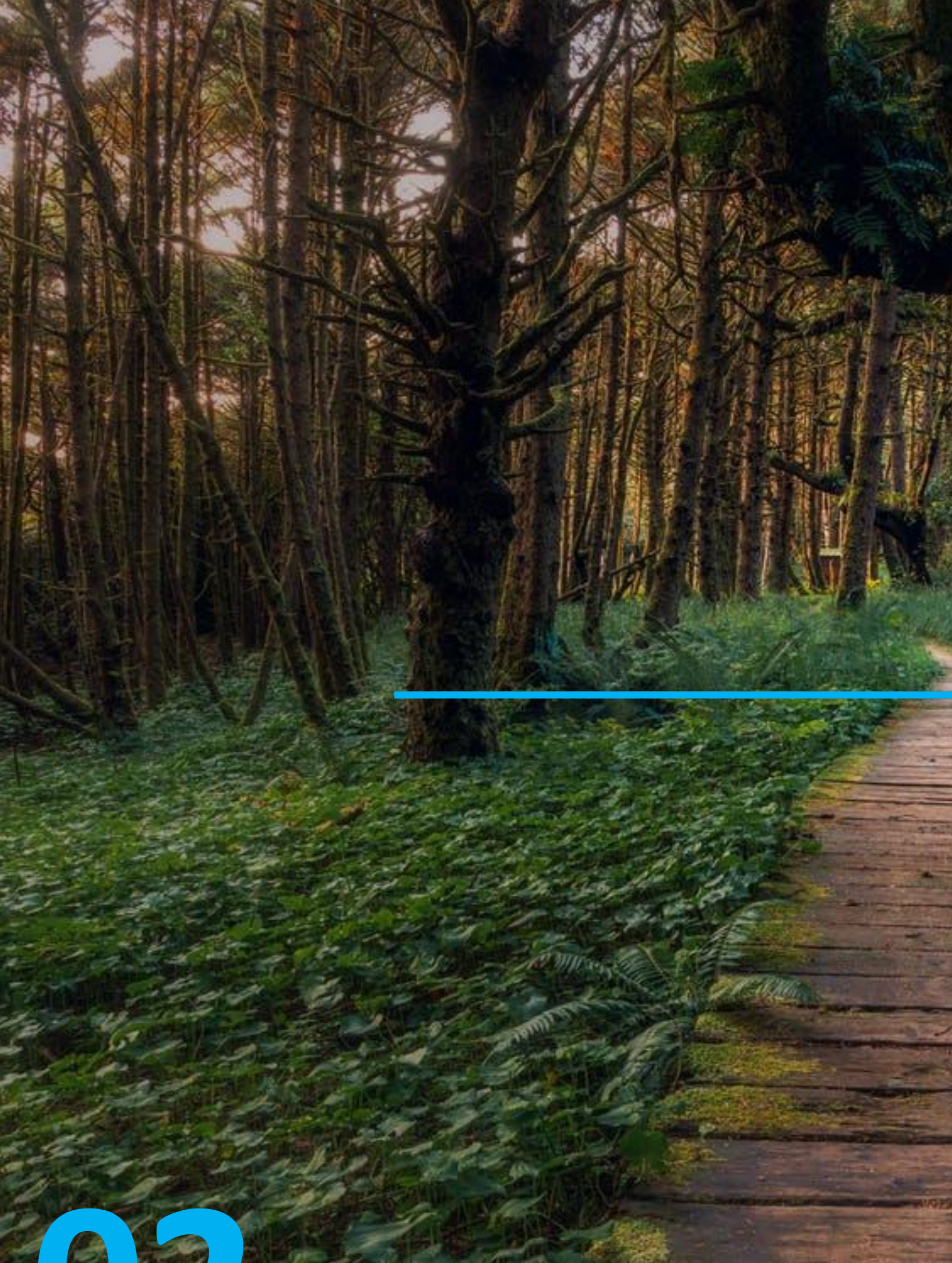
Door bij te dragen aan toerisme dat in harmonie gaat met de natuur, bomen te planten, alternatieven te bieden voor lange autoritten, toerisme in harmonie te laten gaan met de maatschappij, kleinschaligheid en het verwijzen van gasten naar lokale ondernemingen, is Quinta Rural een representatief voorbeeld van Thrivable Tourism.

Een ander voorbeeld is 'The Swiss Foundation for Solidarity in Tourism', ook wel SST genoemd. Deze non-profit organisatie is opgericht in 2001 en is inmiddels één van de grootste reisorganisaties in Zwitserland. Het doel van SST is om de economische en maatschappelijke condities van inwoners in toeristische gebieden over de hele wereld te verbeteren. Dit doen ze door projecten in die gebieden te steunen door middel van financiële giften. Deze aanpak zorgt ervoor dat, naast de ondernemers, ook de toeristen een betere band krijgen met de lokale bevolking (SST Foundation, 2018).

Ook kan men Thrivable Tourism doorvoeren in de infrastructuur. Dit kan men doen door het toerisme te stimuleren bij het gebruiken van een fiets of door meer parkeergelegenheden in te richten voor elektrische auto's. Op die manier kan de uitstoot van uitlaatgassen worden verlaagd, die wordt veroorzaakt door de toeristen. Dit concept biedt kansen op de markt, namelijk de vraag naar fietsverhuurorganisaties. Verder draagt het bij aan de gezondheid van de mens en kan men de schaarste aan benzine verkleinen, als gevolg van de oorlog tussen Rusland en Oekraïne (H. Van Pelt, Persoonlijke communicatie, 22 maart 2022).

### 1.4 Samenvatting

Het toerisme heeft door de jaren heen andere normen en waarden gekregen. Zo worden er prioriteiten gesteld op het uiterlijk vertoon en de aanwezigheid van wifi. De behoefte aan duurzaamheid en recreëren in de natuur ligt in Duitsland vele male hoger. Om als duurzaam bedrijf aantrekkelijk te blijven voor de generatie van nu moet er ook veel geïnvesteerd worden in de architectuur. Toch laten enkele bedrijven zien dat het mogelijk is om op een wijze te werken die in harmonie gaat met de planeet, het milieu en de gemeenschap. Doordat het, ondanks de pandemie van afgelopen jaren, zo goed gaat met de economie spelen de gedachte steeds meer op om op een duurzame wijze te ondernemen. De maatschappij ziet namelijk niet enkel meer de positieve effecten, maar ook de negatieve effecten van het massatoerisme komen aan het licht.



02



---

**Toeristenstroom  
Watervervuiling  
Watercapaciteit  
CO<sub>2</sub> uitstoot  
Natuurgebied**

....

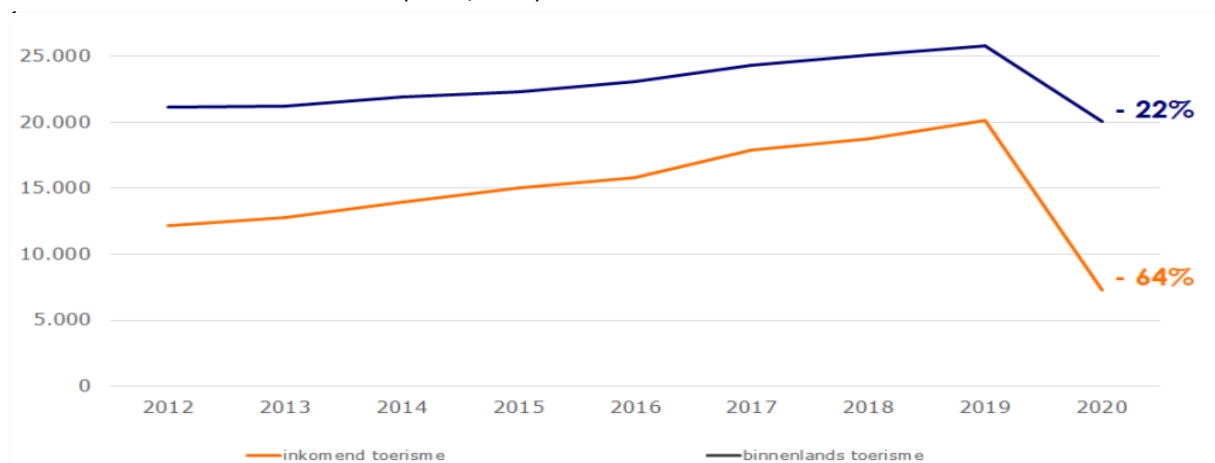
## De impact van het verblijfstoerisme in Zeeland

Verblijfstoerisme is overal aanwezig, maar wat doet dit verschijnsel met de omgeving? In dit hoofdstuk zal worden besproken wat de effecten van verblijfstoerisme zijn op de sociale, maatschappelijke en economische factoren. Hiermee wordt duidelijk in kaart gebracht wat de voor- en nadelen zijn van verblijfstoerisme.

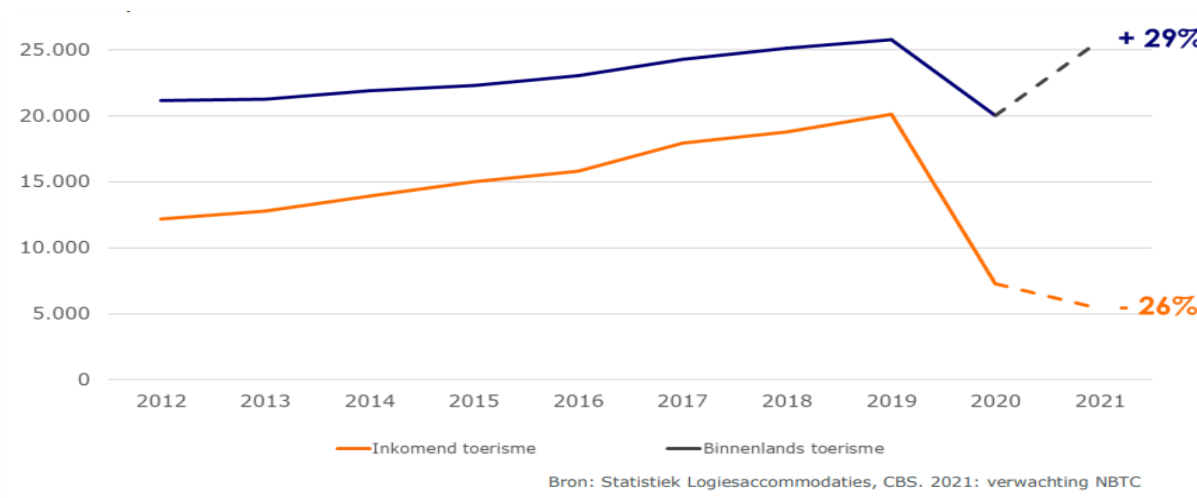
### 2.1 De toeristische weg naar Zeeland

Binnen het onderzoek naar Thrivable Tourism is gekozen om de focus op het verblijfstoerisme te leggen. De toeristische sector is heel groot en breed ingericht. Daarom is de focus van het onderzoek gericht op het verblijfstoerisme, wat de uitvoerbaarheid en betrouwbaarheid waarborgt. Hieronder vallen de categorieën zoals: campings, vakantieparken, hotels, B&B 's en dergelijke.

Het verblijfstoerisme binnen Nederland kent grote veranderingen sinds de wereldwijde pandemie. Het internationale toerisme is hard geraakt door het COVID-19 virus. Dit heeft ervoor gezorgd dat het toerisme in het begin van 2020 relatief snel tot een einde kwam. Hierdoor liepen veel toeristische accommodaties grote verliezen op. De impact van de pandemie, die niet het hele jaar terug te zien is, heeft zo zijn stempel achtergelaten. Landelijk gezien heeft de prachtige zomer van 2020 het verlies van het voor- en najaar niet kunnen compenseren. Dit resulteerde in een daling van 22% aan inkomsten van het binnenlandse verblijfstoerisme. Dit was feitelijk een 'aangenamere' domper ten opzichte van de daling van 64% aan inkomsten van het inkomend toerisme in 2019 (NBCT, 2021).



Figuur 1: Toerisme is hard geraakt als gevolg van de coronapandemie (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2021).



Figuur 2: Verwachte stijging na de coronapandemie van binnenlands toerisme (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2021).

Dit zorgt ervoor dat de vooruitzichten voor de sector verblijfstoerisme in Nederland relatief positief gesteld zijn. Ondernemers binnen Nederland kunnen weer ademen en met goede moed naar de toekomst toewerken.

### 2.2 Impact verblijfstoerisme op het milieu

#### Watervervuiling

Er wordt de laatste jaren steeds meer gekeken naar de negatieve aspecten met betrekking tot toerisme. Zo ook naar de milieuvervuiling die toerisme met zich meebrengt. Zo kan er nagedacht worden over de vervuiling die het vliegverkeer met zich meebrengt, maar ook de watervervuiling. Deze aspecten kunnen wel afstotend uitpakken voor het toerisme, want een land met vervuild water en een beschadigde natuur spreekt de toeristen minder aan (Fair Tourism Foundation, 2021).

Watervervuiling wordt voor 40% veroorzaakt door scheepvaart en visserij. Alleen toerisme speelt er ook een rol in. Toeristen zorgen niet zo zeer voor de geluidshinder onder water, maar voor het zwerfvuil erin. Het zwerfvuil hoopt zich op onderaan op de zeebodem en aan de oppervlakte van het water, wat gezamenlijk een grote massa is. Van het strandafval in Nederland is 30% afkomstig vanuit het strandtoerisme en bestaat 75% van het strandafval uit kunststof (Rijksoverheid, 2021). Het meeste strandafval in Nederland wordt gevonden langs de kust bij Castricum en Bergen. In vergelijking met deze plaatsen valt de vervuiling in Zeeland nog wel 'mee'. Dit komt doordat de kust hier minder recht is van vorm dan in de rest van Nederland (Universiteit Utrecht, 2022).

Over het algemeen speelt watervervuiling op dit moment een grote rol. Dit komt ook doordat het aantal toeristen nog elk jaar sterk toeneemt. Vooral bij het Middellandse Zeegebied is er veel vervuiling. Turkije en Spanje storten elke dag om en nabij 270 kilogram plastic in de zee. Opvallend is wel dat er de laatste jaren behoefte vanuit het toerisme is ontstaan om het milieu te beschermen en er vaker evenementen worden georganiseerd zoals "beach cleanups" (Redactie AnimalsToday.nl, 2019).

Sinds 2017 is het rioolwater in bijna alle landen van Europa opgevangen en gezuiverd. Toch blijven afvalstoffen een probleem. Zo neemt het plastic afval nog steeds toe en daarnaast speelt klimaatverandering een steeds belangrijkere rol. Klimaatverandering kan uiteindelijk zorgen voor een ander weerbeeld in het land, waardoor zeespiegelstijging zal optreden en er schade zal worden aangericht in de ecosystemen (CBS, 2019).

#### Watercapaciteit

Ondernemers in de verblijfstoerisbranche binnen Zeeland ervaren naast watervervuiling ook problemen met betrekking tot de watercapaciteit. Volgens Kitty Govaert, mede-eigenaresse van camping de Boskreek te Breskens, speelt het probleem omtrent watercapaciteit zich niet alleen in Zeeland af, maar kampt men op mondiaal niveau met een waterprobleem. Massatoerisme speelt hierbij een grote rol. Veel watergebruik en de exogene invloed die de opwarming van de aarde met zich meebrengt, zorgen ervoor dat er intensief water gewonnen moet worden uit de grondbodem.

Wanneer er constant zoetwater uit de bodem wordt onttrokken, zal er uiteindelijk verzilting plaats gaan vinden. Dit is een chemisch proces, waarbij zoutwater steeds verder het land intrekt door een tekort aan de aanvoer van zoetwater. Hierdoor worden landbouwprocessen en de drinkwaterwinning bemoeilijkt (Kenniscentrum Infomil, z.d.).

Camping de Boskreek heeft hiervoor een oplossing gevonden. Door middel van een waterzuiveringstelsel is het voor hen mogelijk om afvalwater te zuiveren en om dit vervolgens te gebruiken voor de boomgaard die zich naast de camping bevindt. Hierdoor is het voor hen niet nodig om zich aan te sluiten aan de riolering. Uit voorzorg is er wel een pijpleiding aangelegd tijdens de opbouw van de camping, maar deze is tot op heden nog ongebruikt gebleven door de autarkische positie waar camping de Boskreek zich momenteel op het gebied van waterwinning bevindt.

Ook de eigenaar van Het Eilandhuis gaat hierin mee. Zelfvoorzienend zijn in water en elektriciteit is het streven, maar dit streven brengt enkele complicaties met zich mee. Voor elektriciteit was dit geen ingewikkeld vraagstuk. Als Tiny Houses zelfvoorzienend zouden zijn in water, zou daarentegen niet zo eenvoudig zijn. Alles moet namelijk vervoerd worden van A naar B, waardoor het dus niet mogelijk is om een grote installatie te bouwen. Daarnaast is het volgens de eigenaar van Het Eilandhuis ook wettelijk niet toegestaan om eigen water te

zuiveren. Drinkwaterplatform specificeert deze uitspraak (N. Midavaine, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022): “In principe mag een consument zelf drinkwater maken van regenwater. Het is in de wetgeving niet verboden om water uit de sloot of uit een regenton te drinken. Je mag vaak ook grondwater oppompen en dat opdrinken. Dat moet je zelf weten. Zodra je echter water wint, dat niet uit de kraan komt of verpakt is en schenkt aan anderen, ben je in overtreding”, zegt Cheryl Bertelkamp, onderzoeker bij KWR Watercycle Research Institute (Drinkwaterplatform, 2021).

