



DE GAST VAN DE TOEKOMST IN ZEELAND IN 2040



European
Tourism
Futures
Institute



COLOFON

Deze rapportage is samengesteld door NHL Stenden European Tourism Futures Institute en HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.

© November 2024 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.

Alle teksten en visuals in deze uitgave mogen vermenigvuldigd of openbaar gemaakt worden, mits met bronvermelding. Hoewel wij bij de totstandkoming van deze rapportage de grootst mogelijke zorgvuldigheid hebben betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie niet klopt, of na verloop van tijd verouderd, of niet meer juist is. Waar bekend zijn de bronnen vermeld.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364
4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 - 489 850
E-mail: info@kenniscentrumtoerisme.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl

Auteurs

Ben Wielenga MSc
Dr. Albert Postma
Maarten Soeters
Bram Wortelboer
Nadine Rijnberg
Diana Korteweg Maris

Fotografie

Beeldbank Provincie Zeeland

Grafische vormgeving

Kees Hoendervangers, www.dtp-plus.nl



INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	4
1.1. De Zeeuwse vrijetijdssector	4
1.2. Aanleiding, doelstelling en werkwijze	4
2. Werken met scenario's	6
2.1. Verschil tussen omgevingsscenario's en baselinescenario's	6
2.2. Baselinescenario's nader uitgelegd	6
3. Afbakening domein	8
3.1. Het domein	8
4. De stakeholders in het Zeeuwse vrijetijd domein	9
5. Tijdperk-analyse	11
5.1. Baden met badkoetsen in Domburg (1834-1871)	11
5.2. Ontwikkelingen in infrastructuur (1872-1939)	11
5.3. Heropbouw na de Tweede Wereldoorlog en Watersnoodramp (1945-1960)	12
5.4. Opkomst auto, betere bereikbaarheid, toename vrije tijd en hogere inkomens (1961-1980)	12
5.5. Recessie, herstel, verzadiging en concurrentie in de vakantieparkenmarkt (1981-1997)	12
5.6. Koopkrachtstijging, duurzaamheidsbeleid, internationaal toerisme en crisis – het voorgaande tijdperk (1998-2010)	13
5.7. Digitalisering, ketenvorming en bestemming in balans – het huidige tijdperk (2011-heden)	14
5.8. Samenvatting	14
6. Horizonscanning en drijvende krachten van verandering	17
6.1. Horizonscanning	17
6.2. Workshop	18
6.3. Drijvende krachten van verandering	18
7. De gast in Zeeland in 2040	21
8. Tot slot	24
9. Literatuur en gebruikte bronnen	25
10. Bijlagen	29
a. Bijlage 1 – Horizonscanning: trends en ontwikkelingen	29
b. Bijlage 2 – Generaties toegelicht	32
c. Bijlage 3 – Horizonscanning: drijvende krachten	33



1 INLEIDING

1.1 DE ZEEUWSE VRIJETIJDSECTOR

De provincie Zeeland behoort tot de meest bezochte bestemmingen in Nederland. Jaarlijks ontvangt de provincie ruim 3 miljoen vakantiegangers die genieten van de rijke Zeeuwse cultuur en natuur. In 2023 brachten deze gasten samen bijna 22 miljoen overnachtingen door in de provincie. Nederland, Duitsland en België zijn vooral de herkomstlanden. De kustgemeenten Schouwen-Duiveland (26,5%), Veere (27,1%) en Sluis (21,7%) hebben het grootste aandeel in de overnachtingen in de provincie.

Verblijfsbezoekers gaven in 2023 bijna een miljard euro uit in Zeeland. Deze grote economische impuls vertaalt zich ook in werkgelegenheid. De directe werkgelegenheid bij toeristisch-recreatieve bedrijven omvat bijna 18.000 banen. Daarmee is de sector qua aantal banen de vijfde sector in Zeeland, na de zorg, handel, industrie en zakelijke dienstverlening. Indirect zijn er dankzij de vrijetijdsector nog veel meer banen, bijvoorbeeld door uitgaven van bezoekers in andere sectoren en bij toeleveranciers. Door deze indirecte effecten is de verwevenheid met andere economische sectoren ongekend groot.

De vrijetijdsector vervult een essentiële rol in het welzijn van mensen. Een dagje uit of weekendje weg en herinneringen maken met dierbaren geeft nieuwe energie. Deze momenten van ontspanning, sociale interactie en belevenissen dragen bij aan het welzijn van de mensen en bevorderen een gezonde balans in het dagelijks leven. De vrijetijdsector heeft zo direct invloed op de kwaliteit van leven van inwoners. Bijvoorbeeld doordat toeristische aanbieders hun diensten (ook) aanbieden aan de inwoners van de regio. Ook maken inwoners zelf gebruik van routenetwerken voor fietsen, wandelen en varen, en maken evenementen een regio aantrekkelijk. Daarnaast draagt de sector bij aan de instandhouding van en investeringen in bijvoorbeeld detailhandel, cultureel en natuurlijk erfgoed, publieke voorzieningen en infrastructuur.

Toerisme levert al met al een belangrijke bijdrage aan de Zeeuwse leefbaarheid, het voorzieningenniveau en de economie. De Zeeuwse vrijetijdsector werkt hard aan de nodige transitie voor een toekomstbestendige bestemming, denk hierbij aan thema's als draagvlak, verduurzaming, schaarse ruimte en ondernemerschap. Van belang is dat partijen daarbij beschikken over juiste kennis en ondersteuning, om zo de juiste keuzes te kunnen maken.

1.2 AANLEIDING, DOELSTELLING EN WERKWIJZE

Vijf jaar geleden werd door het NBTC een nieuwe visie op de bestemming Nederland gepubliceerd: *Perspectief 2030*. Centraal hierin staat de duurzame ontwikkeling van de bestemming Nederland en de bijdrage van toerisme aan het welzijn en de welvaart in heel Nederland.

Dit gedachtegoed staat ook centraal in het Zeeuwse toekomstbeeld, *Bestemming Zeeland 2030*. Ambitie van de Zeeuwse stakeholders is om een vrijetijdsector te creëren die in harmonie is met de samenleving en de omgeving, en waarin alle betrokken partijen floreren. Om deze balans te bereiken, richt men zich op drie essentiële pijlers:

- Toerisme draagt positief bij aan de omgeving en de samenleving
- De vrijetijdsector is toekomstbestendig
- Inwoner en gast hebben een optimale beleving

Om deze ambitie te kunnen waarmaken, hebben Zeeuwse stakeholders behoefte aan meer inzicht in de verwachte ontwikkeling van toerisme naar Zeeland. Om zich goed te kunnen voorbereiden op de nieuwe generaties gasten, wil men graag meer weten over de gast van de toekomst in Zeeland.



In een steeds sneller veranderende wereld waarin ook de wensen en behoeften van toeristen steeds veranderlijker en onvoorspelbaarder worden, is het als bestemming belangrijk om hiermee rekening te houden en om hierop in te kunnen spelen. Overheden kunnen de uitkomsten van scenarioplanning gebruiken om passend beleid te (door)ontwikkelen voor hun bestemming. De complexiteit en horizon van de opgaven kan echter vragen om verbindingen tussen beleidsterreinen. Ook de andere net zo belangrijke stakeholders kunnen de resultaten gebruiken om hun bedrijfsvoering of activiteiten beter af te stemmen op de potentiële toekomstige gasten. Zo kan toerisme ook in de toekomst een middel zijn om grotere maatschappelijke vraagstukken op te lossen die bijdragen aan het algemeen en gedeeld belang, uiteraard met een optimale gastvrijheidsbeleving.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme heeft het European Tourism Futures Institute (ETFI) van NHL Stenden Hogeschool gevraagd om een baselinescenario te ontwerpen die de verwachte Zeeuwse gast van de toekomst in 2040 schetst. Dit scenario beschrijft hoe een en ander zich waarschijnlijk gaat ontwikkelen als belangrijke trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod van dit moment zich de komende 10-15 jaar continueren. Dit scenario gaat er dus per definitie vanuit dat zich in de trends en ontwikkelingen geen bijzondere verrassingen, trendbreuken of disrupties voor zullen doen.

