

ZEELAND OP SMAAK GEBRACHT

TRENDRAPPORT 2023
HZ UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sem Dekker	90668
Renske Gelok	90210
Floortje Legrand	89797
Jorian Wientjens	90185
Abby Wolse	89954

Colofon

Titel Zeeland op smaak gebracht
Duurzame consumptie trends in de Zeeuwse toeristische sector.

Auteurs

Sem Dekker 90668

Renske Gelok 90210

Floortje Legrand 89797

Jorian Wientjens 90185

Abby Wolse 89954

Externe begeleiders

S. Bleyenbergh

M.J. Soeters

Docent begeleiders

G.E.C. Thuij

J. van Herwaarden

J.S van Elsacker

J. Nelemans

Cursus Zeeuwse trendrapportages (CU31012V3 – 2023)

Studie Commerciële Economie, HZ Universtiy of Applied Sciences

Datum 31-03-2023

Status Definitief

Voorwoord

Hoe duurzaam onderneemt de Zeeuwse horeca op dit moment? Wat zijn ontwikkelingen rondom de verduurzaming van consumptie? Welke kansen en bedreigingen brengen de ontwikkelingen mee voor Zeeuwse ondernemers?

In dit trendrapport zijn wij als groep op zoek gegaan naar antwoorden op bovenstaande vragen. Tijdens dit onderzoek is er gebruik gemaakt van kwantitatief onderzoek in de vorm van deskresearch. Naast dit kwantitatieve onderzoek is er ook gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews. De functie hiervan is om de informatie die verkregen is uit de deskresearch aan te vullen en te verdiepen. Wij hebben zes ondernemers en experts benaderd om informatie vanuit verschillende perspectieven te verzamelen. De combinatie van de informatie uit deskresearch en data vanuit de interviews worden vertaald naar concrete adviezen voor Zeeuwse ondernemers binnen de vrijetijdsector.

Wij willen vooraf iedereen bedanken die heeft meegewerkt aan dit trendrapport. Onze grootste dank gaat uit naar HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, het docententeam van HZ University of Applied Sciences en alle experts en ondernemers die hun expertise en ervaringen met ons gedeeld hebben tijdens de interviews.

De transcripten en de codeboeken van de interviews zijn opvraagbaar via het volgende e-mailadres: gelo0004@hz.nl

Inhoudsopgave

Inleiding	6
Op reis naar duurzaamheid	9
1.1 De cijfers vertellen het verhaal	9
1.2 Consumptiegedrag door de jaren heen	12
1.3 Een duurzame koers.....	16
Samenvatting.....	18
Smaak van vooruitgang	20
2.1 Van boer tot bord	21
2.2 Eet lokaal, denk globaal.....	21
2.3 De smaak van groene verandering	22
2.4 Van restjes tot heerlijkheden	23
Samenvatting.....	24
Een smaakvolle impact	26
3.1 Groen genieten	26
3.2 Van kostenpost naar verdienmodel	28
3.3 Duurzaamheid als motor voor de technologie.....	29
3.4 Hoe de overheid de toekomst van verduurzaming op ons bord legt	31
Samenvatting.....	34
Ondernemen in Zeeland	36
4.1 Ondernemers aan het roer	36
4.2 Proef de seizoenen	37
4.3 De stem van de overheid	39
Samenvatting.....	40
Conclusie – Van visie naar realiteit	42
Aanbevelingen – Oproep tot actie, sleutel tot succes	44
Nawoord	46
Referentielijst	47
Bijlagen	56
De DESTEP-analyse	56
Vijfkrachtenmodel van Porter.....	65
SWOT-analyse.....	70
7-S MODEL	74
De reflectieve vastlegging en limitaties wat betreft het onderzoeksproces	77



Inleiding

In opdracht van HZ University of Applied Sciences en HZ Kenniscentrum Kusttoerisme hebben vijf studenten Commerciële Economie van de HZ University of Applied Sciences de opdracht gekregen om te onderzoeken welke trends er spelen rondom consumptie in de Zeeuwse toeristische sector. Er zijn verschillende bronnen verzameld over trends en ontwikkelingen binnen dit vraagstuk om de inzichten zo duidelijk mogelijk over te brengen. Tot slot worden de kansen en bedreigingen voor Zeeuwse ondernemers geformuleerd.

Er is onderzoek gedaan naar de huidige situatie rondom consumptie in de Zeeuwse vrijetijdssector en identificeert trends en ontwikkelingen die relevant zijn voor ondernemers in de provincie Zeeland. Het primaire doel is dan ook het bieden van inzicht en inspiratie voor ondernemers om duurzaamheid te integreren in hun bedrijfsvoering en zo bij te dragen aan een duurzamere toekomst.

Dit trendrapport is aanvankelijk tot stand gekomen door deskresearch. Naast deskresearch zijn er verschillende interviews afgenomen. Deze hebben een aanvullende rol naast de relevante informatie die verkregen is uit deskresearch. Bovendien zullen de interviews het onderzoek ondersteunen. De kennis en expertise van ondernemers en experts zijn verwerkt en samengevoegd met informatie uit deskresearch tot het trendrapport.

Steeds meer toeristen nemen duurzaamheid mee in hun beslissing bij het kiezen van een vakantiebestemming en steeds meer gasten willen bewust omgaan met hun voedselkeuze. Deze ontwikkeling biedt kansen voor veel ondernemers overal ter wereld en zo ook in de provincie Zeeland. Zij kunnen zich namelijk onderscheiden van de concurrentie door in te spelen op deze trend.

In dit trendrapport staat de volgende onderzoeksvraag centraal:
“Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de Zeeuwse ondernemers binnen de toeristische sector op het gebied van duurzame consumptie?”

Hieronder is een overzicht van de geraadpleegde respondenten te vinden:

- Simon Witt: Expert op het gebied van verduurzaming binnen de Zeeuwse toeristische sector
- Dave Bout: Eigenaar viskwekerij en restaurant Seafarm te Kamperland
- Frank de Reu: Regiovoorzitter Zeeland Koninklijke Horeca Nederland en eigenaar Strandpaviljoen Puur te Groede
- Valentijn Damen: Mede-eigenaar Zandpaviljoen Pier 7 te Vlissingen
- Kim van Gorsel: Docent hotelschool bij Curio te Bergen op Zoom en eigenaar Hotel Old Dutch te Bergen op Zoom
- Eric Huiser: Docent Keuken & lid van de factorraad, agrofood en biobased bij Curio te Bergen op Zoom

Wat kunt u met de inzichten van dit rapport?

- U kunt informatie vinden over het begrip toerisme en het consumptiegedrag van toeristen door de jaren heen.
- U krijgt een inkijk in de verschillende trends rondom duurzame consumptie in de toeristische sector.
- U krijgt kennis over de impact van de trends op verschillende aspecten (milieu, economie, technologie en overheid).
- U krijgt inzicht op het perspectief van ondernemers.

OP REIS NAAR DUURZAAMHEID



1

Op reis naar duurzaamheid

1.1 De cijfers vertellen het verhaal

Definitie

Iedereen heeft een eigen definitie van de begrippen toerisme en duurzame voeding. Om verwarring te voorkomen en eenduidig te zijn, zal het begrip hieronder kort toegelicht worden. Deze definitie zal gebruikt worden tijdens dit gehele trendrapport.

De officiële definitie van toerisme volgens de Wereldorganisatie voor Toerisme, UNWTO, luidt: “Toerisme omvat de activiteiten van personen reizend naar en verblijvend op plaatsen buiten hun normale leefomgeving voor niet meer dan een jaar voor ontspanning, zakelijk verkeer en andere activiteiten die niet gerelateerd zijn aan een activiteit die beloond wordt vanuit de plaats die bezocht wordt.” (Bertelink, 2022). Een toerist is dus een reiziger die zich buiten zijn normale omgeving bevindt. Tevens mag het hoofddoel van de reis geen activiteit zijn die wordt betaald vanuit de plek die wordt bezocht. Uit diezelfde bron blijkt dat binnen de Nederlandse begrippen van het CBS iemand een toerist is, iedere keer dat er een reis wordt gemaakt met persoonlijk of zakelijk motief die langer dan twee uur duurt.

Volgens de Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030 gaat toerisme om tijdsbestedingen waarbij het gaat om activiteiten waaraan men gedurende de dag en nacht tijd besteedt. Het belangrijkste kenmerk is dat een persoon zich buiten de normale leefomgeving bevindt voor niet langer dan een jaar. Toerisme kan ondernomen worden vanuit elk motief. Dit kan een zakelijk of persoonlijk motief zijn. Daarnaast is niet iedere toerist hetzelfde. Een toerist kan dus meerdere motieven hebben. Een groot deel van de toeristen zijn binnenlandse en buitenlandse dag- en verblijfgasten, maar een ander deel zijn lokale inwoners die bijvoorbeeld een dagje weg zijn (De Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030, 2023).

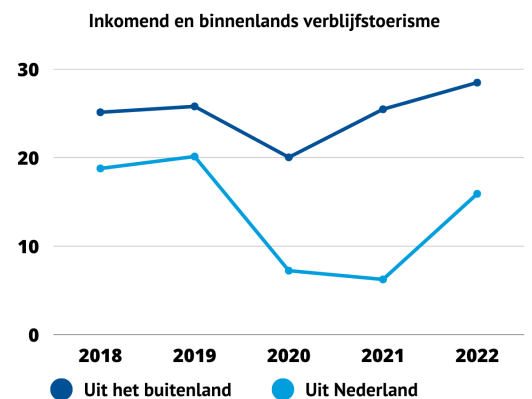
Het produceren van voedsel belast het milieu. Er wordt water en land gebruikt en de bodem wordt uitgeput. Duurzaam voedsel beschermt de ecologische systemen en voorziet in de voedingsbehoefte van mensen nu en in de toekomst (RIVM, 2017).

Voeding wordt iedere dag door iedereen geconsumeerd en dat maakt het een heel breed begrip. Zelfs binnen het toerisme is voeding nog steeds heel breed. Zo is er bijvoorbeeld de boerderijwinkel van de camping waar verse groente, fruit en eieren verkocht worden, de vele strandtenten die om de paar honderd meter langs het strand staan en het restaurant op een vakantiepark of bij een toeristische attractie. Al deze bedrijven hebben hetzelfde doel, namelijk de toerist van voedsel voorzien, maar doen dit ieder op een eigen manier. Dave Bout van Seafarm doet dit door zelf zijn duurzame vis te kweken en Frank de Reu van strandpaviljoen Puur doet dit door zijn producten lokaal in te kopen. De boerderijwinkel doet dit door losstaande producten te verkopen, de strandtent voorziet in water- en soft ijsjes en bij het restaurant op het vakantiepark zijn volledige maaltijden verkrijgbaar.

Aangezien dit trendrapport gaat over het verduurzamen van consumptie in de toeristische sector, worden de definities van bovenstaande begrippen gebruikt. Binnen dit rapport zullen bovenstaande definities van toerisme en duurzame voeding worden aangehouden. In dit trendrapport wordt de focus gelegd op restaurants, eetgelegenheden op campings en vakantieparken, eetcafés, bistro's, cafés, lunchrooms, strandtenten, etc. Hierdoor worden deze begrippen met- of door elkaar gebruikt. Daarom wordt vanaf dit punt in het trendrapport gesproken van restaurant of horeca op het moment dat één van bovenstaande gelegenheden wordt aangeduid.

Cijfers

Het toerisme is wereldwijd een hardgeraakte sector als gevolg van de coronapandemie die zijn intrede deed in 2019. In Nederland was dit niet anders en in het voorjaar van 2020 viel het toerisme vrijwel helemaal stil. De impact van deze stilstand was vooral groot op het inkomend verblijfstoerisme. Het binnenlandse verblijfstoerisme is in 2021 hersteld van de pandemie en heeft een groei doorgemaakt van 27% ten opzichte van 2020 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2023). Dit zijn algemene cijfers die ingaan op het aantal toeristen in Nederland. In de volgende alinea's worden de algemene cijfers besproken van het aantal toeristen in Nederland en Zeeland.



Grafiek 1 - Gasten Nederlandse Logiesaccommodaties



Verwachting verblijfstoerisme 2022					
Alle accommodaties	Gasten (x 1000)				+/-
	2019	2020	2021	2022*	
Binnenlands	25.787	20.035	25.472	28.370	11%
Inkomend					
<i>Europa</i>	16.051	6.547	5.577	13.210	137%
- Duitsland	6.175	3.283	2.471	5.710	131%
- België	2.507	1.102	1.100	2.245	104%
- Groot-Brittannië	2.402	595	209	1.295	521%
- Frankrijk	963	386	413	800	94%
- Overig Europa	4.004	1.181	1.384	3.155	128%
<i>Amerika</i>	2.181	384	350	1.505	330%
- USA	1.564	266	246	1.055	329%
<i>Azië</i>	1.473	253	240	685	185%
- China (incl. Hong Kong)	369	54	33	80	147%
<i>Overige intercontinenten</i>	424	81	80	250	210%
Subtotaal inkomend	20.129	7.265	6.248	15.650	150%
Totaal	45.916	27.301	31.720	44.015	39%

Nederland ontving in 2021 31,7 miljoen verblijfsgasten. Dit zijn de binnenlandse toeristen en de inkomende toeristen uit het buitenland. Tevens valt onder deze 31,7 miljoen alleen het verblijfstoerisme. Dit is een vorm van toerisme waarbij de toerist zich voor een langere tijd in een gebied vestigt om daar vakantie te houden (De Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030, 2023). In tabel 1 is te zien dat verreweg de meeste toeristen binnenlandse toeristen zijn. In 2021 komt ruim 80% van de toeristen uit Nederland zelf. Het overige percentage bestaat uit het inkomend verblijfstoerisme. De meeste buitenlandse verblijfstoeristen komen uit Duitsland, namelijk 38%. Na Duitsland volgt België met 18%.

Tabel 1 - Verwachting aantal toeristen

In Zeeland kwam het aantal overnachtingen in 2022 uit op bijna twaalf miljoen. Dit is een stijging van 8% ten opzichte van 2021. Het aantal inkomende toeristen heeft zelfs een stijging van 76% doorgemaakt ten opzichte van 2021. De buitenlandse gasten hebben Zeeland dus een stuk vaker weten te vinden. Het aantal overnachtingen van Belgische gasten steeg met ruim de helft en het aantal Duitse overnachtingen zelfs met 82%. In tegenstelling tot het aantal buitenlandse toeristen, is het aantal Nederlandse toeristen gedaald met 23% (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2023).

Verder was de zomer van 2020 de drukste ooit gemeten. Daarnaast had 2021 het drukste najaar ooit en 2022 het drukste voorjaar ooit gemeten (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2023). De drukke perioden in 2020 en 2021 kunnen verklaard worden door de coronapandemie. Doordat mensen niet naar het buitenland konden of verre reizen konden maken was Zeeland een mooi alternatief.

1.2 Consumptiegedrag door de jaren heen

Toeristen consumeren op hun vakantie veel eten en drinken. Denk aan de consumptie van lokale specialiteiten. Zeeland staat bijvoorbeeld bekend om zijn bolussen en mosselen. De manier van consumptie is verschillend bij toeristen. Denk aan uit eten gaan of juist zelf koken in het huisje van het vakantiepark. Daarom wordt in dit hoofdstuk gekeken naar het consumptiegedrag van toeristen en dag bezoekers door de jaren heen.

Consumptiegedrag

Eten en drinken zijn essentiële onderdelen van ons bestaan, bovendien krijgt het een extra betekenis tijdens een vakantie of een dagje uit. Zo geeft 85% van de Nederlandse toeristen aan dat zij eten en drinken zéér belangrijk vinden tijdens een vakantie (Nouwens, 2020). Ook geeft bijna de helft van de Duitse toeristen die Zeeland bezoeken aan wel eens uit eten te gaan tijdens hun vakantie (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2017).

Het eetgedrag van toeristen is door de jaren heen sterk veranderd. Hieronder zijn een aantal belangrijke veranderingen weergegeven, zoals: vlees- en plastic gebruik, maar ook het nauwkeurig letten op bereiding van voedsel.

Nederland (2010-2015)

Toeristen aten vroeger minder vlees dan dat zij nu doen (Wageningen Economic Research, 2020). Uit berekening van Wageningen Economic Research is gebleken dat inkomend toerisme een groot aandeel heeft in vleesconsumptie. Echter lag het in de tijdsperiode 2012-2015 een stuk lager dan nu. Ondanks dat de toeristen vroeger duurzamer consumeerden, doordat zij minder vlees aten, was de manier van consumeren wel schadelijker. Vroeger maakte de horeca namelijk nog veel meer gebruik van plastic frietbakjes en plastic flesjes.

Inkomend toerisme en aandeel in vleesgebruik				
Jaartal	Totaal aantal overnachtingen uit het buitenland (mln.)	Totale vleesverbruik toeristen (ton)	Per hoofd van de Nederlandse bevolking (kg)	Bevolking (mln.)
2012	29,570	8.871	0,53	16,730
2013	31,771	9.531	0,57	16,780
2014	34,424	10.327	0,61	16,829
2015	37,298	11.189	0,66	16,901
2016	39,624	11.887	0,70	16,979
2017	44,169	13.251	0,78	17,082
2018	47,002	14.101	0,82	17,181
2019	51,750	15.525	0,90	17,282

Tabel 2 - Aandeel in vleesgebruik

Bron: Wageningen University & Research, 2020

Nederland (2015-2020)

Er is nu een enorm verschil te zien als dit wordt vergeleken met vijf tot tien jaar geleden als het gaat om het nuttigen van vlees. Denk bijvoorbeeld aan de vele vegetarische of veganistische vleesvervangers, die op dit moment in de schappen liggen. Echter is de horeca een grootaangebieder en promotor van écht vlees. Volgens onderzoeker Hans Dagevos, consumptiesocioloog bij de WER, kan de consumptiestijging van vlees aan twee factoren liggen.

Allereerst zijn veel mensen zogenoemde flexitariër. Dit zijn mensen die overwegend vegetarisch eten, maar af en toe nog wel een stukje vlees eten. Waar veel mensen thuis niet tot nauwelijks vlees eten, wordt dat in de horeca vaak opzijgezet. Bovendien kan het liggen aan het groeiende aantal toeristen in Nederland (NOS, 2020). Zo blijkt dat Duitsers nog zo'n 20 kilo meer vlees eten dan Nederlanders (Noord360, 2020). Het feit dat er buitenshuis of op een vakantiepark wel veel vlees wordt geconsumeerd is dus een enorme verandering.

Er is een eigen onderzoek gestart door dit onderzoeksteam, met betrekking tot het eten van vlees en vis. In de linker tabel wordt eerst gekeken naar de stad met het grootste aantal toeristen in Nederland, in dit geval Amsterdam. In onderstaande figuren zijn de top 5 beste restaurants, volgens Tripadvisor, in Amsterdam en in Zeeland te zien. Wat opvalt is dat de hoeveelheid vleesgerechten in de restaurants in Amsterdam enorm hoog ligt in vergelijking met visgerechten of vegetarische gerechten. Ondanks dat Zeeland bekend staat om de vis, ligt ook hier het aantal vleesgerechten vaak hoger dan de vis- of vegetarische gerechten.

SOORTEN GERECHTEN BIJ DINER AMSTERDAM				SOORTEN GERECHTEN BIJ DINER ZEELAND			
RESTAURANTS	VLEES GERECHTEN	VIS GERECHTEN	VEGA GERECHTEN	RESTAURANTS	VLEES GERECHTEN	VIS GERECHTEN	VEGA GERECHTEN
Mr. Meat	16	0	1	De Brass Goes	5	2	1
Bollywood Indian restaurant	7	1	6	Oesterproeverij Pekaar	1	12	0
Eastwood Beer & Grill	3	1	1	Barres	1	3	2
Brasserie Ambassade	1	1	1	Het Eifde Gebod	2	1	1
DAY'S StoneGrill 1870	10	5	2	Restaurant SteakER	6	1	1

Figuur 1 - Soorten gerechten bij top 5 restaurants

Bovendien wordt er naar de verandering van consumptiegedrag gekeken. Dit wordt gedaan bij de gasten van De Keukenhof en CenterParcs. Ernest van de Voort, manager Marketing & Concepts bij Albron Leisure, vindt de verandering van het eetgedrag geen verrassing. "Hoewel consumenten in een recreatieve setting zichzelf doorgaans iets meer toestaan of minder streng zijn, zien we ook een beweging ontstaan waarbij men altijd een bewustere lifestyle nastreeft." Zo vertelt Van de Voort verder dat er steeds vaker wordt gekozen voor vegetarische alternatieven van de menukaart of voor kleinere porties (Leisure, 2015). Frank de Reu van Strandpaviljoen Puur bevestigt dit punt. Hij geeft aan dat hij meer vegetarische gerechten op de kaart heeft staan dan een aantal jaar geleden.