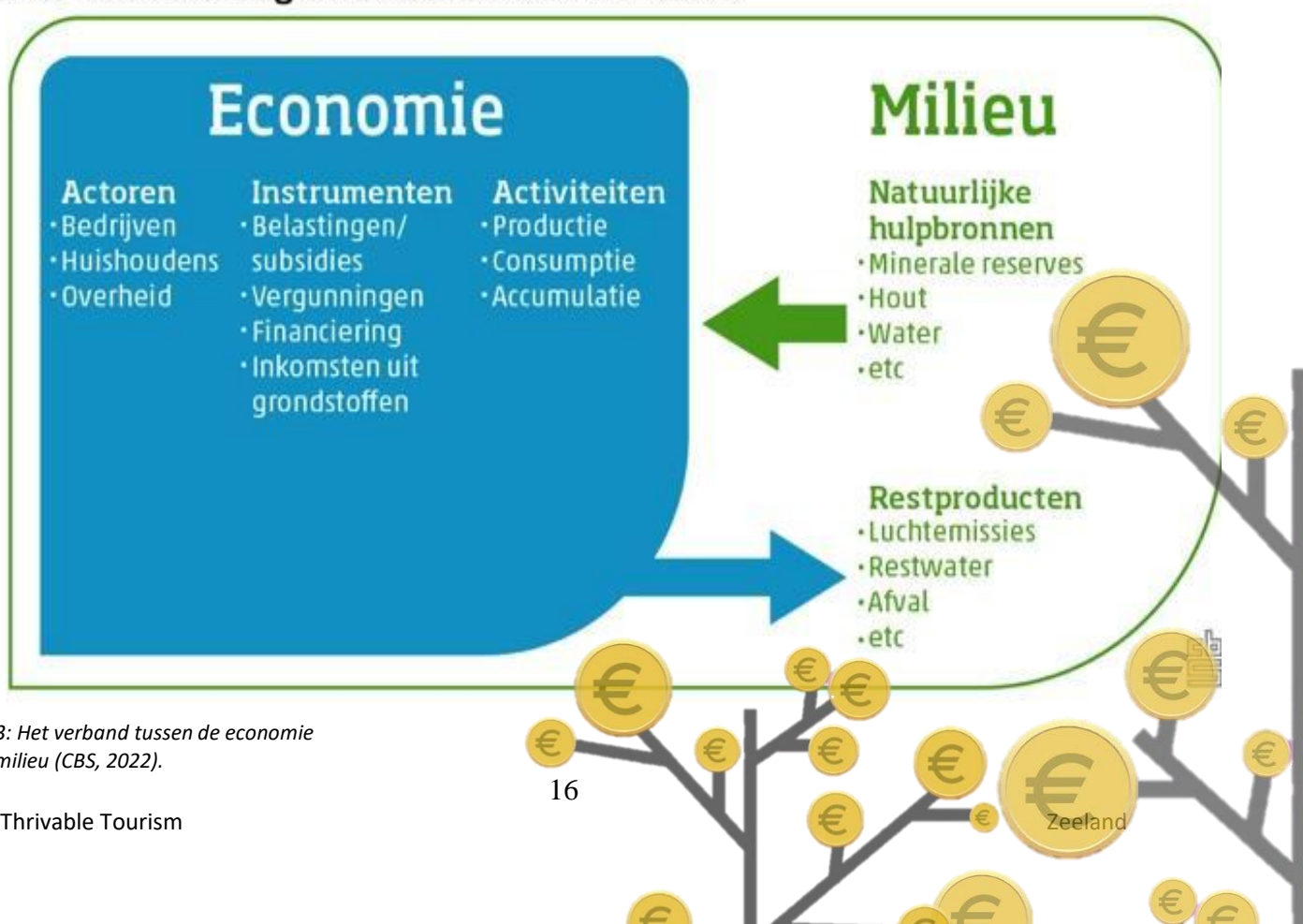
Het is dus duidelijk geworden dat deze mogelijke oplossing voor het probleem omtrent watercapaciteit nog niet optimaal is. Echter is wel duidelijk naar voren gekomen dat de gemiddelde ondernemer binnen de verblijftoerismebranche in Zeeland bezig is om de meest geschikte manier van waterwinning op te sporen, om deze vervolgens te implementeren in de bedrijfsvoering. Door middel van het implementeren van een alternatieve methode om water te winnen, zal het intensieve gebruik van de bodem afnemen, waardoor de zoetwatercapaciteit makkelijker te stabiliseren zal zijn. Dit zorgt er dus voor dat er bij massatoerisme minder onaangename bijeffecten ervaren zullen worden qua watercapaciteit.

### CO<sub>2</sub>-uitstoot

De toename van CO<sub>2</sub> in de lucht ontstaat door verbranding van grondstoffen, zoals aardolie, aardgas en steenkool. Bij een groeiende economie is er een logisch gevolg dat er meer aanspraak gemaakt wordt op deze grondstoffen. Dit heeft als gevolg dat de CO<sub>2</sub>-uitstoot toeneemt en ook de aarde opwarmt. Deze opwarming zorgt ervoor dat de natuurlijke habitat van de dieren en planten veranderen. Deze ontwikkeling zorgt er dus voor dat deze leefgebieden onbewoonbaar worden. Dieren en planten vertrekken of ze sterven uit.

Daarnaast is deze vorm van vervuiling ook terug te zien bij extreme weersomstandigheden. Overvloed aan water of extreme droogte zijn hier twee voorbeelden van. Verdere consequenties zijn gezondheidsklachten voor de mens, bijvoorbeeld luchtwegenproblemen en allergieën door luchtvervuiling. Ook hebben al deze factoren gevolgen voor de economie (Rijksoverheid, z.d.). In de onderstaande bijlage kan men de wisselwerking tussen deze twee facetten, economie en milieu, zien.

## De wisselwerking tussen economie en milieu



Figuur 3: Het verband tussen de economie en het milieu (CBS, 2022).



### *Invloed op natuurgebieden*

De mooie natuurgebieden in Zeeland spelen als extra pullfactor een grote rol. Zeeland heeft namelijk een grote diversiteit aan landschap, namelijk schorren, slikken, polders, dijken, duinen en bossen. Staatsbosbeheer heeft een grote verantwoordelijkheid over deze gebieden, zoals onder andere het zorgdragen over het behouden van deze gebieden (H. Van Pelt, persoonlijke communicatie 22 maart 2022). Mochten deze gebieden verloren gaan aan de invloeden van de bezoekers heeft dit mogelijk ook effect op de toeristenstroom richting Zeeland. Zeeland heeft vele wateren die de sportieve toeristen naar de provincie trekken. Surfers en suppers maken namelijk graag gebruik van de stille wateren. Doordat de natuurgebieden publiekelijk toegankelijk zijn, kunnen toeristen hier volop recreëren.

De toestroom van toeristen richting Zeeland heeft ook effect op de mooie natuurgebieden. Volgens de boswachter van Staatsbosbeheer is er een bezoekersstroom van zo'n vijf miljoen bezoekers per jaar. Staatsbosbeheer werkt volgens de drie B's, namelijk beschermen, beleven en benutten.

Helaas ervaart deze organisatie ook nadelige effecten door de bezoekers, zoals verstoring en vervuiling.

Invloeden zijn bijvoorbeeld:

- Vervuiling door ontlasting van mens en dier, wat zorgt voor overbemesting van de grond;
- Plasticsoep als gevolg van kampeerdere of picknicken;
- Verstoring van de dieren wegens de menselijke betreding van verboden gebieden;
- Ongevallen met betrekking op dieren wegens loslopende honden;
- Vernieling van bomen wegens houtkapping;
- Beschadiging van de bodem wegens illegale kampvuren;
- Kapotgereden bermen wegens piekmomenten rondom parkeergelegenheden.

Vanuit Staatsbosbeheer worden hier verschillende maatregelen voor genomen. Echter moet men zware afwegingen maken die ook van invloed zijn op het milieu. De hobbyisten die in de natuurgebieden recreëren, kiezen ervoor om richting de provincie Zeeland te gaan vanwege het aanbod aan natuuraspecten. Om problemen zoals verstoring en vervuiling te beperken zou een hogere bewustwording onder de bezoekers bijdragen. De boswachter sprak het volgende hierover uit: "Dat ze hun eigen ook aan de regels hebben te houden van hun gastheer". Dit is een belangrijke boodschap die ondernemers, ook vanuit het eigenbelang, meer mogen benadrukken. De hoge toeristenstroom is namelijk ook deels te danken aan de prachtige natuurgebieden in Zeeland (H. Van Pelt, persoonlijke communicatie 22 maart 2022).

### **2.3 Impact verblijfstoerisme op de maatschappij**

Ondanks dat de gehele heisa rondom het coronavirus veel impact heeft gehad op de dynamiek in de toeristenstroom in Nederland, maar ook in Zeeland, bleef de reisbehoefte van de gemiddelde toerist tamelijk stabiel in het jaar 2021. Dit bleek dan ook vanuit betrouwbare cijfers van het CBS, waarbij het aantal geregistreerde overnachtingen in de regio Zeeland uitkwam op 11,1 miljoen bezoekers binnen het verblijfstoerisme (CBS, 2022). In tegenstelling tot andere regio's (en omvang van die regio's) in Nederland met lagere aantoonbare cijfers, aldus het Centraal Bureau voor de Statistiek (2022), kan worden vastgesteld dat Zeeland een geliefde vakantiebestemming is om te vertoeven. Volgens Wahl (2019) brengt de massificatie, ofwel massatoerisme, echter nadelige effecten met zich mee op het ecologische en maatschappelijke vlak. Deze keerzijde heeft daarnaast invloed op het 'functioneren' van de regio, waar niet één partij verantwoordelijk voor is. Volgens Pollock (2021) vergt het natuurlijke herstel dus een wisselwerking tussen meerdere betrokkenen voor het creëren van draagvlak.

Het effectief aanbrengen van verduurzaming binnen het verblijfstoerisme voor het herstel van de aangerichte schade in de regio Zeeland, wat overigens een uitgangspunt is van het belang van Thrivable Tourism, staat nagenoeg nog in de kinderschoenen. Ondanks de minimale uitvoering van de bestaande trend in Zeeland, dient de trend door drie partijen (inwoners, toeristen en ondernemers) bewerkstelligd te worden, omdat alle betrokkenen in zijn geheel werken aan een duurzamere bestemming, om de reeds aangerichte schade te herstellen en deze in de toekomst realiseerbaar te voorkomen (Pollock, 2021).

**Zeeuwse ondernemers zijn sterk afhankelijk van de toeristenstroom**

Binnen het verblijfstoerisme in de regio Zeeland is het aantal slaapplekken, die beschikbaar worden gesteld voor toeristen, gelijk aan ruim 340.000 bedden. De belangrijkste accommodatietypen zijn hierbij de kamers, vakantiewoningen, chalets en kampeerplaatsen (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2021).

Vanuit een bredere kijk kan het aanbod van slaapplekken per regio als een omvangrijk aanbod worden beschouwd, waarbij het aantal slaapplekken per gemeente sterk uiteenloopt (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2021). Schouwen-Duiveland blinkt verreweg uit, gevolgd door de gemeenten Veere, Sluis en Reimerswaal. Doordat deze verblijfsaccommodaties er in overvloed zijn in Zeeland en er veel animo voor is, betekent dat de regio dus sterk afhankelijk is van de toeristenstroom op financieel vlak.

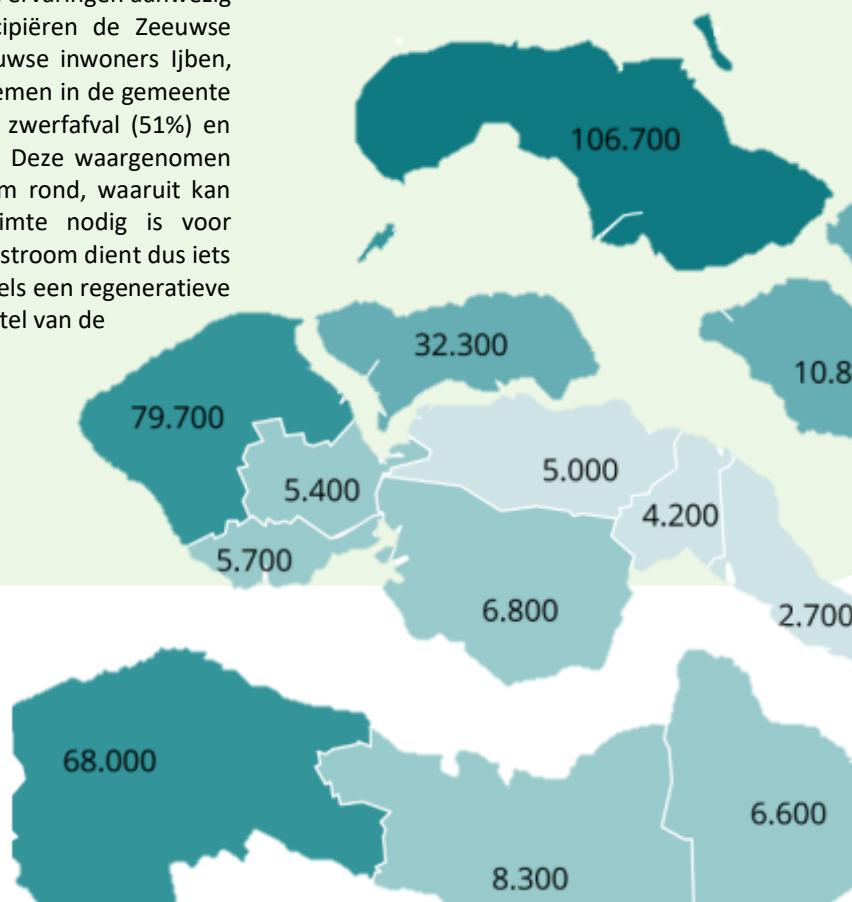
Accommodatietype	Aantal eenheden	Aantal slaapplekken
Kamers (hotel / hostel / pension / B&B)	5.500	12.700
Vakantiewoningen / appartementen (bedrijfsmatige verhuur)	5.700	33.900
Vakantiewoningen / chalets / appartementen (particulier eigendom) <sup>1</sup>	15.700	76.500
Verhuurchalets	3.500	16.700
Jaarplaatsen <sup>2</sup>	17.900	89.300
Toeristische kampeerplaatsen <sup>2</sup>	20.100	100.500
Camperplaatsen <sup>2</sup>	1.300	6.300
Bijzondere accommodaties	600	2.900
Strandslaaphuisjes	500	2.800
Vaste ligplaatsen	11.300	---
Passantenligplaatsen	700	---
<b>Totaal</b>	<b>82.800</b>	<b>341.600</b>

Figuur 4: Aantal eenheden en slaapplekken per accommodatietype | HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2021).

**Een gezonde maatschappelijke regio begint met samenwerking**

Kijkend naar het aantal bescheiden centrale plekken in Zeeland in verhouding tot het brede aanbod van slaapplekken, zorgt een volgeboekte Zeeuwse kust al vrij snel voor een overheersing van toeristen. Daar waar deze massificatie op maatschappelijk gebied positieve impact veroorzaakt, zijn er ook negatieve ervaringen aanwezig volgens onderzoekexpert Ijben (2019). Zo percipiëren de Zeeuwse gemeenten de volgende ervaringen van de Zeeuwse inwoners Ijben, 2019). Ten eerste worden er meer verkeersproblemen in de gemeente ervaren (53%). Daarnaast ondervindt men meer zwerfafval (51%) en wordt het leven in de gemeente duurder (34%). Deze waargenomen problemen maken het cirkeltje van het probleem rond, waaruit kan worden geconcludeerd dat er weldegelijk ruimte nodig is voor verbetering binnen de gemeenschap. De toeristenstroom dient dus iets positiefs terug te doen voor de bestemming middels een regeneratieve benadering, wat bijdraagt aan het natuurlijke herstel van de regio (Pollock, 2021).

Figuur 5: Aantal slaapplekken per gemeente, exclusief ligplaatsen in jachthavens | HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2021).



Door toerisme zijn er meer verkeersproblemen in mijn gemeente	53%
Door toerisme is er meer zwerfafval in mijn gemeente	51%
Door toerisme wordt het leven in mijn gemeente duurder	34%
Door toerisme wordt het te druk in mijn gemeente	28%
Een groei van het aantal toeristen zal leiden tot wrijving tussen inwoners en toeristen	24%
Door toerisme is er meer criminaliteit in mijn gemeente	20%

Figuur 6: Gepercipieerde negatieve impact van toerisme in de 10 deelnemende Zeeuwse gemeenten | Ijben (2019).

Volgens lector Klijs (2021) vereist de bestemming een evenwichtige co-creatie tussen de bevolking en de toeristen, waarbij de belanghebbenden sterk worden betrokken en kennis uitwisselen over het mogelijk maken van positieve maatschappelijke waarde. Op het moment dat onder andere toeristen in die zin worden blootgesteld aan het feit dat de regio verwendheid op sociaal vlak hoog in het vaandel heeft staan, zal gemotiveerd moeten worden dat toeristen open staan voor het herstel en hieraan mee willen werken.