De studie is uitgevoerd door HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en het European Tourism Futures Institute. Deskresearch en gezamenlijke workshops hebben geleid tot de volgende resultaten die achtereenvolgens in dit rapport zullen worden besproken:

- Afbakening van het domein en formulering van de centrale (scenario)vraag;
- Een overzicht van de huidige stakeholders in het Zeeuwse vrijetijd domein;
- (Verwachte) Ontwikkelingen in het huidige tijdperk;
- Trends en ontwikkelingen in de externe omgeving (horizonscanning);
- Het baselinescenario.

Voor de onderbouwing van deze hoofdstukken zijn veel verschillende bronnen gebruikt. Om de leesbaarheid van het rapport te verbeteren is er voor gekozen deze niet direct in de tekst te vermelden, maar per hoofdstuk te tonen in de literatuurlijst.



2 WERKEN MET SCENARIO'S

2.1 VERSCHIL TUSSEN OMGEVINGSCENARIO'S EN BASELINESCENARIO'S

Scenario's geven een algemeen beeld van hoe het een en ander zich kan ontwikkelen binnen verschillende gestelde onderwerpen (domein) en in een bepaald tijdsbestek, en dienen als basis voor stakeholders om beleid en strategieën op te ontwikkelen. In een baselinescenario worden de trendmatige ontwikkelingen van dit moment, respectievelijk de drijvende krachten waarvan de invloed groot is en de ontwikkelingen tamelijk zeker, in de toekomst geëxtrapoleerd. Dit worden ook wel predictieve scenario's genoemd. Tal van onverwachte gebeurtenissen, innovaties, klein lijkende tegenbewegingen die zich onverwacht sterk manifesteren, pandemieën, geopolitieke omwentelingen enz. kunnen er echter voor zorgen dat de baseline niet wordt gerealiseerd.

Naast het baselinescenario zijn er ook andere mogelijkheden die verkend worden aan de hand van exploratieve scenario's. Deze worden ontwikkeld door te kijken naar wat er zou kunnen gebeuren met de mogelijke ontwikkeling van drijvende krachten waarvan het perspectief juist onzeker is. Deze scenario's worden vaak aan de hand van een scenariokruis of scenariomatrix opgesteld. Beide soorten scenario's geven de gebruiker houvast en inspiratie om maatregelen te nemen die de provincie kunnen voorbereiden op wat zeker (baselinescenario) of mogelijk (alternatieve scenario's) komen gaat, om ontwikkelingen in een voorkeursrichting te sturen en zo toekomstbestendiger te worden. Dit wordt ook wel *strategic foresight* genoemd, d.w.z. strategisch voorzien wat er kan gebeuren om de besluitvorming van vandaag te onderbouwen en actie te ondernemen met betrekking tot – en in de context van – de toekomst.

In deze studie is gekozen voor een baselinescenario en dus de tamelijk zekere trends en ontwikkelingen (als drijvende krachten) te extrapoleren naar 2040 toe.

2.2 BASELINESCENARIO'S NADER UITGELEGD

Bij het ontwikkelen van het baselinescenario worden de ontwikkelingen in de macro- en meso-omgeving onderzocht. In de macro-omgeving vinden regionale, nationale en internationale ontwikkelingen plaats op demografisch, economisch, sociaal/cultureel, technologisch, ecologisch en (geo)politiek gebied, meestal met een levensduur van 10-15 jaar of meer. Kenmerkend voor de macro-omgeving is dat deze ontwikkelingen zich op grote schaal en vaak internationaal afspelen. Meso-ontwikkelingen zijn domeinspecifiek en vinden plaats in het domein van toerisme en recreatie, zoals in de toeristische markt van vraag en aanbod. Kenmerkend voor de meso-omgeving is dat deze via beleid, lobbyen, inkoop etc. ten dele beïnvloedbaar is, vooral binnen de betreffende bestemming.

Het scenarioplanningsproces dat is uitgevoerd is stapsgewijs doorlopen. Allereerst is het domein waarop het baselinescenario zich dient te richten in kaart gebracht. Wat zijn de aspecten waaraan vooral aandacht moet worden besteed? Daarna zijn de belangrijkste stakeholders in de Zeeuwse vrijetijdsector in beeld gebracht. Deze zijn gerangschikt in een matrix. Op deze manier ontstaat er een inzicht in welke stakeholders de meeste invloed op en belang bij de gast van de toekomst hebben.

Als derde is een tijdperk-analyse uitgevoerd. Bij een tijdperk-analyse wordt in kaart gebracht wat de kantelpunten zijn geweest die voor een verandering hebben gezorgd in het toerisme naar Zeeland. Daarbij wordt (volgens de theorie van *punctuated equilibrium*) verondersteld dat tussen twee van die disrupties een gelijkmatige ontwikkeling plaatsvindt, hetzij afnemend, hetzij toenemend, hetzij gelijkblijvend. De tijdperk-analyse geeft niet alleen een beeld van de evolutie van het toerisme naar Zeeland, maar is er vooral op gericht te begrijpen wanneer en waardoor het huidige tijdvak is ontstaan. Door de verschillen tussen het voorgaande en huidige tijdvak in kaart te brengen ontstaat een beter beeld van het huidige tijdvak, de kenmerkende ontwikkelingen daarin, hoe het tijdperk naar verwachting zal evolueren, hoe



het zich in (bijvoorbeeld) 2040 zal manifesteren, maar ook welke disruptie het tijdperk tot een einde zal kunnen brengen.

Vervolgens zijn middels een horizonscanning de belangrijkste trends en ontwikkelingen, die zich in de aanloop naar 2040 voordoen, omschreven. Aan de hand van een workshop zijn deze samengevoegd tot drijvende krachten en vervolgens gerangschikt op onzekerheid en invloedrijkheid.

Als laatste stap is er onderzoek gedaan naar kernzekerheden. Dat zijn drijvende krachten van verandering waarvan de invloed volgens de betrokken stakeholders tamelijk sterk is en de ontwikkelingsrichting tamelijk zeker. Inzicht in deze kernzekerheden helpt om het huidige tijdperk, en daarmee het baselinescenario, nader in te kleuren. In de volgende hoofdstukken worden deze stappen toegelicht en de resultaten besproken.