Bovendien heeft Bungolowparkoverzicht in 2018 een ‘eten en drinken’ onderzoek gehouden onder Nederlandse vakantiegangers (Bungalowparkoverzicht.nl, 2020). Hiernaast hebben zij ondervonden dat bijna de helft van de vakantiegangers net zo gezond eet als ze thuis doen. 1% eet zelfs gezonder op een vakantiepark. Hieruit kan worden geconcludeerd dat mensen op vakantieparken goed letten op hun eten.

Zeeland (2015-2020)

In deze paragraaf wordt er gekeken naar het consumptiegedrag van bezoekers in Zeeland. Tijdens een onderzoek van het HZ Kenniscentrum Kusttoerisme is naar voren gekomen dat ook toeristen in Zeeland naar bepaalde aspecten kijken als zij uit eten gaan. Bijna de helft van de respondenten gaf namelijk aan dat zij altijd op de ‘versheid’ van producten letten. Daarnaast wordt ook gelet op gezondheid, wel doen zij dit minder dan de toeristen die zelf koken.

Bovendien kiezen steeds meer mensen voor organisch of biologisch geteeld voedsel (Culinair Zeeland, 2017). Veel Zeeuwse toeristen vertonen hetzelfde consumptiegedrag als de rest van de Nederlandse toeristen.

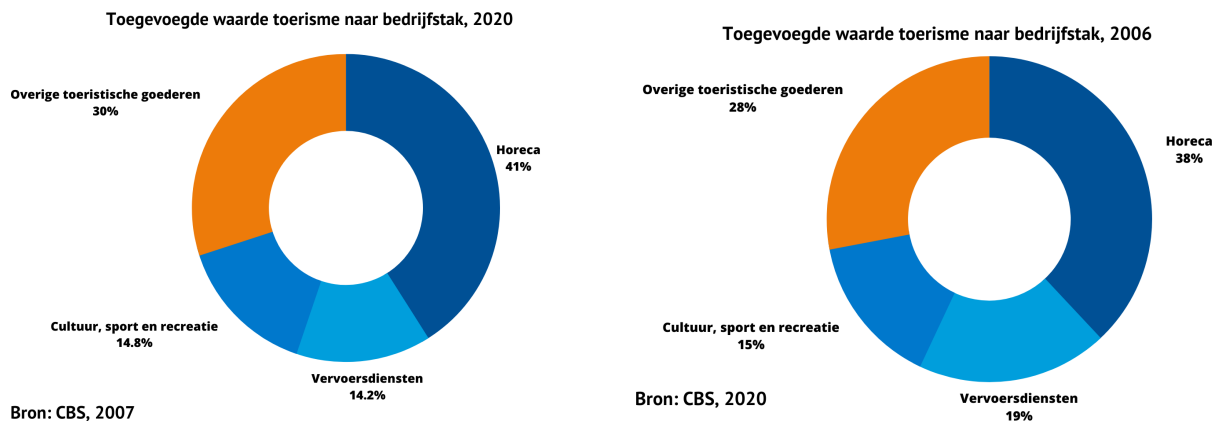
Zeeuwse ondernemers bevestigen dat het consumptiegedrag veranderd is door de jaren heen. Zo geeft Dave Bout, eigenaar van Seafarm, aan dat toeristen duurzaamheid steeds belangrijker vinden. Zij kunnen dit op verschillende manieren opvatten. Denk aan het welzijn van dieren en de manier waarop voedsel wordt gemaakt of gepresenteerd. Frank de Reu, regiovoorzitter KHN Zeeland, bevestigt dit.

Er kan geconcludeerd worden dat er grote veranderingen zijn geweest op het gebied van voedselconsumptie door toeristen. Bovendien zal het consumptiepatroon altijd met de jaren mee blijven bewegen. Elke toerist heeft zijn eigen visie op het gebied van voeding en duurzaamheid. Overigens worden er een aantal aspecten populair binnen nu en tien jaar. Dit zijn belangrijke zaken waarop de horecasector kan inspelen en toeristen kunnen winnen. Deze toekomstige trends en aanbevelingen worden later in het trendrapport besproken.

Toeristische statistieken

Er wordt in dit trendrapport ook gekeken naar een aantal statistieken rondom de toeristische sector. Deze worden vergeleken met een aantal jaren geleden. Deze statistieken hebben betrekking op de voedselconsumptie. Zo is te zien dat nu, maar ook ruim vijftien jaar geleden de meeste uitgaven van binnenlandse toeristische consumptie naar horecadiensten ging (CBS, 2007). Ook binnen de Zeeuwse uitgaven liggen de horecadiensten het hoogst, zo blijkt uit onderzoek van HZ Kenniscentrum Toerisme.

Hieronder is een figuur uit 2006 en een recente figuur uit 2020 weergegeven.



Figuur 2 - Toegevoegde waarde van toerisme

Bovendien is in figuur 2 te zien dat de toegevoegde waarde van de horeca is gestegen met 3% (CBS, 2021). Ook zijn de toeristen in Nederland verantwoordelijk voor zo'n 30% van het strandafval. Dit is voornamelijk afval van frietbakjes of drinkflesjes (Ministerie van Algemene Zaken, 2022).

1.3 Een duurzame koers

Het achtste doel van de Sustainable Development Goals, de SDG's, gaat over waardig werk en economische groei. De SDG's, zijn zeventien doelen om van de wereld een betere plek te maken in 2030. Ze zijn een mondiaal kompas voor uitdagingen als armoede, onderwijs en de klimaatcrisis (SDG Nederland, 2023). Hierin staat het volgende doel centraal: tegen 2030 een beleid bedenken en implementeren om duurzaam toerisme te promoten zodat banen gecreëerd worden en de lokale cultuur en producten gepromoot worden (SDG Nederland, 2022). Deze SDG laat zien hoe deze doelen terugkomen in het dagelijks leven en tevens hoe relevant deze zijn voor dit trendrapport. Het gaat hierbij om het vinden van een balans tussen economische-, sociale- en milieubelangen.

Lokaal voedsel

Een belangrijke invloed op duurzaamheid in de toeristische sector is de groeiende aandacht voor lokale producten en traditionele gerechten. Reizigers willen steeds vaker de lokale cultuur ervaren en deelnemen aan authentieke eetervaringen. Deze zijn voor de bestemming die de toeristen bezoeken (Wielenga z.d.). Lokale producten hebben doorgaans minder impact op het milieu, omdat ze minder kilometers hoeven af te leggen om op ons bord te belanden. Bovendien dragen ze bij aan het behoud van traditionele landbouwmethoden en biodiversiteit (Buijtendijk et al, 2022).

Technologie

Een andere invloed op duurzaam toerisme en consumptie is het toenemende gebruik van technologie om de voedselketen transparanter te maken. Zo worden bijvoorbeeld Blockchain-technologie en apps gebruikt om informatie te verstrekken over de herkomst en kwaliteit van voedsel. Door deze transparantie kunnen reizigers en bedrijven bewuste keuzes maken en bijdragen aan een duurzamere voedselketen. Bedrijven kunnen op hun beurt ook transparanter zijn over hun eigen duurzaamheidsinspanningen, wat kan leiden tot een verbetering van hun imago en méér vertrouwen bij consumenten (Van Wassenaer MSc, 2021).

Overheid

De overheid speelt ook een belangrijke rol in het bevorderen van duurzame consumptie en duurzaam toerisme. Verschillende landen hebben wetten en regels opgesteld om duurzame consumptie te stimuleren en om de negatieve impact van toerisme op het milieu en de lokale gemeenschappen te verminderen. Bovendien investeren overheden in duurzame landbouw en voedselproductie om de voedselzekerheid te waarborgen en om bij te dragen aan een gezonde en duurzame toekomst.

Duurzaam toerisme

Duurzame consumptie kan ook bijdragen aan duurzaam toerisme. Hotels en restaurants kunnen bijvoorbeeld duurzame ingrediënten gebruiken en lokale producten promoten om de ecologische voetafdruk van toeristen te verminderen. Dit kan bijdragen aan de lokale economie en cultuurbehoud. Daarnaast worden toeristen hierdoor bewuster van hun voedingskeuzes en de impact hiervan op het milieu en de lokale gemeenschappen. Zo stelt Valentijn Damen, eigenaar van Pier 7, dat: “Met plastic zijn we nog bezig, want daar krijgen we geen optie in vanuit de gemeente.” Dit kan leiden tot een grotere vraag naar duurzame voeding en een verandering in de voedselindustrie (Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, z.d.).

“Met plastic zijn we nog bezig, want daar krijgen we geen optie in vanuit de gemeente.”

Valentijn Damen, Pier 7

In Nederland zijn er verschillende initiatieven gestart om duurzame voeding binnen toerisme te bevorderen. Zo zijn er hotels en restaurants die zich richten op duurzame voeding en eco-vriendelijke methoden. Hiernaast zijn er verschillende keurmerken en labels die duurzame consumptie en duurzaam toerisme promoten, zoals het Green Key keurmerk en het EKO-keurmerk (Milieu Centraal, z.d.). Tevens investeert de Nederlandse overheid in duurzame landbouw en voedselproductie, zoals het programma Duurzame Landbouw van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. In 2023 gaan zij aan de slag met een aantal grote opgave. In de huidige begroting van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit voor 2023 is er in totaal 340 miljoen euro gereserveerd voor ondersteuning van vrijwillige beëindigingsregelingen. Deze regelingen zijn gericht op verdere verduurzaming van de veehouderij en het verminderen van stikstofdepositie (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2022).

Duurzame voeding heeft dus niet alleen voordelen voor het milieu en de menselijke gezondheid, maar kan ook bijdragen aan duurzaam toerisme. Door bewuster om te gaan met onze voedingskeuzes en te kiezen voor duurzame consumptie kunnen we de impact van toerisme op het milieu en de lokale gemeenschappen verminderen. Het is belangrijk dat overheden, bedrijven en consumenten samenwerken om duurzame consumptie en duurzaam toerisme te bevorderen en zo bij te dragen aan een gezonde en duurzame toekomst (Green Key, z.d.).

Samenvatting

Het toerisme en de duurzame voedselconsumptie in Nederland worden onderzocht, met aandacht voor de veranderingen in eetgedrag van toeristen en dagbezoekers. COVID-19 heeft de toeristische sector beïnvloed, maar binnenlands toerisme is in 2021 hersteld. Eten en drinken zijn essentieel voor Nederlandse toeristen, en er is een verschuiving naar meer vegetarische en veganistische opties. Toerisme heeft een significante impact op vleesconsumptie, met een groeiende vraag naar vlees in de horeca. Het aantal vleesgerechten is hoger dan het aantal vegetarische of visgerechten. Veranderingen in eetgedrag bij De Keukenhof en CenterParcs worden onderzocht. Duurzaam toerisme vereist balans tussen economische, sociale en milieubelangen. Gebruik van lokale producten en traditionele gerechten is een oplossing. Bewustzijn van consumenten is uitdaging, educatie en communicatie zijn essentieel. Marketing, informatievoorziening en educatieve programma's kunnen hierbij helpen. Duurzame voedselconsumptie speelt belangrijke rol bij SDG's.



SMAAK VAN VERANDERING




2

Smaak van verandering

In de afgelopen decennia heeft de samenleving een groeiende belangstelling getoond voor duurzaamheid. Deze duurzaamheid uit zich op allerlei verschillende vlakken. Denk hierbij aan verduurzaming van transport, opwekking van energie, recycling en voeding. Deze duurzaamheidstrend is ook terug te zien bij toeristen in de provincie Zeeland. De vraag naar duurzame voeding en de interesse in de herkomst van voedsel is in de afgelopen jaren sterk toegenomen onder consumenten. Deze ontwikkeling heeft geleid tot veranderingen in de voedselproductie- en consumptieketen, wat vervolgens weer een belangrijke invloed heeft gehad op toeristen in Zeeland.

Valentijn Damen, mede-eigenaar en oprichter van Pier 7, vertelde bijvoorbeeld in een interview dat ondanks het feit dat ze vanaf de opening een Gouden Green Key Certificaat hebben, ze nog steeds stappen zetten om het restaurant nog duurzamer te maken.

Ook werd besproken welke stappen andere restaurants kunnen nemen om te beginnen met verduurzamen. Damen gaf aan dat het al met de kleinste aanpassingen kan beginnen.



"Vorig jaar deden we Fristi en chocomel uit pakken schenken. Nou, dat is elke dag meer afval om het zo maar te zeggen. We hebben toch omgezet naar flesjes. Dit is veel duurder aan inkoop, maar dan weegt de verkoopprijs maar gewoon mee."

Valentijn Damen, Pier 7

“ Stop met voorverpakte suiker, maar leg er gewoon een klontje bij. Er zijn zoveel mogelijkheden waarin je echt wel kan verbeteren. ”

Valentijn Damen, Pier 7

2.1 Van boer tot bord

Een belangrijke trend die de afgelopen jaren binnen de voedingssector zichtbaar is geworden, is de groeiende populariteit van biologische voeding. Biologische voeding is ontstaan in de jaren twintig van de vorige eeuw, toen boeren alternatieven zochten voor chemische bestrijdingsmiddelen en kunstmest. De biologische beweging kreeg een extra impuls in de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw, toen mensen zich meer bewust werden van de risico's van genetisch gemodificeerde gewassen (Nature & more, z.d.).

Tegenwoordig zijn toeristen steeds bewuster bezig met hun gezondheid en het milieu. Biologische voeding past hier goed bij (Voorn, 2023). Hotels en restaurants in Zeeland spelen hierop in door steeds meer biologische producten op de menukaart te zetten. In de toekomst zal de trend van biologische voeding naar verwachting blijven groeien, omdat steeds meer mensen zich bewust worden van de voordelen en bereid zijn om meer te betalen voor duurzame- en biologische producten. Bovendien zullen nieuwe technologieën en landbouwmethoden de productie van biologische voeding efficiënter maken en de prijzen waarschijnlijk verlagen. Deze verlagingen kunnen daarnaast resulteren in een lagere inkoopprijs voor bedrijven met veel biologische producten (TNO, z.d.).

Veel mensen weten niet goed het verschil tussen biologisch en duurzaam voedsel. Het onderscheid hiertussen is dat biologisch voedsel niet altijd duurzaam is, hoewel duurzaam voedsel vaak wel biologisch is. Bij biologisch geproduceerd voedsel staat het welzijn van dieren en de kwaliteit van de landbouwgrond centraal. Dit houdt in dat dieren goed behandeld worden en er geen gebruik wordt gemaakt van kunstmest of chemische bestrijdingsmiddelen. Dit betekent dus niet dat biologisch voedsel ook automatisch duurzaam is, hoewel dit voor veel toeristen wel zo lijkt (Voedingscentrum, z.d.).

2.2 Eet lokaal, denk globaal

Steeds meer restaurants en andere horecaondernemers kiezen er tegenwoordig voor om lokaal geproduceerd voedsel in te kopen. Het gebruik van lokale voeding is zeker niet nieuw, maar wordt wel steeds populairder onder toeristen (Wielenga, z.d.). Deze stijgende trend is mede ontstaan doordat er veel kritiek is op de huidige voedselindustrie en de negatieve effecten die deze industrie op het milieu en de lokale economie heeft.

Restaurants in Zeeland kopen niet alleen lokale producten in, maar steeds meer toeristen willen ook voedsel dat afkomstig is van lokale boerderijen. Hierdoor geven veel hotels en restaurants in Zeeland de voorkeur aan ingrediënten die lokaal zijn geproduceerd.

Uit onderzoek blijkt dat consumenten lokaal geproduceerd voedsel associëren met kwaliteit, versheid en authenticiteit (Tregear et al., 2011). Door lokale producten op de menukaart te zetten, kunnen hotels en restaurants in Zeeland zich onderscheiden van hun concurrenten en toeristen aantrekken die geïnteresseerd zijn in duurzaamheid en een bewuste levensstijl.

De trend van lokaal geproduceerde voeding zal naar verwachting blijven groeien in de toekomst. Consumenten willen steeds meer weten over de herkomst van hun voedsel en zijn bereid om daarvoor extra te betalen. Ondernemingen binnen Zeeland kunnen dus goed inspelen op deze opkomende trend.

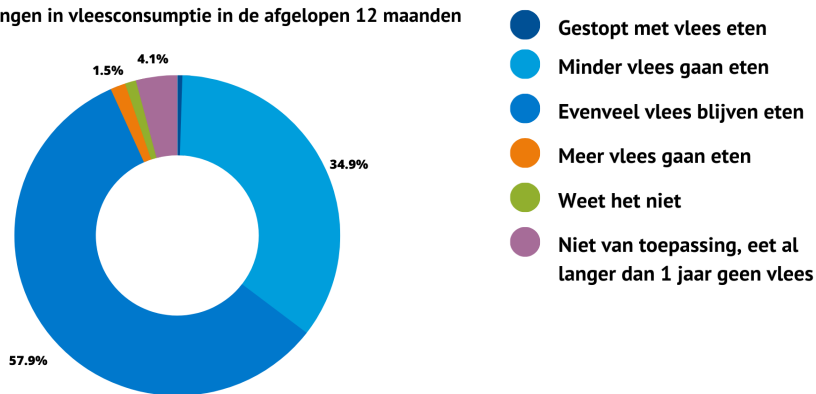
2.3 De smaak van groene verandering

Naast biologisch of lokaal voedsel is een relevante trend: het verminderen of zelfs geheel vermijden van vlees. De geschiedenis van het plantaardig consumeren gaat al ver terug. De oorsprong van het vegetarisch- en veganistisch dieet ligt in het oude Griekenland, waar Pythagoras en zijn volgelingen zich hieraan hielden. Ook in India is dit al eeuwenlang een traditie vanwege religieuze overtuigingen.



Tegenwoordig is de voornaamste reden voor vegetarisch- of veganistisch consumeren het groeiende bewustzijn omtrent de impact van de vleesindustrie op het milieu en dierenwelzijn. In figuur 3 is te zien dat 34,9% van de Nederlanders in 2020 minder vlees is gaan eten dan daarvoor. Daarentegen is slechts 1,5% meer vlees gaan eten (Van Beuningen, 2021).

Ontwikkelingen in vleesconsumptie in de afgelopen 12 maanden



Bron: CBS, 2020

Figuur 3 - Ontwikkelingen in vleesconsumptie

Hotels en restaurants spelen hierop in door meer vegetarische- en veganistische opties op hun menu's aan te bieden. Ook zijn er steeds meer vegetarische-veganistische festivals en evenementen, waarbij de focus ligt op duurzaamheid en gezondheid. Zo is in 2019 in Delft het eerste volledige vegetarische/veganistische restaurant geopend. Inmiddels heeft dit volledig plantaardige restaurant andere vestigingen geopend in Amersfoort, Rotterdam en Den Haag (Rozey, 2022).

Dit is natuurlijk een uitstekend voorbeeld voor bedrijven in Zeeland die ook stappen richting plantaardige alternatieven willen zetten. In Zeeland is er namelijk nog vrijwel geen restaurant of horecagelegenheid dat volledig gebruik maakt van plantaardige gerechten. Uiteraard kan je als restauranteigenaar in Zeeland ook met kleine stappen beginnen richting vleesvervangers op de menukaart (Sabaté et al., 2014).

Valentijn Damen, Pier 7

"Op het moment dat je ook maar een klein stapje hierin maakt, word je er toch bewuster van. Dan groeit die interesse ook vanzelf. Althans, bij de meeste mensen dan."

"De mensen zijn zich veel meer bewust van vegetarische gerechten maar ook van visgerechten. Als ik kijk naar de gemiddelde hoeveelheid vlees die wordt geserveerd en wat dat in het verleden was, zie je daar echt een substantiële daling"

Frank de Reu, strandpaviljoen Puur

2.4 Van restjes tot heerlijkheden

Naast het inkopen van de juiste duurzame producten, is het zelfs nóg belangrijker om de producten die je koopt, niet weg te gooien of te verspillen. In is immers te zien dat voedselverspilling verminderen de nummer één manier is om klimaatverandering wereldwijd tegen te gaan. Door wereldwijd geen voedsel te verspillen, wordt er jaarlijks 1,4 miljard hectare land, 250 biljoen liter water en voldoende voedsel voor 1,26 miljard mensen voor een heel jaar bespaard (Samen Tegen Verspilling, 2019).