Het merendeel van de experts geeft aan dat het bewustzijn onder de mensen al een stap zal zetten in de goede richting, waarbij het gedrag en de houding zullen worden gewaardeerd door de Zeeuwse bevolking. Naast het bewustzijn vormt samenwerking een essentieel verschijnsel om awareness te voeden en om de boodschap duidelijk over te laten brengen bij zowel de toerist als de Zeeuwse inwoner. Samenwerking speelt hierbij een belangrijke rol, omdat de partijen op die manier op één lijn kunnen liggen en samen het verschil kunnen maken. Zo stelt hoteleigenaresse Nerina de Krijger van Hoevehotel Hof Christina (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022) het volgende:

“Wij als ondernemers zijn er ook bij gebaat dat andere ondernemingen het ook goed doen en heel veel ondernemingen zien dat niet. Die denken: Oh, die toerist komt wel. En ik denk dat er heel veel samenwerking moet komen, dat we allemaal met elkaar het verschil moeten gaan maken. Het heeft veel meer nut om tegen een gast te zeggen van bijvoorbeeld: “Ga eens een keer naar Veere”. Je mag ook wel eens je eigen collega’s in het zonnetje zetten. En het is niet dat ik die mensen niet meer wil, maar ik wil ze hier in Zeeland behouden. Daar zit de kracht.”

Uit dit statement blijkt dat de verblijfstoerismebranche niet draait om een concurrentiestrijd tussen diverse accommodaties, maar dat er een samenwerkingsverband wordt gesloten, waarbij de drie partijen (inwoners, toeristen en ondernemers) gezamenlijk werken aan een betere wereld, met name een gezonde en tevreden gemeenschap. Daarnaast blijkt dat de jonge generatie, generatie X, een zeer interessante doelgroep is om mee te sparren over duurzaam gerelateerde vraagstukken, aldus de visie van De Krijger (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022):

“Natuurlijk kun jij als je eenentwintig bent nog geen ondernemer zijn, maar je kunt toch wel denken als een ondernemer. Jullie hebben alle recht om je te uiten en je stem te laten gelden. Daar kunnen we iets mee. En ik vind het ook van Impuls Zeeland heel goed dat de HZ erbij wordt betrokken. Daar zitten ook altijd jonge mensen die ook mogen zeggen wat ze vinden en dat moet, want dat is de toekomst.”

Een alternatief van de VVV, Allyourz, heeft een platform gerealiseerd, waarbij het de intentie is om een VVV en Booking hand in hand te laten gaan. Zo kunnen toeristen hun vakantie boeken en is de Zeeuwse bevolking op de hoogte van actuele activiteiten en evenementen. Op die manier worden toeristen en inwoners samengebracht tot een geheel en kunnen er interactiemomenten plaatsvinden. Zo spreekt de hoteleigenaresse uitbundig over het maatschappelijk geladen concept (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022):

“Als iedereen op dat platform gaat, dan hebben we als Zeeuwen een nieuw Zeeuws product eigenlijk, waarbij bijvoorbeeld ook activiteiten worden vermeld en evenementen. Maar ook een stukje duurzaamheid, dat we met zijn allen kunnen laten zien van hey, dit is duurzaam Zeeland.”

Daarnaast wordt het volgende potentiële concept benoemd, waarbij onder andere een transferium of een gezamenlijke tocht naar de bestemming een positieve impact kan hebben op het maatschappelijke belang (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022):

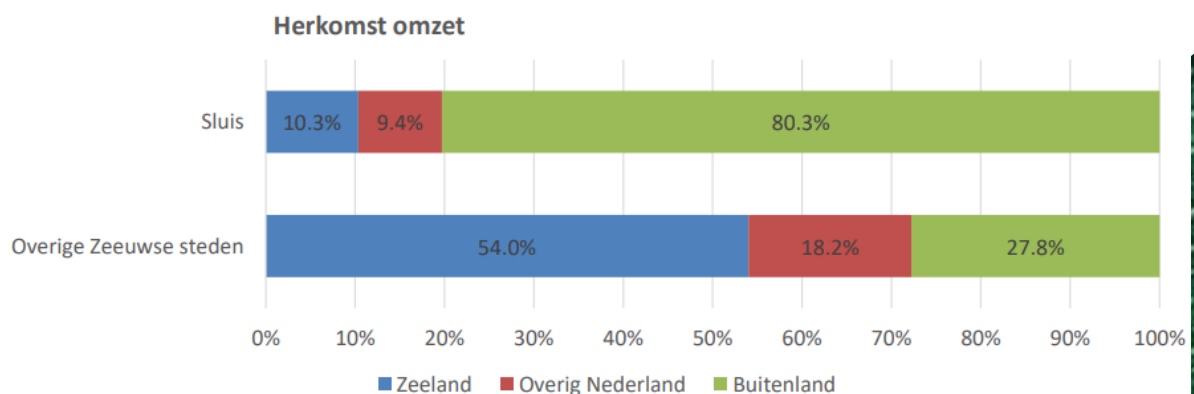
“Hoe leuk zou het zijn als we een transferium hebben straks? Daar bij Rilland, waar iedereen zijn auto laat staan. Of dat we zeggen van nou: “Iedereen moet zijn auto in Middelburg laten staan en jullie worden per boot gebracht naar je bestemming”. Of met elektrische pendelbusjes.”

### 2.4 Impact verblijfstoerisme op de economie

Wanneer in eerste instantie gekeken wordt naar de groei van de Zeeuwse economie op zichzelf, dan is daar de afgelopen jaren een mindere grote groei te zien dan bij het landelijke gemiddelde. Zeeland loopt hierbij achter op de andere provincies en groeit minder hard. Dit is volgens het Economische Bureau van ING te wijten aan de belangrijke sectoren zoals: bouw, transport en chemie. Deze sectoren groeien maar beperkt ten opzichte van andere sectoren. De oorzaak hiervan is de grote onzekerheid in het buitenland. Hierdoor zijn zowel bedrijven als afnemers minder snel geneigd om investeringen te doen. In Zeeland hebben deze sectoren een bovengemiddeld aandeel in de regionale economie. Dit verklaart, in combinatie met de beperkte bevolkingsgroei, de beperkte groei van de Zeeuwse economie (*Hotemarktonderzoek provincie Zeeland, 2020*). Naast de sectoren als bouw, transport en chemie wordt toerisme gezien als de economische motor van Zeeland. De hele recreatiesector biedt werkgelegenheid, bedrijvigheid, verschillende evenementen en een relatief hoog voorzieningspeil ten opzichte van andere provincies.

De ondernemers geven in het interview ook aan dat de vraag naar mogelijkheden voor verblijfstoerisme enorm groot is. Zij hebben te maken met een grotere vraag dan het aanbod dat Zeeland op dit moment kan leveren. Dit geeft de ondernemers zekerheid om door te gaan met eventuele veranderingen binnen hun concept. Adriaan Wisse, parkeigenaar van camping Weltevreden, geeft aan dat het duurzame concept, dat sinds 2016 werd toegepast, niet voor verandering heeft gezorgd binnen zijn klantenstroom. Juist de grote vraag naar campings of vakantieparken zorgt ervoor dat er weinig wordt gekeken naar wat het park biedt. Juist de omgeving en de ligging van de camping zijn essentieel. Daarnaast heeft de heer Wisse zich ook niet specifiek gericht op een doelgroep die duurzaamheid hoog heeft staan. Juist het nieuwe, het fijne gevoel en de warmte zorgen voor een grotere toestroom dan het feit dat de camping volledig energieneutraal is. Dit is namelijk vooral achter de schermen geregeld (A. Wisse, persoonlijke communicatie, 14 maart 2022).

Door de grote vraag naar campingplekken en verhuur van accommodaties hebben ondernemers in Zeeland weinig moeite om het hele hoogseizoen vol te zitten. Het grote aantal toeristen dat de zomermaanden in Zeeland spendeert heeft niet alleen positieve gevolgen voor de vakantieparken en campings op zichzelf. Ook de nabijgelegen horecaondernemers en attractieparken profiteren volop van het hoogseizoen. Dit moet ook want bijna de helft van de omzet komt van klanten van buiten de provincie. Dit geeft weer hoe belangrijk het toerisme is voor Zeeland. Onderstaande grafiek laat zien hoe afhankelijk Zeeland is van het toerisme. Gemiddeld komt 46% van de omzet niet uit de eigen provincie, wat een enorm percentage is ten opzichte van andere provincies (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2021).



Figuur 7: Herkomst van de omzet binnen het Zeeuwse verblijfstoerisme (Marktonderzoek provincie Zeeland, 2020).

In het kader van werkgelegenheid ervaren lokale bedrijven ook voordelen omtrent het verblijfstoerisme. Naast dat het veel voorkomend is dat het personeel van deze lokale bedrijven ook uit diezelfde buurt komen profiteren ze er, volgens Jan de Regt, voorzitter van de Federatie ondernemersverenigingen Veere, ook van dat de faciliteiten onderhouden moeten worden. Zo onderhouden hoveniers de tuinen van hotels en vakantieparken en kunnen de bouwbedrijven verantwoordelijk zijn voor de renovatie van deze gebouwen (J. De Regt, persoonlijke communicatie, 15 maart 2022).

### **Duurzaam ondernemen kan prijzig zijn**

Bij duurzaam ondernemen hoort ook duurzaam bouwen. Zo heeft Nescio Midavaine, eigenaar van Het Eilandhuis zijn Tiny House met lokale materialen gebouwd. Bovendien is er gezorgd voor een goede constructie, dat gemakkelijk uit elkaar gehaald kan worden, zodra het Tiny House niet meer gewenst is. Het concept was dat alle materialen van het eiland kwamen, in dit geval Schouwen-Duiveland. Hier zijn veel materialen te vinden zoals stro, vlas en hout. Doordat niet alle materialen verkrijgbaar waren op het eiland, zijn de overige materialen van circulair materiaal gemaakt. Nescio Midavaine geeft aan dat de lokale materialen meevallen qua prijs, omdat er veel oude spullen zijn gebruikt. Vooral de tijd die erin gestoken moet worden om een duurzame accommodatie te bouwen is prijzig, doordat de materialen wel bewerkt moeten worden. Bovendien zorgen de kwaliteitseisen die gelden voor installaties, zoals water en elektra, ook voor een groter kostenplaatje dan dat er traditioneel gebouwd zou worden (N. Midavaine, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022). Echter heeft duurzaamheid soms ook onterecht een duurder imago. Als ondernemer moet er eerst geïnvesteerd worden om later profijt hiervan te hebben. Begin daarom bewust en pluk later de vruchten.

## **2.5 Samenvatting**

De invloeden van verblijfstoerisme reiken ver, maar ze zijn vaak ook erg ingrijpend. Naast de economische voordelen zijn er ook veel nadelen op andere aspecten. Zo is de impact van het verblijfstoerisme op het milieu vooral erg negatief. Immers, de toeristen brengen veel overlast en afval met zich mee en dat wordt gemerkt op het strand en in natuurgebieden. Dat is iets waar de maatschappij ook overlast aan ervaart. Naast het zwerfafval zien de bewoners van toeristische plekken onder andere dat verblijfstoerisme ook verkeersproblemen met zich meebrengt. Samenwerking tussen de inwoners, toeristen en ondernemers kunnen ervoor zorgen dat deze problemen verminderen of misschien zelfs verdwijnen. De rol van Thrivable Tourism is vanuit deze invalshoeken van belang.

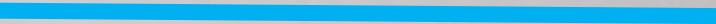


# 03

---

## PEOPLE PLANET PROFIT





## Ondernemen in Zeeland

De Zeeuwse economie biedt wel degelijk kansen en bedreigingen, maar wat is nu een kans en wat een bedreiging? Dit wordt door iedere ondernemer of expert, op het gebied van Thrivable Tourism, anders opgevat. Daarom volgt hieronder een korte toelichting op het gebied van ondernemen in Zeeland. Wat speelt er onder de Zeeuwse ondernemers?

### 3.1 Het perspectief van de ondernemers in Zeeland

Adriaan Wisse, parkeigenaar van camping Weltevreden heeft aangegeven dat de bedreigingen voor hem als ondernemer minimaal zijn. “Het duurzaam ondernemen maakt het zeker wel ingewikkelder, maar of dat ook moeilijker is of dat het een bedreiging vormt, kan ik niet zeggen.” (A. Wisse, persoonlijke communicatie, 14 maart 2022). Voor veel ondernemers in de verblijfstoerismebranche, is het overgaan naar een duurzaam concept een hele uitdaging. Echter gaf Wisse aan dat hun huidige concept qua duurzaamheid ervoor zorgt dat het hele hoogseizoen voor 80% is gedekt door eigen energie. Dit wordt opgewekt door hun nieuwe stroomnet. Enkel de piekmomenten, oftewel de overige 20%, wordt niet gedekt door de nieuwe installatie.

Deze energieonafhankelijkheid zorgt direct voor kansen binnen zijn onderneming. Zeker nu de energieprijzen de pan uit reizen is camping Weltevreden in staat om in zijn kostprijs onderscheid te maken van campings en vakantieparken die wel afhankelijk zijn van de huidige energieprijzen. Deze onafhankelijkheid zorgt ervoor dat er geen heffing doorberekend hoeft te worden in de prijs van energie. Andere campings en vakantieparken zullen dit naar alle waarschijnlijkheid wel moeten doen om zo de hoge kosten te kunnen dekken (A. Wisse, persoonlijke communicatie, 14 maart 2022).

De bedreiging voor Zeeuwse ondernemers komt volgens Wisse vooral door de onwetendheid over vele zaken rondom zelfvoorziening. Alles staat nog in de kinderschoenen, waarbij je zelf de weg moet bepalen. Dit kan voor veel ondernemers een obstakel of bedreiging zijn om te innoveren op het gebied van energieonafhankelijkheid.

Hier sluit camping de Boskreek zich bij aan. Er heerst grote mate van onwetendheid over het begrip Thrivable Tourism onder zowel ondernemers als toeristen. Het duurzame aspect wordt wel meegenomen in het beslissingsproces, maar bij het begrip Thrivable Tourism gaat geen belletje rinkelen. Om duurzaamheid in het algemeen bekender te maken onder de toerist, biedt camping de Boskreek rondleidingen aan, waarin de voorzieningen getoond worden. Daarnaast draagt het bij aan het stukje bewustwording onder het toerisme. Door deze manier van handelen zien toeristen en ondernemers in hoe zij de schade kunnen herstellen die is ontstaan door massatoerisme (K. Govaert, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022).

Om nog meer waarde vanuit het toerisme naar de economie en de gezondheid van de mens te brengen, is het van belang dat dit op een profitabele wijze wordt toegepast. De toeristenstroom van het verblijfstoerisme geeft namelijk ook druk op de luchtkwaliteit en de gebiedsinrichting in Zeeland. Om alle toeristen te kunnen voorzien van parkeergelegenheden, moet er grond worden opgeofferd. De boswachter van Staatsbosbeheer (H. Van Pelt, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022) deelde zijn visie om hierop in te spelen. Vanuit Staatsbosbeheer wordt er gewezen op de markt binnen fietsverhuur. Het stimuleren van fietsen zou een grote vraag naar dit vervoersmiddel kunnen opleveren. Bijvoorbeeld een extra service vanuit het verblijfstoerisme of een samenwerking met een concullega. Hierdoor kan men hun diensten uitbreiden, meer omzet genereren en bijdragen aan de gezondheid van mens en natuur (H. Van Pelt, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022).

Nescio Midavaine, eigenaar van Het Eilandhuis en extern adviseur biobased bouwen, is ervan overtuigd dat er steeds meer vraag komt naar circulair bouwen. “Het is een bepaalde niche die eigenlijk keihard aan het groeien is op dit moment” (N. Midavaine, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022). Hij gaf aan dat de doelgroep die ze nu hebben, hopelijk de doorsnee recreant gaat worden en mensen gaan vragen naar duurzame accommodaties. Wel moet de regio zorgen dat het gebied mooi blijft en dat het met elkaar op zo’n manier beheerd wordt, dat het voor toeristen wel aantrekkelijk blijft om het gebied te blijven bezoeken.

Nerina de Krijger, hoteleigenaresse van Hoevehotel Hof Christina, legt, net zoals Nescio Midavaine de focus op circulariteit, zowel bouwtechnisch als binnenshuis. Zo is de mening van De Krijger gelijk aan de mening van Midavaine met betrekking tot circulair bouwen, wat een groeiende niche is. Sterker nog, De Krijger stelt dat de



schade beperkt kan worden door hoofdzakelijk te stoppen met bouwen en opknappen wat er is. “In de huidige stand van zaken zijn er veel oude objecten waarin nieuw leven ingeblazen kan worden”, aldus De Krijger (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022). Daarnaast maakt De Krijger de link met de ontoegankelijke woningbouw voor de jonge generatie in combinatie met circulair bouwen, waarbij er tegelijkertijd een opportuniteit wordt gesignaleerd. Uiteraard zal het eindproduct, ofwel de circulaire woonruimte omgebouwd worden tot een accommodatie in de toeristische sector:

“Hoe mooi is het als we als gemeenschap een fonds zouden hebben per dorp, waaruit we geld kunnen halen, zodat jongeren dat bedrijf kunnen gaan runnen. En dat ze dat later een keer weer terugbetalen, in wat voor vorm dan ook.”