3 AFBAKENING DOMEIN

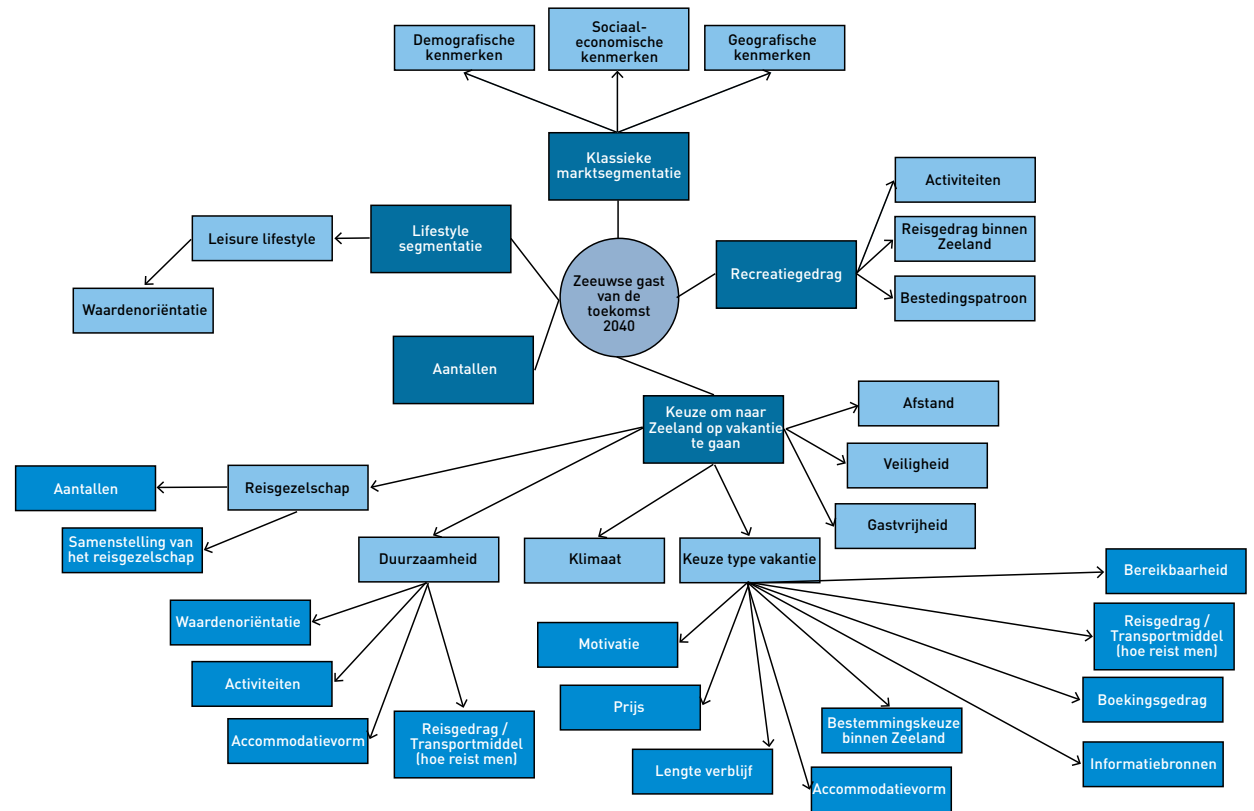
De domeinafbakening maakt duidelijk welke zaken tot deze studie behoren, maar ook welke niet. Dit is uitgewerkt tijdens een gezamenlijke workshop van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en ETFI. Het doel van deze domeinafbakening is om tijdens de studie focus te kunnen behouden. De scenariostudie richt zich op het domein van de Zeeuwse gast van de toekomst in 2040.

3.1 HET DOMEIN

De leidraad voor het opstellen van de domeinanalyse in figuur 1 is de vraagstelling: **‘Hoe ziet de Zeeuwse gast van de toekomst eruit in het jaar 2040?’**

Aan de hand van een aantal invalshoeken heeft ETFI samen met HZ Kenniscentrum Kusttoerisme het domein afgebakend: 1) Klassieke marktsegmentatie; 2) Recreatiegedrag; 3) Keuze om naar Zeeland op vakantie te gaan; 4) Aantallen en 5) Lifestyle segmentatie.

Bij elke invalshoek zijn een aantal onderwerpen benoemd, waaraan aandacht wordt besteed in deze studie. Deze zijn gevisualiseerd in figuur 1. De figuur laat daarmee zien op welke onderwerpen het baselinescenario wordt uitgewerkt. De resultaten geven een beeld van de mogelijke situatie in 2040. Alle vragen worden beantwoord met behulp van het huidige tijdperk en de aanvullende analyses, waarin de belangrijkste trends en ontwikkelingen van dit moment, en die doorgaans een tijdspanne van 10-15 jaar hebben worden behandeld. Hierbij is gefocust op de verblijfsbezoeker in Zeeland. Dit zijn bezoekers die



Figuur 1: Domeinanalyse Zeeuwse gast van de toekomst

tenminste één overnachting doorbrengen tijdens de vakantie in de provincie. Binnen Zeeland leveren herkomstlanden Nederland, Duitsland en België de meeste verblijfsbezoekers. Deze studie zal zich daarom voornamelijk richten op verblijfsbezoekers uit deze herkomstlanden.



4 DE STAKEHOLDERS IN HET ZEEUWSE VRIJETIJDSDOMEIN

Na het afbakenen van het domein, zoals is gedaan in het voorgaande hoofdstuk, zijn de stakeholders in het huidige Zeeuwse vrijetijd domein in beeld gebracht. Deze worden in dit hoofdstuk besproken en weergegeven in een matrix.

Er zijn op dit moment verschillende partijen die met hun activiteiten, waarden, politieke belangen en onderlinge relaties direct en indirect bijdragen aan het Zeeuwse vrijetijd domein door aan de knoppen te draaien en daarmee het domein beïnvloeden. Tabel 1 toont de stakeholders die door HZ Kenniscentrum Kusttoerisme in beeld zijn gebracht.

Tabel 1: Voor de Zeeuwse gast van de toekomst relevante stakeholders

Aanbieders van logiesaccommodaties (grote ketens)	Culinaire ondernemers
Aanbieders van logiesaccommodaties (MKB)	Cultuurorganisaties
Aanbieders van vrijetijdsaanbod	Gemeenten in het Zeeuwse binnenland
Bezoekers (toeristen)	Gemeenten aan de Zeeuwse kust
Bezoekers (vaste gasten)	HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
Brancheorganisaties	Impuls Zeeland
Inwoners van gemeenten in het Zeeuwse binnenland	Inwoners van gemeenten aan de Zeeuwse kust
Marketingorganisaties	Natuurorganisaties
Toeristisch onderwijs (mbo, hbo)	Provincie Zeeland
Rijksoverheid	Waterschap Scheldestromen
	Zeeuwse pers

Aanvullend zijn er mogelijk overige stakeholders denkbaar die in de toekomst een (grotere) rol zouden kunnen (gaan) vervullen, maar momenteel beperkt onderdeel uitmaken van de Zeeuwse toeristisch-recreatieve sector en daardoor dus niet zijn ingedeeld binnen deze structuuranalyse van het huidige vrijetijd domein. Bovendien zijn er nog een aantal overige relevante stakeholders denkbaar die van belang kunnen zijn voor de toekomst van

de Zeeuwse toeristisch-recreatieve sector, maar momenteel niet worden beschouwd als directe Zeeuwse stakeholders en mede daarom niet zijn opgenomen in de huidige power-urgency matrix (figuur 2). Deze relevante stakeholders betreffen onder andere organisaties als de Europese Unie, UNESCO en belangrijke relevante niet-gouvernementele organisaties (ngo's), buitenlandse pers, internetplatforms als TripAdvisor enzovoorts.

De stakeholders zijn gerangschikt op basis van twee verschillende factoren: de invloed die stakeholders hebben op de Zeeuwse gast van de toekomst (power) en het belang dat deze stakeholders hebben bij deze gasten van de toekomst (urgency). Vervolgens zijn ze verwerkt in een (in figuur 2 weergegeven) power-urgency matrix. Deze rangschikking is gedaan door de onderzoekers van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme. Deze rangschikking is voor elke stakeholder verschillend en bovendien onderhevig aan verandering. Daarnaast kunnen ook de onderlinge verhoudingen tussen de stakeholders veranderen.