Afbeelding 1 - Voedselverspilling aanpakken (Bron: Samen tegen verspilling, 2019)

In Zeeland zijn er al verschillende initiatieven om voedselverspilling tegen te gaan. Een voorbeeld is de app 'Too Good to Go'. Dit is een app die restaurants en winkels helpt om hun overtollige voedselvoorraad te verkopen aan klanten tegen een gereduceerde prijs. Dit helpt niet alleen om voedselverspilling te verminderen, maar biedt ook een duurzame optie voor toeristen die op zoek zijn naar voedzame en betaalbare maaltijden (Too Good to Go, z.d.).

Als Zeeuwse horeca-eigenaar kan je zelf ook voedselverspilling tegengaan. Eric Huiser, docent Horeca & Voeding op hotelschool Curio in Bergen op Zoom, geeft aan dat ze van vrijwel alle voedingsrestjes een nieuw gerecht maken.

“Wij produceren hier heel veel voedsel op een dag in beide keukens, maar eigenlijk hebben we weinig verspilling. We gooien bijna niets weg, want we kunnen alles verkopen. Wat we in de restaurantkeuken over hebben, kunnen we altijd op een dagmenu zetten of verkopen bij de zogeheten counter.”

Restaurants in Zeeland kunnen natuurlijk ook vaker letten op het gebruiken van restjes voor andere recepten, zoals soepen. Daarnaast kan de restaurant gast het eten wat niet opgegeten wordt, meenemen in de welbekende 'doggybag'. Dit is een bakje of tasje, wat je als gast meekrijgt, met de rest van de maaltijd (Brons, 2020).



Samenvatting

Er zijn verschillende manieren waarop restaurants en horecaondernemers in Zeeland kunnen bijdragen aan een duurzamere voedselindustrie. Allereerst kan het verminderen van voedselverspilling zorgen voor enorme besparingen op land, water en voedsel. In Zeeland zijn er al initiatieven zoals de app 'Too Good to Go', die restaurants en winkels helpt hun overtollige voedselvoorraad te verkopen tegen een gereduceerde prijs. Daarnaast kunnen Zeeuwse horeca-eigenaren restjes gebruiken voor nieuwe gerechten en gasten de mogelijkheid bieden om het eten mee te nemen in een 'doggybag'.

Een groeiend bewustzijn over de impact van de vleesindustrie op het milieu en dierenwelzijn zorgt ervoor dat steeds meer mensen hun vleesconsumptie verminderen of vermijden. Hotels en restaurants spelen hierop in door steeds meer vegetarische- en veganistische opties op hun menu's aan te bieden. Hoewel er nog vrijwel geen restaurant in Zeeland is dat volledig gebruik maakt van plantaardige gerechten, kunnen restaurants beginnen met kleine stappen richting vleesvervangers op de menukaart.

Restaurants en horecaondernemers in Zeeland kiezen steeds vaker voor lokaal geproduceerd voedsel vanwege kritiek op de voedselindustrie en de negatieve effecten daarvan op het milieu en de lokale economie. Toeristen tonen ook steeds meer interesse in lokaal geproduceerd voedsel vanwege de associatie met kwaliteit, versheid en authenticiteit. Hotels en restaurants in Zeeland kunnen zich onderscheiden door lokale producten op de menukaart te zetten en zo toeristen aantrekken die geïnteresseerd zijn in duurzaamheid en een bewuste levensstijl.

Ten slotte speelt de groeiende populariteit van biologische voeding ook een rol binnen de voedingssector. Hotels en restaurants in Zeeland spelen hierop in door steeds meer biologische producten op de menukaart te zetten. Biologische voeding richt zich op het welzijn van dieren en de kwaliteit van de landbouwgrond, maar dit betekent niet automatisch dat biologisch voedsel ook duurzaam is. Het is belangrijk om te beseffen dat duurzaam voedsel vaak wel biologisch is, maar andersom niet altijd het geval is. Het verschil tussen biologisch en duurzaam voedsel is dus belangrijk om in gedachten te houden. De trend van biologische voeding zal naar verwachting blijven groeien omdat steeds meer mensen zich bewust worden van de voordelen en bereid zijn om meer te betalen voor duurzamere- en biologische producten.

EEN SMAAKVOLLE IMPACT



3

Een smaakvolle impact

In dit hoofdstuk zal de impact van verschillende trends uit hoofdstuk 2 worden beschreven. Er komen verschillende aspecten terug. Denk aan de impact op het milieu, economie, technologie, overheid en maatschappij.

3.1 Groen genieten

Alle trends die beschreven zijn in hoofdstuk 2 hebben een enorme impact op het milieu. De omgeving wordt namelijk snel vervuild door ongecontroleerd menselijk gedrag. Veel broeikasgassen die vrijkomen bij het gehele proces van voedselconsumptie leiden tot klimaatverandering. Denk hierbij aan transport van voedsel, verwarming en landbouwactiviteiten. Aan de ene kant is er veel uitstoot van gassen, terwijl aan de andere kant de horeca probeert te verduurzamen. In deze paragraaf worden de volgende trends en de impact daarvan behandeld: biologische landbouw, lokaal- en seizoensgebonden producten, vegetarisch- en veganistisch eten, voedselverspilling en het gebruik van plastic en karton.



Om te beginnen is het belangrijk om in kaart te brengen hoe ernstig de zaak rondom klimaatverandering is. De impact van toerisme op de klimaatopwarming kan de volgende vijftien jaar meer dan verdubbelen (BNNVARA, z.d.).

De biologische landbouw is milieuvriendelijker in vergelijking met reguliere landbouw. Dit komt, doordat de producten minder of geen resten van bestrijdingsmiddelen bevatten. Tevens wordt er minder stikstof uitgestoten (Voedingscentrum, z.d.). Daarnaast letten boeren bij biologisch voedsel en productie op het welzijn van de dieren. Dit geeft voldoening bij gasten van een restaurant, zij kijken steeds vaker naar dierenwelzijn. Ook Dave Bout, eigenaar van Seafarm, valt dit op.

Zo letten steeds meer gasten op hoe Dave met zijn vissen omgaat.

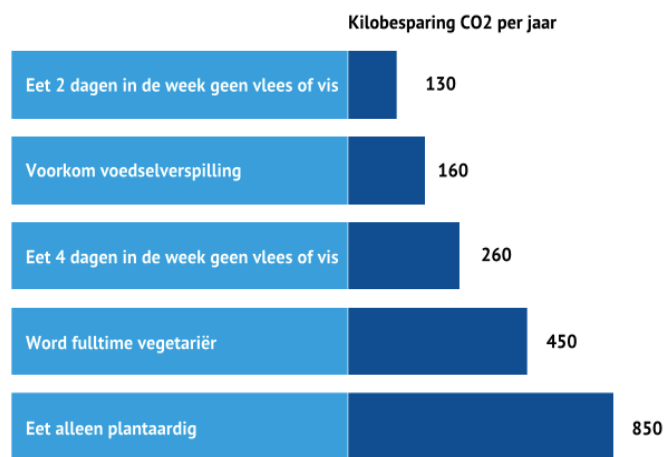
Bovendien wordt lokaal eten verbouwen en consumeren ook steeds populairder, zoals beschreven staat in hoofdstuk 2.2. Het gebruiken van lokale voedselproducten vermindert de uitstoot van CO₂ door de reis van deze producten te verkorten. Hoe minder kilometers het voedsel aflegt, hoe minder vervuiling (Milieu Centraal, 2022). Ook bij seizoensgebonden producten is de kans kleiner dat de producten uit een verwarmde kas of uit het buitenland komen.

“De laatste jaren krijgen we daar steeds meer vragen over. Daarvoor hoorde je er niemand over. Wij hebben hier een aquarium, wat je net misschien hebt gezien. Daar hebben wij bijvoorbeeld eens een tarbotje in gedaan. We vonden dat een leuk idee, maar later kregen we heel veel commentaar.”

Dave Bout, Seafarm



Als er gekeken wordt naar mensen die weinig tot geen vlees en zuivel consumeren hebben zij een lagere ecologische voetafdruk en zorgen voor minder broeikasgasuitstoot en landgebruik (Voedingscentrum, z.d.). In afbeelding 2 is te zien hoeveel kilo CO₂ er bespaard kan worden door weinig tot geen vlees of zuivel te consumeren. Opvallend is dat al 260 kilo CO₂ per jaar bespaard kan worden als een persoon vier dagen geen vlees of vis eet. Bovendien besparen mensen die veganistisch eten 850 kilo CO₂ per jaar. Dit staat vrijwel gelijk aan een retourtje met het vliegtuig naar Berlijn (Milieu Centraal, z.d.).



De gemiddelde jaarlijkse CO₂-uitstoot van een Nederlandse huishouden is 20.000 kilo

Afbeelding 2 - Bewust eten en drinken (Bron: De Vries, 2021)

Daarnaast draagt toerisme bij aan het vervuilen van het milieu. Zo ligt het landelijk gemiddelde van afval bij 554 kilo per inwoner en in Zeeland ligt dit gemiddelde zelfs op 754 kilo per inwoner. Echter is de toeristische sector ook een boosdoener in milieuvervuiling door straatafval. Naast dat dit voor de inwoners van Zeeland een groot irritatiepunt is, is dit ook enorm vervuilend (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2020). Vooral plastic is een grote vervuilingsfactor. Veel horecagelegenheden gebruiken daarom nu kartonnen frietbakjes in plaats van plastic frietbakjes. De kartonnen frietbakjes zijn namelijk beter afbreekbaar. Ook zijn PET-flessen populair, hier zit immers statiegeld op. Uit onderzoek is gebleken dat zo'n 80% van de Nederlanders hun flesjes weer terug inleveren (NOS, 2022). Hierdoor wordt er voorkomen dat er veel zwerfval in het milieu terecht komt. Zeeland stelt dan ook een milieuprogramma op, dat gaat over een gezonde leefomgeving, denk aan lucht en geur.

Verder mogen horecaondernemers vanaf juli 2023 geen gratis plastic wegwerpbakjes en -bekertjes meer meegeven aan de klant. Dit is een maatregel die wordt genomen om de plasticsoep tegen te gaan. Door het volgen van die maatregelen hopen horecaondernemingen dat gasten bewuster worden van de gevolgen van zwerfval en de plastic soep (KVK, z.d.). Wel geeft de eigenaar van Zeeuws restaurant Seafarm aan dat zij geen plastic mogen gebruiken uit gerecyclede bronnen wat direct in aanraking komt met voedsel. Zo zegt hij: "Daar loopt de industrie best wel op achter in de regelgeving." In de toekomst zal dit wellicht nog kunnen veranderen.



Als laatste is voedselverspilling binnen de horeca een groot probleem. Zo is de horeca verantwoordelijk voor 14% van de totale voedselverspilling in Nederland. Bovendien vindt bijna driekwart plaats in de keuken (Unilever Food Solutions, z.d.). Uit interviews is gebleken dat Zeeuwse ondernemers dit een groot probleem vinden, zij doen er daarom alles aan om zo min mogelijk voedsel te verspillen. Zo geeft de eigenaar van Seafarm aan zo veel mogelijk van het product te gebruiken. Denk hierbij aan het maken van soep van afsnijdrels vis.

3.2 Van kostenpost naar verdienmodel

Naast de impact van de trends op het milieu, wordt de economie ook beïnvloed. Veel Nederlandse bedrijven versterken hun concurrentiepositie door duurzame oplossingen te bedenken. Denk hierbij aan het verminderen van gasgebruik of eigen energie opwekken door zonnepanelen. Duurzame vernieuwingen leveren op lange termijn dan ook geld en banen op. Volgens de Rijksoverheid is dit de reden dat economie en milieu goed samengaan (Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, 2022).

Verbinding

Aan de ene kant kan de economische groei ten koste gaan van het milieu, denk bijvoorbeeld aan uitputting van grondstoffen. Daarnaast brengen productie en consumptie van goederen en diensten verschillende typen milieudruk mee, zoals emissies in het water.

Aan de andere kant kunnen maatregelen voor de verbetering van milieu nadelig zijn voor de economie, zoals de stikstofkwestie. Er is sprake van een wisselwerking tussen economie en milieu (CBS, z.d.-a).

Lokaal verbouwen

Hiernaast is het verbouwen van lokaal voedsel goed voor de economie. Het promoten van lokale gerechten kan namelijk de lokale economie en landbouwsector stimuleren. Dit kan bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van een regio. Dit betekent bijvoorbeeld het gebruik van biologische en lokaal geproduceerde ingrediënten en het verminderen van voedselverspilling. Er is dus een groeiende markt voor duurzaam, lokaal geproduceerd voedsel waarbij onder andere horecaondernemers genoeg nemen met lagere opbrengsten (PBL, 2016). Dit komt, omdat de duurzaamheid voor de toerist steeds belangrijker wordt. De horeca levert opbrengst in, maar de toerist krijgt hier wel beleving voor terug.

Inflatie

Onder andere door de oorlog tussen Rusland en Oekraïne is het voor ondernemers een uitdagend jaar. Vanaf 2022 heeft heel Nederland te maken met inflatie. Dit is overigens goed nieuws voor de verduurzaming. Veel consumenten proberen zuiniger te doen met het voedsel, waardoor er minder voedselverspilling ontstaat (Redactie Change Inc., 2022). Aan de andere kant zorgt dit er wel voor dat mensen minder duurzame producten gaan kopen en teruggrijpen op traditionele producten en gerechten. De duurzame- en lokale producten blijven liggen en er wordt meer gekeken naar de goedkoopste optie. Als mensen in de toekomst meer te besteden hebben, wordt er weer een toename van de omzet van duurzame- en lokale producten verwacht (NOS, 2022).

Werkgelegenheid

Daarnaast is toerisme een belangrijke sector in Zeeland. De toeristische sector levert veel geld op (Toerisme en Zeeland, 2020). Bovendien zijn er economische voordelen te behalen, zoals het creëren van nieuwe markten en banen én het verlagen van energiekosten. Hierdoor kan Zeeland vooroplopen op het gebied van duurzaamheid en innovatie en onze internationale reputatie versterken.

3.3 Duurzaamheid als motor voor de technologie

Zeeland heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld op het gebied van duurzaam voedsel. Er zijn verschillende technologische ontwikkelingen die gericht zijn op het verduurzamen van voedsel en de voedselproductie in Zeeland.

Voedselverspilling tegengaan

Eén van deze nieuwe technologische ontwikkelingen is de camera van Orbisk. Deze camera is een innovatieve tool die kan bijdragen aan het verminderen van voedselverspilling in de horeca. De camera is ontworpen om voedselverspilling bij te houden en te monitoren door gebruik te maken van Artificial Intelligence, AI. Zo kan een restaurant ingrijpen en aanpassingen doen, zodat er minder voedsel weggegooid hoeft te worden (Orbisk, z.d.). Als de camera in een restaurant bijvoorbeeld detecteert dat er honderd kilo brood weg wordt gegooid per week, kan hierop ingespeeld worden door honderd kilo brood minder in te kopen, aldus Simon Witt. Naast het feit dat dit een grote bijdrage levert aan de verduurzaming van de voedselconsumptie, bespaart dit ook een hoop kosten (Orbisk, z.d.).



Afbeelding 3 - Camera van Orbisk (Orbisk, z.d.)

Too Good to Go

Een andere technologische ontwikkeling om voedselverspilling tegen te gaan is de app 'Too Good To Go'. Dankzij deze app kunnen gebruikers voedsel kopen dat anders zou worden weggegooid. Deze producten kunnen consumenten kopen voor een lagere prijs dan normaal. Hierdoor wordt voedselverspilling verminderd. Er zijn al verschillende restaurants in Zeeland die zich hebben aangemeld voor deze app, zoals Bakker Bart. Hier kunnen dus 'Too good to go' boxen worden afgehaald.

Er is ook een samenwerking aangegaan tussen de Koninklijke Horeca Nederland en 'Too good to go', om zo de restaurants meer te motiveren om producten niet weg te gooien, maar voor een lagere prijs aan te bieden om voedselverspilling tegen te gaan (Kenniskbank, z.d.). Bovendien is deze app erg toegankelijk voor lokale bedrijven die streekproducten of lokale producten verkopen, wat ook weer zorgt voor minder voedselverspilling. Ook is er uit een enquête van Too good to go gekomen dat de app erg populair is onder toeristen. De toerist vindt duurzaamheid steeds belangrijker en wil een steentje bijdragen als het gaat om vermindering van voedselverspilling (Too good to go, z.d.).

QR-codes

Een interessante ontwikkeling die de laatste jaren steeds belangrijker wordt is het gebruik van QR-codes in restaurants. Tegenwoordig heeft bijna iedereen wel een telefoon met camera, dus het scannen van een QR-code wordt steeds gemakkelijker. Toeristen gaan steeds bewustere keuzes maken als het gaat om duurzaamheid. Ze zijn steeds meer bezig met duurzaamheid en dit zal in de toekomst alleen maar meer worden, volgens Frank de Reu. Door een QR-code kan een toerist informatie krijgen over de herkomst van de producten, maar ook over de duurzaamheid daarvan. Het is voor alle toeristen erg toegankelijk, want vaak kan er een keuze in taal worden gemaakt. In Zeeland wordt er ook steeds meer gebruik gemaakt van QR-codes in restaurants. Dit wordt gedaan om bijvoorbeeld bij een product aan te geven dat het duurzaam geproduceerd of verbouwd is of een keurmerk heeft. Een voorbeeld hiervan is de menukaart van Pier 7 in Vlissingen. Door de QR-code komen gasten bij een menukaart, hier staat achter sommige gerechten dat ze MSC of ASC gecertificeerd zijn. Het MSC-keurmerk en het ASC-keurmerk staan op de kaart achter visproducten die komen uit de duurzame visserij. Het MSC-keurmerk bij wilde vis en ASC-keurmerk voor kweekvis (Voedingscentrum, z.d.).

Duurzame boot

Er worden steeds meer duurzame initiatieven getroffen om de voedselproductie te verduurzamen met behulp van technologische ontwikkelingen. Zo heeft het Zeeuwse bedrijf Seafarm onlangs een nieuwe boot gelanceerd. Deze boot is gemaakt van duurzaam materiaal en is speciaal gebouwd voor het vergemakkelijken van het oogsten van zeewier en het verduurzamen van de visserij.



Afbeelding 4 - Duurzame boot van Seafarm (Bron: Vismagazine, 2021)

De boot heeft een elektrische motor en een airlift systeem om visserij duurzamer te maken. Dit zorgt ervoor dat de boot 96% minder CO₂ uitstoot (Vismagazine, 2021). Daarnaast is de boot uitgerust met veel innovatieve technologieën die ervoor kunnen zorgen dat het zeewier op een duurzame manier geoogst wordt. Zo kan een machine aan boord gemakkelijk en automatisch zeewier snijden en verwerken. De vissen en het zeewier wat de gasten in het restaurant van Seafarm op hun bord krijgen, dragen bij aan een duurzame voedselproductie in Zeeland (Dave Bout, persoonlijke communicatie, 2023).

3.4 Hoe de overheid de toekomst van verduurzaming op ons bord legt

Duurzaamheid is een hot topic in de wereld van toerisme en recreatie. Steeds meer mensen zijn zich bewust van de impact die hun reisgedrag heeft op het milieu en de samenleving. Daarom wordt er steeds meer aandacht besteed aan duurzaam reizen en duurzaam toerisme. In deze paragraaf bekijken we de rol van de overheid in duurzaam toerisme (UNWTO Tourism Highlights, 2015).

Huidige situatie

De overheid speelt een belangrijke rol bij het stimuleren van duurzaam toerisme. Op dit moment zijn er in veel landen al initiatieven genomen om duurzaam toerisme te bevorderen. Zo ook in Nederland. Er zijn verschillende initiatieven opgezet om duurzaam toerisme te stimuleren, zoals de Green Key-certificering voor accommodaties en de Green Destinations-certificering voor bestemmingen.

Ook op Europees niveau wordt er veel aandacht besteed aan duurzaam toerisme. Zo heeft de Europese Commissie in 2010 de EU-strategie voor duurzaam toerisme gelanceerd, met als doel duurzaamheid in de gehele toeristische sector bevorderen. In deze strategie wordt onder meer aandacht besteed aan het verminderen van de CO₂-uitstoot in de toeristische sector en het bevorderen van duurzaam vervoer (De Aguiar, z.d.).



Beleid

Er is op Europees niveau een specifiek beleid voor duurzaam toerisme. Zo heeft de Europese Commissie in 2013 de EU-biodiversiteitsstrategie gelanceerd, met als doel de biodiversiteit in Europa beschermen en bevorderen. In deze strategie wordt ook aandacht besteed aan duurzaam toerisme en de rol die toerisme kan spelen bij het behoud van biodiversiteit (De Aguiar, z.d.).