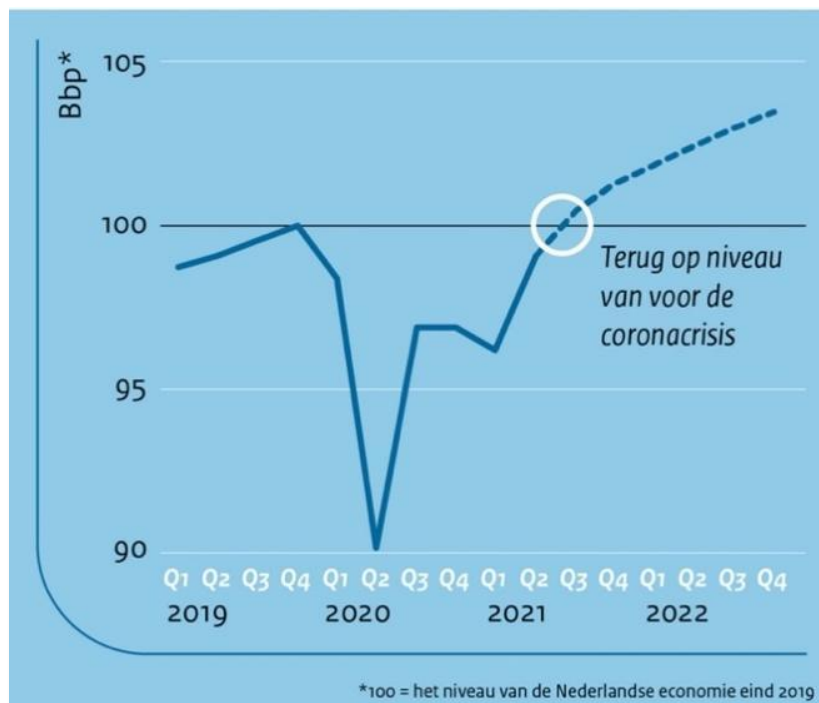
Het merendeel van de experts in de interviews geeft aan dat er onwetendheid heerst onder zowel de Zeeuwse ondernemers als de gemeenschap. Zo stelt De Krijger ook dat het bewustzijn onder de betrokkenen dermate aanwezig dient te zijn, voordat er serieuze stappen in de goede richting gezet kunnen worden om het verschil te maken op het gebied van Thrivable Tourism. De juiste mindset vanuit het perspectief van de ondernemers en de inwoners is dus key om de noodzaak omtrent duurzaamheid in te zien en de reeds aangerichte schade gezamenlijk te herstellen in Zeeland (N. De Krijger, persoonlijke communicatie, 22 maart 2022). “Een betere wereld begint bij jezelf!”, aldus De Krijger.

### 3.2 Krimpen of groeien? De economie is aan het bloeien!

Het milieu en de economie staan verbonden met elkaar. Vaak spreken mensen over de nadelige effecten die de groeiende economie op het milieu kan hebben, maar door de grote ontwikkeling die de afgelopen jaren heeft plaatsgevonden, namelijk de bewustwording van de maatschappij, probeert de overheid deze effecten te minimaliseren of zelfs te herstellen. De samenleving ervaart namelijk de effecten van de opwarming van de aarde en zien de ernst hiervan in. Deze bewustwording heeft geleid tot een duurzaamheidstrend, wat inmiddels tot innovatie is gegroeid.

De overheid stuurt de ondernemers steeds verder de duurzame richting op. Dit rapport biedt inzichten op basis van de effecten die de economie op het milieu heeft (Graag, 2021) (CBS, 2022). In dit rapport behandelt men wat ondernemingen doen om dit vervuilingprobleem op te lossen. Naast dat men hun voetafdruk minimaliseert, ervaren ondernemingen ook veel besparing en profijt. Nu is het moment om aan dit probleem te werken, want momenteel is dit een opkomende trend, waarbij nog subsidie wordt geboden (Blokker, 2021).

Om de status van de economie binnen het land in kaart te brengen spreekt men over bruto binnenlands product. Dit geeft het totaal weer van hoeveel er op jaarbasis is uitgegeven in het land en hoeveel er geproduceerd of verdiend is. De overheid verwacht door de invloeden van het COVID-19 virus een flinke procentuele stijging in het bbp van 2021, namelijk 3,5% (Rijksoverheid, 2022).



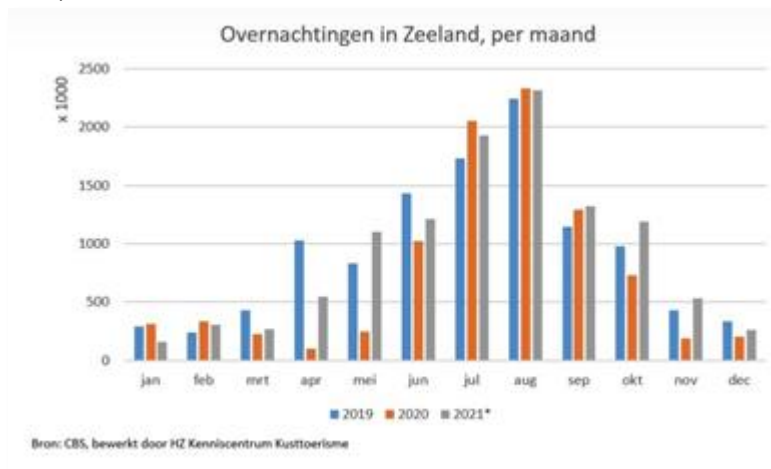
Figuur 8: Deze grafiek toont het bruto binnenlands product in Nederland van 2019-2022 | (Rijksoverheid, 2022).

### Het verband tussen de economie en het milieu

Al deze positieve ontwikkelingen binnen de Zeeuwse economie hebben ook invloed op het milieu. Door deze groei is er vraag naar meer accommodaties en voorzieningen. Zoals eerder beschreven wordt de groei per sector onder andere gebaseerd op het verbruik. De stijgingen nemen als gevolg mee dat er meer beroep wordt gedaan op grondstoffen, wat kan leiden tot uitputting en vervuiling (CBS, 2022). Een aantal ondernemers in Zeeland beginnen zelfvoorzienend te zijn. Zo maakt de ondernemer van camping de Boskreek inzichtelijk op wat voor wijze de onderneming het water recyclet. “We gebruiken ons afvalwater, dat zuiveren we en gaat terug de boomgaard in, dus op deze manier kunnen we water geven.” Dit is een vorm van kringlooplandbouw, waarbij de ondernemer het boerenleven kan koppelen aan de camping en daarbij zelfvoorzienend is (K. Govaert, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022).

### 3.3 In de lente, de zomer, de herfst en de winter

Wanneer er gekeken wordt naar de verschillen tussen het hoog- en laagseizoen, is er één ding wat gelijk opvalt. Namelijk, de verdeling van het aantal toeristen over het gehele jaar. Uit de onderstaande afbeelding kan worden vastgesteld dat er een piek in de zomermaanden is en een dal in de wintermaanden is (zie figuur 9). Ondernemers hebben hiervan veel profijt in de zomermaanden. Het is dan erg druk en als resultaat hiervan zitten de campings, vakantieparken en hotels volgeboekt. Met het oog op de rustigere wintermaanden, ontstaan er echter wel problemen in het hoogseizoen. In het hoogseizoen is er nou eenmaal meer personeel nodig, maar door het personeelstekort in de zomer zijn ondernemers volgens Jan de Regt, voorzitter van de Federatie van Ondernemersverenigingen in de gemeente Veere, bijna verplicht om het personeel het hele jaar in dienst te nemen. In de zomer is dat geen probleem. Echter is er door het lagere aantal toeristen in de winter simpelweg minder werk wat verricht kan worden. Hierdoor wordt het vaste personeel ook meteen duur personeel en is het nog maar de vraag of dat vaste contract wordt terugverdiend (J. De Regt, persoonlijke communicatie, 15 maart 2022).



Figuur 9: Aantal overnachtingen in Zeeland per maand (CBS bewerkt door KCKT, 2021).

De inwoners van Zeeland ervaren ook de piek in het hoogseizoen en dat wordt niet altijd als een voordeel gezien. Er is sprake van overlast door toeristen, dat niet alleen wordt gemerkt in de natuur, maar ook in het dagelijks leven van de lokale gemeenschap. Daar waar in de wintermaanden het rondje langs de slager, bakker en de supermarkt snel gedaan is, is dat in de zomermaanden allesbehalve het geval. De grote aantallen toeristen, die vaak in de dorpskernen te vinden zijn, zorgen ervoor dat het zowel op straat als in de winkels veel drukker wordt.

Vanuit de gemeente wordt al een aantal maatregelen genomen om de negatieve aspecten van het hoog- en laagseizoen tegen te gaan. Jan de Regt geeft als voorbeeld dat vanuit de gemeente de zomermarkten worden uitgebreid. Daar waar zomermarkten eerst zes tot acht weken eenmaal per week in verschillende dorpen werden gehouden, worden deze nu een aantal weken gehouden. Hierdoor worden de toeristen verleid om ook eens buiten het seizoen op vakantie te gaan. Ook wordt er om deze redenen een aantal grote evenementen buiten het seizoen georganiseerd, zoals bijvoorbeeld de kustmarathon die in oktober gehouden wordt. Door het seizoen te verlengen, zegt Jan de Regt, profiteren zowel de ondernemers, door middel van het verhogen van de

werkgelegenheid, als de inwoners, die minder drukte ervaren in het hoogseizoen (J. De Regt, persoonlijke communicatie, 15 maart 2022).

### 3.4 Samenvatting

Dat het bezoeken van de Zeeuwse dorpjes en steden erg in trek is, zorgt ervoor dat er veel vraag is naar verblijfstoerisme. In hoofdstuk 2 heeft men gelezen wat de actuele ontwikkelingen zijn en wat deze met zich meebrengen. Dit baart vaak ook zorgen onder de ondernemers binnen het verblijfstoerisme. Op een bewuste wijze ondernemen wordt steeds meer een must, want dit biedt de ondernemers vaak al een groter onafhankelijkheidsgevoel op het gebied van grondstoffen. Watertekort, de CO<sub>2</sub>-uitstoot, het opofferen van natuurgebieden voor voorzieningen en de zorgen rondom het grote contrast van het hoog- en laagseizoen zijn onder andere problemen waar men mee kampt. Met de subsidies omtrent verduurzaming, die nu worden aangeboden door de overheid, de samenwerkingen onder de concullega's en de mate waarin duurzaamheid zelfvoorzienende aspecten met zich meebrengt, biedt Thrivable Tourism daarentegen vele kansen binnen het verblijfstoerisme.

**“Daarnaast wil je het op een duurzame manier doen, dat wil iedereen.”**

**(K. Govaert, persoonlijke communicatie, 21 maart 2022).**





# Conclusie

04 >>> >>>>



## Eindconclusie

Het toerisme is door de jaren heen flink veranderd. Er is een contrast te zien in de verwachtingen van generatie Y (geboren tussen 1984 en 2001), en generatie Z (geboren tussen 1995 en 2010). De prioriteiten zijn tegenwoordig veel meer gesteld op uiterlijk vertoon van de voorzieningen en de beschikbaarheid van WIFI.

Verdere invloeden op het Zeeuwse verblijfstoerisme hebben te maken met de COVID-19 pandemie die vanaf januari 2020 de maatschappij belemmerde. Ondernemingen werden zwaar op de proef gesteld. Kijkend naar de huidige mondiale ontwikkelingen zal deze beproeving nog voor onbepaalde tijd voortduren.

Bovenstaande factoren zijn extra uitdagingen voor de Zeeuwse ondernemers waar in de bedrijfsvoering rekening mee gehouden moet worden, zoals in het eerste hoofdstuk beschreven is.

Flexibiliteit en aanpassingsvermogen zijn aspecten die een grote rol spelen in de huidige maatschappij, zowel voor de toerist als de ondernemer als de inwoner. Kijkend naar Thrivable Tourism moet er een samenwerkingsverband ontstaan tussen de zojuist genoemde partijen om op deze manier het duurzame aspect zo goed mogelijk te waarborgen. Hierbij ligt de focus niet alleen op het beperken van de ecologische schade die toerisme met zich meebrengt, maar ook op het herstellen van de schade die in het verleden is aangebracht.

De verwachte groei in de toeristenstroom draagt bij aan de welvarende Zeeuwse economie, maar brengt ook gevolgen met zich mee voor de omgeving, zoals de gemeenschap en het milieu.

De opwarming van de aarde en de merkbare klimaatveranderingen zijn voor velen een wake-up call geweest. Zowel de toerist als de ondernemer als de inwoner zou het liefst duurzaam willen handelen.

Een factor zoals het economische plaatje omtrent een duurzame bedrijfsvoering zorgen ervoor dat duurzaamheid in de toerismebranche nog niet optimaal in de praktijk wordt toegepast. Het zojuist beschreven concept heeft zich geuit in het begrip Thrivable Tourism. Hierbij wordt er gestreefd naar een werkwijze binnen de toeristensector, waarmee er waarde wordt toegevoegd aan de maatschappij, het milieu en de economie.

Er is gebleken dat de gemiddelde ondernemer binnen de verblijfstoerismebranche vrijwel onbekend is met Thrivable Tourism. Toch zijn deze ondernemers wel bezig geweest om een zo duurzaam mogelijke interne werkwijze te realiseren. Door middel van de expertise vanuit stakeholders/experts is er een beter beeld gevormd van de positieve en negatieve aspecten die een duurzame bedrijfsvoering met zich meebrengt.

Er is duidelijk naar voren gekomen dat het toepassen van duurzaamheid soms economisch en technologisch gezien minder aantrekkelijk is. Men kiest meestal voor een beslissing die economisch gezien het aantrekkelijkst is. Echter is een duurzame optie op lange termijn vele malen gunstiger, omtrent energiekosten en energiecapaciteiten.

Wanneer de beslissing tot een duurzame wijze van ondernemen op korte termijn goedkoper is, is dit mooi meegenomen, maar voor velen is duurzaam nog geen prioriteit. Technologisch gezien brengt duurzaamheid soms ingewikkelde probleemstukken met zich mee. Zo moeten er soms grootschalige installaties doorgevoerd worden, zoals een waterfiltersysteem en een duurzaam stroomnet, om het gewenste resultaat te realiseren. Echter, duurzame installaties zorgen wel voor een hoge onafhankelijkheidsgraat voor de Zeeuwse ondernemers.

Ondanks de zojuist beschreven pijnpunten brengt Thrivable Tourism ook veel kansen met zich mee. Zo draagt het bij aan het onderhouden en het herstellen van het milieu. Uiteraard is dit ook de hoofdgedachte achter deze trend. Daarnaast zorgt het nieuwe concept van duurzaam ondernemen voor minder uitputting van de grondstofbronnen. Thrivable Tourism zorgt voor een goede cohesie tussen de ondernemer en de inwoners van het betreffende gebied. Men wordt hierdoor meer bewust van de schade die de mens toebrengt aan de planeet. Bovendien is de "mindset" veranderd van de toerist. Zo gaat men op zoek naar duurzame accommodaties en gaat dit in de toekomst alleen maar meer spelen. Steeds meer ondernemers streven tegenwoordig naar een zelfvoorzienende verblijfsaccommodatie. Hierbij wordt er gekeken naar het zelf opwekken van elektriciteit en het zelf verkrijgen van water. Hierdoor zullen de eerdergenoemde negatieve economische aspecten omtrent Thrivable Tourism tenietgedaan worden.

De onderzoeksvraag luidde:

*“Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de Zeeuwse ondernemers binnen het verblijfstoerisme op het gebied van Thrivable Tourism?”*

Kortom, er kan geconcludeerd worden dat de economische bedreigingen weggestreept kunnen worden door de kansen die Thrivable Tourism met zich meebrengt. Duurzaam toerisme biedt de Zeeuwse ondernemers een grote meerwaarde. De duurzame werkwijzen gaan vaak hand in hand met ontwikkelingen, zoals Thrivable Tourism. Het draagt namelijk niet alleen bij aan het reduceren van de schade, maar ook aan het innovatiever maken van de Zeeuwse ondernemingen. Thrivable Tourism gaat hier nog een stapje verder in. Deze aanpak reikt verder dan het verminderen van de schade, maar herstelt deze ook. Uiteindelijk zorgt Thrivable Tourism voor een Thriving Business in Zeeland. Zo kan de provincie Zeeland op maatschappelijk en economisch niveau opbloeien, waarbij het milieu zich in alle rust kan herstellen.



**UNIVERSITY**

.....  
**OF APPLIED SCIENCES**



NO  
ACTION  
NO  
CHANGE

05



## Aanbevelingen

Op basis van deskresearch en het kwalitatieve onderzoek, dat heeft plaatsgevonden, zijn er enkele aanbevelingen naar voren gekomen, om Zeeuwse ondernemers te stimuleren, waarbij de trend 'Thrivable Tourism' doorgevoerd wordt in het bedrijfsconcept. Op basis van het verrichte onderzoek worden onderstaande suggesties aanbevolen, waarmee de Zeeuwse ondernemers binnen het verblijfstoerisme aan de slag kunnen gaan. Onderstaande aanbevelingen zijn gerangschikt op tijd, budget en haalbaarheid in het meest gunstige geval, waarbij de adviezen zijn berust op een beredeneerde schatting.