Figuur 2 geeft de structuur van de relevante directe Zeeuwse stakeholders in het huidige vrijetijd domein overzichtelijk weer. Hierbij is het belang dat deze stakeholders hebben bij de Zeeuwse gast van de toekomst (urgency) weergegeven op de Y-as en de invloed die stakeholders hebben op de Zeeuwse gast van de toekomst (power) op de X-as. Dit betekent onder andere dat hoe verder een Zeeuwse stakeholder aan de rechterkant van deze matrix is weergegeven, hoe meer invloed deze stakeholder heeft in de huidige Zeeuwse toeristisch-recreatieve sector. Op de verticale as zijn stakeholders die hoog geplaatst zijn, als meer urgent geïdentificeerd.

In de figuur staan bezoekers erg hoog op de power-as, zij beslissen immers zelf en bepalen daarmee veel. Als Zeeland niet aansluit bij hun wensen en behoeften, zoeken zij een vakantie elders. Er zit wel een verschil in de mate van invloed tussen vaste gasten en reguliere toeristen. Ook de aanbieders van de

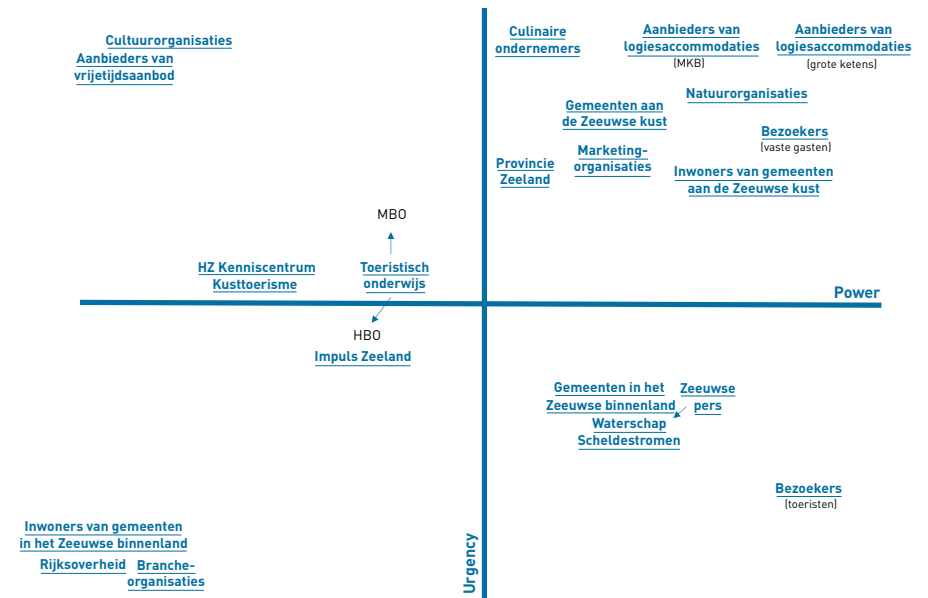


verschillende soorten logiesaccommodaties, natuurorganisaties, inwoners van gemeenten aan de Zeeuwse kust én deze gemeenten zelf, Provincie Zeeland, culinaire ondernemers en marketingorganisaties hebben relatief veel invloed op – en belang bij – de huidige bestemming Zeeland. Zij vallen in het kwadrant met relatief de meeste invloed op en het meeste belang bij de bestemming Zeeland.

Gemeenten in het Zeeuwse binnenland, de Zeeuwse pers en Waterschap Scheldestromen zijn qua invloed relatief vergelijkbaar, maar hebben een relatief lager belang bij de Zeeuwse gast van de toekomst. Dit relatief lagere belang geldt ook voor toeristisch HBO-onderwijs, Impuls Zeeland, inwoners van gemeenten in het Zeeuwse binnenland, de Rijksoverheid en de verschillende brancheorganisaties. Zij hebben daarbij ook nog relatief minder invloed op de bestemming en vallen binnen het kwadrant met relatief weinig invloed en belang.

Voor cultuurorganisaties, aanbieders van vrijetijdsaanbod, toeristisch MBO-onderwijs en HZ Kenniscentrum Kusttoerisme geldt daarentegen dat zij relatief een wat hoger belang hebben dan stakeholders uit het vorige kwadrant, maar toch relatief minder invloed hebben op de bestemming Zeeland dan bijvoorbeeld bezoekers, aanbieders van logiesaccommodaties en gemeenten. Zij vallen in het kwadrant met relatief veel belang bij, maar weinig invloed op de bestemming Zeeland.

Figuur 2: Stakeholder power-urgency matrix



5 TIJDPERK-ANALYSE

Dit hoofdstuk is gewijd aan de tijdperk-analyse. In deze analyse is gekeken naar de verschillende tijdvakken en hun significantie met betrekking tot de historische ontwikkeling van de vrijetijdssector in Zeeland. Tot het heden zijn voorbije periodes van relatieve stabiliteit en samenhang geanalyseerd met als doel de krachten die een kantelpunt hebben veroorzaakt in de evolutie van de vrijetijdssector in de provincie Zeeland te identificeren en te karakteriseren. Een factor en/of disruptie luidt een nieuw tijdvak in en kan bijvoorbeeld zijn: de arbeidsduurvermindering in de vorige eeuw en de opkomst van sociale media. Er is stilgestaan bij verschillende periodes die leidend zijn geweest voor hoe de vrijetijdssector van Zeeland er op de dag van vandaag uitziet, waarbij cruciale en relevante landelijke en globale ontwikkelingen zijn uitgelicht. In dit hoofdstuk is dus de context geschetst waarin veranderingen in de Zeeuwse vrijetijdssector hebben plaatsgevonden. Voor het baselinescenario is vooral het kenmerkende onderscheid tussen het huidige en het vorige tijdvak van belang geweest. Dat heeft geholpen om te begrijpen waar we in het huidige tijdvak waarschijnlijk naar toe op weg zijn.

5.1. BADEN MET BADKOETSEN IN DOMBURG (1834-1871)

De eerste kustplaats met een badinrichting in Zeeland was Domburg. In 1834 besloten twee Middelburgse dames met badkoetsen hier een bad te nemen in de zee, waarmee zij achteraf gezien het toerisme in de provincie Zeeland inluiden. De ondernemende geest van de inwoners van Domburg kwam tot uiting, waarbij sommigen hun woningen deels afstonden of geschikt maakten voor verhuur aan gasten. In 1837 werd in de duinen van Domburg het allereerste bad- en koffiehuis gebouwd, ook wel het Badpaviljoen genoemd. Dit werd gevolgd door het Badhotel, dat in 1866 werd gebouwd.