Tevens hebben veel landen een specifiek beleid opgesteld om duurzaam toerisme te bevorderen. Zo heeft Nederland in 2019 het beleidskader duurzaam toerisme gepresenteerd. Dit beleidskader is gericht op het bevorderen van duurzaam toerisme in Nederland en bevat verschillende maatregelen en actiepunten om dit te realiseren. Een voorbeeld hiervan is het verminderen van de CO₂-uitstoot in de toeristische sector.

Samenwerking

Om duurzaam toerisme te bevorderen, is samenwerking tussen verschillende partijen van groot belang. De overheid kan hierbij een coördinerende rol spelen en partijen bij elkaar brengen. Zo kunnen bijvoorbeeld reisorganisaties, accommodaties, kennisinstellingen, lokale overheden en niet-overheidsorganisaties samenwerken om duurzaam toerisme te bevorderen (De Aguiar, z.d.).

Bevordering duurzaamheid

De overheid kan op verschillende manieren bijdragen aan de bevordering van duurzaamheid in de toeristische sector. Zo kan de overheid bijvoorbeeld subsidies bieden voor duurzame initiatieven in de toeristische sector. Bovendien kan de overheid wet- en regelgeving opstellen om duurzaamheid te bevorderen, bijvoorbeeld op het gebied van afvalverwerking of het gebruik van duurzame energie.

Een ander voorbeeld van hoe de overheid kan bijdragen aan de bevordering van duurzaamheid in de toeristische sector, is door het stimuleren van lokale voedselproductie. Lokale voedselproductie kan bijdragen aan een duurzamere voedselketen en kan bovendien de lokale economie stimuleren. Door het bevorderen van lokale voedselproductie kunnen toeristen bovendien kennis maken met lokale producten en gerechten, wat bijdraagt aan een authentieke en duurzame reiservaring (Hazekamp, z.d.).

“Er is een hele boerengemeenschap, om maar een voorbeeld te geven. We hebben vrienden met een varkenshouderij met Berkshire varkens en ook hun hele bedrijfsvoering is helemaal gericht op milieuvriendelijk zijn en duurzaamheid. En daar halen wij bijvoorbeeld onze hammen en spek vandaan. Dus ook daarin hebben we een hele nauwe samenwerking. Als ik dan ga kijken naar het fruit, dan komt dat gewoon rechtstreeks van de boer. In zoveel mogelijk dingen proberen we daar een goede samenwerking mee te hebben. Hiernaast hebben we ook een samenwerking met een kaasboerderij. Daar komen dus verse eieren vandaan en daar komt ook de verse melk vandaan. Daarnaast komt de verse kaas daar vandaan.”

Kim van Gorsel

De Nederlandse overheid heeft verschillende maatregelen getroffen om duurzaamheid te stimuleren en de CO₂-uitstoot te verminderen. Er zijn verschillende subsidies beschikbaar gesteld voor duurzame projecten en er wordt gewerkt aan de ontwikkeling van duurzame technologieën. Zo is er in 2020 1,35 miljoen euro extra beschikbaar gesteld voor de subsidieregeling voor technologische innovatie. Dit alles is een nieuw onderdeel binnen de bestaande MIT-subsidieregeling, mkb-innovatiestimulering Regio en Topsectoren. Minister Schouten, tijdelijk waarnemend minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit stelde dan ook in 2022: “Met deze subsidieregeling wil ik iedereen in de dierlijke voedselketen, van veehouder tot supermarkt, de kans geven innovatieve ideeën uit te werken om hun duurzame dierlijke producten op de markt te brengen. Een belangrijke voorwaarde is dat het idee ook bijdraagt aan het versterken van het verdienvermogen van de veehouder. We hebben de ondernemersgeest van alle partijen nodig om de omslag te maken naar duurzame dierlijke productie.”

Met deze subsidieregeling wil Schouten het voor mkb-ondernemers mogelijk maken te onderzoeken of hun concept om duurzame dierlijke producten te produceren of op de markt te brengen, technisch en economisch haalbaar is (Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, 2020). Daarnaast heeft de overheid het nationaal klimaatakkoord opgesteld dat zich richt op het verminderen van de uitstoot van broeikasgassen. Deze maatregelen zijn belangrijk, omdat ze bijdragen aan het behalen van de klimaatdoelstellingen van Nederland en het verminderen van de impact van de mens op het milieu (Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, 2021).

Uit een inwonersonderzoek in Zeeland blijkt dat naast duurzaamheid ook burgerparticipatie steeds belangrijker wordt in het overheidsbeleid. Vooral in het nieuwe ruimtelijk beleid waar participatie van alle stakeholders, inclusief burgers, een belangrijke rol speelt. Inwoners kunnen invloed uitoefenen op politieke besluitvorming via petitie en burgerinitiatieven. Echter blijkt uit het onderzoek dat slechts 12% van de inwoners het eens is met de stelling dat ze een stem hebben in beslissingen over toeristische ontwikkelingen in hun gemeente. Dit gebrek aan inspraak heeft een negatieve invloed op de steun voor toerisme onder inwoners. Het is daarom belangrijk om de mogelijkheden voor inspraak nog toegankelijker en zichtbaarder te maken voor inwoners en zo hun betrokkenheid en steun te vergroten (HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, 2020).



Samenvatting

Het schrijven van duurzame content is een activiteit die veel mensen voor een uitdaging kan plaatsen, aangezien het zich bezighoudt met een onderwerp dat op zichzelf al complex is en dus in de presentatie ervan de nodige variatie en nuance vereist. In bovenstaande tekst zijn talrijke voorbeelden van complexe duurzaamheidskwesties en hun impact op diverse aspecten van het leven gegeven. Daarnaast worden er diverse voorbeelden besproken voor het bereiken van duurzaamheid, zoals lokale voedselproductie, biologische landbouw, vegetarische en veganistische diëten en het verminderen van voedselverspilling.

Het gebruik van QR-codes in restaurants en de opkomst van innovatieve technologieën zoals Seafarms boot zijn eveneens boeiende en actuele onderwerpen die de aandacht trekken van duurzaamheidsbewuste lezers. Bovendien wordt er in de tekst aandacht besteed aan de relatie tussen economie en milieu, wat laat zien dat duurzame oplossingen zowel ecologische als economische voordelen kunnen bieden.

ONDERNEMERS IN ZEELAND



4

Ondernemen in Zeeland

4.1 Ondernemers aan het roer

Het gebruik van lokale-, biologische- en duurzame ingrediënten, het verminderen van voedselverspilling en het aanbieden van vegetarische- en veganistische opties zijn allemaal trends die steeds populairder worden bij consumenten. Hoe kijken ondernemers in Zeeland nu eigenlijk naar duurzaamheid in hun bedrijven?

Lokale-, biologische- en duurzame ingrediënten: volgens een onderzoek van Lekker Regionaal blijkt dat lokale-, biologische- en duurzame ingrediënten steeds belangrijker worden voor ondernemers in de Zeeuwse horeca. Ondernemers geven aan dat ze steeds meer vragen krijgen van gasten over de herkomst van hun ingrediënten. Volgens Frank de Reu zijn Duitse toeristen steeds meer bezig met duurzaamheid. Hij krijgt daarom ook steeds meer vragen over duurzaamheid. Daarom willen ondernemers zorgen voor meer transparantie in hun aanbod. Om dit te waarborgen proberen ze zoveel mogelijk lokaal, biologisch en duurzaam geproduceerde ingrediënten te gebruiken in hun gerechten. Zo kunnen ondernemers hun gasten een authentieke ervaring bieden en tegelijkertijd bijdragen aan duurzaamheid (Lekker regionaal, 2020).



Zoals eerder genoemd in hoofdstuk 2.4 is voedselverspilling een groot probleem in de horeca. Uit onderzoek van Wageningen University & Research blijkt dat de horeca verantwoordelijk is voor ongeveer 14% van de voedselverspilling in Nederland.

Ondernemers in Zeeland zijn zich bewust van dit probleem en proberen daarom op verschillende manieren voedselverspilling te verminderen (Wageningen University & Research, 2020). Zo wordt er bijvoorbeeld minder ingekocht, worden overgebleven ingrediënten hergebruikt en worden gerechten aangepast om restjes op te maken. Hiernaast wordt het aanbieden van 'doggybags' steeds populairder, zodat gasten hun overgebleven eten kunnen meenemen en weggooien wordt voorkomen (Brons, 2020).

De vraag naar vegetarische- en veganistische opties is de laatste jaren sterk toegenomen. Ondernemers in Zeeland spelen hierop in door steeds meer van deze opties aan te bieden in het menu. Volgens een artikel in Horeca Journal zorgt dit niet alleen voor meer keuze voor gasten, maar draagt het ook bij aan duurzaamheid. Het produceren van vlees heeft namelijk een grote impact op het milieu, terwijl vegetarische- en veganistische opties veel minder belastend zijn. Ondernemers zien dan ook een groeiende vraag naar deze opties en passen hier hun menu's op aan (Gallo et al., 2018)

4.2 Proef de seizoenen

Biologische voeding, lokaal geproduceerde producten, vegetarische- en veganistische gerechten en voedselverspilling zijn allemaal belangrijke onderwerpen die de afgelopen jaren zijn gegroeid in populariteit. In Zeeland is dit ook het geval. Hoe beïnvloeden de seizoenen van het jaar deze trends in duurzame voeding en wat is de impact hiervan op het toerisme in Zeeland?

In de herfst en winter kan het moeilijk zijn om lokaal geproduceerde voeding te vinden, omdat veel gewassen niet in deze seizoenen groeien. Dit kan van invloed zijn op de beschikbaarheid van biologisch voedsel, aangezien dit vaak lokaal wordt geproduceerd. Aan de andere kant zijn er tijdens de lente en zomer vaak meer lokale producten beschikbaar, waardoor het gemakkelijker is om te kiezen voor lokaal geproduceerde voeding. Dit biedt kansen voor restaurants en andere eetgelegenheden in Zeeland om in te spelen op deze trend en hun menu's aan te passen aan het seizoen (Voedingscentrum, z.d.-b). Daarnaast vertelt Dave Bout van Seafarm dat het vakantie seizoen verlengd wordt.



Lente

Tijdens de lente zijn veel verse groenten en fruit beschikbaar in Zeeland. Deze seizoensgebonden producten zijn niet alleen lekker en gezond, maar hebben ook een lage CO₂-voetafdruk, omdat ze lokaal geproduceerd worden. Enkele voorbeelden van groenten en fruit die in de lente beschikbaar zijn in Zeeland zijn: asperges, spinazie, radijs, rabarber, aardbeien en kersen. Deze producten kunnen een goede optie zijn om op het menu te zetten voor restaurants die duurzamer willen worden (Milieu Centraal, z.d.).

Zomer

In de zomer zijn er in Zeeland zelfs nóg meer seizoensgebonden producten beschikbaar dan in de lente. Het is het perfecte seizoen voor salades en lichte gerechten. Denk bijvoorbeeld aan tomaten, komkommers, paprika's, courgettes, bessen en verschillende soorten kruiden, zoals basilicum en munt. Het gebruik van deze seizoensgebonden producten kan zorgen voor een vermindering van de CO₂-voetafdruk en het stimuleren van de lokale economie. Wanneer restaurants in Zeeland deze producten gebruiken, kunnen zij inspelen op de milieubewuste voordelen van de ingrediënten en dit promoten bij de toeristen in Zeeland.



Herfst

Hiernaast zijn er in de herfst nog veel producten beschikbaar die tijdens dit jaargetijde milieuvriendelijke voordelen bieden voor restauranteigenaren in Zeeland. Pompoenen zijn bijvoorbeeld een populaire seizoensgebonden groente die gebruikt kan worden in verschillende gerechten, zoals soepen, stoofschotels en salades. Ook zijn er in de herfst veel verschillende soorten appels en peren beschikbaar. Het is een goed seizoen om te experimenteren met verschillende ingrediënten en om gerechten op het menu te zetten die passen bij het herfstseizoen.

Winter

In de winter zijn er een stuk minder seizoensgebonden producten beschikbaar in de provincie Zeeland. Echter zijn er nog steeds enkele opties die gebruikt kunnen worden in gerechten, zoals spruitjes, boerenkool en winterwortelen. Het is een goed seizoen om gerechten te maken die verwarmend zijn en passen bij de winterse sfeer. Deze typische wintergroenten kunnen lokaal geproduceerd worden in Zeeland en zijn daardoor over het algemeen duurzamer dan producten die van verder weg worden geïmporteerd (Gallo et al., 2018).

Het is daarom aan te raden om producten te gebruiken wanneer ze in het seizoen zijn. Door het gebruik van deze seizoensgebonden producten te stimuleren, wordt er bijgedragen aan een duurzamere voedselketen. Het gebruik van seizoensgebonden voeding is niet alleen duurzaam, maar kan ook zorgen voor meer variatie op het menu. Door gebruik te maken van de producten die beschikbaar zijn in de verschillende seizoenen, kunnen restaurants hun gerechten aanpassen aan de smaak van de gast en tegelijkertijd bijdragen aan een duurzamere wereld.



4.3 De stem van de overheid

In hoofdstuk 2 zijn verschillende trends op het gebied van duurzame voeding besproken, waaronder biologische voeding, lokaal geproduceerde producten, vegetarische- en veganistische voeding en voedselverspilling. Daarnaast is in hoofdstuk 3.4 besproken wat de overheid voor invloed heeft op het gebied van duurzaamheid binnen Zeeland. In deze paragraaf wordt dieper ingegaan op gevolgen die de overheid heeft voor de ondernemer in Zeeland.

Als restauranthouder in Zeeland is het erg van belang om op de hoogte te zijn van de regels die spelen binnen de branche waarin je actief bent. Belanghebbenden waar in eerste instantie niet over nagedacht worden, kunnen immers een belangrijke rol spelen bij vernieuwing van rechten en plichten die een horecabedrijf heeft. Zo heeft de Nederlandse overheid bijvoorbeeld het doel gesteld om de voedselverspilling in 2030 te halveren (Ministerie van Algemene Zaken, 2022). Dit kan worden bereikt door het opzetten van verschillende programma's en initiatieven om bewustwording te creëren en het voorkomen van voedselverspilling.

Deze nieuwe doelen kunnen dan ook nadelige gevolgen hebben voor Zeeuwse ondernemers, waaronder het versnellen van het verduurzamingstraject binnen het bedrijf of onderneming met bijbehorende extra kosten.

Op het gebied van vegetarische- en veganistische voeding heeft de overheid ook veel invloed. In sommige landen worden bijvoorbeeld subsidies verstrekt aan bedrijven die vleesalternatieven produceren en worden belastingen geheven op vleesproducten om de vraag naar plantaardige producten te stimuleren. Daarnaast kunnen overheden ook wetgeving opstellen om dierenwelzijn te verbeteren en de consumptie van vlees te verminderen (NOS, 2022). Wanneer dit in werking wordt gezet in Nederland, is het verstandig om deze subsidies te bestuderen en eventueel een shift te maken in de manier van inkopen.

De invloed van de overheid is echter niet beperkt tot wet- en regelgeving. Overheden kunnen ook actief campagne voeren om bewustwording te creëren over duurzame voedingspraktijken en consumenten aanmoedigen om te kiezen voor duurzame opties. Als Zeeuwse restauranteigenaar kan je hier je voordeel mee doen door een eventuele samenwerking aan te gaan. Zo kun je laten zien dat je goed bezig bent met verduurzaming als bedrijf en meer populariteit krijgen.

Daarnaast kan de overheid ook regels en voorschriften opleggen die van invloed zijn op de bedrijfsvoering. Zo kan de overheid bijvoorbeeld eisen stellen aan het verminderen van CO₂-uitstoot en het gebruik van duurzame energie. Het is belangrijk om op de hoogte te zijn van deze regels en voorschriften en te zorgen dat jouw bedrijf hieraan voldoet om boetes en negatieve publiciteit te voorkomen.

Samenvatting

Ondernemers in de Zeeuwse horeca zijn steeds meer bezig met duurzaamheid in hun bedrijven. Ze kiezen vaker voor lokale-, biologische- en duurzame ingrediënten om transparantie te bieden aan hun gasten. Ook proberen ze voedselverspilling te verminderen door bijvoorbeeld minder in te kopen en restjes te hergebruiken. Daarnaast bieden ze steeds meer vegetarische- en veganistische opties aan, wat niet alleen zorgt voor meer keuze voor gasten, maar ook bijdraagt aan duurzaamheid, omdat deze opties minder belastend zijn voor het milieu.

Hiernaast zijn in Zeeland duurzame voedingstrends zoals biologische voeding, lokaal geproduceerde producten, vegetarische- en veganistische gerechten en voedselverspilling populair geworden. De beschikbaarheid van lokaal geproduceerd voedsel wordt beïnvloed door de seizoenen. In de lente en zomer zijn er meer lokale producten beschikbaar, terwijl dit in de herfst en winter minder het geval is. Restaurants kunnen inspelen op deze trend door hun menu's aan te passen aan het seizoen. Door seizoensgebonden producten te gebruiken wordt bijgedragen aan een duurzamere voedselketen en kan er meer variatie op het menu komen.

Als horecaondernemer in Zeeland is het belangrijk om op de hoogte te zijn van de invloed die de overheid heeft op jouw bedrijf als het gaat om duurzaamheid. Door te kiezen voor duurzame producten en processen, samen te werken met lokale producenten en te voldoen aan regels en voorschriften kan je inspelen op de toenemende vraag naar duurzaamheid en voorkomen dat er negatieve gevolgen ondervonden worden van overheidsbeleid.

CONCLUSIE



5

Conclusie – Van visie naar realiteit

Het consumptiegedrag van toeristen is in de loop der jaren sterk veranderd. Er wordt verwacht dat deze verandering zich zowel op Zeeuws niveau als landelijk niveau zal blijven voortzetten in de toekomst.

Er zijn verschillende invloeden die op landelijke basis horecaondernemingen hinderen. Allereerst speelt de oorlog tussen Rusland en Oekraïne een grote rol, met als gevolg een wereldwijde stijging van prijzen. Als er wordt gekeken naar de inflatie en de ontwikkelingen hiervan in het binnenland, zullen horecaondernemers hier nog een tijdje last van hebben. De bovenstaande ‘ontwikkelingen’ zijn een uitdaging voor horecaondernemers. Er zal dan ook rekening gehouden moeten worden met verschillende variaties binnen de toeristische sector, dit is uitgebreid toegelicht in hoofdstuk 3.2.

Hiernaast speelt de overheid een belangrijke rol binnen de verduurzaming van de horecaondernemingen. Dit kan positief of negatief zijn. Denk aan de subsidies die ondernemingen kunnen krijgen, door een stap te zetten in verduurzaming. Daarnaast kunnen horecaondernemingen ook streven naar een Green Key. Dit is een certificaat dat zij kunnen laten zien aan de toeristen die bij hun onderneming komen. Echter heeft de overheid niet altijd een steunende rol. Zo zou het kunnen dat de Zeeuwse ondernemingen een vergunning nodig hebben, voor een bepaalde stap die zij willen zetten richting duurzaamheid.

Ondanks de bovengenoemde aspecten brengt de verduurzaming van consumptie in de toeristische sector ook een aantal kansen met zich mee. Zo wordt de groei in interesse van biologisch voedsel, vegetarisch of veganistisch eten, lokaal-, streek- en seizoensgebonden producten steeds groter. Als er wordt gekeken naar de bovenstaande ontwikkelingen is er een grote impact op het milieu te zien. Hiernaast zijn de ontwikkelingen op technisch vlak een goede kans om een stap richting verduurzaming te zetten.



AANBEVELINGEN



6

Aanbevelingen – Oproep tot actie, sleutel tot succes

Ontdek de smaak van Zeeland: kies voor seizoens- en streekproducten!

Als onderneming binnen de toeristische sector in Zeeland, is het slim om te investeren in seizoens- en streekproducten. Dit komt tegemoet aan de groeiende vraag van toeristen naar deze producten. Steeds meer toeristen kiezen Zeeuwse ondernemingen uit op de seizoens- en streekproducten. Als onderneming is het dan ook slim om daarop in te spelen. Het brengt ook andere voordelen met zich mee, zoals het steunen van de lokale economie en het verkleinen van de ecologische voetafdruk van de sector.

Maak kleine stappen naar duurzaamheid!