# 01.

Door als Zeeuwse ondernemers te investeren in streekproducten van de concullega's, behoudt men de waarde in de lokale steden en dorpen van de provincie Zeeland. Verder dragen de lokale inkopen bij aan het beperken van de CO<sub>2</sub>-uitstoot en de verspilling van schadelijke grondstoffen, zoals benzine. Overall is deze werkwijze van belang voor de maatschappij binnen de provincie Zeeland, omdat ondernemers elkaar onderling supporten en de waardering hierdoor groter zal worden. Hierdoor wordt er een samenwerkingsverband gerealiseerd, waarbij er getracht wordt de CO<sub>2</sub>-uitstoot te beperken. Op deze manier zullen de ondernemers bijdragen aan het minimaliseren van het broeikas-effect. Lokaal inkopen is voor MKB'ers eerder haalbaar in tegenstelling tot grotere organisaties wegens kleinere orders. Met betrekking tot de grootte van het aantal MKB'ers in de provincie Zeeland is het lokaal inkopen aantrekkelijk en toepasbaar.

# 02.

Als ondernemer binnen het verblijfstoerisme kan men al veel bijdragen aan het stimuleren van de bewustwording op het gebied van duurzaam gerelateerde aspecten. Om toeristen te confronteren met hun gedragingen en acties, kunnen ondernemers deze bewustwording aanscherpen middels flyers, visitekaartjes, een stukje advies tijdens het incheckproces en interessante weetjes verwerken bij (lokale) producten in de ontbijtzaal. Hierbij zal niet alleen de impact van de toeristen op de huidige stand van zaken worden benadrukt, maar ook op welke wijze bepaalde problemen gezamenlijk kunnen worden opgelost. Hierbij is het aan de ondernemers, om zich hierin te verdiepen en een creatieve draai te geven aan mogelijke opties voor het herstellen van de schade. De onderstaande afbeelding geeft weer dat dit concept reeds in de horecabranche wordt gebruikt. Middels een kleine boodschap, verwerkt op een drinkfles of dergelijke, leggen de consumenten de link met het belang van duurzaamheid (zie figuur 10). Daardoor creëren de ondernemers toegevoegde waarde voor de consument, wat zich uit in een hogere mate van bewustwording. Om het concept te implementeren, is het verantwoordelijkheidsgevoel vanuit ondernemers onmisbaar. Het kostenplaatje wat dit concept met zich meebrengt is dusdanig gering, waardoor het concept uitvoerbaar is.



Figuur 10: Verras je gasten met kraanwater | MADE BLUE | Van Spronsen & Partners | (Horecatrends, 2018)





Het oprichten van een community tussen ondernemers, toeristen en inwoners, waarbij het belang van duurzaamheid wordt benadrukt, zodat de juiste “mindset” onder deze partijen kan worden aangewakkerd én behouden. Bovendien zorgt de community ervoor dat Thrivable Tourism in harmonie gaat met de maatschappij, waardoor er wederzijds respect tot stand komt. Door deze partijen met elkaar te laten samenwerken, weten de ondernemers waar behoefte aan is, zodat hierop kan worden ingespeeld. Het initiatief kan worden opgezet door de lokale ondernemers in samenwerking met Staatsbosbeheer en/of de gemeente, en wordt in stand gehouden middels eerdergenoemde partijen. De belanghebbenden knopen hierbij diverse oplossingen aan tijdens gezamenlijke samenkomsten. Het realiseren van een community vergt geen financiële middelen. Het vereist voornamelijk tijd en een hoge dosis van communicatie om het concept op te bouwen én te onderhouden.

03.

Het implementeren en stimuleren van fietsenverhuur, waarbij er bijgedragen wordt aan de gezondheid van de mens en milieu. Daarnaast biedt het mogelijkheden voor de Zeeuwse economie, omdat het fietsenverhuur als verlenging van hun diensten kan worden aangeboden. Dit creëert extra rendement. Bovendien wordt de CO<sub>2</sub>-uitstoot beperkt, waarbij het milieu tegelijkertijd de ruimte krijgt om te herstellen. Ook wordt er minder schade aangericht aan het wegdek, doordat het gebruik door motorvoertuigen minder intensief wordt onder het toerisme. Het stimuleren van fietsenverhuur brengt geen kosten met zich mee in tegenstelling tot de implementatie van fietsenverhuur. De kosten van deze handelswijze kunnen zelf ingevuld worden, aangezien de voorkeur van de ondernemer hierbij een beslissende rol speelt.

04.

Het zelfvoorzienend zijn van ondernemers op bepaalde gebieden, zoals water en elektriciteit kan zorgen voor minder uitputting van grondstoffen. Hiermee wordt de impact van de mensheid op het milieu gereduceerd, waardoor er niet meer schade wordt aangericht en het milieu de tijd krijgt om zichzelf te herstellen. De lat ligt hier hoog, maar op lange termijn heeft het vele positieve effecten, zoals kostenbesparing. Voor nu oogt zelfvoorzienend zijn nog niet aantrekkelijk genoeg vanwege de tegenslagen die de economie in de afgelopen jaren door de pandemie heeft ervaren. Toch heeft dit de ondernemers veel te bieden als er gekeken wordt naar schaarste in grondstoffen, zoals olie en gas.

05.

## Nawoord

Allereerst willen wij, als onderzoeksteam, iedereen bedanken die zijn steentje heeft bijgedragen aan het hele onderzoeksproces. In het bijzonder alle respondenten voor hun tijd, moeite en voor de vele kennis en ervaringen die zij met ons hebben gedeeld. Ten tweede het team van het Kenniscentrum Kusttoerisme, met name Emma Lemmers en Harm Ijben. Deze opdrachtgevers hebben ons veel geholpen met het zetten van de eerste stappen rondom Thrivable Tourism. Daarnaast boden zij houvast en hadden zij ook een kritisch oog het verrichte werk, wat ons als onderzoekers heeft ontwikkeld. Uiteraard kunnen we onze docentbegeleiders niet vergeten voor de leerzame lessen en waardevolle feedback, die zij aan ons hebben geboden.

Het gehele project was voor ons een traject van ontdekken, leren en beschrijven. Zo hebben wij veel kennis opgedaan over het voor ons onbekende onderwerp, Thrivable Tourism. Het moeilijkste gedeelte was het duidelijk in kaart brengen wat wij verstaan onder de definitie van Thrivable Tourism. Toen wij dit eenmaal duidelijk voor ogen hadden, verliep het onderzoek relatief voorspoedig en leverden de interviews ons veel toegevoegde waarde én ervaringen op.

Wij hopen dat de Zeeuwse ondernemers binnen de verblijftoerismebranche getriggerd zijn door de nieuwe inzichten, en mogelijk de aanbevelingen doorvoeren in hun “duurzaamheidsagenda”.

## Referentielijst

- *6 trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme* | NHL Stenden. (2019, 27 september) | <https://www.nhlstenden.com> | Geraadpleegd op 28 maart 2022, van <https://www.nhlstenden.com/nieuws-en-artikelen/6-trends-en-ontwikkelingen-op-het-gebied-van-toerisme>
- *Amsterdam: een stad van de lokale bewoners of wereldtoeristen?* (2018) | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van [https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/7420/Meekes%2c Sanne 1.pdf?sequence=1](https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/7420/Meekes%2c%20Sanne%201.pdf?sequence=1)
- Blokker, Herlinda. (2021) | *Ga nu aan de slag om je CO2-uitstoot terug te dringen* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie/duurzaam-ondernemen/ga-nu-aan-de-slag-om-je-co2-uitstoot-terug-te-dringen>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2021) | *Economie groeit met 3,1 procent in tweede kwartaal 2021* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/33/economie-groeit-met-3-1-procent-in-tweede-kwartaal-2021>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2022) | *Hoe zijn milieu en economie verbonden?* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-milieu-en-economie/hoofdcategorieen/hoe-zijn-milieu-en-economie-verbonden->
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2022, 21 februari) | CBS. | *Logiesaccommodaties; gasten, nachten, woonland, logiesvorm, regio* | Geraadpleegd op 12 maart 2022 van, <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/82059NED>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2019) | *Toerisme, recreatie en vrije tijd* | Geraadpleegd op 9 maart 2022, van [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewiEmcgv8bj2AhWlSaQKHUG8AOwQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.cbs.nl%2F-%2Fmedia%2F\\_pdf%2F2019%2F48%2Ftrendrapport-2019.pdf&usq=AOvVaw3-6YhDd\\_zmVORbaYRTDQcX](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewiEmcgv8bj2AhWlSaQKHUG8AOwQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.cbs.nl%2F-%2Fmedia%2F_pdf%2F2019%2F48%2Ftrendrapport-2019.pdf&usq=AOvVaw3-6YhDd_zmVORbaYRTDQcX)
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2021, 15 september) | *Uitstoot broeikasgassen bijna weer op niveau pre-corona* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/37/uitstoot-broeikasgassen-bijna-weer-op-niveau-pre-corona>
- Fair Tourism Foundation. (2021, 3 februari) | *People Planet Profit. Fair Tourism - duurzaam toerisme* | Geraadpleegd op 9 maart 2022, van <https://www.fairtourism.nl/people-planet-profit/>
- Gerlings, M. (2021, 15 maart) | NRIT Media. | *Kennisbank* | *Onderzoeksrapport in verkiezingstijd: Florerende maatschappij door toerisme- en recreatiesector* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.nritmedia.nl/kennisbank/43753/onderzoeksrapport-in-verkiezingsstrijd-florerende-maatschappij-door-toerisme--en-recreatiesector/?topicsid=>

- Gezondheidsnet. (2022, 24 maart) | *4 op de 10 Nederlanders komt aan op vakantie* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.gezondheidsnet.nl/overgewicht-en-afvallen/vier-op-de-tien-nederlanders-komt-aan-op-vakantie>
- Graag, M. (2021, 20 oktober) | *Duurzaam ondernemen: let op deze maatregelen* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie/duurzaam-ondernemen/duurzaam-ondernemen-let-op-deze-maatregelen/>
- Horecatrends (2018, 1 mei) | *Verras je gasten met kraanwater* | MADE BLUE | Van Spronsen & Partners | Geraadpleegd op 1 april 2022, van <https://www.horecatrends.com/verras-je-gasten-met-kraanwater-made-blue/>
- HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2021, 26 maart) | *Actualisatie aanboddatabase verblijfsaccommodaties Zeeland* | Geraadpleegd op 12 maart 2022 van, [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/a/a1/Rapportage\\_aanboddatabase\\_verblijfsaccommodaties\\_2021\\_definitief.pdf](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/a/a1/Rapportage_aanboddatabase_verblijfsaccommodaties_2021_definitief.pdf)
- HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2021, 15 maart) | *Maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie* | Geraadpleegd op 14 maart 2022 van, [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/f/fc/Maatschappelijke\\_waarde\\_van\\_toerisme\\_en\\_recreatie\\_def..pdf](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/f/fc/Maatschappelijke_waarde_van_toerisme_en_recreatie_def..pdf)
- HZ Kenniscentrum kusttoerisme (2022, 22 februari) | *Toerisme in Zeeland herstelt voorzichtig in coronatijd* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event\\_00464](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event_00464)
- Ijben, H. (2019, 19 december) | HZ Kenniscentrum Kusttoerisme | *De eerste stap richting een (nog meer) bewuste toeristische bestemming* | Geraadpleegd op 12 maart 2022 van, [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/6f/Rapportage\\_inwonersonderzoek\\_Zeeland\\_LR.pdf](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/6f/Rapportage_inwonersonderzoek_Zeeland_LR.pdf)
- Impuls Zeeland (z.d.) | Impuls Zeeland. | *Interreg 2 Seas Mers Zeeën* | FACET | *Faciliteren van circulair ondernemerschap in de toerisme- en recreatiesector* | *Meer circulariteit ondernemers aan de kust* | Geraadpleegd op 28 maart 2022, van <https://www.impulszeeland.nl/nl/projecten/FACET>
- Jorritsma, M. (2021, 9 augustus) | *Regenwater als bron voor drinkwater, goed idee?* | Drinkwaterplatform | Geraadpleegd op 27 maart 2022, van <https://www.drinkwaterplatform.nl/regenwater-als-bron-drinkwater/>
- Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (2021, 2 juli) | *Kunststofafval in zee (plasticsoep)* | *Afval* | *Rijksoverheid.nl* | Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/afval/kunststofafval-in-zee-plastic-soep>
- NBCT (2021, 26 september) | *Verblijfstoerisme in Nederland in 2021 & 2022*. NBTC | Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://www.nbtc.nl/nl/site/kennisbank/cijfers-statistieken/verblijfstoerisme-in-nederland-in-2021-2022-.htm>
- Pollock, A. (2021, 8 juni) | Global Family Travels | *Regenerative Tourism Defined: 3 Examples of Destination Stewardship* | Geraadpleegd op 11 maart 2022 van, <https://www.globalfamilytravels.com/post/regenerative-tourism-defined-3-examples>

- Quinta Rural (2019, 28 november) | *Regeneratief toerisme in Noord-Portugal* | *Quinta Rural* | Geraadpleegd op 10 maart 2022, van <https://quintarural.eu/regeneratief-toerisme-tiagos-farm/>
- Redactie AnimalsToday.nl (2019, 26 augustus) | *Turkije en Spanje dumpen samen 270 ton plastic per dag in Middellandse zee* | *Animals Today* | Geraadpleegd op 28 maart 2022, van <https://www.animalstoday.nl/turkije-en-spanje-dumpen-samen-270-ton-plastic-per-dag-in-middellandse-zee/>
- Rijksoverheid (2022) | *Economische ontwikkelingen 2022* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/prinsjesdag/economische-ontwikkelingen-2022>
- Rijksoverheid (z.d.) | *Klimaatveranderingen en gevolgen* | Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/klimaatverandering/gevolgen-klimaatverandering>
- Sst, S. S. F. S. I. T. (2018) | *SST, Swiss Foundation for Solidarity in Tourism. Copyright (c)2018* | *SST, Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus* | Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.sstfoundation.org/>
- Universiteit Utrecht (2022, 4 maart) | *Tienduizenden kilo's op Nederlandse stranden aangespoeld afval in kaart gebracht* | Geraadpleegd op 28 maart 2022, van <https://www.uu.nl/nieuws/tienduizenden-kilos-op-nederlandse-stranden-aangespoeld-afval-in-kaart-gebracht>
- Wahl, D.C. (2019, 30 augustus) | Medium. | *Age of Awareness* | *Travel to Tomorrow I: How we travel will affect where we arrive* | Geraadpleegd op 11 maart 2022 van, <https://medium.com/age-of-awareness/travel-to-tomorrow-i-how-we-travel-will-affect-where-we-arrive-a214efc8099>

## Bijlagen

### De DESTEP-analyse binnen het verblijfstoerisme in Nederland

#### Belangrijkste ontwikkelingen met betrekking tot verblijfstoerisme op demografisch gebied

Bij demografische factoren wordt er gekeken naar de omvang en samenstelling van de bevolking. Denk hierbij aan het geslacht, het gemiddelde inkomen en de leeftijd van de doelgroep. Er wordt gekeken naar welke demografische aspecten invloed hebben op het verblijfstoerisme in Zeeland.

In totaal wonen er 17,59 miljoen mensen in Nederland, waarvan er 386.833 in de provincie Zeeland wonen (CBS, 2022). Het aantal mensen in Nederland neemt nog altijd toe en er wordt verwacht dat dit zal oplopen tot 18,5 miljoen in 2030.

VERWACHTING VERBLIJFSTOERISME 2021				
	Gasten (x 1.000)			
ALLE ACCOMMODATIES	2019	2020	2021*	+/-
<b>Binnenlands</b>	25.787	20.035	25.750	29%
<b>Inkomend</b>				
<i>Europa</i>	16.051	6.547	5.055	-23%
- Duitsland	6.175	3.283	2.780	-15%
- België	2.507	1.102	765	-31%
- Groot-Brittannië	2.402	595	335	-44%
- Frankrijk	963	386	320	-18%
- Overig Europa	4.004	1.181	855	-27%
<i>Amerika</i>	2.181	384	150	-61%
- USA	1.564	266	90	-65%
<i>Azië</i>	1.473	253	150	-40%
- China (incl. Hong Kong)	369	54	35	-35%
<i>overige intercontinenten</i>	424	81	50	-39%
<b>Subtotaal inkomend</b>	20.129	7.265	5.410	-26%
<b>Totaal</b>	45.916	27.301	31.155	14%

Figuur 1: (Bron: NBTC, 2021).

Als er gekeken wordt naar waar de toeristen vandaan komen met betrekking tot het verblijfstoerisme in Nederland, komt het grootste deel uit het binnenland (zie figuur 1). Deze aantallen nemen toe vanaf 2020. Op het gebied van inkomend toerisme uit Europa, zijn er vooral veel Duitsers te vinden in Nederland. Dit aantal zwakt de laatste jaren wel af, maar het is wel aanzienlijk hoger dan andere landen in Europa.

Uit de tabel is te zien dat de buurlanden van Nederland wel minder hard dalen dan de overige landen. Dit komt doordat een vakantie dichterbij huis meer flexibel is en met een auto gedaan kan worden.

De flinke daling in de cijfers van landen buiten Europa komt mede door de strenge coronamaatregelen, waar veel landen mee te maken hadden in 2019/2020.

In de periode 2018-2030 speelt vergrijzing een grote rol. Dit komt door de geboortegolf na de oorlog, maar ook doordat de levensverwachting van mensen langer is geworden (Bouwend Nederland, 2020). De stijging van het aantal ouderen zorgt voor ontwikkelingen in de toeristische sector. Ouderen kunnen zich meestal iets meer luxe permitteren en vinden service en comfort dan ook erg belangrijk wanneer zij op vakantie gaan (Brabant, z.d.).



Het aantal allochtonen stijgt in Nederland, zowel westerse als niet-westerse (CBS, 2022). Het vrijetijdsgedrag van allochtonen is gefocust op steden en dan vooral de stad waarin ze zelf wonen.