5.2. ONTWIKKELINGEN IN INFRASTRUCTUUR (1872-1939)

De doortrekking van de spoorlijn naar Vlissingen in 1872 en de opening van de veerdienst van Vlissingen naar het Verenigd Koninkrijk in 1875, destijds verzorgd door Stoomvaart Maatschappij Zeeland, gaven een flinke impuls aan het aantal binnen- en buitenlandse bezoekers aan de Zeeuwse kustplaats Domburg. In het jaar 1872 volgde Vlissingen dan ook het voorbeeld van Domburg, en werd ook hier het eerste badpaviljoen gebouwd. Domburg wordt 's zomers bezocht door welgestelde toeristen die *'de lucht, het geneeskrachtige water en de nabijheid van bossen om in te wandelen'* willen beleven. Door het bezoek van de bekende dokter en grondlegger van de fysiotherapie Johann Georg Mezger aan Domburg volgt een toestroom van adellijke gasten, die met badkoetsen de zee inrijden. Via de nieuw aangelegde spoorlijn en de stoombootverbinding met Engeland, groeide het aantal toeristen in de provincie langzaam. In juni 1922 kwam het accent van de veerverbinding meer te liggen op het toeristenverkeer door het wijzigen van de dienst van een nachtdienst naar een dagdienst. Aan het begin van de 20e eeuw vonden de eerste badgasten tevens hun weg naar Renesse. Onder hen bekende namen als Albert Plesman en Anton Pieck. Ook andere dorpen en steden als Domburg, Westkapelle en Veere trekken aan het begin van de 20e eeuw veel kunstenaars aan. In 1911 richtte een aantal vooruitstrevende notabelen de Vereniging Renesse Vooruit op. Deze vereniging had tot doel vreemdelingen op de toeristische kwaliteiten van Renesse te wijzen. De verlenging van het traject van de stoomtram Zijpe – Brouwershaven tot aan Burgh zorgde ervoor dat Renesse vanaf 1915 aanzienlijk beter bereikbaar werd. Begin jaren twintig werd het eerste kampeerterrein aan de Hogezoom geopend, genaamd camping Bona-Fide. Hier werden ook de eerste zomerhuisjes gebouwd. De Stoomvaart Maatschappij Zeeland nam het Grand Hotel des Bains in Vlissingen over en werd na modernisering als Grand Hotel Britannia tot 1940 geëxploiteerd.



5.3. HEROPBOUW NA DE TWEDE WERELDOORLOG EN WATERSNOODRAMP (1945-1960)

De professionaliteit en vercommercialisering van de vrijetijdsector kwam op gang na de Tweede Wereldoorlog, mede dankzij verschillende heropbouw/hulpplannen, zoals bijvoorbeeld het Marshallplan. Ondanks dat de jaren 50 economisch zwaar zijn, komen er in deze tijd veel Duitse toeristen naar Zeeland, hoewel zij zich – omdat de oorlog nog vers in het geheugen ligt – vaak als Zwitsers uitgaven. Toerisme wordt langzamerhand een van de belangrijkste bronnen van inkomsten in Zeeland. Echter gaat het met de nationale vrijetijdsector langzaam iets minder. Zo schrijft de Provinciale Zeeuwse Courant in 1958 dat bedrijven als de KLM geplande uitbreidingen door economisch zwaar weer genoodzaakt uit moet stellen.

In 1953 vond de Watersnoodramp plaats, wat leidde tot de uitwerking van het Deltaplan. Maar eerst diende de dijkschade hersteld te worden. Zeven maanden werd er dagelijks aan herstel en sluiting van dijkgaten gewerkt. Polders werden hierbij opnieuw drooggelegd. De Watersnoodramp had als effect dat de schrale landbouwgrond nog slechter van kwaliteit werd. Om het inkomstenverlies (enigszins) op te kunnen vangen, richtten boeren en fruittelers de eerste campings op. Projectontwikkelaars kochten stukken grond en de eerste bungalowparken werden gebouwd.

5.4. OPKOMST AUTO, BETERE BEREIKBAARHEID, TOENAME VRIJE TIJD EN HOGERE INKOMENS (1961-1980)

In deze periode kreeg de Nederlandse economie, na de zware vijftiger jaren, door verschillende loongolven een nieuwe impuls. Stijgende consumptie, een (hoger) inkomen en meer vrije tijd leidde tot een grote toename in het binnenlands toerisme. Bovendien werden vanaf de jaren zestig veel nieuwe Deltawerken geopend. Dit heeft er niet alleen toe geleid dat Zeeland beter beschermd was tegen het water, maar de provincie werd ook geleidelijk beter ontsloten voor de rest van Nederland en de Zeeuwse eilanden onderling. De opening van de Grevelingendam in 1965 werd in een krantenartikel zelfs 'dé gebeurtenis van het jaar in het binnenlands toerisme' genoemd. Door de

wereldwijde opkomst van de auto – en de bouw van de Deltawerken – werd de provincie steeds beter bereikbaar. Mede door deze ontwikkelingen begon in dit tijdvak de trend massatoerisme een vorm aan te nemen binnen de vrijetijdsector in de provincie. Het (deels) afsluiten van bepaalde wateren creëerde daarnaast ook omstandigheden die goed geschikt waren voor diverse vormen van waterrecreatie. Echter liep de natuur – mede omdat de impact van de werken hierop in deze tijd niet of nauwelijks inzichtelijk was – in de regio grote schade op.

Door de introductie van de 'reisspaarkas' konden Nederlanders makkelijker sparen voor vakanties. Dit tijdperk stond in het teken van een grote groei in aanbod, zoals bijvoorbeeld in Renesse, waar de lokale bevolking nog geen groot aantal toeristen gewend was. Steeds meer jongeren ontdekten niettemin deze badplaats en kwamen op de brommer om hier vakantie met elkaar te vieren. In eerste instantie was er weinig te beleven, maar al snel werden de eerste uitgaansgelegenheden geopend. Ook werd in 1965 het bedrijf Roompot, met een eenvoudige camping, opgericht in Kamperland.

Al met al registreerde de Zeeuwse VVV in 1967 bijna vijf miljoen overnachtingen, terwijl dit in 1959 nog net meer dan anderhalf miljoen was. Ook werden er in 1967 ongeveer 1,7 miljoen dagbezoekers geteld, waarvan bijna de helft uit België. In de daarop volgende jaren werden de overnachtingen in mindere mate bijgehouden, echter lijkt het toerisme te blijven groeien. Zo schrijft de Provinciale Zeeuwse Courant op 20 mei 1975 over een overstelpende drukte in heel Zeeland door enorme toeristenstroom. 'Het zou me niets verwonderen als er hier en daar records zijn gebroken' vertelde de woordvoerder van de Provinciale Zeeuwse VVV.

5.5. RECESSIE, HERSTEL, VERZADIGING EN CONCURRENTIE IN DE VAKANTIEPARKENMARKT (1981-1997)

Na de economisch sterke jaren zestig en zeventig, begon dit tijdperk vanaf 1980 tot halverwege 1983 met een duidelijke economische recessie in de Nederlandse economie. Deze recessie werd gekenmerkt door extreem hoge hypotheekrentes, een verviervoudiging van de werkloosheid en een



sterke daling van de huizenprijzen. In deze periode ontstond in Zeeland een negatief sentiment rondom het toerisme. 'Het gastheerschap voor de toerist dient niet ten koste te gaan van de eigen identiteit voor de inwoners' schreef de Provinciale Zeeuwse Courant. De nadruk kwam meer te liggen op het leefklimaat van de regio en minder op het belang van toerisme voor de lokale economie. Toch werd het toeristisch aanbod – mede door de bouw van de Oosterscheldekering – groter, bereikbaarder en meer divers.

Na de crisis herstelde Nederland, en dus de provincie Zeeland, zich sterk. In de periode 1987 tot 1997 groeide de Zeeuwse economie met 53% en de werkgelegenheid met 33%. Toch werd er – mede door de stormachtige groei in het vorige tijdperk en het veranderende sentiment onder inwoners – op een andere manier naar toerisme gekeken. Zo kwam eind jaren 80 vanuit de Stichting Nederlandse Kampeerraad (opgeheven sinds 1994) de conclusie dat de Nederlandse markt met betrekking tot vakantieparken verzadigd was en dat groei enkel plaats kon vinden ten koste van elkaar.