Bij Zeeuwse ondernemingen binnen de toeristische sector kunnen kleine stappen binnen duurzaamheid al helpen met het verbeteren van de reputatie van de onderneming en het vergroten van de klanttevredenheid. Toeristen vinden verduurzaming steeds belangrijker. Zeeuwse ondernemingen kunnen hierop inspelen door in kleine, maar consistente stappen te verduurzamen. Zo kan er meer gebruik worden gemaakt van duurzame verpakkingen, zoals karton in plaats van plastic. Dit is een relatief kleine stap die al bijdraagt aan het verduurzamen van de onderneming. Dit soort veranderingen kosten niet veel geld en nemen niet te veel tijd in beslag. Voor ondernemingen is de drempel dus laag om hier snel mee te starten. Als ondernemingen hier mee bezig zijn, worden ze ook meer bewust van duurzaamheid in hun bedrijf.

Versla voedselverspilling!

Ondernemingen zelf kunnen ook een aantal maatregelen worden genomen om voedselverspilling tegen te gaan. Dit zijn maatregelen die weinig kosten en weinig tijd innemen. Voedselverspilling is een grote negatieve factor binnen de toeristische sector. Dit kan bijvoorbeeld verminderd worden door het meegeven van een 'doggybag' in een restaurant. Als gasten hun maaltijd niet op krijgen, kan dit meegenomen worden in een 'doggybag'. Dit zorgt ervoor dat het eten niet in de prullenbak beland. Daarnaast is het als onderneming slim om gratis aan te melden bij de app 'Too Good to Go', waar ook steeds meer toeristen gebruik van maken. Hierop kan je als onderneming boxen aanbieden. Hierin zitten producten die bijna over de datum zijn en vaak de prullenbak ingaan. Door ze goedkoper aan te bieden, draag je als onderneming bij aan het verminderen van voedselverspilling en wordt er ook nog geld aan verdiend.

Indien ondernemingen genoeg financiële middelen hebben is het implementeren van technische ontwikkelingen ook bevorderlijk voor het verduurzamen van de onderneming. Een voorbeeld hiervan is de camera van Orbisk. Dit is een camera die boven de afvalbakken hangt en detecteert hoeveel en wat er wordt weggegooid. Als de camera ziet dat er veel van een bepaald product wordt weggegooid kan dit doorgegeven worden aan de onderneming. Zij kunnen hier met de inkoop van de voorraad rekening houden. Dit resulteert vervolgens in minder voedselverspilling.

Adverteer op duurzaamheid!

Steeds meer toeristen vinden duurzaamheid belangrijk en steeds meer ondernemingen verduurzamen. Het is daarom ook gunstig om als onderneming te adverteren met die duurzaamheid. Dit kost niet veel en neemt niet veel tijd in beslag, maar werkt wel effectief. Door op de menukaart aan te geven dat een onderneming duurzaam is, trekt men daarmee al aandacht van toeristen. Bovendien is het goed om dit te benoemen op de website van een onderneming. Het is gratis promotie, die ervoor kan zorgen dat een onderneming een betere reputatie krijgt en meer toeristen naar de onderneming komen.

Tijdens de uitvoering van de deskresearch is er gekeken naar bronnen voor zowel Micro, Meso als Macro niveau. Bij eventuele extra interesse binnen het onderwerp van dit trendrapport, kunnen andere methodes worden toegepast voor aanvullend onderzoek. Zo kan er nog dieper worden ingegaan op één van de benoemde onderwerpen binnen dit trendrapport. Daarnaast kan er een kwantitatief onderzoek plaatsvinden waardoor er wellicht andere inzichten worden verkregen en kunnen bedrijven samenwerken om zo bepaalde niet-openbare relevante informatie toch vrij te geven voor verdere onderzoek naar dit onderwerp. Dit trendrapport is in een korte periode geschreven, namelijk in zeven weken. Hierdoor werd de druk opgevoerd en werd de drang om goed en snel te presteren groot. Het gebrek aan tijd heeft er echter niet voor gezorgd dat de informatie incompleet of onjuist is, maar enkel beperkt ingaat op bepaalde zaken. Zoals eerder vermeld in het trendrapport kunnen eventuele transcripties van interviews worden opgevraagd en vrijgegeven. Mail hiervoor naar gelo0004@hz.nl



Nawoord

Allereerst willen wij iedereen bedanken die ons, als onderzoeksteam, hebben ondersteund in dit bijzondere traject. Op de eerste plek willen wij alle respondenten bedanken voor hun tijd en het delen van kennis en ervaringen. Ten tweede het team van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en HZ Kenniscentrum Ondernemen & Innoveren, met name M.J. Soeters (KCKT) en S. Bleyenbergh (KCOI), voor het geven van solide feedback en contacten delen voor de interviews. Uiteraard willen wij als laatste onze docentbegeleiders G.E.C. Thuij, J. van Herwaarden, J.S. van Elsacker en J. Nelemans bedanken voor de leerzame lessen en feedback.

Het project was voor de gehele groep een zeer leerzame periode. Er is veel kennis opgedaan over het onderwerp dat wij hebben onderzocht. Allereerst hebben wij veel geleerd over het gericht zoeken naar bronnen over ons onderwerp. Vervolgens hebben we in kaart kunnen brengen wat de visie is van experts en verschillende ondernemers binnen de scope van ons onderzoek. Dit was erg interessant en heeft ons veel nieuwe inzichten kunnen geven. Wij hopen dan ook dat de Zeeuwse horecaondernemers voldoende zijn geïnformeerd en getriggerd om met het onderwerp aan de slag te gaan. Mogelijk halen zij hier voordeel uit en innoveren ze zo hun eigen onderneming, waardoor elk bedrijf met ieders hulp een beetje groener wordt - en daarmee wij allemaal.

Referentielijst

Bertelink, I. S. E. L. F. (2022, 18 september). *Toerisme in 2021 licht hersteld*. Centraal Bureau voor

de Statistiek. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/de-nederlandse-economie/2022/toerisme-in-2021-licht-hersteld?onepage=true>

Biologisch-dynamisch, wat is dat? | www.natureandmore.com. (z.d.).

<https://www.natureandmore.com/nl/all-about-organic/biologisch-dynamisch-wat-is-dat>

Blader door de app en red een Verrassingspakket - Too Good To Go. (z.d.).

<https://www.toogoodtogo.com/nl/user>

Brons, D. (2020, 25 januari). *Doggybag steeds populairder in restaurants - Samen Tegen*

Voedselverspilling. Samen Tegen Voedselverspilling.

<https://samentegenvoedselverspilling.nl/doggybag-wordt-foodybag-steeds-populairder-in-restaurants/>

Buijtendijk, H, Eijgelaar, E, & Reinecke, T. (z.d.). *Onderzoeksagenda duurzaamheid Leisure, Tourism*

& Hospitality. CELTH, Centre of expertise Leisure, Tourism and Hospitality.

<https://www.celth.nl/sites/default/files/2022-07/Onderzoeksagenda%20Duurzaamheid.pdf>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (z.d.). *Hoe zijn milieu en economie verbonden?*

<https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-milieu-en-economie/hoe-zijn-milieu-en-economie-verbonden->

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2021, 30 augustus). *Toeristische bestedingen 43 procent lager*

in 2020. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/35/toeristische-bestedingen-43-procent-lager-in-2020>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023, 21 februari). *Logiesaccommodaties ontvangen bijna evenveel gasten als voor coronacrisis*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/08/logiesaccommodaties-ontvangen-bijna-evenveel-gasten-als-voor-coronacrisis>

Culinair Zeeland. (2017). Projectenportfolio. https://www.projectenportfolio.nl/images/9/9c/Themapublicatie_Culinair_Zeeland-web.pdf

De Aguiar, C. M. (z.d.). *VERSLAG over de ontwikkeling van een EU-strategie voor duurzaam toerisme | A9-0033/2021 | Europees parlement*. © Europese Unie, 2021 - Bron: Europees Parlement. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0033_NL.html

De Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030 (versie 2). (2023, 26 april). Landelijke Data Alliantie. <https://www.landelijkedataalliantie.nl/nl/home/de-landelijke-recreatie-toerisme-standaard-2030-versie-2.htm>

De Vries, F. (2021, 26 mei). *Vraag aan Fanny: Is het voor jezelf en de wereld beter om veganistisch te eten?* - Trajectum. Trajectum. <https://trajectum.hu.nl/vraag-aan-fanny-is-het-voor-jezelf-en-de-wereld-beter-om-veganistisch-te-eten/>

Duurzame landbouw door digitalisering | TNO. (z.d.). tno.nl/nl. <https://www.tno.nl/nl/digitaal/digitale-innovatie/data-sharing/duurzame-landbouw-digitalisering/>

Eten en drinken onderzoek. (2020, 26 juni). Bungalowparkoverzicht.nl. <https://www.bungalowparkoverzicht.nl/nieuws/eten-drinken-onderzoek/>

Gallo, C., Faccilongo, N., & La Sala, P. (2018). Clustering analysis of environmental emissions: A study on Kyoto Protocol's impact on member countries. *Journal of Cleaner Production*, 172, 3685–3703. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.194>

Hazekamp, H. D. A. (z.d.). *VERSLAG over een “van boer tot bord”-strategie voor een eerlijk, gezond en milieuvriendelijk voedselsysteem* | A9-0271/2021 | Europees parlement. © Europese Unie,

2021 - Bron: Europees Parlement. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0271_NL.html

Lekker regionaal. (2020). Lekkerregionaal. <https://www.lekkerregionaal.nl/horecaondernemers-in-zeeland-kiezen-voor-lokaal-biologisch-en-duurzaam/>

Leisure, A. (2015, 8 juni). *(Gezond) eetgedrag op dagje-uit in kaart gebracht*. Pretwerk.

<https://pretwerk.nl/opinie/eetgedrag-op-dagje-uit-in-kaart-gebracht/36486>

Milieu Centraal. (z.d.-a). *Keurmerkenwijzer* | Milieu Centraal. <https://keurmerkenwijzer.nl/>

Milieu Centraal. (z.d.-b). *Milieuvriendelijk groente en fruit kiezen*.

<https://www.milieucentraal.nl/eten-en-drinken/milieubewust-eten/groente-en-fruit/>

Milieu Centraal. (z.d.-c). *Wat is je CO2-voetafdruk?* [https://www.milieucentraal.nl/klimaat-en-](https://www.milieucentraal.nl/klimaat-en-aarde/klimaatverandering/wat-is-je-co2-voetafdruk/)

[aarde/klimaatverandering/wat-is-je-co2-voetafdruk/](https://www.milieucentraal.nl/klimaat-en-aarde/klimaatverandering/wat-is-je-co2-voetafdruk/)

Ministerie van Algemene Zaken. (2022, 24 oktober). *Vermindering voedselverspilling*. Voeding |

Rijksoverheid.nl. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/voeding/vermindering-voedselverspilling>

Ministerie van Algemene Zaken. (2023, 27 maart). *Zwerfafval op land en in zee (plasticsoep)*. Afval

| Rijksoverheid.nl. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/afval/kunststofafval-in-zee-plastic-soep#anker-1-bronnen-van-zwerfvuil>

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat. (2021, 17 mei). *Klimaatakkoord: Belangrijkste stukken*. Nieuwsbericht | Klimaatakkoord.

<https://www.klimaatakkoord.nl/actueel/nieuws/2019/06/28/klimaatakkoord-in-stukken>

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. (2022, 20 september). *Naar een nieuwe balans voor landbouw en natuur*. Nieuwsbericht | Rijksoverheid.nl.

<https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2022/09/20/naar-een-nieuwe-balans-voor-landbouw-en-natuur>

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit. (2020, 5 maart). *Subsidieregeling voor technologische innovatie duurzame dierlijke producten*. Nieuwsbericht | Rijksoverheid.nl.

<https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/03/05/subsidieregeling-voor-technologische-innovatie-duurzame-dierlijke-producten>

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer. (2022, 1 augustus).

Overheid steunt groene groei economie. Duurzame economie | Rijksoverheid.nl.

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/duurzame-economie/groene-groei#:~:text=Groene%20groei%20biedt%20kansen&text=Bedrijven%20vergroten%20de%20Nederlandse%20welvaart,volgens%20de%20Rijksoverheid%20goed%20samen>

N., N. (2020, 22 oktober). *Nederlanders eten voor tweede jaar op rij meer vlees - noord360*.

noord360. <https://www.noord360.eu/2020/10/22/nederlanders-eten-voor-tweede-jaar-op-rij-meer-vlees/?lang=nl#:~:text=Duitsers%20eten%20nog%20meer%20vlees,Duitsland%20wel%20een%20stuk%20kleiner>.

NOS. (2017, 15 augustus). *Nederlandse attractieparken populair bij buitenlanders*.

<https://nos.nl/artikel/2188109-nederlandse-attractieparken-populair-bij-buitenlanders>

NOS. (2020, 22 oktober). *Opnieuw meer vlees gegeten in Nederland*.

<https://nos.nl/artikel/2353275-opnieuw-meer-vlees-gegeten-in-nederland>

-
- NOS. (2022a, maart 30). *Kabinet onderzoekt belasting op vlees, consument moet minder vlees gaan eten*. <https://nos.nl/artikel/2423120-kabinet-onderzoekt-belasting-op-vlees-consument-moet-minder-vlees-gaan-eten>
- NOS. (2022b, juli 1). *Na jaar statiegeld op flesjes: 80 procent ingeleverd, doel nog niet gehaald*. <https://nos.nl/artikel/2434807-na-jaar-statiegeld-op-flesjes-80-procent-ingeleverd-doel-nog-niet-gehaald>
- NOS. (2022c, september 28). *Inflatie keert trend: verkoop biologisch eten en vleesvervangers gedaald*. <https://nos.nl/artikel/2446273-inflatie-keert-trend-verkoop-biologisch-eten-en-vleesvervangers-gedaald>
- Nouwens, P. (2020, 9 januari). *Food Tourism - VisitVeluwe*. VisitVeluwe. <https://www.toerismevan.nl/visitveluwe/expertise/onderzoeken/food-tourism/>
- Orbisk. (z.d.). <https://orbisk.com>
- PBL. (2016, 29 mei). *Duurzaam benutten van natuur goed voor economie*. PBL Planbureau voor de Leefomgeving. <https://www.pbl.nl/nieuws/2016/duurzaam-benutten-van-natuur-goed-voor-economie>
- Pretwerk.nl. (2022, 7 september). *Toerisme Vlaanderen maakt balans op van de lastige coronajaren voor recreatie en toerisme*. Pretwerk. <https://pretwerk.nl/recreatieactueel/toerisme-vlaanderen-maakt-rapport-over-de-lastigecoronajaren-voor-het-toerisme/76859>
- Redactie. (2015). *KHN slaat handen ineen met Too Good to Go om voedselverspilling in de horeca te voorkomen* | *nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality*. Copyright (c) 2015 by NRIT Media. https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45924/KHN_slaat_handen_ineen_met_Too_Good_to_Go_om_voedselverspilling_in_de_horeca_te voorkomen/?zoekhash=f66a04385b3280de2aee53479daaacfd

Redactie Change Inc. (2022, 14 december). *Duurzaam voedsel in 2023: de trends*. Change Inc.

<https://www.change.inc/agri-food/duurzaam-voedsel-in-2023-de-trends-39255>

RIVM. (2017). RIVM. <https://www.rivm.nl/voedsel-en-voeding/duurzaam-voedsel>

Rozey. (2022, 18 november). *R O Z E Y | First & Finest! Veggie & Vegan!* <https://rozey.nl/>

S. (2022, 15 november). *Waarom lokaal voedsel beter is*. babsbonebroth.com.

<https://babsbonebroth.com/nl/why-local-food-is->

[better/#:~:text=Lokaal%20eten%20vermindert%20de%20uitstoot,eten%20aflegt%2C%2](https://babsbonebroth.com/nl/why-local-food-is-better/#:~:text=Lokaal%20eten%20vermindert%20de%20uitstoot,eten%20aflegt%2C%2)

[Ohoe%20minder%20luchtvervuiling](https://babsbonebroth.com/nl/why-local-food-is-better/#:~:text=Lokaal%20eten%20vermindert%20de%20uitstoot,eten%20aflegt%2C%20hoe%20minder%20luchtvervuiling).

Samen tegen verspilling. (2019). Samen tegen voedselverspilling.

<https://samentegenvoedselverspilling.nl/wp->

[content/uploads/2021/12/SamenTegenVoedselverspilling_Infographic.pdf](https://samentegenvoedselverspilling.nl/wp-content/uploads/2021/12/SamenTegenVoedselverspilling_Infographic.pdf)

SDG Nederland. (2023, 22 maart). *Home - SDG Nederland*. <https://www.sdgnederland.nl/>

“Toerisme en klimaat beïnvloeden elkaar negatief” - Vroege Vogels - BNNVARA. (z.d.). Vroege Vogels.

<https://www.bnnvara.nl/vroegevogels/artikelen/toerismeenklimaatbenvloedenelkaarnegatief>

Toerisme en Zeeland. (2020). Kenniscentrum toerisme.

https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/2/27/Magazine_Toerisme_en_Zeeland_%28DEF%29.pdf

Toerisme en Zeeland: Een verkenning van de invloed van toerisme op de Zeeuwse samenleving.

(2020). HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.

Too Good To Go - de app om voedselverspilling tegen te gaan - Too Good To Go. (z.d.).

<https://www.toogoodtogo.com/nl>

UNWTO *Tourism Highlights, 2015 Edition*. (2015, 16 juni).

<https://doi.org/10.18111/9789284416899>

Van Beuningen, R. K. M. A. C. R. M. W. H. M.-. I. & V. J. (2021a, juni 3). 6. *Vleesconsumptie*.

Centraal Bureau voor de Statistiek. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2021/klimaatverandering-en-energietransitie-opvattingen-en-gedrag-van-nederlanders-in-2020/6-vleesconsumptie>

Van Beuningen, R. K. M. A. C. R. M. W. H. M.-. I. & V. J. (2021b, juni 3). 6. *Vleesconsumptie*.

Centraal Bureau voor de Statistiek. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2021/klimaatverandering-en-energietransitie-opvattingen-en-gedrag-van-nederlanders-in-2020/6-vleesconsumptie>

Van Wassenae MSc, L. (2021, 30 april). *Blockchain als katalysator voor de digitale transformatie*

van agrifood. WUR. <https://www.wur.nl/nl/nieuws-wur/Show/Blockchain-als-katalysator-voor-de-digitale-transformatie-van-agrifood.htm>

VCP ouderen 2010-2012, 70+ jaar. (z.d.). RIVM.

<https://www.rivm.nl/voedselconsumptiepeiling/overzicht-voedselconsumptiepeilingen/vcp-ouderen-70-jaar-en-ouder-2010-2012>

Verbod op wegwerpplastic. (z.d.). KVK. [https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/wetten-en-regels/verbod-op-wegwerpplastic-vanaf-](https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/wetten-en-regels/verbod-op-wegwerpplastic-vanaf-2021/#:~:text=Herbruikbare%20bekers%20en%20maaltijdverpakkingen%20moeten,nieuw%20regels%20voor%20jou%20betekenen)

[2021/#:~:text=Herbruikbare%20bekers%20en%20maaltijdverpakkingen%20moeten,nieuw%20regels%20voor%20jou%20betekenen](https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/wetten-en-regels/verbod-op-wegwerpplastic-vanaf-2021/#:~:text=Herbruikbare%20bekers%20en%20maaltijdverpakkingen%20moeten,nieuw%20regels%20voor%20jou%20betekenen).

Vismagazine, R. (2021, 6 december). *Seafarm laat nieuw duurzaam schip bouwen voor visserij*

mesheften. Vismagazine. <https://www.vismagazine.nl/nieuws/seafarm-laat-nieuw-duurzaam-schip-bouwen-voor-visserij-mesheften>

Vleesconsumptie per hoofd van de bevolking in Nederland, 2005-2019. (2020). Wageningen University & research.

Voedingscentrum. (z.d.-a). *Is biologisch voedsel duurzamer?*

<https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/eten-kopen-en-keurmerken/is-biologisch-voedsel-duurzamer.aspx>

Voedingscentrum. (z.d.-b). *Is biologisch voedsel duurzamer?*

<https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/eten-kopen-en-keurmerken/is-biologisch-voedsel-duurzamer.aspx#:~:text=Biologische%20landbouw%20is%20milieuvriendelijker%20in,de%20bodem%20en%20minder%20watervervuiling.>

Voedingscentrum. (z.d.-c). *Is vegetarisch of veganistisch eten gezonder en beter voor het milieu?*

<https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/gezonde-voeding-en-voedingsstoffen/is-vegetarisch-of-veganistisch-eten-gezonder-en-beter-voor-het-milieu.aspx#:~:text=Mensen%20die%20minder%20vlees%20en,voedingspatroon%20met%20vlees%20en%20zuivel.>

Voedingscentrum. (z.d.-d). *Wat zijn seizoensgroente en seizoensfruit?*

<https://www.voedingscentrum.nl/nl/service/vraag-en-antwoord/gezonde-voeding-en-voedingsstoffen/wat-zijn-seizoensgroenten-en-seizoensfruit.aspx>

Voorkom voedselverspilling horeca. (z.d.). Unilever Food Solutions.