### *Ontwikkelingen en verwachtingen in de economische omgeving*

In 2021 was er sprake van de hoogste stijging van de inflatie in 40 jaar, namelijk 2,7 procent. Deze stijging is te wijten aan een aantal factoren, zoals de prijsstijging van gas, elektriciteit, motorbrandstof, voeding en kleding (CBS, 2021). Inflatie treedt op wanneer er een algemene stijging is van de prijs van producten en diensten. Dat betekent dus dat je op het ene moment minder kan kopen van hetzelfde geld dan het andere moment (ECB, 2021). Aangezien prijzen duurder worden en het geld van mensen dus minder waard wordt, is dat ingrijpend voor de maatschappij. Gezinnen die eerst twee keer per jaar op vakantie konden, kunnen dat nu misschien maar één keer. En gezinnen die eerst één keer op vakantie konden, kunnen dat nu misschien helemaal niet.

Mede door deze stijging van de inflatie is zowel het consumentenvertrouwen als de koopbereidheid de afgelopen vijf maanden elke maand gedaald (CBS, 2022). Het consumentenvertrouwen laat zien hoeveel vertrouwen de consument heeft in het economische klimaat in Nederland. Niet alleen de inflatie heeft invloed op dat cijfer; andere factoren zijn recessies en veranderingen bij grote bedrijven, zoals faillissementen en overnames (MKB-servicedesk, 2020).

Vanwege de coronacrisis was 2020 een zwaar jaar, zo ook voor de toeristische sector. In Nederland zijn de totale toeristische bestedingen in 2020 43% gedaald ten opzichte van 2019. De voornaamste reden van deze daling was het uitblijven van de komst van buitenlandse toeristen. De bestedingen van deze groep daalden met 58% (CBS, 2021). Hoewel de exacte cijfers van de toeristische bestedingen over het jaar 2021 nog niet bekend zijn, wordt er verwacht dat er geen sprake meer zal zijn van een daling.

### *Een totale beleving en een 'leisureconcept' in de sociaal-culturele omgeving*

Om de macro-omgeving verder in kaart te brengen, zal de analyse worden aangevuld met factoren vanuit het sociaal-culturele perspectief, waarbij de toegelichte factoren mogelijk impact kunnen uitoefenen op de doelgroep van het onderzoek, die sterk betrokken is binnen de actuele trends van de omgevingsanalyse. Aan de hand van de beschreven externe factoren, die momenteel gaande zijn, zullen kansen en bedreigingen worden gesignaleerd, zodat ondernemingen binnen de toeristensector blijvend kunnen anticiperen en de levensvatbaarheid kunnen waarborgen.

Sociaal-culturele factoren kan men onderverdelen in normen, waarden, religie, gedrag, vrijetijdsbesteding/ levensstijl en sociale trends. De factoren waar verdiepend op wordt ingegaan, zullen toegelicht worden in het kader van verblijfstoerisme op nationaal binnenlands niveau, namelijk Nederland. De dynamische sociaal-culturele factoren differentiëren in deze context van specifieke behoeften/wensen vanuit de toeristen tot de impact van de vaccinatiegraad.

Een eerste tendens, die zich voordoet in de verblijfstoerismebranche, is de veeleisendheid vanuit toeristen, waarbij toeristische recreatieve behoeften hebben aan rust, ruimte, kwaliteit, luxe, comfort, authenticiteit en een verrassende en optimale beleving (Brabant, z.d.). Uit onderzoek van Brabant (z.d.) is gebleken dat deze trend is opgekomen gedurende de coronacrisis, waarin men zich weldegelijk bewust is geworden van mentale gezondheid. Deze 'nieuwe' leefstijl is dus geleidelijk ontpopt en wordt zeer omhoog geprezen, wat zich heeft doorvertaald in specifieke wensen voor het kiezen van een verblijfsaccommodatie (Brabant, z.d.). Bovendien gaat deze trend samen met het feit dat men in het dagelijks leven voornamelijk onder druk staat wegens weinig vrije tijd, waardoor toeristen enerzijds behoeften hebben aan convenience en efficiency en anderzijds aan een gevarieerd avontuurlijk aanbod aan activiteiten tijdens het verblijf. Deze hedendaagse trend biedt interessante inzichten voor Zeeuwse lokale ondernemers binnen het verblijfstoerisme, waarbij de huidige leefstijl onder toeristen op een attractieve wijze kan worden geïmplementeerd in het toekomstige beleid van de onderneming, wat zeer kansrijk is voor zowel de toerist an sich als voor de 'inrichting' van het milieu (Brabant, z.d.).

Nog een ontwikkeling die zich voordoet op sociaal-cultureel vlak is de grensvervaging tussen recreatie, cultuur en sport, waarbij deze drie vormen van vrijetijdsbesteding in elkaar verweven raken vanuit het perspectief van de toerist (Brabant, z.d.). De drie elementen dienen een onlosmakelijke triade te vormen in accommodaties en voorzieningen, het zogenaamde 'leisureconcept', wat een kansrijk aspect vormt om op in te spelen (Brabant, z.d.).

### ***De invulling van de vakantie kent een veranderlijk patroon***

Een andere sociale trend binnen het verblijfstoerisme weerspiegelt de invulling van vakanties in de toeristensector. Immers, als gevolg van de pandemie en alle nare bijkomstigheden is het behoeftepatroon en het vrijetijdsgedrag van de toeristen weldegelijk veranderd (NBTC, 2021). Uit onderzoek van het NBTC (2021) blijkt dat toeristen heimwee hebben gekregen naar de (jaarlijkse) vakantie, wat voorheen als een vanzelfsprekend fenomeen werd beschouwd. Vanwege de enorme onzekerheid rondom de uitzichtloze virusperiode en reisrestricties, die zich vandaag de dag nog steeds vertonen, heeft er onder andere voor gezorgd dat toeristen terughoudender zijn en voorzichtiger zijn met het boeken van een buitenlandse vakantie en de daarbij gekozen bestemming, aldus het NBTC (2021). Volgens het NBTC (2021) kiezen toeristen er steeds meer voor om binnenlands eropuit te gaan, omdat zo een reis veiligheid en flexibiliteit met zich meebrengt.

### ***De impact van de coronapas/reisrestricties op de toeristensector***

Tevens de coronapas speelt een bepalende factor voor het kiezen van een buitenlandse bestemming volgens het NBTC (2021). Immers, vanwege bepaalde geloofsovertuigingen of dergelijke theorieën/opvattingen omtrent het coronavirus, kiest het binnenlandse toerisme voor de makkelijke route en brengt zijn/haar vakantie door in Nederland (NBTC, 2021). Daarnaast doet deze trend zich wereldwijd voor, waardoor het buitenlandse toerisme gegarandeerd invloed uitoefent op de Nederlandse toeristensector, alzo het NBTC (2021). Enerzijds kan de toeristenstroom en de bestemmingskeuze een bedreiging vormen voor het verblijfstoerisme, omdat ondernemers dan sterk afhankelijk zullen zijn van toeristen, die een serieuze inkomstenbron verwezenlijken voor Nederland. Anderzijds kan er vanuit het sociaal-culturele perspectief geconcludeerd worden dat de trend een kans vormt, omdat er wordt voorspeld dat de toeristenstroom zich op korte termijn zal herstellen, waar ondernemers zich op kunnen voorbereiden en innovaties kunnen doorvoeren om Thrivable Tourism binnen het verblijfstoerisme in werkelijkheid te brengen.

### ***Huidige ontwikkelingen met betrekking tot verblijfstoerisme op technologisch vlak***

Door de constante modernisering en automatisering is er door de tijd heen veel veranderd. Dit geldt ook voor de verblijf toeristische sector. Over het algemeen worden voorbereidingen en hulpmiddelen steeds meer digitaal ingezet tegenover de oude manier van handelen. Vroeger was het reisbureau de plek om vakanties in te plannen. Tegenwoordig gebeurt dit thuis op de bank via een telefoon of computer.

Enkele tijd geleden was het heel normaal om met een papieren kaart naar de verblijfsbestemming te reizen. Door de jaren heen is dit concept zo goed als verdwenen. Dankzij GPS-systemen (Global Positioning System) is het mogelijk om reizen tegenwoordig als comfortabeler en minder stressvol te ervaren dan vroeger. Je typt de bestemmingslocatie in op het apparaat, drukt op start en vervolgens hoef je je de rest van de reis geen zorgen meer te maken.

Een ander voorbeeld van een ontwikkeling op technisch aspect binnen het verblijfstoerisme bestaat uit Artificial Intelligence (AI) en Machine Learning (ML) die tegenwoordig steeds uitbundiger gebruikt worden; bijvoorbeeld bij het optimaliseren van bepaalde functies op de boeking site. Zo heeft men hierdoor tegenwoordig de mogelijkheid om vragen te stellen via de chatfunctie van de website. De chatfunctie wordt door middel van AI en ML beheerd door een chatbot die geprogrammeerd is om de meest gestelde vragen automatisch te beantwoorden. Ook wordt deze nieuwe informatie onthouden zodat toekomstige vraagstukken makkelijker en sneller beantwoord kunnen worden (Dutch Cowboys, 2019).

### ***Verwachtingen voor technische ontwikkelingen binnen het verblijfstoerisme***

De wereld heeft de afgelopen tijd flink te maken gehad met de gevolgen van het COVID-19 virus. Dit geldt ook voor Nederland. Afstand houden en desinfecteren zijn termen die de afgelopen jaren vele malen zijn gebruikt. Het COVID-19 virus heeft dus een grote rol gespeeld in het dagelijks leven. De verwachtingen zijn dan ook dat de toekomstige technologische ontwikkelingen binnen het verblijfstoerisme hier dus ook op gebaseerd zijn. Hierbij kan er gedacht worden aan bijvoorbeeld desinfectierobots, een vooraf geboekte securitycheck, hotel TV-apps en zelf ontgrendelende auto's (Skyscanner Nederland, 2020).

### ***De relevantste ontwikkelingen met betrekking tot het verblijfstoerisme***

Onder ecologisch verstaan wij de thema's milieu, klimaat, maar ook de leef- en werkomgeving. Wereldwijd wordt de opwarming van de aarde ervaren en is men op zoek naar middelen om de schade te beperken. Als men kijkt naar de leef-en werkomgeving binnen Nederland kunnen er zeer relevante ontwikkelingen in kaart worden

gebracht. De opwarming van de aarde zorgt voor een langer zomerseizoen in Nederland, namelijk vier maanden. Deze hogere temperaturen zorgen voor een grotere toeristenstroom in het hoogseizoen. Er zijn meer buitenactiviteiten mogelijk, zoals fietsen en wandelen. Door deze ontwikkeling zijn er meer kansen mogelijk voor de toeristensectoren. Naast deze kansen ontstaat er ook een extra druk op de infrastructuur (Team Nas, z.d.). Nederland staat bekend om haar wateren en daarmee staat het toerisme vaak verbonden. Binnen Nederland zijn er veel recreatie-organisaties waar je kan kanoën, waterfietsen of andere watersporten kan uitvoeren. De warmte heeft echter veel invloed op de zwemwaterkwaliteit. Er ontstaat namelijk algenbloei.

Los van de klimaatverandering hebben de toeristen ook effect op het beschikbare drinkwater, zoals het watergebruik in het verblijfstoerisme en ander indirect gebruik. Door de verlenging van het zomerseizoen en de droogte die het met zich meebrengt, ontstaat er schaarste op het gebied van drinkwater. Daarnaast kan de toeristenstroom dit dusdanig verergeren (Team Nas, z.d.). Daarom worden de watervoorraden zo goed als mogelijk in kaart gebracht binnen deze periode. Waterwinning vanuit het milieu, zoals grond- en oppervlaktewater zijn belangrijke aandachtspunten, maar ook de retourstroming (het lozen van water in het milieu door de economie) wordt onder de loep gelegd (CBS, 2019).

De toeristenstroom legt in het zomerseizoen een druk op het beschikbare drinkwater. Door het gebruik hiervan door het verblijfstoerisme, maar ook door het gebruik van de economie dat water loost in het milieu en de belasting hiermee op de natuur, zal de watercapaciteit worden tenietgedaan. Dit zijn factoren die zorgelijk zijn voor het milieu in Nederland.

### **Belangrijkste ontwikkelingen met betrekking tot verblijfstoerisme op politiek gebied**

Bij politiek-juridische factoren gaat het om kenmerken en de invloed van ontwikkelingen op het gebied van overheidsbeslissingen, zoals huidige wetgeving, wijzigingen in de wet, en subsidies. Voor het trendrapport over Thrivable Tourism is het van belang om de huidige wetswijzigingen en politieke ontwikkelingen in kaart te brengen.

Politiek-juridische factoren geven weer in welke mate de overheid de economie kan beïnvloeden. Voor de sector verblijfstoerisme binnen Zeeland gelden al verschillende regels maar ook deze sector krijgt te maken met nieuwe ontwikkelingen die voor kansen of bedreigingen kunnen zorgen (Politiek-juridische ontwikkelingen | SBB, 2019).

### **Laatste trends met betrekking tot nieuwe regelgeving**

De meest recente ontwikkeling op politiek-juridische vlak, is de oorlog tussen Rusland en Oekraïne. Dit creëert op politiek niveau binnen Nederland veel onrust en grote zorgen. De gevolgen van deze oorlog zullen niet op militair, maar juist op het economisch gebied gevolgen hebben voor Nederland. Deze ontwikkelingen zorgen ook voor veel financiële onzekerheid over het buitenland. De positieve kant hiervan is dat het buitenland minder aantrekkelijk is geworden voor vakantie et cetera. Dus na de COVID-19 periode zullen inwoners weer sneller het eigenland voor vakantie kiezen boven het buitenland door de wereldwijde spanning die er heerst.

Door de wet over CO<sub>2</sub>-uitstoot waren al veel campings en vakantieparken bezig om te neutraliseren, maar juist voor de kleinere campings is het moeilijker om staande te blijven tussen de steeds groter wordende vakantieparken in Zeeland. Grote vakantieparken spelen op allerlei manieren in op het verduurzamen en energieneutraal maken van hun diensten, producten en bedrijfsprocessen. De kleinere bedrijven zijn hier niet tegenop gewassen (TopParken, 2021).

Duurzaam ondernemen wordt de trend doordat de overheid duurzaam ondernemen stimuleert. Middels subsidies is dit een grote ontwikkeling binnen Nederland. Onder andere de EIA (energie-investeringsaftrek) is een subsidieregeling voor bedrijven die willen investeren in bedrijfsmiddelen die duurzame energie gebruiken en hierdoor zorgen voor minder CO<sub>2</sub>-uitstoot. Dit zorgt ervoor dat je veel investeringskosten mag aftrekken. Dit is voor veel ondernemers in de Zeeuwse verblijfstoerismebranche een kans om meer rendement te maken (Jansen, 2022).