Toch kwam er alsmaar meer aanbod bij. Tussen 1990 en 1997 steeg het aantal eenheden op vakantieparken in Nederland aanzienlijk, zonder daarbij een noemenswaardige toename van de vraag. De gemiddelde bezettingsgraad daalde daarmee van 51% in 1990 naar 42% in 1996. Bovendien was – volgens een artikel in de Provinciale Zeeuwse Courant in 1990 – de kenmerkende eigenschappen van de stroom toeristen nauwelijks veranderd. Nog steeds waren de belangrijkste bestemmingen binnen Zeeland het strand en de zee. Het ministerie van Economische Zaken gaf verschillende toeristische organisaties de opdracht om een actieplan voor de kust te ontwikkelen. De prioriteit moest komen te liggen op seizoensverlenging en product vernieuwing. Meer van hetzelfde was niet nodig. Volgens het rapport 'Management Analysis North Sea', gepubliceerd door Rijkswaterstaat in 1991, was dit in Zeeland - in tegenstelling tot andere Noordzeekustbestemmingen – al aardig gelukt. Door vernieuwing in het businessmodel – namelijk een combinatie van verkoop en verhuur van vakantiehuizen - kon het Zeeuwse bedrijf Roompot hierdoor snel groeien in het marktaandeel. Het bedrijf kon zo snel investeringen terug verdienen en zo – door de snelle uitbreiding - concurreren met marktleaders Center Parcs en Landal GreenParks.

5.6. KOOPKRACHTSTIJGING, DUURZAAMHEIDSBELEID, INTERNATIONAAL TOERISME EN CRISIS – HET VOORGAANDE TIJDPERK (1998-2010)

Doordat de vrijetijdssector zich snel ontwikkelde en de koopkracht van de bezoekers steeg, veranderde ook de vraag. De gast kreeg in toenemende mate behoefte aan comfort. De vrije tijd van de Nederlandse verblijfsbezoeker nam af, waardoor men niet wilde inleveren op voorzieningen die thuis als 'normaal' werden gezien. In deze periode ontwikkelde toerisme zich als een belangrijke en structurele bron van inkomsten voor Zeeland. Ook betaalde de focus op diversificatie van het aanbod zich uit, met structurele inkomsten door waterrecreatie. Toch kwam er, door de opkomst van betaalbare vliegvluchten, nieuwe concurrentie bij. Vakantie en vrije tijd werd steeds belangrijker voor de Nederlander, waardoor er steeds meer geld uitgegeven werd aan vakanties. Bovendien steeg ook de totaal afgelegde reisafstand. De Nederlandse vakantieganger koos dus vaker voor buitenlandse kustgebieden. Het aantal vakanties van Nederlanders in Nederland nam af en het aantal vakanties in het buitenland nam toe. Dit gold ook voor Zeeland. Waar omliggende provincies in Nederland en het buitenland al snel succes vonden in het campertoerisme, bleef Zeeland achter. Zo schreef de oprichter van Camper Club Nederland in 2005 in de Provinciale Zeeuwse Courant: *'Men voelt zich in Zeeland niet welkom, kampeerauto-toeristen rijden liever met een grote boog om de provincie heen dan zich rot te zoeken naar de schaarse plekje om te kunnen bivakkeren'*. Toch gaf de krant aan dat deze toerist potentieel de redding van toeristisch Zeeland zou kunnen worden.

Hoewel de vrijetijdssector al langere tijd een sterke groei ervoer, zijn er in dit tijdvak een aantal belangrijke gebeurtenissen geweest die een negatieve impact hebben gehad op de sector en het daarbij horende reisgedrag. Het liet de volatiliteit van de vrijetijdssector zien. Denk hierbij aan economische en veiligheidskwesties zoals onder andere de economische crisis van 2008 en de aanslagen op 9/11. Vooral de economische crisis heeft zijn sporen nagelaten op de vrijetijdssector, met een daling van het inkomende toerisme van 8%. De crisissituaties hebben voornamelijk impact gehad op de internationale gasten in Nederland. Voor het aantal binnenlandse toeristen was er slechts een daling te zien van 1%. Bovendien is na elke crisissituatie hetzelfde patroon terug te zien; in de jaren erna herstelt de sector en neemt het aantal toeristen weer snel toe. Dit tijdvak wordt afgesloten met een financiële crisis, die zijn weerslag



heeft op de vrijetijdssector. Vakantieparken en hotels verhuren steeds minder huisjes/kamers. De bezettingsgraad keldert, vooral door het tegenvallende inkomend toerisme, omdat wereldwijd toerisme daalt. Het binnenlands toerisme nam ook licht af in 2008, maar was in 2009 weer stabiel.

Tot slot werd in dit tijdvak duurzaamheid een steeds belangrijker onderwerp binnen Nederland en dus ook Zeeland. Waar het thema in de vrijetijdssector vanaf de jaren '80 af en toe al benoemd werd, werd het thema vanaf midden jaren 90 steeds meer besproken. Hierin werd de branche ook in financiële zin ondersteund door de overheid. Dit leidde ertoe dat vanaf eind jaren 90 veel initiatieven in gang werden gezet om duurzaam toerisme verder in de praktijk te brengen. In 1990 werd dit voor het eerst beleidsmatig bijgesteld door middel van de eerste kustnota. In deze kustnota stonden echter geen grote beleidsmatige wijzigingen. Toch kreeg duurzaamheid (en veiligheid) vanaf deze kustnota in de kustregio's een vaste plaats op de beleidsagenda.

5.7. DIGITALISERING, KETENVORMING EN BESTEMMING IN BALANS – HET HUIDIGE TIJDPERK (2011-HEDEN)

Het tijdperk begint met de eerste tekenen van herstel van buitenlands toerisme, echter duurt het nog tot 2015 voor inkomend toerisme weer op het niveau is van voor de economische crisis. Toch is dit tijdperk vooral het tijdperk van digitalisering. Ondanks dat het internet al decennialang bestond, werd het met de opkomst van de smartphone overal en altijd toegankelijk. Digitalisering biedt niet alleen nieuwe vormen van opdoen van reisinspiratie, maar het beïnvloedt de vrijetijdssector ook op andere manieren. De jongere generaties, Gen Z en Y (ook wel millennials genoemd), zijn grotendeels opgegroeid met elektronica en hebben daardoor andere belevingsverwachtingen dan oudere generaties. Gen Z kan zich vaak zelfs geen vakantie zonder internet meer voorstellen.

Ondanks dat jongere generaties vaker op zoek gaan naar een betekenisvolle manier van reizen, blijft de trend van snel marktwaarde creëren door grootschalig en eenzijdig aanbod aan te bieden. Binnen de Europese markt is er namelijk ook behoefte aan voorspelbare kwaliteit op aantrekkelijke locaties.

Deze bedrijven spelen hierop in door te investeren in verschillende locaties en bestaande bedrijven op te kopen. Hierdoor wordt de vakantieaccommodatie een convenienceproduct en heeft de vrijetijdssector een aantal grote markt-leiders. Zo werd ook het Zeeuwse bedrijf Roompot overgenomen door de Amerikaanse investeringsmaatschappij Kohlberg Kravis Roberts & Co (KKR). Deze ketenvorming en dus toenemende grootschaligheid draagt ook bij aan het feit dat vaste jaarplaatsen geleidelijk plaatsmaken voor reguliere verhuureenheden. Het is een landelijke trend die ook in Zeeland zichtbaar is.

Mogelijk als tegenhanger voor de schaalvergroting in de sector, is er in dit tijdvak steeds meer aandacht voor kwaliteitstoerisme en 'toerisme in balans'. Toerisme dat bijdraagt aan lokale gemeenschappen en waarbij er een balans wordt nagestreefd tussen toerisme en natuur, landschap, erfgoed en leefgemeenschappen. Het bij vlagen negatieve sentiment ten aanzien van toerisme leidt tot een terugkerende discussie over het belang ervan. Het is iets dat de afgelopen decennia vaker voorkwam in de Zeeuwse context, maar nu, met terugkerende inwonersonderzoeken en toenemende aandacht in de media, nadrukkelijker aandacht krijgt in verschillende beleids- en strategienota's.