<https://www.unileverfoodsolutions.nl/inspiratie-voor-chefs/orbisk/5-tips-tegen-voedselverspilling.html#:~:text=Horeca%20is%20verantwoordelijk%20voor%2014,van%20het%20bereide%20eten%20weggegooid.>

Voorn, M. (2023, 15 januari). *Een op drie bewuster bezig met gezondheid sinds corona*. Motivaction.

<https://www.motivaction.nl/actualiteiten/nieuwsberichten/een-op-drie-bewuster-bezig-met-gezondheid-sinds-corona>

Wat is Green Key? (z.d.). Green Key. <https://www.greenkey.nl/watisgreenkey>

Wielenga, A. A. & B. (z.d.-a). *De weg van het streekproduct: van zaadje tot regiobeleving* | *nrit.nl* -

trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality. Copyright (c)

2015 by NRIT Media. [https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45666/de-weg-van-het-](https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45666/de-weg-van-het-streekproduct-van-zaadje-tot-regiobeleving/?topicsid=)

[streekproduct-van-zaadje-tot-regiobeleving/?topicsid=](https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45666/de-weg-van-het-streekproduct-van-zaadje-tot-regiobeleving/?topicsid=)

Wielenga, A. A. & B. (z.d.-b). *De weg van het streekproduct: van zaadje tot regiobeleving* | *nrit.nl* -

trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality. Copyright (c)

2015 by NRIT Media. [https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45666/de-weg-van-het-](https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45666/de-weg-van-het-streekproduct-van-zaadje-tot-regiobeleving/?topicsid=)

[streekproduct-van-zaadje-tot-regiobeleving/?topicsid=](https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45666/de-weg-van-het-streekproduct-van-zaadje-tot-regiobeleving/?topicsid=)

Bijlagen

De DESTEP-analyse

Belangrijkste ontwikkelingen op demografisch gebied

Internationaal

Een groeiende wereldbevolking in combinatie met een stijgend welvaartspeil vergroot het potentieel aan internationale reizigers sterk. Daarnaast zijn er veranderingen in impact op de vraag- en aanbodstructuur binnen de toeristische branche.

Vergrijzing -> In de Westerse landen is veel spraak van vergrijzing. Veel vitale ouderen zijn bereid geld uit te geven aan reizen. Zij gaan vaak (kort) op vakantie (in eigen land) en dit meestal buiten het hoofdseizoen. Er zijn verschillende aspecten voor deze senioren belangrijk. Denk aan comfort, gemak én veiligheid.

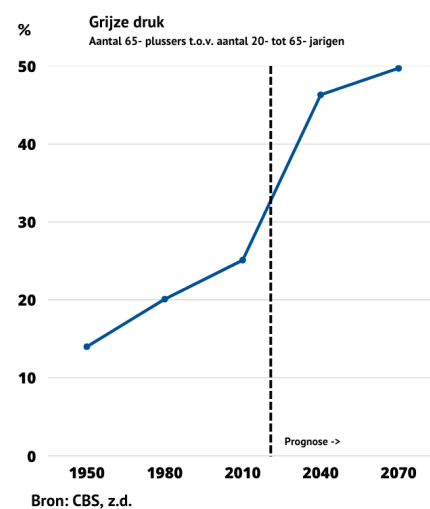
Huishouden -> Wereldwijd zijn er veel alleenstaande en/of samengestelde gezinnen. Al deze personen hebben eigen wensen en verwachtingen van reizen en vakanties. Wel krijgen vriendengroepen een steeds belangrijker plek in het reisgedrag.

Stad -> Steeds meer wereldburgers trekken van platteland naar stedelijke gebieden. Dit stimuleert ook het internationale toerisme. Steden hebben namelijk betere verbindingen, een hoog welvaartsniveau en de inwoners staan vaker open voor andere culturen (PBL, 2019).

Nederland

Ook in Nederland speelt de vergrijzing een enorme rol. Naar verwachting zal dit ook alleen maar toenemen, zie in grafiek 2 (CBS, z.d.). Veel mensen boven de 75 zien het vaak niet meer zitten om op vakantie te gaan. Daarom is de vergrijzing enorm ernstig voor de toeristische sector.

Bovendien speelt de inflatie op dit moment een enorme rol voor veel gezinnen in Nederland. Vakantie is voor velen dan ook onbereikbaar (NOS, 2022).



Grafiek 2 - Grijze druk

Wanneer gekeken wordt naar het toerisme in Zeeland, valt op dat er sprake is van een duidelijke piek in het hoogseizoen en een dal in het laagseizoen. Dit heeft grote gevolgen voor de werkgelegenheid in de regio, aangezien er in het hoogseizoen veel meer personeel nodig is dan in de wintermaanden. Volgens Jan de Regt, voorzitter van de Federatie van Ondernemersverenigingen in de gemeente Veere, zijn ondernemers bijna verplicht om het personeel het hele jaar in dienst te nemen, vanwege het tekort aan personeel in de zomermaanden. Dit kan echter leiden tot problemen in het hoogseizoen, aangezien er simpelweg minder werk verricht kan worden in de wintermaanden. Het vaste personeel wordt daardoor duur personeel en het is nog maar de vraag of het vaste contract terugverdiend wordt.

Ook de inwoners van Zeeland ervaren de piek in het hoogseizoen en dit wordt niet altijd als een voordeel gezien. Er is sprake van overlast door toeristen, wat niet alleen merkbaar is in de natuur, maar ook in het dagelijks leven van de lokale gemeenschap. De grote aantallen toeristen zorgen ervoor dat het in de zomermaanden drukker wordt op straat en in de winkels, wat voor de lokale bevolking als hinderlijk ervaren kan worden. Om deze problemen tegen te gaan, neemt de gemeente een aantal maatregelen. Zo worden de zomermarkten uitgebreid en worden er evenementen buiten het seizoen georganiseerd, om zo het seizoen te verlengen. Hier profiteren zowel de ondernemers als de inwoners van de regio van, door middel van het verhogen van de werkgelegenheid en het verminderen van de drukte in het hoogseizoen. Dit alles, is terug te vinden in het trendrapport Thrivable Tourism, 2021.

Ontwikkelingen in de economische omgeving

Internationaal

Uit de recente inflatiecijfers blijkt dat de prijzen van voedingsmiddelen en dranken sterk zijn gestegen. In februari waren deze producten 15,1% duurder dan een jaar eerder. Dit heeft niet alleen gevolgen voor de Nederlandse economie, maar ook voor andere Europese landen waar de inflatie eveneens oploopt. De oorzaak van de stijging in voedselprijzen is te wijten aan de hogere kosten die producenten doorberekenen aan de klant. Hoewel de prijzen van grondstoffen zoals graan en vetten de afgelopen maanden zijn gedaald, blijven verpakkingskosten en loonkosten stijgen. Volgens Sebastiaan Schreijen, analist voedselprijzen bij Rabobank, zal er voorlopig geen einde komen aan de prijsstijgingen en zal het mogelijk nog tot de zomer duren voordat sommige prijzen weer gaan dalen. Echter, het is de vraag of de consument dit terug gaat zien in de prijzen. Producenten zijn nog bezig om hogere kosten door te berekenen, zoals hoge verpakkingskosten en sterk stijgende loonkosten.

De inflatie stijgt niet alleen in Nederland, maar ook in andere grote Europese landen zoals Duitsland, Spanje en Frankrijk. Dit kan gevolgen hebben voor de Europese economie en het consumentenvertrouwen. Daarnaast kan het invloed hebben op de internationale handel en investeringen. Het is belangrijk om de inflatie in de gaten te houden en te kijken naar mogelijke oplossingen om deze te verminderen (NOS Nieuws, 2023).

Consumenten hebben in januari 2022 ruim 6 procent meer besteed dan in januari 2021, waarbij er vooral meer uitgegeven werd aan diensten zoals telefoon- en internetabonnements, verzekeringen, kappersbezoek, voetbalwedstrijden en restaurants. De consumptie van huishoudens lag in januari 2022 6,2 procent hoger dan een jaar eerder, waarbij er 12,2 procent meer werd uitgegeven aan diensten. Dit is mede te verklaren doordat niet-essentiële winkels en de dienstensector in januari 2021 nog kampten met strenge coronamaatregelen en daardoor minder omzet behaalden.

Voor restaurants betekent deze verschuiving in consumentenbestedingen een kans om hun omzet te verhogen. Door de versoepelingen van coronamaatregelen kunnen restaurants weer open en kunnen mensen weer buiten de deur eten en drinken. Consumenten hebben hier ook weer meer geld voor over, zo blijkt uit de cijfers van het CBS. Restaurants kunnen hierop inspelen door hun dienstverlening te verbeteren, bijvoorbeeld door het aanbieden van aantrekkelijke deals en arrangementen, het optimaliseren van de sfeer en beleving, en het inzetten van online marketing om hun doelgroep te bereiken. Het is echter belangrijk voor restaurants om ook rekening te houden met de nog steeds aanwezige onzekerheid rondom de

pandemie en mogelijke nieuwe maatregelen die de consumentenbestedingen weer kunnen beïnvloeden (CBS, 2023).

De NOS meldt dat er momenteel een groot tekort aan personeel is in de Nederlandse horeca, waardoor het voor werkgevers moeilijk is om de roosters rond te krijgen. Dit personeelstekort heeft verschillende oorzaken, waaronder de coronacrisis, het sluiten van de horeca tijdens lockdowns en de toenemende vraag naar personeel in andere sectoren. Het tekort aan personeel in de horeca heeft tot gevolg dat werkgevers alle zeilen moeten bijzetten om de roosters rond te krijgen. Zo worden er bijvoorbeeld steeds meer studenten en scholieren ingezet om de gaten in het rooster op te vullen. Daarnaast proberen werkgevers hun personeel te behouden door hen betere arbeidsvoorwaarden te bieden, zoals hogere lonen, meer flexibiliteit en betere doorgroei mogelijkheden. Toch blijft het voor veel horecaondernemers een uitdaging om voldoende personeel te vinden en te behouden. Hierdoor worden de werkdruk en stress voor het overgebleven personeel steeds hoger, wat uiteindelijk kan leiden tot een hoger ziekteverzuim en verloop.

Nederland

Uit de DESTEP-analyse blijkt dat lokale voedselconsumptie van binnenlandse toeristen in de Oost-Zwarte Zee regio een positieve invloed heeft op duurzaam toerisme. De Zwarte Zee-regio is een regio die zich uitstrekt over verschillende landen, waaronder Turkije, Georgië, Rusland, Oekraïne en Bulgarije. Het gebruik van lokale voeding is essentieel als toeristisch product voor bestemmingen en draagt bij aan economische, socio-culturele en milieu duurzaamheid. Volgens recente studies draagt lokale voeding bij aan duurzame ontwikkeling, behoudt de regionale culturele identiteit en ondersteunt de agrarische diversiteit. De vraag van toeristen naar lokale voeding als integraal onderdeel van de lokale cultuur en ervaring neemt toe in de context van gastronomisch toerisme. Toeristen hechten steeds meer waarde aan duurzame voedingsmiddelen zoals biologisch en lokaal voedsel. Dit is direct gerelateerd aan de toenemende interesse en bewustwording van consumenten ten opzichte van duurzame producten en diensten (Galati et al., 2021).

Het belang van lokale voedselconsumptie voor de economische duurzaamheid van bestemmingen ligt in de ontwikkeling van nieuwe producten die zowel duurzaamheid ondersteunen als consumenten aantrekken. Regionale bewustwording van hun tastbare en ontastbare waarden en hun vermogen om nieuwe producten te creëren, stellen hen in staat om meer voordelen te behalen ten opzichte van hun concurrenten. Het gebruik van lokale voeding is hierbij van groot belang omdat het verschilt van regio tot regio. Toeristen vragen steeds meer naar lokale voeding, niet alleen als een fysiologische behoefte, maar ook als onderdeel van activiteiten zoals plezier hebben, genieten van eten en vrije tijd op een kwalitatieve manier doorbrengen. De voorkeur voor lokale voeding draagt bij aan de aantrekkelijkheid van de regio en de duurzaamheid van het toerisme (Mandal, 2018; Choe en Kim, 2018).

Door lokale voedselconsumptie te bevorderen in de Oost-Zwarte Zee regio, kan duurzaam toerisme worden gestimuleerd. Dit kan worden bereikt door het stimuleren van lokale productie en het ondersteunen van kleine ondernemers en producenten in de regio. Dit zal bijdragen aan de economische ontwikkeling van de regio en tegelijkertijd zorgen voor een duurzame toeristische sector. Om de economische duurzaamheid te waarborgen is het van belang dat er voldoende aandacht wordt besteed aan het behoud van lokale culturen, tradities en diversiteit. Hierdoor kunnen toeristen op een verantwoorde en duurzame manier kennis maken met de regio en bijdragen aan de lokale economie (Koroglu et al., 2019).

Voor restaurants betekent dit dat er een grote kans is om lokale gerechten te promoten en te verkopen aan toeristen. Toeristen zijn vaak op zoek naar authentieke culinaire ervaringen en lokale gerechten kunnen een belangrijke rol spelen bij het aantrekken van bezoekers en het verhogen van de inkomsten van restaurants. Bovendien kan het promoten van lokale gerechten de lokale economie en landbouwsector stimuleren, wat kan bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van de regio. Het is echter ook belangrijk dat restaurants rekening houden met duurzaamheid bij het promoten van lokale gerechten. Dit betekent bijvoorbeeld het gebruik van biologische en lokaal geproduceerde ingrediënten, het verminderen van voedselverspilling en het implementeren van duurzame afvalbeheerpraktijken. Door duurzaamheid te integreren in hun bedrijfspraktijken, kunnen restaurants niet alleen bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van de regio, maar ook hun eigen concurrentievermogen vergroten.

De Sociaal-culturele omgeving

Internationaal

In heel de wereld verandert de leefstijl. Het verschuift steeds meer naar een duurzame leefstijl. Dit, omdat het goed is voor het milieu, voor de dieren en voor de mensen. De samenhang van productie en consumptie wordt steeds belangrijker. Er worden door heel de wereld acties gestart om zo steeds meer richting de duurzame leefstijl te gaan. In de toekomst wordt verwacht dat de meeste mensen overgaan op een duurzame leefstijl, wat goed is voor mens en natuur (Klimaat Verbond Nederland, 2020).

Nederland

Onze leefstijl verandert als het gaat om ons voedselpatroon. Er wordt steeds duurzamer gegeten. De laatste jaren is daarom de marktomzet van duurzaam voedsel in supermarkten gestegen. In 2020 was dit namelijk 19% en een jaar later was dit al met 3% gestegen. Vooral duurzame producten met een keurmerk worden steeds populairder (RTL Nieuws, 2022). Dit eetpatroon verandert ook doordat er meer informatie over allergenen beschikbaar is. We weten steeds meer over wat verschillende producten met ons doen. Dat we sommige producten vermijden, omdat het ongezond is en sommige producten juist kopen, omdat er gezonde voedingsstoffen in zitten. Dit zijn vaak ook duurzame producten, dus zorgt ook voor een stijging van omzet (Lambregts, 2021).

De normen en waarden in Nederland variëren ook steeds vaker. Nederlanders vinden duurzaamheid en milieu steeds belangrijker. Daarbij ook duurzaam voedsel. Streekproducten worden steeds populairder en er komen steeds meer nieuwe ontwikkelingen als het gaat om het duurzaam produceren van voedsel. Steeds meer restaurants kopen hun producten dichterbij in, dus uit de streek. Dit doen ze om de lokale boeren te kunnen steunen en duurzamer te werk te gaan. De producten hoeven dan niet meer uit andere landen te komen, hierdoor ontstaat minder CO₂ uitstoot (RIVM, 2022).

Huidige ontwikkelingen op technologisch vlak

Internationaal

Wat de laatste jaren steeds meer in opkomst is de smart industry. Dit is een overkoepelende naam voor verschillende technische digitalisering en innovaties. Zo ontstaan slimme fabrieken waarbij alles automatisch gaat. Robots en machines werken dan samen en lossen zelf de fouten op (Lambregts, 2021). Ook wordt er wereldwijd steeds meer gebruik gemaakt van voedseltransparantie. Dit wordt gedaan door middel van QR-codes. Deze QR-codes geven alle informatie over een product. Zo kan iedereen zien hoe het is gemaakt en of dit op een duurzame manier is gedaan. Dit zorgt ook voor meer vertrouwen bij de consument (Claeys, 2023).

Nederland

Om voedsel vanuit landen zoals Spanje, Ecuador of Marokko aan te laten voeren naar Nederland is niet duurzaam. Nederlanders zouden hun voedingspatroon ook anders in kunnen vullen, zoals het eten van streekproducten, zodat de schade aan het milieu kleiner wordt. Om dit steeds meer te realiseren ontstaan er in Nederland steeds meer duurzame technologische ontwikkelingen. Zo wordt de productie van kleinschalig voedsel makkelijker. Iets wat steeds meer voor gaat komen is het inzetten van robots. Een voorbeeld hiervan is het lokaal produceren van zuivel. Dit doen boeren nu met behulp van robots. Deze producten kunnen weer in lokale winkels verkocht worden. Ook komen er steeds meer streekproducten in online supermarkten. Zo hoeven de producten niet meer van ver te komen en is dit dus minder schade voor het milieu (Kroese, 2020).

Belangrijkste ontwikkelingen ecologisch gebied

Internationaal

Op internationaal vlak hebben zich veel ecologische ontwikkelingen doorgevoerd. Dit is ook wel nodig. Wereldwijd is er last van klimaatopwarming. Dit komt mede, doordat er geen duurzame/milieuvriendelijke levens worden geleid.

Wereldwijd hebben meer dan 800 miljoen mensen geen toegang tot zoet water. National Geographic schat dat dit in 2025 1,8 miljard mensen zullen zijn. De toeristische sector speelt hierin een enorme rol. Het meeste water gaat dan ook uit naar toeristische activiteiten als golfbanen (om het grasgroen te houden), zwambaden, besproeiing van de tuinen, het wassen van de lakens en handdoeken. Ten slotte kan de huidige populariteit van wellness problemen opleveren.

Bovendien is de horeca een plaats waar de toeristen vaak komen. Toch is de voedselverspilling en CO₂-uitstoot een groot ding (Yumpu.com, z.d.).

Nederland

Zoals hierboven is beschreven is de omgeving afgelopen jaren snel vervuild door ongecontroleerd menselijk gedrag. Bovendien is uit cijfers van het CBS (2017) gebleken dat de toeristische sector ten opzichte van de totale economie relatief veel water én energie verbruikt. Tot slot, stoten zij ook veel broeikasgas uit. Hiernaast is de productie van afval door toerisme ook een belangrijk punt. Het is een uitdaging voor de toeristische sector om ervoor te zorgen dat dit afval geschieden wordt én eventueel wordt gerecycled (Utrecht University, 2020).

Ook wordt steeds meer openbaar vervoer in Nederland elektrisch en dus milieuvriendelijker. Dit is een perfecte manier om als toerist jezelf te verplaatsen. Als laatste krijg je een subsidie als je duurzaam onderneemt (KVK, z.d.). Dit is fijn voor de ondernemingen die deze stap al hebben gemaakt of willen nemen.

Er zal dus niet alleen wereldwijd, maar ook in Nederland moeten worden gekeken naar verduurzaming in de toeristische sector. Er zijn genoeg aspecten waar het beter kan, denk aan accommodaties, toeristische activiteiten én transport.