### Bronnenlijst DESTEP-analyse

- *Algemene ontwikkelingen binnen de toeristische sector (z.d.) | Brabant* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwif2Z\\_Xs5j2AhV\\_VJMUkHXkDlwQFnoECAQQA&url=https%3A%2F%2Fwww.brabant.nl%2Fpolitiek-en-bestuur%2Fprovinciale-staten%2Fvergaderstukken-en-besluiten-ps-en-commissies%2Fagenda-en-vergaderstukken-statencommissies%2Fhistorische-statencommissies%2Fcemg.aspx%3Fqvi%3D21674&usg=AOvVaw3syv8wcRR2IUcaHDIfsUQ](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwif2Z_Xs5j2AhV_VJMUkHXkDlwQFnoECAQQA&url=https%3A%2F%2Fwww.brabant.nl%2Fpolitiek-en-bestuur%2Fprovinciale-staten%2Fvergaderstukken-en-besluiten-ps-en-commissies%2Fagenda-en-vergaderstukken-statencommissies%2Fhistorische-statencommissies%2Fcemg.aspx%3Fqvi%3D21674&usg=AOvVaw3syv8wcRR2IUcaHDIfsUQ)
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2022, 18 februari) | *Consumentenvertrouwen daalt verder* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/07/consumentenvertrouwen-daalt-verder>
- Centraal bureau van de Statistiek (2019) | *Hoe gebruiken we ons water?* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-milieu-en-economie/hoofdcategorieen/hoe-gebruiken-we-ons-water->
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2022, 16 februari) | *Hoeveel mensen met een migratieachtergrond wonen in Nederland?* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-asiel-migratie-en-integratie/hoeveel-mensen-met-een-migratieachtergrond-wonen-in-nederland->
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2021, 7 december) | *Hoogste inflatie in bijna 40 jaar* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/49/hoogste-inflatie-in-bijna-40-jaar>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2022, 11 februari) | *Inwoners per gemeente* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2021, 31 augustus) | *Toeristische bestedingen 43 procent lager in 2020* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/35/toeristische-bestedingen-43-procent-lager-in-2020>
- *Hotelmarktonderzoek provincie Zeeland (Nr. 1). (2020, april)* | Kenniscentrum Kusttoerisme | Geraadpleegd op 21 februari 2022, van [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/c/c2/Rapportage\\_hotelmarktonderzoek\\_Zeeland.pdf](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/c/c2/Rapportage_hotelmarktonderzoek_Zeeland.pdf)
- Jansen, J. (2022, 7 januari) | *Subsidies voor duurzaam ondernemen | MKB Servicedesk* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.mkb servicedesk.nl/1/subsidies-voor-duurzaam-ondernemen.htm>
- Kenniscentrum Kusttoerisme (2021) | *Economische impact coronacrisis op Zeeuwse steden (Nr. 1)* | Provincie Zeeland | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van [https://www.zeeland.nl/sites/default/files/docs/economische\\_impact\\_coronacrisis\\_op\\_zeeuwse\\_steden.pdf](https://www.zeeland.nl/sites/default/files/docs/economische_impact_coronacrisis_op_zeeuwse_steden.pdf)
- Kennisportaal klimaatadaptatie (z.d.) | *Recreatie en Toetisme* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://klimaatadaptatienederland.nl/thema-sector/recreatie-toerisme/>
- Korbee, M. (2020, 11 augustus) | *Van desinfecteren tot duty-free VR-shoppen – 10 technologische ontwikkelingen in de reiswereld die je na COVID-19 kunt verwachten* | Skyscanner Nederland | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.skyscanner.nl/nieuws/technologie-trends-die-de-toekomst-van-reizen-gaan-vormgeven>

- NBTC (2021, 24 september) | Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen | *Verblijfstoerisme in Nederland in 2021 & 2022* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.nbtc.nl/nl/site/download/verwachting-verblijfstoerisme-in-nederland-in-2021-update-september.htm?disposition=inline>
- *Nederland in 2030: 5 demografische trends* (2020, 13 oktober) | Bouwend Nederland | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.bouwendnederland.nl/actueel/nieuws/14528/nederland-in-2030-5-demografische-trends>
- *Politiek-juridische ontwikkelingen* | SBB. (2019) | *tendrapport.s-bb.nl* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://tendrapport.s-bb.nl/zws/politiek-juridische-ontwikkelingen/#:%7E:text=POLITIEKE%20VERHOUDINGEN,versnippering%20in%20het%20politieke%20landschap.>
- Redactie Dutchcowboys (2019, 24 mei) | *Technologische trends bepalen steeds vaker hoe we reizen* | DutchCowboys | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.dutchcowboys.nl/technology/technologische-trends-bepalen-steeds-vaker-hoe-we-reizen>
- TopParken (2021) | *Duurzaam ondernemen* | Geraadpleegd op 24 februari 2022, van <https://www.topparken.nl/over-topparken/duurzaam-ondernemen>

### **Het vijfkrachtenmodel van Porter toepassen binnen het onderzoeksproces in de meso-omgeving**

Binnen de vijfkrachtenanalyse wordt de markt rondom een duurzame camping in Zeeland als uitgangspunt beschouwd, waarbij het doel van dit model is om de aantrekkelijkheid en de rentabiliteit van de markt in kaart te brengen. De aantrekkelijkheid van de verblijfstoerismebranche wordt beïnvloed door vijf factoren, die in nauw verband met elkaar staan. Aangezien markten dynamisch/trendgevoelig zijn, is een analyse door middel van het Porter model een momentopname. Daarom is het van belang om deze analyse continu van een update te herzien op de langere termijn.

### **De dreiging van nieuwe toetreders tot de markt**

Als gevolg van de komst van nieuwe toetreders zal er een toename van de capaciteit in de verblijfstoerismebranche ontstaan, waardoor ondernemers te maken krijgen met nieuwkomers die al dan niet inspelen op duurzaamheid. Hierbij kunnen nieuwkomers sterk met de trend Thrivable Tourism op de markt opereren, waarop de invalshoek van de start-up is gebaseerd. Deze toetreding van nieuwkomers kan daarentegen voorafgaan met een aantal toetredingsbarrières in het beginstadium. Vanwege het feit dat de trend momenteel nog minimaal actief is in de verblijfstoerismebranche, kan dit voor bestaande ondernemers binnen deze branche in Zeeland als kans worden geïnterpreteerd. Immers, des te hoger de toetredingsdrempels voor nieuwkomers, des te onaantrekkelijker de kans zal zijn voor potentiële nieuwkomers binnen het verblijfstoerisme (Marketingscriptie, 2017).

### **Thrivable Tourism als tactische insteek voor nieuwkomers**

Vanuit het belang van de nieuwkomers gezien, zijn de toetredingsdrempels laag. Immers, er zijn wel gevestigde ondernemingen binnen het verblijfstoerisme, die over veel kapitaal, een hoge naamsbekendheid en positieve klantbeoordelingen bezitten. Echter vormen deze factoren geen barrières voor nieuwe toetreders.

Zeeland is voornamelijk in het hoogseizoen de place-to-be voor veel toeristen. Wanneer toeristen de “drang” hebben om Zeeland als vakantiebestemming in het vooruitzicht te hebben, zal het gevarieerde aanbod binnen het verblijfstoerisme nauwelijks een beslissende rol spelen. Vooral bij accommodatietypen als campings is dit veruit het geval. Om een beeld te schetsen, wanneer de ene (vertrouwde) camping volgeboekt is in het hoogseizoen, valt het oog van de toerist wel op een andere dichtbijzijnde camping als alternatief. Hierbij zal er nauwelijks worden gewikt en gewogen om een andere vakantiebestemming te kiezen. Doordat de concurrentiestrijd dan ook laag ligt, is het voor nieuwkomers erg aantrekkelijk om het overschot aan toeristen op te vangen en om op die manier het aantal verblijfsaccommodaties uit te breiden. Volgens onderzoek medewerkster Lemmers van het KCKT (E. Lemmers, persoonlijke communicatie, 9 februari 2022) staat de trend Thrivable Tourism hedendaags nog in de kinderschoenen. De trend is nog nauwelijks zichtbaar, waardoor dit voor nieuwkomers een tactische insteek is om uit te blinken tussen de huidige accommodatietypen, wat zich ook uit in een hogere pullfactor bij de toeristen. Nieuwe toetreders, zoals campings en andere verblijfsaccommodaties, kunnen dus inhaken op Thrivable Tourism middels een duurzaam concept/beleid, zodat gevestigde organisaties ook bewust raken van het maatschappelijke belang. Echter is het voor nieuwkomers wel van belang dat ze makkelijk vindbaar zijn in de zoekmachine van Google en dat ze hun ‘precense’ laten blijken.

### **Eerst awareness en de juiste mindset op het gebied van Thrivable Tourism; dan toetreden**

De verkregen inzichten vormen voor ondernemers in het geheel binnen het verblijfstoerisme een opportuniteit, waarnaast een hoger winstpotentieel kan worden behaald. Deze kans kan tot uiting komen wanneer ondernemers awareness hebben gecreëerd en de juiste mindset hebben rondom het herstel van de regio Zeeland. Pas dan, wanneer de bereidheid daar is vanuit ondernemers én toeristen, kunnen er serieuze stappen worden gezet richting de opbloeiende gemeenschap met de focus op duurzaamheid in het aangepaste beleid. Het is echter van belang om de komst van nieuwkomers kritisch te monitoren en of de situatie een bedreiging of kans signaleert. Bestaande ondernemers moeten namelijk niet achterlopen op nieuwkomers in de toeristenbranche op het gebied van verduurzaming en andere aspecten binnen Thrivable Tourism.

Volgens deze beredenering kan dus worden vastgesteld dat er geen sprake is van hevige concurrentie en dat bestaande ondernemers dus niet hoeven “terug te vechten” wanneer nieuwkomers optreden in de markt. Er is dus nauwelijks sprake van verblijfsaccommodaties die veruit de overhand krijgen binnen de toeristenbranche. Ondernemers werken binnen het verblijfstoerisme gezamenlijk aan het gewenste resultaat op het gebied van Thrivable Tourism, namelijk draagvlak creëren en toerisme in harmonie laten gaan met de planeet en het milieu.

### **De onderhandelingsmacht van leveranciers**

Ondernemers in de verblijfstoerismebranche hebben enkele leveranciers, waarvan ze afhankelijk zijn. Campings die beschikken over een eigen restaurant zijn afhankelijk van horecagroothandels, zoals de Sligro of Bidfood om de juiste voedingsmiddelen te leveren. Maar ook Vacansoleil is een leverancier die bungalowtenten en stacaravans aanbiedt op verschillende verblijfsaccommodaties. Daarbij moet er op campings ook nagedacht zijn over een groenverzorgingsbedrijf dat de bebossing van de camping in het gareel houdt. Bij grotere verblijfsaccommodaties spelen leveranciers een grotere rol dan bij kleinere accommodaties. Dit komt doordat bij kleinere accommodaties de eigenaren meestal zelf de klusjes uitvoeren, zoals een kapotte lamp in het toiletgebouw. Bij grotere bedrijven wordt dit uitbesteed aan een elektricien. De macht van leveranciers is dus erg afhankelijk van de grootte van een camping. Wel kan een camping overstappen naar een andere leverancier en is dus niet gebonden aan een leverancier.

### **Kleinschalige afnemers**

Campings halen ook steeds meer lokale producten, zoals melk van de boer en mosselen in Zeeland van bijvoorbeeld Neeltje Jans. Op deze manier dragen zij bij aan het duurzaam ondernemen, maar maken bedrijven zich wel meer afhankelijk van de leveranciers. Echter creëert deze lokale inkoop wel meer waarde voor het bedrijf en de uiteindelijke afnemers. Het voedsel dat geleverd wordt is namelijk minder schadelijk voor het milieu, omdat het lokaal gemaakt wordt en er geen grote afstanden hoeven worden afgelegd. Vaak maken kleinere bedrijven hier gebruik van, omdat een lokaal bedrijf kleinere voorraden hanteert.

### **Grootschalige afnemers**

Vaak is het voor grootschalige bedrijven niet mogelijk om samen te werken met leveranciers vanuit de streek Zeeland. De oorzaak hiervan is dat deze leveranciers niet kunnen voldoen aan de grote hoeveelheden die deze grootschalige afnemers nodig hebben.

Kortom, de macht van de leveranciers is niet zo groot, omdat er makkelijk overgestapt kan worden naar een andere leverancier. Enkel bij bedrijven met lokale producten spelen de leveranciers een grotere rol.

### **De interne concurrentie van spelers in de markt**

Aangezien de toetredingsdrempels relatief laag liggen voor nieuwe toetreders, kunnen bestaande ondernemers van duurzame campings en andere ondernemingen binnen het verblijfstoerisme in Zeeland te maken krijgen met een toename van het aantal nieuwe toetreders.

Echter kunnen bestaande spelers binnen het verblijfstoerisme te maken krijgen met dreiging, waarbij nieuwe ondernemingen met een laag aandeel de trend Thrivable Tourism in hun beleid opnemen, wat voor de gevestigde orde dus een bedreiging kan veroorzaken (Knoot, 2017). Immers, de toeristenbranche kent een dynamisch verloop, waarin zich voortdurend innovatieve ontwikkelingen voordoen in de vorm van nieuwe belangen, wensen, de vijf P's en andere trends, die weldegelijk invloed uitoefenen op het natuurlijke beheer van de regio. Indien deze aspecten door nieuwe toetreders worden opgepakt en worden geïmplementeerd, kunnen deze aanbieders als concurrenten worden gezien. Hierbij moet er bij bestaande ondernemers een lichtje gaan branden dat zij zich meer moeten gaan verdiepen in de verduurzaming binnen het verblijfstoerisme. Indien deze bestaande organisaties zich bezig gaan houden met de trends binnen de toeristensector, zal de kloof tussen bestaande organisaties en net gesettelde bedrijven minder groot worden, aldus Knoot (2017).

### **Thrivable Tourism kent een gezamenlijke aanpak waarbij samenwerking een rol speelt**

De intentie is om Thrivable Tourism voornamelijk in de regio Zeeland haar vruchten te laten afwerpen, waardoor er geen sprake zal zijn van een hevige concurrentiestrijd. Bovendien kent Thrivable Tourism gemeenschappelijke samenwerkingen voor de bescherming en ontwikkeling van het natuurlijke kapitaal binnen Zeeland (H. Ijben, persoonlijke communicatie, 9 februari 2022). Iedere onderneming binnen het verblijfstoerisme zal dus op haar eigen wijze draagvlak creëren om aan de slag te gaan met regeneratief toerisme. De trend is dus een gezamenlijke aanpak, waarbij nauwelijks concurrentie aan te pas komt in eerste instantie. Uiteraard speelt iedere ondernemer via een gedifferentieerde wijze in op de trend, maar de uitkomst van iedere aanpak blijft hetzelfde voor het maatschappelijke belang.

Marktspelers die binnen het verblijfstoerisme, afkomstig vanuit andere regio's, bewust bezig zijn met Thrivable Tourism, kunnen daarentegen wel een bedreiging vormen. Hierdoor kan de toeristenstroom, waar Zeeland van

afhankelijk is, een andere wending kan krijgen. Dit kan een zeer negatieve impact hebben op de inkomstenbron vanuit de toeristensector, zowel in het laagseizoen als in het hoogseizoen. Zeeland is financieel gezien dus sterk afhankelijk van (terugkerende) toeristen, waarbij de toekomstige ontwikkeling van deze inkomstenbron met beide handen aangepakt dient te worden, zodat de stroom stabiliseert of al dan niet overheerst in de regio Zeeland.

### **De onderhandelingsmacht van afnemers onderhandelingspositie van kopers**

Hier gaat het om de directe afnemers van een product of dienst. In dit geval gaat het om de campinggasten. De campinggast is direct in contact met de campings of verblijfsaccommodaties binnen Zeeland. Zeeland telde 11,1 miljoen overnachtingen in 2019. Dit is een relatief grote groep mensen dat gebruikmaakt van het verblijfstoerisme binnen Zeeland. Het aantal parken met huisjes stijgt steeds meer in populariteit in tegenstelling tot kampeergelegenheden, die in populariteit langzaam afneemt. Veel campings bieden dan ook de mogelijkheden aan, zoals chalets of huisjes om zo up-to-date te blijven binnen de toeristensector (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2020).

Door het grote toeristenaantal in Zeeland zijn de campings minder afhankelijk van hun klanten dan de klanten van de campinghouders. Zeeland is vooral in het hoogseizoen een hot item om heen te gaan. Hierdoor zijn bijna alle campings en vakantieparken de hele zomer volgeboekt. Toeristen moeten dan ook vroegtijdig boeken, omdat men anders een andere vakantiebestemming dringt te zoeken. Dit zorgt ervoor dat de ondernemers in dit geval meer macht hebben dan de toeristen. Naast het grote aantal toeristen dat naar Zeeland komt, is het aanbod van campings en vakantieparken in Zeeland maximaal gevuld. Dit betekent dat de invloed van campings en vakantieparken op zich minder groot is dan het lijkt. Wanneer de toeristen niet tevreden zijn over prijs en kwaliteit, dan is het aanbod van andere verblijfsaccommodaties groot genoeg om te wisselen (Verdere groei toerisme in Zeeland in 2019, vooral in schouderseizoenen - Projectenportfolio, 2020).

Maar het aanbod aan duurzame campings en vakantieparken in Zeeland is niet zo groot als de overige accommodaties. Gelukkig stijgt dit aantal behoorlijk de laatste jaren. Veel ondernemers zijn zich bewust van de nieuwe wet- en regelgeving over duurzaamheid. Dit zorgt ervoor dat ook de duurzame parken steeds hun beleid blijven aanpassen.

Kortom, door het grote aantal toeristen dat Zeeland bezoekt, wordt de macht van de afnemer (de toeristen) kleiner. Ondernemers zijn niet afhankelijk van tien gezinnen. Wanneer een bepaalde boeking niet meer op komt dagen, zijn daar vijftien andere gezinnen voor in de plaats.

### **De dreiging van substituten**

Substituten zijn campings, andere bedrijven in het verblijfstoerisme die nog niet meegaan met de trend 'Thrivable Tourism' of bedrijven die buiten Zeeland gevestigd zijn. Wel vervullen deze substituten dezelfde behoeften als bedrijven die wel aan Thrivable Tourism doen, namelijk het verblijven op een bepaalde accommodatie. Het grote verschil is dat sommige afnemers de planeet, het milieu en de maatschappij belangrijk vinden, waardoor toeristen bewust kunnen zoeken naar een camping die aan duurzame eisen voldoet. Milieuvriendelijke campings zijn voor deze afnemers de enige mogelijkheid en een camping die dit niet doet, voorziet de afnemer niet in zijn behoeften. Kortom, de dreiging van substituten met betrekking tot Thrivable Tourism is dus nihil.

### **Bronnenlijst Vijfkrachtenmodel van Porter**

- Kenniscentrum Kusttoerisme (2020) | *Kerncijfers Toerisme Zeeland 2019/2020* | HZ University of Applied Sciences | Geraadpleegd op 8 maart 2022, van [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/d/d7/Leaflet\\_Toerisme\\_Zeeland\\_2019.pdf](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/d/d7/Leaflet_Toerisme_Zeeland_2019.pdf)
- Knoot, J. (2017) | Strategischmarketingplan. | *Externe analyse | Concurrentieanalyse | Vijfkrachtenmodel als instrument* | Geraadpleegd op 8 maart 2022, van <https://www.strategischmarketingplan.com/externe-analyse/concurrentie-analyse/>
- Marketingscriptie (2017, 22 juli) | Marketingscriptie. | *Vijfkrachtenmodel van Porter voor je marketingplan* | Geraadpleegd op 8 maart 2022, van <https://www.marketingscriptie.nl/vijfkrachtenmodel-van-porter/>



- *Verdere groei toerisme in Zeeland in 2019, vooral in schouderseizoenen – Projectenportfolio* (2020, 5 maart) | [www.kenniscentrumtoerisme.nl](http://www.kenniscentrumtoerisme.nl) | Geraadpleegd op 8 maart 2022, van [https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event\\_00134](https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event_00134)

### SWOT-analyse

Aan de hand van het vijfkrachtenmodel van Porter (meso) en de DESTEP-analyse (macro) zijn er kansen en bedreigingen opgesteld, waarna een SWOT-analyse (micro) gevormd kan worden inclusief de sterktes en zwaktes. Deze vier categorieën zijn vervolgens tegen elkaar afgewogen en verwerkt in een confrontatiematrix. Hierbij werd waargenomen dat het begrip Thrivable Tourism veel bedreigingen kent. Dit is voornamelijk te wijten aan het feit dat men over het algemeen nog relatief onbekend is met het begrip Thrivable Tourism. Dit heeft zich geresulteerd in welgeteld zeven bedreigingen.