Een belangrijke gebeurtenis in dit tijdvak, namelijk de coronapandemie, liet het belang van de economische waarde van toerisme (waaronder ook in Zeeland) nadrukkelijk zien. De maatregelen tegen het coronavirus hebben een grote impact gehad op bedrijven in het vrijetijd domein. De maatregelen hebben in het hele land – en dus ook in Zeeland – een grote impact gehad, met grote omzetverliezen in de sector en bij hun toeleveranciers. Echter, net als met voorgaande disruptieve veranderingen (zoals de economische crisis in 2008), herstelt de vrijetijdssector zich snel weer.

5.8. SAMENVATTING

In deze samenvatting worden de tijdperken, aan de hand van figuur 3 hieronder, nogmaals kort omschreven en de belangrijkste disrupties toegelicht. Het eerste tijdperk begint bij de start van het Zeeuwse toerisme, in Domburg. Hiermee luidden Middelburgse dames met hun bezoeken aan Domburg achteraf gezien het toeristisch tijdperk van de provincie in.



Het volgende tijdperk treedt aan als de infrastructuur van en naar Zeeland aanzienlijk verbetert. De spoorlijn naar Zeeland wordt doorgetrokken tot Vlissingen en door een nieuwe veerdienst naar Groot-Brittannië wordt de provincie ook voor overzeese toeristen toegankelijk. In deze tijd werd met Bona-Fide in Renesse ook het eerste kampeerterrein geopend.

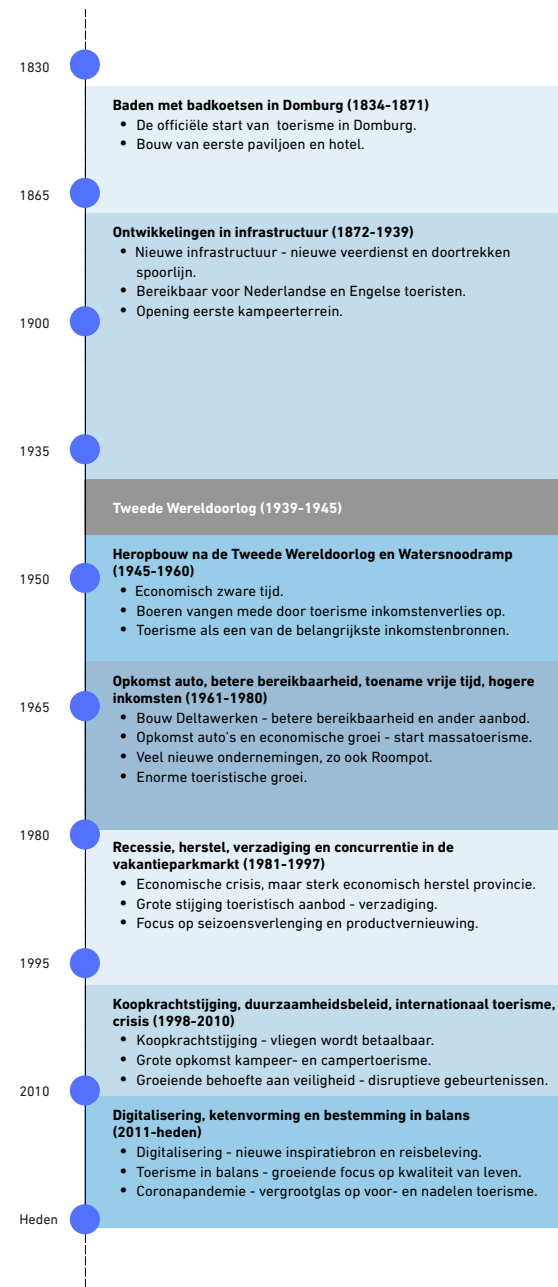
Na de Tweede Wereldoorlog bevond Nederland – en Zeeland – zich in een economisch zware tijd. Toch kwamen er veel Duitse toeristen naar de provincie. Na de watersnoodramp in 1953 kozen veel boeren – door de onvruchtbaar geworden grond – om hun inkomstenverlies op te vangen door middel van toerisme. Toerisme groeit uit tot een van de belangrijkste bronnen van inkomsten voor de provincie.

Als gevolg van de watersnoodramp werd het Deltaplan opgesteld. De bouw van de daaruit voortkomende Deltawerken luidde een nieuw toeristisch tijdperk in. Door deze Deltawerken – en de opkomst van de auto – werd Zeeland beter bereikbaar voor binnen- en buitenlandse bezoekers. Dit leidde tot enorme toeristische groei, iets waar veel ondernemers kansen in zagen. In deze tijd werd ook Roompot opgericht.

Een economische crisis luidde een nieuw tijdperk in. Een crisis waarna Zeeland zich als provincie ontzettend sterk herstelde. Het maakte dat de eerder ingezette aanbodgroei gestaag doorging. Een verzadiging in het aanbod leek bereikt, waardoor er landelijk werd ingezet op seizoenverlenging en product vernieuwing in plaats van nieuwbouw in Noordzeekustbestemmingen.

Door een grote koopkrachtstijging – gepaard met innovaties in de luchtvaart – werd vliegen betaalbaarder. Dit luidde een tijdperk in van nieuwe concurrentie voor Zeeland als kustbestemming. Het tijdperk kende veel disruptieve gebeurtenissen, waaronder de aanslagen op 9/11 en de economische crisis. Dit was de start van een groeiende behoefte aan veiligheid op vakantie.

Na de economische crisis van 2008 werd de smartphone toegankelijk voor een breder publiek. Internet was nu altijd en overal toegankelijk en leidde tot de verdere opkomst van sociale media. Technologische ontwikkelingen luidde een tijdperk in van digitalisering. Dit betekende een switch in de reisbeleving en -behoefte, vooral voor jongere generaties. Het tijdperk kent ook een verschuiving in het narratief. Steeds meer worden de lusten en lasten van



Figuur 3: Tijlijn toerisme in Zeeland



toerisme tegenover elkaar gezet. De coronapandemie liet hierbij nadrukkelijk de economische voordelen van toerisme zien, door het even stil te leggen. Toch is het toerisme, net als bij eerdere disruptieve gebeurtenissen, relatief snel weer hersteld.

Al met al laten de tijdperken zien hoe snel toerisme tot een van de belangrijkste bronnen van inkomsten is uitgegroeid voor de provincie. In eerdere tijdperken is het toerisme snel gegroeid door aanpassingen die de bereikbaarheid verbeterden. In latere jaren stonden vooral innovatie en aanbodvernieuwing en -uitbreiding centraal, aangevoerd door veranderende behoeften van gasten.

Toerisme laat in veel gebeurtenissen een sterke volatiliteit zien, door sterke dalingen maar ook snel herstel. De laatste tijdperken staan – mede door digitalisering en ketenvorming – ook in het teken van snelle aanbodverandering. De uiteenlopende wensen van de verschillende generaties zorgen voor aanbodvernieuwing, maar ook grote ketenvorming. De behoefte aan een 'convenienceproduct' maakt dat grote ketens – die op veel locaties eenzelfde kwaliteit aanbod kunnen neerzetten – snel groeien en marktpositie behouden.