Relevante ontwikkelingen op politiek-juridisch gebied

Internationaal

Politiek punt op internationaal gebied: De Europese Commissie (EC) heeft plannen gepresenteerd om de hoeveelheid verpakkingsafval te verminderen. Het bedrijfsleven wordt opgeroepen om in de komende jaren forse stappen te zetten op het gebied van duurzame verpakkingen. De plannen van de EC moeten ertoe leiden dat de hoeveelheid verpakkingsmateriaal in 2040 per inwoner van Europa 15 procent minder is dan in 2018. De afvalberg zou daarmee met ruim een derde kunnen worden teruggedrongen. Er zullen verschillende plannen voor verschillende producten worden geïmplementeerd, zoals het terugdringen van de gebruikte hoeveelheid verpakkingsmateriaal en het creëren van herbruikbare en hervulbare verpakkingen. Voorlichtingsorganisatie Milieu Centraal verwelkomt de plannen, maar heeft ook kritische noten, zoals de landbouwgrond die nodig is voor de productie van biologisch afbreekbare koffiecups.

Het verminderen van verpakkingsafval is een belangrijk politiek punt op internationaal gebied, omdat het een grote impact heeft op het milieu en de volksgezondheid. Het voorstel van de Europese Commissie om de hoeveelheid verpakkingsmateriaal in 2040 met 15 procent per inwoner te verminderen, kan een belangrijke bijdrage leveren aan de vermindering van de afvalberg en de bescherming van het milieu. Dit kan worden bereikt door het bedrijfsleven aan te sporen tot de ontwikkeling van duurzame verpakkingen.

Het voorstel van de Europese Commissie omvat verschillende plannen voor verschillende producten. Dit, omvat onder andere het terugdringen van de gebruikte hoeveelheid verpakkingsmateriaal en het creëren van herbruikbare en hervulbare verpakkingen. Voorlichtingsorganisatie Milieu Centraal verwelkomt deze plannen, maar benadrukt wel dat er nog steeds uitdagingen zijn, zoals de impact van de productie van biologisch afbreekbare koffiecups op de landbouwgrond. Het is belangrijk om rekening te houden met deze uitdagingen bij het implementeren van duurzame verpakkingsoplossingen.

Al met al zal het verminderen van verpakkingsafval een belangrijk onderwerp blijven op internationaal niveau en is het belangrijk dat regeringen, bedrijven en consumenten samenwerken om duurzame verpakkingsoplossingen te ontwikkelen en te implementeren.

Nederland

De Nederlandse overheid stimuleert duurzaamheid en heeft verschillende maatregelen genomen om de CO₂-uitstoot te verminderen. Zo zijn er verschillende subsidies beschikbaar voor duurzame projecten en wordt er gewerkt aan de ontwikkeling van duurzame technologieën. Ook heeft de overheid een nationaal klimaatakkoord opgesteld dat gericht is op het verminderen van de uitstoot van broeikasgassen. Uit een inwonersonderzoek in Zeeland blijkt dat 12% van de inwoners het eens is met de stelling dat ze een stem hebben in beslissingen over toeristische ontwikkelingen in hun gemeente. Dit gebrek aan inspraak heeft een negatieve invloed op de steun voor toerisme onder inwoners. Het belang van burgerparticipatie wordt steeds groter in het Nederlandse overheidsbeleid, vooral in het nieuwe ruimtelijk beleid waar participatie van alle stakeholders, inclusief burgers, een belangrijke rol speelt. Inwoners kunnen ook via petitie en burgerinitiatieven invloed uitoefenen op politieke besluitvorming. Het is van belang om de mogelijkheden voor inspraak nog toegankelijker en zichtbaarder te maken voor inwoners. Uit het onderzoek blijkt dat de factor 'trots zijn' momenteel in positieve zin bijdraagt aan de mate van steun voor toerisme in Zeeland, terwijl het gevoel van weinig inspraak juist afbreuk doet aan de mate van steun voor toerisme (Kenniscentrum Kusttoerisme et al., 2020, p. 14 "Toerisme en politieke inspraak").

Bronnenlijst DESTEP-analyse

Apak, O. C. A., & Gürbüz, A. G. (2022). The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. In *sciencedirect.com* (Nr. 103192).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698922002855#sec3>

Benjamin Claeys. (2023, 23 februari). FDA rolt op QR-code gebaseerde voorschriften uit voor voedselzekerheid en authenticatie. *Qrtiger*. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van

<https://www.qrcode-tiger.com/nl/fda-rolls-out-qr-code-based-regulations-for-food-security-and-authentication>

Benus, S., Blik, L., Soeters, M., Spee, R., Verstrate, N., & De Visser, R.-J. (2022). *Trendrapport thriveable tourism thriving business* [Trendrapportage]. Hogeschool Zeeland.

CBS: Uitgaven diensten gestegen, goederen gedaald. (2023, 8 maart). *bnr.nl*.

<https://www.bnr.nl/nieuws/economie/10506049/cbs-uitgaven-diensten-gestegen-goederen-gedaald>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017b, juni 2). *Milieu-economische verkenning toerismesector*.

<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/22/milieu-economische-verkenning-toerismesector>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (z.d.). *Ouderen*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/leeftijd/ouderen>

EEN MOMENT VAN STILSTAND BRENGT DUURZAAM TOERISME VERDER. (2020, 17 september).

Geraadpleegd op 6 maart 2023, van

<https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/37890/Scriptie%20duurzaam%20toerisme%20definitief.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Kenniscentrum Kusttoerisme, Korteweg Maris, D. K. M., Bijl, J. B., IJben, H. I., & Tempelman, M. T. (2020). *Toerisme en Zeeland: Een verkenning van de invloed van toerisme op de Zeeuwse samenleving*. HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.

https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/2/27/Magazine_Toerisme_en_Zeeland_%28DEF%29.pdf

Kroese, V., & U. (2020, 25 maart). Duurzaam voedsel: De toekomst van ons eten – Wat is het alternatief? *Financial Focus*. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van

<https://financialfocus.abnamro.nl/inspiratie/duurzaam-voedsel-de-toekomst-van-ons-eten-wat-is-het-alternatief/#:~:text=Natuurlijk%20zijn%20veel%20producten%20seizoens,supermarkt%20zoals%20Crisp%20of%20Picnic.>

Lambregts, M. R. M. (2021, 24 augustus). Trends en ontwikkelingen voedingsindustrie - Rabobank. Rabobank. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van

<https://www.rabobank.nl/kennis/s011086915-trends-en-ontwikkelingen-voedingsindustrie>

N. (2019, 18 juli). *Omgevingsanalyse*. NBTC. <https://nbtcmagazine.maglr.com/toekomstscenario-s-inkomend-toerisme-2030-def/omgevingsanalyse>

NOS Nieuws. (2023, 3 maart). Inflatie stijgt weer; “Einde aan hogere voedselprijzen pas in de zomer”. *Nos.Nl*. <https://nos.nl/artikel/2465785-inflatie-stijgt-weer-einde-aan-hogere-voedselprijzen-pas-in-de-zomer>

NOS. (2021, 30 november). Brussel wil einde aan verpakkingsafval, hoe moet dat vorm krijgen? <https://nos.nl/artikel/2454617-brussel-wil-einde-aan-verpakkingsafval-hoe-moet-dat-vorm-krijgen>.

NOS. (2021, 6 juni). Personeelstekort in horeca: hoe krijg je de roosters rond? <https://nos.nl/artikel/2425332-personeelstekort-in-horeca-hoe-krijg-je-de-roosters-rond>.

NOS. (2022, 6 augustus). *Vakantie voor velen onbereikbaar, vooral door de hoge inflatie*. <https://nos.nl/artikel/2439631-vakantie-voor-velen-onbereikbaar-vooral-door-de-hoge-inflatie>

RIVM. (2022, 10 november). Duurzaam voedsel. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van <https://www.rivm.nl/voedsel-en-voeding/duurzaam-voedsel#:~:text=De%20productie%20van%20voedsel%20belast,nu%20en%20in%20de%20toekomst>.

RTL Nieuws. (2022, 18 september). We geven steeds meer uit aan duurzaam voedsel in supermarkt. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5334095/duurzaam-voedsel-inkomsten-supermarkt-omzet#:~:text=Supermarkten%20verdiene%20steeds%20meer%20aan,%20vis%20thee%20of%20eieren>.

Verduurzamen: profiteer van subsidies en regelingen. (z.d.). KVK. [https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie/duurzaam-ondernemen/verduurzamen-profiteer-van-subsidies-en-regelingen/#:~:text=De%20Subsidieregeling%20verduurzaming%20MKB%20\(SVM,vanaf%201%20april%202023%20aanvragen](https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/innovatie/duurzaam-ondernemen/verduurzamen-profiteer-van-subsidies-en-regelingen/#:~:text=De%20Subsidieregeling%20verduurzaming%20MKB%20(SVM,vanaf%201%20april%202023%20aanvragen).

W. & Klimaat Verbond Nederland. (2020, 30 oktober). EU-onderzoek: langzame verschuiving naar duurzame leefstijlen - Klimaatverbond Nederland. Klimaatverbond Nederland. Geraadpleegd op 15 maart 2023, van <https://klimaatverbond.nl/actueel/eu-onderzoek-langzame-verschuiving-naar-duurzame-levenstijlen/>

Yumpu.com. (z.d.). *Waterverbruik & Toerisme - IDUT*. yumpu.com. <https://www.yumpu.com/nl/document/read/19835365/waterverbruik-toerisme-idut>

Vijfkrachtenmodel van Porter

Roompot

Roompot zorgt er steeds beter voor dat zij duurzaam serveren binnen het restaurant.

Interne concurrentie op de markt		
Kracht / dreiging	Situatie heden	Situatie toekomst
Interne concurrentie op de markt	Landal: laag Center Parcs: laag	Landal: gemiddeld. Center Parcs: gemiddeld
Onderhandelingsmacht afnemer	Toeristen: hoog	Toeristen: hoog
Onderhandelingsmacht leverancier	(Vakantiepark) restaurants: laag	(Vakantiepark) restaurants: laag
Dreiging substituten	Bezorgen / halen: hoog	Bezorgen / halen: hoog
Dreiging nieuwe toetreders tot de markt	Restaurants: laag	Restaurants: laag

Tabel 3 - Interne concurrentie Roompot

Interne concurrentie op de markt

Op de markt van vakantieparken zijn een aantal concurrenten. Er zijn een aantal vakantieparken waarmee Roompot concurreert. Denk aan de grote parken:

- Landal -> Landal is op verschillende manieren bezig met duurzaamheid. Zo hebben zij een aantal onderwerpen waar zij zich op richten. Denk aan gezonde natuur, energie & afval én mens & natuur. Duurzaamheid in voedsel of restaurant zijn zij nog niet echt mee bezig. Op het moment zijn er twee restaurants binnen Nederland die duurzaam koken. De concurrentie nu ligt dus 'laag'. Wel geven zij aan dat "vernieuwing" een belangrijk aspect voor hen is. Naar verwachting zal de concurrentie in de toekomst stijgen naar 'gemiddeld' (Landal, z.d.).
- Center Parcs -> Het vakantiepark is op zijn moment ook enorm met duurzaamheid bezig. Echter gaat dit wel veel om het gebruik van water, elektriciteit en verlichting. Bovendien staat duurzaamheid binnen voedsel ook hier niet in het rijtje (Center Parcs, z.d.). Dit is de reden dat de concurrentie 'laag' is. Wel geeft ook Center Parcs aan het park nóg duurzamer en gezonder te willen maken. Ook hierdoor zal de concurrentie stijgen naar 'gemiddeld' (Van Der Molen, 2022).

Onderhandelingsmacht van de afnemer

De afnemer van het restaurant van Roompot, Zeeland, zijn toeristen. In principe ligt de macht van de toerist erg hoog, aangezien zij zonder wikken of wegen kunnen kiezen voor een ander restaurant. Er zijn op het moment meer dan 1000 duurzame restaurants in Nederland (*BNNVARA*, z.d.). Dit is de reden dat de macht hoog ligt. Bovendien blijkt uit hetzelfde interview dat dit zal stijgen en dus blijft de concurrentie hoog.

Onderhandelingsmacht van de leverancier

Roompot heeft weinig onderhandelingsmacht als leverancier, omdat zij niet exclusief zijn. Zoals bij het kopje 'interne concurrentie' te lezen is, zijn ook andere parken en restaurants aan het verduurzamen. Roompot is met hun aanbod dus niet exclusief. In de toekomst zullen steeds meer restaurants/ vakantieparken nog duurzamer worden (zie bronnen 'interne concurrentie' 'onderhandelingsmacht afnemer'). Ook dan zal de macht laag blijven.

	Zeeland
Café	-16%
Fastfood	0%
Bezorg/Halen	56%
Lunchroom	-2%
Café-Restaurant	4%
Restaurant	-2%

Dreiging substituten

De dreiging van substituten is erg hoog, zie hiervoor de tabel hierboven (*ABN AMRO*, 2022). We zien dat de groei van bezorgen/halen groot is. Dit is dus een gevaarlijke substituuat van restaurants.

Dreiging nieuwe toetreders tot de markt

De dreiging van nieuwe toetreders ligt laag. Uit onderzoek is namelijk gebleken dat in de afgelopen jaren cafés en restaurants plaats hebben moeten maken voor bezorgers. Zo is de procentuele groei tussen 2020-2022 voor bezorgen/halen 56% en is er een afname van 2% in restaurants. Dit is enorm zorgelijk (*ABN AMRO*, 2022). Uit deze tabel kunnen we halen dat dit in de toekomst de dreiging laag blijft.

Seafarm

Seafarm is een viskwekerij die op een duurzame manier vis kweekt. Die vis wordt dan weer verkocht in hun eigen restaurant.

Interne concurrentie op de markt		
Kracht / dreiging	Situatie heden	Situatie toekomst
Interne concurrentie op de markt	Viskwekerij: hoog Restaurant: hoog	Viskwekerij: hoog Restaurant: hoog
Onderhandelingsmacht afnemer	Viskwekerij: matig / hoog Restaurant: matig / hoog	Viskwekerij: hoog Restaurant: hoog
Onderhandelingsmacht leverancier	Viskwekerij: laag Restaurant: laag	Viskwekerij: laag Restaurant: laag
Dreiging substituten	Viskwekerij: gemiddeld Restaurant: matig / hoog	Viskwekerij: hoog Restaurant: hoog
Dreiging nieuwe toetreders tot de markt	Viskwekerij: laag Restaurant: laag	Viskwekerij: laag Restaurant: matig

Tabel 4 - Interne concurrentie Seafarm

- Viskwekerij -> De concurrentie ligt erg hoog. Er zijn verschillende andere viskwekerijen actief in Zeeland. Seafarm heeft echter al een dominante positie in de markt en kan zich onderscheiden door de focus te leggen op duurzaamheid (Seafarm, z.d.). Duurzaamheid wordt steeds belangrijker en daarom zal de concurrentie in de toekomst ook hoog blijven (CBS, 2022).
- Restaurant -> De concurrentie van het restaurant van Seafarm ligt hoog. Er zijn veel restaurants die dezelfde vissoorten aanbieden als dat Seafarm doet. Seafarm onderscheidt zich doordat hun vis uit eigen kwekerij komt en ze de focus leggen op duurzaamheid (Seafarm, z.d.). Doordat steeds meer bedrijven zich op duurzaamheid gaan richten, zal de concurrentie de komende jaren alleen maar toenemen (CBS, 2022).

Onderhandelingsmacht van de afnemer

- Viskwekerij -> Zeeland is niet zo groot en er zijn drie grote concurrenten van Seafarm. Hierdoor is de macht van de afnemers matig tot groot. Afnemers, zoals groothandels en supermarkten, hebben keuze uit verschillende viskwekerijen. Als afnemers specifiek opzoek zijn naar een duurzame viskwekerij, dan hebben de afnemers minder macht. Seafarm is hier namelijk de grootste in. Duurzaamheid is iets wat in de aankomende jaren steeds meer terug zal komen (CBS, 2022). Seafarm zal in de toekomst niet meer alleen domineren in de duurzame viskwekerij, want er komt steeds meer concurrentie. Een voorbeeld hiervan is Kingfish Zeeland. Dit bedrijf gaat zich, net zoals Seafarm, steeds meer richten op duurzaamheid (Kingfish Zeeland, 2023). De macht van de afnemer zal in de toekomst dus hoog zijn.
- Restaurant -> Er zijn veel verschillende visrestaurants in Zeeland. De afnemer heeft daarom matig tot veel macht. De afnemers kunnen kiezen uit veel verschillende eetgelegenheden, er kunnen dus lage prijzen verwacht worden. Bij Seafarm is het net iets anders. Seafarm differentieert zich op het gebied van duurzaamheid. Ze serveren vis direct uit hun kwekerij (Seafarm, z.d.). Hierdoor hebben de afnemers minder macht, want ergens anders kunnen ze dat niet krijgen. Zoals hierboven al genoemd is wordt

duurzaamheid steeds belangrijker. Er zullen dus meer bedrijven zijn die duurzaam te werk gaan (Greendish, 2022). De consumenten zullen dus meer keuze hebben uit restaurants. In de toekomst wordt de macht van afnemers daarom ook hoger.

Onderhandelingsmacht van de leverancier

- Viskwekerij -> De macht van de leverancier is laag. Dit, omdat Seafarm zelf het voer voor de vissen produceert. Zo heeft Seafarm veel controle over het hele proces en domineert in deze sector (Seafarm, z.d.). Dit zal in de toekomst ook niet veranderen.
- Restaurant -> Seafarm is haar eigen leverancier. De macht van andere leveranciers is daarom laag. Seafarm kweekt haar eigen vis en doet dit op een duurzame manier. Seafarm heeft dus de volledige controle over dat proces en over de voorraad van het restaurant (Seafarm, z.d.). Ook dit zal in de toekomst niet veranderen (Seafarm, z.d.).

Dreiging substituten

- Viskwekerij -> De dreiging van substituten is gemiddeld. Een afnemer kan ervoor kiezen om niet gekweekte vis te eten, dus wilde vis. Ook kan een consument gaan voor andere voedselbronnen, zoals vlees. Echter onderscheidt Seafarm zich met een uniek en duurzaam productaanbod (Seafarm, z.d.). Op dit gebied zal Seafarm in de toekomst meer concurrentie krijgen, omdat duurzaamheid steeds belangrijker wordt (CBS, 2022). De dreiging van substituten zal daarom hoger worden.
- Restaurant -> De dreiging van substituten is matig tot hoog. In Zeeland zijn veel verschillende restaurants die ook verse vis aanbieden. Seafarm heeft een uniek en duurzaam productaanbod en kan dus zich zo onderscheiden van de concurrent (Seafarm, z.d.). In de toekomst zal deze concurrentie meer worden, want er wordt door steeds meer bedrijven op duurzaamheid gefocust (CBS, 2022).

Dreiging nieuwe toetreders tot de markt

- Viskwekerij -> De dreiging van nieuwe toetreders tot de markt is laag. Om een viskwekerij op te starten heeft een bedrijf een groot startkapitaal nodig, iets wat niet veel bedrijven hebben. Daarnaast is er ook nog een goede locatie nodig aan het water waar er vis gekweekt kan worden. Ook zijn er machines nodig en personeel die veel weten over vissen en vis kweken (Seafarm, z.d.). Het is dus heel lastig om toe te treden en zal dus in de toekomst ook niet snel gebeuren.
- Restaurant -> De dreiging van nieuwe toetreders tot de markt is laag. Er zijn al veel bedrijven die in die regio vis verkopen. Ook brengt het opzetten van een restaurant hoge kosten met zich mee. Seafarm kweekt haar eigen duurzame vis en dit duurde lang om op te zetten en koste veel geld (Seafarm, z.d.). Andere bedrijven zullen dit daarom niet zo snel nadoen en daarom is de dreiging van nieuwe toetreders tot deze markt laag. In de toekomst zal dit van laag naar matig verschuiven, omdat steeds meer bedrijven zich gaan richten op duurzaamheid (CBS, 2022).