### Conclusie SWOT

Kijkend naar de onderlinge verbanden tussen de vier categorieën, hebben de kansen over het algemeen een sterke verbintenis met de sterktes van Thrivable Tourism. Vooral K1 heeft een sterke positie tegenover de sterktes. Vanuit de overheid wordt er namelijk steeds meer aangemoedigd om te investeren in duurzame alternatieven en hiervoor worden dan ook vaak subsidies verstrekt om de ondernemers tegemoet te komen. Ook zorgt dit ervoor dat B7 een kleinere bedreiging kan vormen als er een groot deel voor de ondernemers met subsidies gedekt kan worden.

Verder heeft S1 een sterk verband met de bedreigingen. S1 benadrukt het feit dat de verblijf toeristische sector zich in een flexibele branche bevindt. Dit geeft aan dat ondernemers binnen deze branche dus gemakkelijk kunnen inspelen op Thrivable Tourism, zodat er gezorgd kan worden voor harmonie tussen de planeet, het milieu en de maatschappij.

### Adviezen

**Positieve factoren** | *Op basis van het vijfkrachtenmodel van Porter (meso) en de DESTEP (macro).*

#### Advies 1 | **Begin nu! (2022)**

De overheid biedt momenteel nog grote bedragen aan subsidie. Dit kan met de tijd flink teruggedrongen (tijdsbestek van vijftien jaar) worden, omdat een overgroot deel van de economie overstag is tot een duurzame wijze van ondernemen en de regels zo aangescherpt zijn, dat een andere wijze van ondernemen niet meer mogelijk is.

Deze subsidies bieden nu de mogelijkheid om deze stap tot duurzaam ondernemen makkelijker te maken en in de toekomst veel profijt van te hebben. Door als bedrijf de CO<sub>2</sub>-uitstoot nu al te verlagen, kan er flink geld worden bespaard.

Doordat de toetredingsdrempels laag liggen, hebben bedrijven geen unieke positie tegenover andere bedrijven, doordat de vraag naar verblijfsaccommodaties groot is. Zo spelen ondernemers in op de trend “duurzaamheid” en de bewust wordende maatschappij. Door deze hoge toetredingsdrempel is de concurrentie laag, maar de macht van de ondernemers in verhouding tot de leveranciers hoog.

**Negatieve factoren** | *Op basis van het vijfkrachtenmodel van Porter (meso) en de DESTEP (macro).*

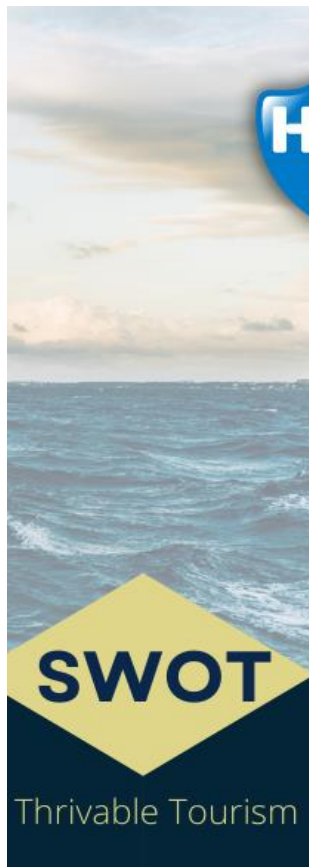
#### Advies 2 | **Maatschappelijke problemen aanpakken in plaats van ervan weglopen!**

Door de hogere afhankelijkheidsgraad van de toeristenstroom is het van belang dat de doelgroep zo ver als mogelijk in hun wensen wordt voorzien. Zo creëren ondernemers een vaste klantenkring die steeds terugkomt. Verder is een hoge verkoop in het hoogseizoen van belang, omdat de omzet gecompenseerd moet worden met die van het laagseizoen.

Ontwikkelingen zoals de opwarming van de aarde, een hoge inflatie en de gevolgen van de coronacrisis laten flinke sporen achter. Het zou niet realistisch zijn om deze aspecten niet mee te nemen in de bedrijfsvoering. Het is van belang om tien stappen vooruit te denken, zodat een onderneming op lange termijn veel kan besparen en de schade van een eventuele komende crisis kan beperken.

Doordat de markt in zijn geheel nog te weinig inspeelt op deze maatschappelijke zorgen, is het aantrekkelijker voor ondernemingen om zich hiermee te onderscheiden. Dit betekent dat bestaande duurzame ondernemingen binnen het verblijfstoerisme een aantrekkelijke markt vormen voor nieuwe ondernemingen, wat kan leiden tot

meer concurrentie. Natuurlijk kan dit een grote bedreiging zijn, maar vanuit maatschappelijk belang kan het elkaar ook versterken.



**STERKTES**

- S1 Flexibele branche
- S2 Aantrekkelijk voor leveranciers vanuit de streek (duurzaam)
- S3 Ondernemers voelen zich aangetrokken tot trends
- S4 Co2 wet
- S5 Hoge toetredingsdrempels

**ZWAKTES**

- Z1 Ongelijke verdeling toeristenstroom verdeeld over het jaar
- Z2 Zeeland afhankelijk van terugkerend toerisme

**KANSEN**

- K1 Subsidie duurzaam ondernemen
- K2 Technische ontwikkelingen bieden meer mogelijkheden (verduurzaming)

**BEDREIGINGEN**

- B1 Opwarming van de aarde
- B2 Hoge inflatie
- B3 Coronacrisis
- B4 Veeleisendheid vanuit consument
- B5 Door weinig concurrentie, aantrekkelijk voor andere ondernemers
- B6 Concurrentie uit andere provincies
- B7 Duurzame investeringen zijn prijzig

Thrivable Tourism											
	Kansen		Bedreigingen								
	K1	K2	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7		
Sterktes	S1	1	2	2	2	-1	2	2	-2	0	8
	S2	2	2	0	2	1	1	1	0	-2	7
	S3	2	2	1	1	1	1	0	2	2	12
	S4	0	2	1	-1	-1	-2	0	1	-1	-1
	S5	0	2	0	0	0	0	2	0	-2	2
Zwaktes	Z1	0	0	0	-1	-1	0	2	-2	0	-2
	Z2	0	0	0	-1	0	0	1	0	0	0
Totaal	5	10	4	2	-1	2	8	-1	-3		

### De reflectieve verslaglegging en limitaties wat betreft het onderzoeksproces

#### **Bevorderen en handhaven van de kwaliteit**

Bij de start van dit onderzoek zijn er kwaliteitsmaatregelen opgesteld die gedurende de verschillende onderzoeksfases meer houvast zouden bieden bij het maken van bepaalde beslissingen. Hierbij zijn onder andere vereisten opgesteld waaraan respondenten en bronnen moeten voldoen.

Gedurende de dataverzamelingsfase zijn er twee verschillende onderzoeksmethodes gebruikt: deskresearch en fieldresearch, in de vorm van interviews. Bij deskresearch is er gekeken naar bijvoorbeeld de publicatiedatum van de bronnen, waardoor de kwaliteit en relevantie van de informatie gewaarborgd werden. Verder moest de auteur ook vermeld staan in de bron, aangezien dit autoriteit en betrouwbaarheid uitstraalt. Om de validiteit van het onderzoek te verhogen zijn er verschillende vormen van triangulatie toegepast gedurende de dataverzameling. Zo is er data- of bronnentriangulatie en theoretische triangulatie toegepast. Dit houdt in dat er verschillende soorten bronnen geraadpleegd (data- of bronnentriangulatie) zijn en dat het probleem vanuit verschillende standpunten is bekeken (theoretische triangulatie) door het verschil in beroepsfunctie van de auteurs van de bronnen (Scribbr, 2021).

Bij het bepalen van de respondenten is er gekeken naar relevantie van de persoon met betrekking tot het onderwerp. Daarnaast was het ook van belang dat de respondent bekend is in het werkveld en hier dus minstens drie jaar werkzaam in is. Dit zorgt ervoor dat de betrouwbaarheid van het onderzoek gestimuleerd wordt. Ook hier is een vorm van triangulatie toegepast, namelijk theoretische triangulatie, waarbij het probleem, zoals eerder benoemd werd, vanuit verschillende perspectieven bekeken werd. De respondenten hebben beperkte mate van overlap qua beroepsfunctie. Er is hiervoor gekozen, zodat de verzamelde informatie niet vanuit slechts één beroepenveld afkomstig zou zijn.

Na het bepalen van de respondenten is er op basis van de aspecten, waar wij meer informatie over wilden winnen, een operationalisatietabel opgesteld. Hierbij was er gelet is op de relevantie van de onderwerpen. De operationalisatietabel maakte het mogelijk om begrippen op de juiste manier meetbaar te maken middels indicatoren. Hierbij lag de nadruk op het duurzame aspect, in welke mate de experts (respondenten) momenteel bekend zijn met het begrip Thrivable Tourism. Dit wordt momenteel in de praktijk toegepast om het duurzame aspect te waarborgen en hoe de experts van plan zijn om dit in de toekomst voort te zetten en te verbeteren, waardoor de focus niet alleen op het onderhouden van milieu komt te liggen, maar ook op het herstellen hiervan. Deze nadruk is terug te vinden in de interviewvragen die zijn opgesteld op basis van deze operationalisatietabel.

Er kan gezegd worden dat de twee vormen van triangulatie die nog niet aan bod zijn gekomen, methodische triangulatie en onderzoekstriangulatie, het gehele onderzoek zijn toegepast. Zo is er zowel deskresearch als fieldresearch toegepast (methodische triangulatie) en is het onderzoek uitgevoerd door zes Commerciële Economie studenten (onderzoekstriangulatie) (Scribbr, 2021).

Triangulatie heeft de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek dus in grote mate bevorderd. Op bovenstaande aspecten is dan ook gelet voordat de desbetreffende informatie in het trendrapport verwerkt werd.

#### **Data-analyse**

Na de uitgebreide dataverzameling begon het verwerken en analyseren van alle informatie. Tijdens het verwerken van de literatuur uit de deskresearch in stukken uit het trendrapport, was het vooral van belang om de gevonden en bruikbare stukken tekst op de juiste manier te parafraseren en/of te citeren. Tevens was het van belang om de bronnen volgens de richtlijnen van APA te vermelden in de literatuurlijst. Daarnaast is het consistent doorredeneren met begrippen van belang. Vooraf is de definitie van Thrivable Tourism opgesteld. Hier is gedurende het hele onderzoek niet van afgeweken, waarmee systematische fouten werden vermeden, wat de validiteit van het rapport vergroot.

Tijdens de deskresearch is veel gebruik gemaakt van verschillende perspectieven, waarbij alle stukken tekst meerdere malen zijn getoetst. Onderling zijn de stukken meerdere malen gelezen en aangepast om een zo duidelijk mogelijk trendrapport te schrijven. Tijdens de wekelijkse reviewmomenten met begeleiders, werd er

meerdere malen een 'bankje' voorbereid. Hiermee werden stukken tekst vanuit het perspectief van de Zeeuwse ondernemers, toeristen, lokale inwoners en experts op het gebied van Thrivable Tourism beluisterd, met als aansluiting een feedbackmoment om onze teksten aan te passen. Kortom, het vele reviewen en herschrijven heeft ertoe geleid dat de inhoud voldoet aan de kwaliteitsregels.

De informatie die verkregen werd uit de interviews is naar aanleiding van de kwaliteitsmaatregelen op een juiste manier getranscribeerd. De transcripten zijn vervolgens met elkaar besproken waarbij de belangrijkste punten naar voren kwamen. Aan de hand van de transcripten heeft iedere onderzoeker zijn eigen codeboek gemaakt van zijn/haar interview. Tijdens het coderen heeft eenieder de belangrijke zinnen met toegevoegde waarde verwerkt in het codeboek onder de open codes. Dit is in het transcript te zien door de gekleurde zinnen, waarbij iedere kleur consistent is doorgevoerd in de open codes. Wanneer alles gecodeerd was, waren de open codes samengevoegd tot axiale codes. De laatste stap was het gezamenlijke codeboek waarin alle open codes van alle interviews zijn verwerkt. Daarbij zijn wederom axiale codes gevormd, die vaak overeenkwamen met de persoonlijk opgestelde codes.

Het nut van coderen kwam vooral voor bij het uitwerken van het tendrapport. De open codes zijn vaak geciteerd en geparafraseerd in de tekst van het tendrapport. Dit heeft voor het huidige onderzoek gezorgd voor een verdiepende en uitbreidende functie naast de eerder verrichte deskresearch. Hierbij is, om de kwaliteit te waarborgen, alles duidelijk en nauwkeurig volgens de APA-richtlijnen verwezen.

### Conclusie

Bij het opstellen van de conclusie is er gebaseerd op de informatie die vanuit de rest van het tendrapport verschaft is. Dit is dus indirect op basis van de informatie vanuit de eerder besproken dataverzameling. De conclusies zijn getrokken vanuit objectieve en subjectieve informatie. Deskresearch en de afgenomen interviews vormen samen de basis, waaruit het onderzoeksteam informatie heeft gehaald om vervolgens de conclusies op te stellen. De verschillende onderzoeksmethodes en perspectieven hebben ervoor gezorgd dat de betrouwbaarheid en validiteit van de conclusies gewaarborgd werden.

### Reviewen

De stukken tekst zijn meerdere keren gelezen en aangehoord door experts en docenten, wat op het vakgebied van Thrivable Tourism veel heeft bijgedragen aan de kwaliteit van het tendrapport. Door de vele feedbackmomenten zijn de zwakke punten uit het tendrapport gehaald. Hierdoor is er meer verdieping in het tendrapport gerealiseerd, wat ervoor zorgde dat de uiteindelijke lezer meer heeft aan de aanbevelingen die werden verstrekt.

Daarnaast gaf de review inzicht in het onderzoeksproces en of dit voldeed aan alle eisen die werden gesteld namens de opdrachtgever. Dit heeft geresulteerd in een professioneel tendrapport met daarbij een volledige onderbouwing van alles aspecten zoals: de onderzoeksopzet, de dataverzameling en de data-analyse.

### Limitaties van het onderzoek

Thrivable Tourism is een relatief onbekende term. Dit ervaarde het onderzoeksteam ook zo. Voorafgaand aan de zeven weken die besteed zijn aan het opstellen van een professioneel ogend tendrapport over Thrivable Tourism binnen Zeeland, was dit onderwerp onbekend terrein. Als Commerciële Economie studenten was het lichtelijk aan de moeilijke kant om eigen expertise toe te passen bij het formuleren van de bijbehorende tekst, vanwege het gebrek aan ervaring omtrent dit onderwerp. Echter, het feit dat het onderzoek uitgevoerd is door zes personen, zorgde voor verschillende perspectieven, ook wel triangulatie genoemd. Dit bevorderde de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek.

Verder werd er al snel ondervonden dat Thrivable Tourism binnen Zeeland een zeer specifiek onderwerp was. Het feit dat het onderzoek de provincie Zeeland moest betreffen bemoeilijkte het zoekproces. Er was relatief weinig over dit onderwerp op het internet te vinden, dus enige creativiteit en vindingrijkheid was vereist om relevante informatie te achterhalen. De informatie die achterhaald werd sloeg vaak op geheel Nederland.

Door middel van interviews werd het mogelijk om de informatie vanuit de deskresearch toe te passen op regionaal niveau. De interviews hebben er dus voor gezorgd dat de relevantie van het onderzoek omhoogging. Echter, de interviews bevatten zowel subjectieve als objectieve uitspraken. Dit betekent dus dat de experts op

bepaalde vlakken een eigen mening hadden. Sommige informatiestukken kunnen dus lichtelijk bevooroordeeld zijn.

Het bovenstaande zoekproces bestaat uit slechts zeven weken. Door de korte tijdsspan van dit project kwam er soms druk op de ketel te staan. Desondanks heeft dit er niet voor gezorgd dat de verschafte informatie vanuit het tendrapport als incompleet aanschouwd kan worden. Wij als team Thrivable Tourism, hebben door middel van doorzettingsvermogen, aanpassingsvermogen, een hoge dosis motivatie en een prettige samenwerking al met al een professioneel ogend tendrapport neergezet. De Scrum methode heeft zich geuit in een zeer gestructureerde werkwijze, waardoor het onderzoek stap voor stap werd uitgevoerd. Dit heeft bijgedragen aan het behouden van overzicht en duidelijkheid. Wij, als onderzoeksteam, zijn zeer te spreken over het eindresultaat.

### Bronnenlijst Reflectieonderdeel

Benders, L. (2021, 25 oktober). *Vier soorten triangulatie in je scriptie*. Scribbr. Geraadpleegd op 30 maart 2022, van

<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/triangulatie/>