Bronnenlijst vijfkrachtenmodel van porter

Cafés en restaurants maken plaats voor bezorgers. (2022, 8 februari). ABN AMRO. <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/stand-van-sectoren/leisure/cafes-en-restaurants-maken-plaats-voor-bezorgers.html>

Center Parcs 10x op z'n duurzaamst. (z.d.). <https://www.centerparcs.nl/nl-nl/blog/natuur/center-parcs-10x-op-zn-duurzaamst>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, 1 november). *Bedrijven geven steeds meer uit aan milieu-investeringen.* <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/44/bedrijven-geven-steeds-meer-uit-aan-milieu-investeringen>

De nieuwe Landal Brasseries: Trendy én (h)eerlijk vers eten. (z.d.). <https://www.parkvakanties.nl/blog/landal-greenparks/de-nieuwe-landal-brasseries-trendy-en-heerlijk-vers-eten/>

K. & Greendish. (2022, 4 januari). *De horecatrends van 2022: verandering en duurzaamheid - Greendish.* Greendish. Geraadpleegd op 6 maart 2023, van <https://greendish.com/de-horecatrends-van-2022/>

Kingfish Zeeland. (2023). *Home | Dutch Yellowtail.* Geraadpleegd op 6 maart 2023, van <https://nl.kingfish-zeeland.com/>

Meer dan 1.000 restaurants tonen klant duurzaamheid - Vroege Vogels - BNNVARA. (z.d.). Vroege Vogels. <https://www.bnnvara.nl/vroegevogels/artikelen/meer-dan-1-000-restaurants-tonen-klant-duurzaamheid>

Seafarm bv. (z.d.). *Seafarm is een Europese leider in de handel in onze eigen oesters en mes heften en kweek van tarbot.* Geraadpleegd op 6 maart 2023 van <http://www.seafarm.nl/>

Van Der Molen, F. (2022, 8 maart). *Center Parcs maakt aanbod in restaurants nog duurzamer en gezonder - Duurzaam Ondernemen.* Duurzaam Ondernemen. <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/center-parcs-maakt-aanbod-in-restaurants-nog-duurzamer-en-gezonder/>

SWOT-analyse

De SWOT-analyse is een analyse op basis van Macro, Meso en Micro factoren. De kansen en bedreigingen op basis van de DESTEP-analyse (macro) en het vijfkrachtenmodel van Porter (meso). Door de micro factoren worden de sterktes en zwaktes gevormd.

Hieruit kan worden waargenomen dat het onderwerp “duurzaamheid van voeding in het toerisme” veel kansen kent. Dit is vooral te danken aan het feit dat toeristen, maar ook ondernemingen binnen en buiten Zeeland, steeds meer belang hechten aan duurzaamheid.

Conclusie SWOT-analyse

Er zitten verschillende verbanden tussen de vier categorieën, zowel positief als negatief, dit is aangegeven in de confrontatiematrix. 2 is een positief verband en -2 een negatief verband. Er staat een 0 als er geen verband is. Uit deze verbanden kunnen conclusies getrokken worden. Voorbeelden van positieve verbanden ervan zijn:

Er is een positief verband te zien tussen het feit dat in Zeeland voldoende landbouwgrond beschikbaar is (S1) en dat de populariteit van streekproducten stijgt (O2). Onder toeristen worden streekproducten steeds populairder. De vraag naar streekproducten neemt dus toe, vooral in het hoogseizoen. Deze streekproducten komen van lokale bedrijven, zoals lokale boeren. De streekproducten worden verbouwd op landbouwgrond en daar is genoeg van in Zeeland.

Ook zit er een positief verband tussen de verduurzaming van restaurants (S2) en de technische ontwikkelingen (O1). De technische ontwikkelingen kunnen namelijk bijdragen aan de verduurzaming van restaurants. Deze ontwikkelingen kunnen het makkelijker maken en de drempel verkleinen als het gaat om overstappen naar verduurzaming van je bedrijf (O5). Ook zouden technische ontwikkelingen het verduurzamen van je bedrijf goedkoper kunnen maken, wat weer een bedreiging wegneemt (T1).

Echter zijn er ook negatieve verbanden te vinden:

Er zijn verschillende negatieve verbanden te herkennen als het gaat om de bedreigingen: duurzaam ondernemen is duur (T1) en de bedreiging inflatie (T2). Zo heeft het feit dat duurzaam ondernemen duur is (T1) een negatief verband met de stijgende vraag naar lokale- en streekproducten (K2). Lokale- en streekproducten zijn vaak duurder dan traditioneel voedsel (W1) en het duurzaam ondernemen zelf is ook al duur. Dit zou er dus voor gaan zorgen dat de prijzen van de gerechten gaan stijgen en toeristen moeten dit wel kunnen betalen. Ook met het ook op de inflatie (T2).

Adviezen

Positieve factoren -> op basis van het vijfkrachtenmodel van Porter (meso) en de DESTEP (macro).

Advies 1 -> **Betrek de bewuste toerist**

Toeristen staan steeds vaker stil bij duurzaamheid en de ecologische voetafdruk die zij achterlaten tijdens een vakantie. Het is slim om als onderneming hierop in te spelen. Er zijn verschillende manieren om de toerist te laten weten dat ook ondernemingen hiermee bezig zijn.

Allereerst is het gebruik van streekproducten steeds populairder aan het worden. Dit is een manier om duurzamer te werken binnen de horeca. Door als bedrijf de CO₂-uitsoot te verlagen op manieren, zoals vervoer van transport, kan er geld worden bespaard.

Negatieve factoren -> op basis van het vijfkrachtenmodel van Porter (meso) en de DESTEP (macro).

Advies 2 -> **Kom in actie, voordat het te laat is!**

Door het veranderen van de normen en waarden van de toeristen is het slim, als bedrijven zo veel mogelijk de doelgroep voorzien in hun wensen. Zo ontwikkelen ondernemers een vaste klantenkring van toeristen die terugkomen.

Verder zijn er heel wat maatschappelijke problemen, waarmee ondernemingen rekening moeten houden. Denk aan een probleem als inflatie, wat een gevolg is van de oorlog tussen Oekraïne en Rusland. Bovendien is de wereldwijde klimaatopwarming een maatschappelijk probleem. Het is belangrijk voor de ondernemingen om vooruit te denken om op lange termijn geld te besparen om de problemen terug te dringen.

Doordat er nog veel ondernemingen niet inspelen op de duurzaamheid binnen de toeristische sector, is het aantrekkelijk voor anderen om zich hierin te onderscheiden. Dit door in te spelen op de kansen van de SWOT-analyse. Door bijvoorbeeld technologische ontwikkelingen te implementeren in een onderneming. Hierbij zou ook gebruik gemaakt kunnen worden van subsidies van de overheid, zodat er minder kosten gemaakt kunnen worden.

Sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen

Sterktes:

Steeds meer restaurants gaan verduurzamen.
Stimuleren duurzaamheid door overheid

Zwaktes:

Duurzaam voedsel is vaak duurder dan traditioneel voedsel.
Niet alle restaurants hebben de kennis of de middelen om hun bedrijf te verduurzamen.

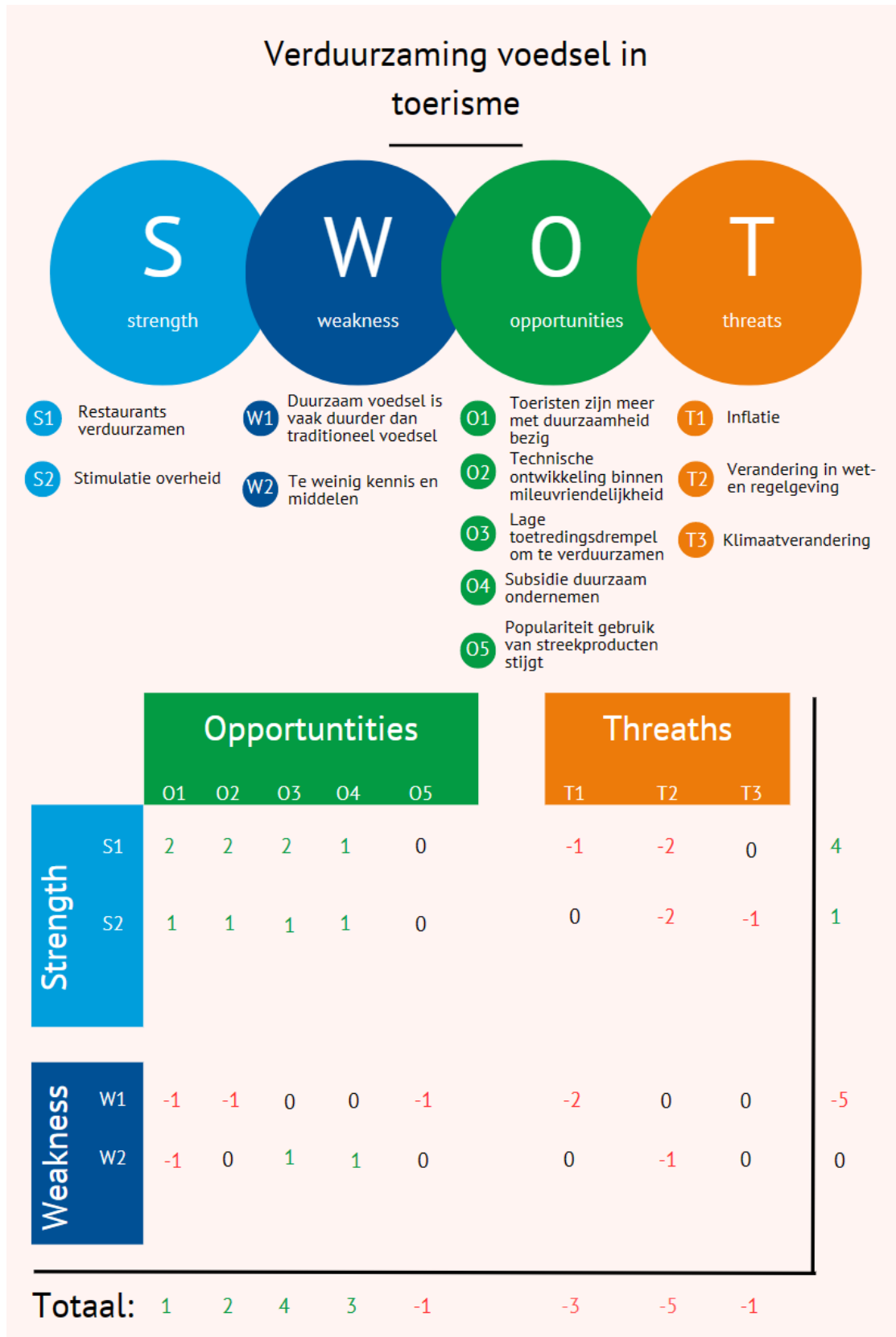
Kansen:

Toeristen zijn steeds meer bezig met duurzaamheid en duurzaam voedsel.
Steeds meer technische ontwikkelingen die de verduurzaming van voeding bevorderen.
Lage toetredingsdrempel. Verduurzaming van je bedrijf kan al met kleine stappen.
Er worden subsidies uitgegeven, zodat de drempel tot verduurzaming kleiner wordt.
De populariteit van streek- en lokale producten stijgt.

Bedreigingen:

Inflatie; door inflatie hebben mensen minder te besteden en zullen dus vaker voor een goedkoop product gaan i.p.v. een duurzaam product.
Verandering in wet- en regelgeving, waardoor restaurants worden belemmerd als het gaat om verduurzaming.
De klimaatverandering kan de kwaliteit en beschikbaarheid van duurzame voeding negatief beïnvloeden.

Visuele SWOT-analyse



Figuur 4 - SWOT-analyse

7-S MODEL

Structuur

Bij de structuur gaat het erom wie er verantwoordelijk is voor wat. Als er gekeken wordt naar duurzaam voedsel binnen de toeristensector spelen de lokale boeren, horeca en de overheid een belangrijke rol. Zo verbouwen lokale boeren op een duurzame manier voedsel en leveren dit vervolgens aan bedrijven, zoals restaurants. Restaurants gaan zich steeds meer richten op duurzaamheid. Zo kopen ze steeds meer producten in bij de lokale boer of verbouwen ze hun eigen voedsel (Awkward Duckling, 2022). De overheid heeft een andere rol hierin, namelijk het stimuleren van lokale boeren en restaurants om duurzaam te gaan verbouwen en verkopen. Dit doen ze mede door bedrijven aan te moedigen om duurzaam voedsel te verkopen, onderzoeken naar duurzaam voedsel, financieren en het wegnemen van eventuele belemmeringen met betrekking tot de wetgeving (Ministerie van Algemene Zaken, 2022).

Strategie

Bij de strategie gaat het erom dat er toekomstplannen worden gemaakt om duurzaam voedsel binnen de toeristensector te bevorderen. Zo is er geld vrijgemaakt door de overheid om onderzoeken te doen naar duurzaam voedsel en het belang ervan (Ministerie van Algemene Zaken, 2022). Ook wordt er door de overheid en andere instanties gewerkt aan een stimuleringsplan. Dit plan moet ervoor gaan zorgen dat het plantaardig teelten van voedsel in Zeeland verduurzaamd wordt. Doordat de overheid restaurants in Zeeland stimuleert om duurzaam voedsel te gaan verkopen heeft dit ook invloed op het toerisme (Provincie Zeeland, 2021).

Systemen

Door het opzetten van systemen wordt de duurzaamheid binnen de toeristische sector bevorderd. Een voorbeeld hiervan is het lokaal produceren van zuivel. Dit doen boeren nu met behulp van robots. Deze producten kunnen weer in restaurants verkocht worden (Kroese, 2020). Ook is er een speciaal keurmerk, namelijk het Zeker Zeeuws Streekproduct keurmerk, dat garantie geeft voor het product. Door het keurmerk weet iedereen, dus ook de toeristen, dat de producten uit Zeeland komen en op een duurzame manier verbouwd worden (Zeker Zeeuws, 2023).

Stijl

Bij stijl gaat het om het bevorderen van de cultuur van duurzaam voedsel binnen de toeristensector. Zo wordt op veel websites al geadverteerd met duurzaamheid, dit wordt gedaan, omdat duurzaamheid veel belangrijker wordt (CBS, 2022). Doordat er veel geadverteerd wordt met duurzaamheid kunnen hotels en restaurants uitzoeken die zich richten op duurzaamheid. Verder kunnen erbij bedrijven die zich specialiseren in duurzaamheid ook workshops en rondleidingen gegeven worden. Zo worden toeristen zich meer bewust van duurzaam voedsel en zullen ze hier in het vervolg meer op gaan letten (Bozuwa, 2022). Dit bevordert de cultuur rondom duurzaam voedsel binnen de toeristensector.

Staff

Dit zijn de personen/instaties die bijdragen aan het bevorderen van duurzaam voedsel binnen de toeristische sector. Zo geeft de overheid subsidies om onderzoeken naar duurzaam voedsel uit te voeren. Ook worden er trainingen en cursussen gegeven over alternatief voedsel. Een voorbeeld hiervan zijn eiwitvervangers. Vaak zijn eiwitbronnen nu niet duurzaam. In die trainingen en cursussen worden de voordelen van de alternatieve eiwitbronnen besproken. Dit zijn eiwitbronnen zoals: zeewier, insecten, noten, paddenstoelen, peulvruchten en microalgen (Ministerie van Algemene Zaken, 2022).

Skills

Kennis is een belangrijke vaardigheid als het gaat om duurzaam voedsel binnen de toeristensector. Hoe meer kennis er is over duurzaam voedsel, des te meer mensen vertrouwen krijgen in duurzaam voedsel. Deze kennis wordt vergaard door onderzoeken die door de overheid gesubsidieerd worden. Ook moet er voldoende kennis zijn over het werken met duurzame producten, maar vooral ook het leren minder weg te gooien. Als voorbeeld wordt er gekeken naar restaurants waar veel voedselverspilling plaats vindt. (PBL, z.d.).

Shared values

Als het gaat om gedeelde waarden met betrekking tot duurzaam voedsel in de toeristische sector, zijn waardering voor de lokale producten en respect voor de natuur belangrijke punten. Het begin van de voedselketen wordt interessanter. Er zijn dus meer bedrijven die hierop inspelen en de herkomst en productie van hun voedsel laten zien. Toeristen kunnen zelf ook meer dingen beleven, zoals het melken van een koe, het plukken van eigen groente en fruit en het zien hoe bijvoorbeeld kaas wordt gemaakt. Dit maakt het voor de toerist ook interessanter (Hartman, 2021).

Bronnenlijst 7-s model

& Awkwardduckling. (2022, 15 juni). *Restaurants met een eigen moestuin in Zeeland - Awkward Duckling*. Awkward Duckling. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van <https://awkwardduckling.nl/2022/06/restaurants-met-eigen-moestuin-in-zeeland/>

Bozuwa, S. (2022, 13 januari). Duurzaam leven in Zeeland. Zeeland.com. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van <https://www.zeeland.com/nl-nl/live-work/blogs/duurzaam-leven-in-zeeland>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, 1 november). Bedrijven geven steeds meer uit aan milieu-investeringen. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/44/bedrijven-geven-steeds-meer-uit-aan-milieu-investeringen>

Kroese, V., & U. (2020, 25 maart). Duurzaam voedsel: De toekomst van ons eten – Wat is het alternatief? Financial Focus. Geraadpleegd op 6 maart 2023, van <https://financialfocus.abnamro.nl/inspiratie/duurzaam-voedsel-de-toekomst-van-ons-eten-wat-is-het-alternatief/#:~:text=Natuurlijk%20zijn%20veel%20producten%20seizoens,supermarkt%20zoals%20Crisp%20of%20Picnic.>

Ministerie van Algemene Zaken. (2022, 24 oktober). Rijksoverheid stimuleert duurzame productie voedsel. Voeding | Rijksoverheid.nl. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/voeding/duurzame-productie-voedsel>

Planbureau voor de Leefomgeving. (z.d.). Nederlanders en duurzaam voedsel. PBL. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van https://www.pbl.nl/sites/default/files/downloads/PBL_2014_Nederlanders_en_duurzaam_voedsel_1249_1.pdf

Provincie Zeeland. (2021). Uitvoeringsprogramma Landelijk Gebied 2021-2030. In www.zeeland.nl. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van <https://www.zeeland.nl/sites/default/files/2021-12/Rapport%20Uitvoeringsprogramma%20Landelijk%20Gebied%202021-2030%20-%20webversie.pdf>

S., & Hartman, S. (2021, 5 juli). Ontdek het verhaal achter eten en toerisme: food tourism | ETFI. Stenden ETFI. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van <https://www.etfi.nl/food-is-the-soul-of-a-place/>

Zeker Zeeuws. (2023, 5 maart). Zeker uit Zeeland - Zeker Zeeuws. Stichting Zeker Zeeuws. Geraadpleegd op 7 maart 2023, van <https://www.keurmerkzekerzeeuws.nl/>

De reflectieve vastlegging en limitaties wat betreft het onderzoeksproces

'Verduurzaming van voeding binnen de toeristische sector in Zeeland' kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden. Er moest dus eerst besloten worden wat de afbakening ging worden. Wordt het een trendrapport die betrekking heeft op restaurants? Horen hotels daar ook bij? En hoe zit het met vakantieparken? Deze vragen moesten eerst duidelijk zijn voordat er geschreven kon worden aan het trendrapport. De afbakening en het vermijden van scope creep heeft tijd gekost. Toen dit eenmaal besloten was, was dit voor iedereen duidelijk en kon er geschreven worden.

Bij het doen van deskresearch werd er ondervonden dat er weinig bronnen te vinden waren over de verduurzaming van de toeristische sector in Zeeland. Voornamelijk was het stukje toerisme en Zeeland lastig te combineren en daar een goede bron bij te vinden. Door goed te zoeken en verschillende databases te gebruiken zijn er toch goede bronnen uitgekomen, die gebruikt konden worden bij het schrijven van dit trendrapport. Ook heeft het kwalitatief onderzoek, in de vorm van interviews met ondernemers en experts, er ook voor gezorgd dat de informatie gevonden is. Deskresearch in combinatie met kwalitatief onderzoek (interviews) heeft de kwaliteit van het trendrapport bevorderd.

Voor kwalitatief onderzoek is er gebruik gemaakt van het afnemen van interviews. Als groep zijn er zes verschillende interviews uitgevoerd. Het lastige hiervan is dat er zes interviews afgenomen zijn die een heel beeld moeten schetsen voor de gehele sector. Echter werden de antwoorden van de respondenten, die aan onze selectiecriteria voldoen, vaak bevestigd door een goede bron. Dit heet triangulatie, hierdoor is het trendrapport wel representatief. Vier van de zes respondenten is ondernemer. Naast dat er door de interviews nieuwe inzichten zijn ontstaan, zaten er ook subjectieve antwoorden tussen. Dit zijn dus persoonlijke antwoorden die niet voor de gehele sector gelden. Sommige antwoorden zijn dus licht bevooroordeeld. Dit trendrapport is in een korte periode geschreven, namelijk in zeven weken. Hierdoor werd de druk opgevoerd en werd de drang om goed en snel te presteren groot. Het gebrek aan tijd heeft er echter niet voor gezorgd dat de informatie incompleet of onjuist is. Binnen het onderzoeksteam is er goed en controlerend samengewerkt. De methodiek Scrum heeft hier zeker aan bijgedragen. De laatste weken was aanpoten en er is tot in de late uren doorgewerkt om dit trendrapport tot een succes te maken. Het onderzoeksteam is daarom ook zeer positief met het eindresultaat.