6 HORIZONSCANNING EN DRIJVENDE KRACHTEN VAN VERANDERING

In het vorige hoofdstuk is een eerste beeld geschetst van de belangrijkste ontwikkelingen in het tijdperk waarin we nu zitten. Om te begrijpen hoe dat tijdperk zich tot 2040 naar verwachting zal ontwikkelen, moeten we de foto die we op dit moment maken als het ware in beweging brengen met behulp van drijvende krachten. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het proces om tot die drijvende krachten te komen.

6.1 HORIZONSCANNING

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme heeft een studie verricht van bestaande trends, prognoses, projecties, constanten, cycli, en in de pijplijn zittende plannen die (mogelijk) van invloed kunnen zijn op de gast die de provincie Zeeland bezoekt in 2040; een zogenoemde horizonscanning. Deze dient om het huidige tijdvak waarin de Zeeuwse vrijetijdssector zich nu bevindt nog beter te duiden. De resultaten van deze studie staan weergegeven in de figuren in bijlage 1, waarbij onderscheid is gemaakt tussen demografische, economische, sociale, technologische, ecologische en politieke trends.

De komende jaren wordt er een sterke vergrijzing verwacht, dit betekent meer 65-plussers, ook in Zeeland. Bovendien is de huidige prognose dat ook de geboortecijfers in zowel Nederland als Zeeland gaan afnemen. Dit betekent dat de leeftijdsopbouw van de bevolking gaat veranderen. Bovendien neemt het aantal eenpersoonshuishoudens – en dus ook het aantal alleenreizenden – toe. Wanneer wordt gekeken naar de belangrijkste herkomstlanden België en Duitsland lijkt ook daar de bevolkingsgroei te gaan afnemen. Voor Duitsland wordt op de lange termijn zelfs een bevolkingskrimp verwacht.

Met betrekking tot het aantal toeristen in Zeeland wordt verwacht dat er, in ieder geval tot 2035, een stijging blijft plaatsvinden. De grootste stijging zit hierbij in het inkomend toerisme, waarbij Duitsland en België de belangrijkste herkomstlanden blijven. De groei voor deze landen zit voornamelijk in de eerstvolgende vijf jaar. Ondanks dat er – mede door klimaatverandering – een flinke procentuele toename van het aantal bezoekers uit Zuid-Europese landen wordt verwacht, zijn deze aantallen nog steeds relatief klein te noemen.

De opwarming van de aarde gaat ook invloed hebben op Zeeland als bestemming. Door klimaatverandering gaat het jaarlijkse aantal warme stranddagen structureel toenemen. Bovendien worden weersomstandigheden extremer met meer tropische dagen, nattere winters en meer dagen met extreme regen. Dit betekent dat de Zeeuwse omgeving zich aan dient te passen aan het klimaat, waarbij een groene omgeving van belang gaat zijn. Echter lijkt er door de toenemende bevolking en de veranderende recreatiebehoefte van inwoners en toeristen meer druk te gaan komen op deze groene omgeving.

Toeristen, vooral de jongere generaties Y, Z en Alpha (zie bijlage 2), hebben in toenemende mate behoefte aan een manier om bij te dragen aan een omgeving. De algehele interesse in de lokale bevolking en lokale cultuur neemt toe. Bovendien hebben zij afwisselend behoefte aan luxe accommodaties en/of kleinschalige kampeeraccommodaties. Hierbij zijn begrippen als duurzaamheid en het creëren van een digitale belevingswaarde van steeds meer belang. Het gebruik van en de behoefte aan nieuwe technologieën en sociale media onder deze generaties is erg hoog. Ook zal, vooral onder de oudere generaties, de behoefte aan een convenienceproduct (vaak door grote ketens) blijven bestaan. De toename in grote ketens draagt ook bij aan een verdere daling van het aantal vaste jaarplaatsen.



Door een dalende arbeidsparticipatie, de vergrijzing en een mismatch tussen opleiding en werkaanbod stijgt de werkloosheid in de provincie. Deze trend raakt ook de vrijetijdssector, met onder andere flinke personeelstekorten in de horeca. Het afnemende politieke draagvlak voor (arbeids)migranten maakt dat ondernemers nog meer moeite hebben met het vinden van werknemers. Echter kan door middel van robotisering en het gebruik van AI het een en ander opgevangen worden.

Al met al komt de vrijetijdssector dus voor een aantal zekere uitdagingen te staan. Desondanks zijn er ook kansen voor de sector te identificeren. Door innoverende ideeën op het gebied van technologie kan er – naast de personeelstekorten – ook op de digitale belevingsbehoefte van de nieuwe generatie ingespeeld worden. De toenemende focus op duurzaamheid vanuit de politiek vertaalt zich ook terug naar de vakantiebehoefte van de jongere generaties. Toch lijkt door een toenemend bevolkingsaantal en een toenemend aantal toeristen de druk op de natuur nog groter te worden.

6.2 WORKSHOP

Om de belangrijkste drijvende krachten voor de sector in kaart te kunnen brengen, is er aan de hand van de bovenstaande deskresearch een workshop met Zeeuwse stakeholders georganiseerd. Deze groep bestond uit vertegenwoordigers van diverse stakeholders in de sector. Gekeken is of er patronen zijn te ontdekken in het krachtenveld door oorzaak-gevolg relaties te verkennen. Door stapsgewijs samen met de betrokken stakeholders verbanden tussen de diverse krachten in kaart te brengen (*causal layered analysis*) ontstaat er inzicht in hoe het krachtenveld functioneert en wat de dominante drijvende krachten zijn van verandering van de Zeeuwse gast. Deze drijvende krachten worden hieronder verder toegelicht.

6.3 DRIJVENDE KRACHTEN VAN VERANDERING

De gezamenlijke workshop heeft tot een totaal van tien drijvende krachten geleid. Hieronder is een opsomming opgenomen van deze drijvende krachten. De uitwerkingen van deze drijvende krachten zijn in bijlage 3 te vinden.

- 1 Balanceren tussen groen en grijs: de paradox van natuurbewoud in een verstedelijkende wereld;
- 2 Toeristische tweestrijd: balans tussen groei en gemeenschap;
- 3 Het spanningsveld tussen beïnvloeding en beleving door digitale verlokkingen;
- 4 Demografische dilemma's: uitdagingen en innovaties in de arbeidsmarkt van Zeeland;
- 5 Omgaan met uitdagende tijden: duurzaamheid, regulering en ondernemerschap;
- 6 Uitdagingen en kansen in de klimaattransitie;
- 7 Duurzame en inclusieve ervaringen;
- 8 De onzekerheid neemt toe: globalisering, instabiliteit en politieke polarisatie;
- 9 Verschuivingen in vakantiepatronen, opkomst van luxe en technologie;
- 10 Klimaatverandering en de opkomst van avontuurlijk toerisme.

Niet alle drijvende krachten zullen naar verwachting een even grote invloed hebben op de toekomst van de vrijetijdssector in Zeeland. En van sommige is de ontwikkeling minder voorspelbaar dan van andere. Voor het baselinescenario die voor de Zeeuwse gast van de toekomst is ontwikkeld, zijn we uitgegaan van kernzekerheden. Dat zijn de drijvende krachten die volgens de betrokkenen niet alleen veel invloed hebben op de Zeeuwse gast in 2040, maar waarvan ook de ontwikkelingsrichting volgens de betrokkenen vrij zeker is.

Om vast te stellen welke drijvende krachten als kernzekerheden kunnen worden aangemerkt voor de periode tot 2040, heeft HZ Kenniscentrum Kusttoerisme de groep stakeholders die ook de workshop hebben bijgewoond, gevraagd de tien drijvende krachten, elk voorzien van een toelichting, te rangschikken naar mate van invloed en ook naar mate van onzekerheid. In beide gevallen door het toekennen van een score van 1 tot 10.

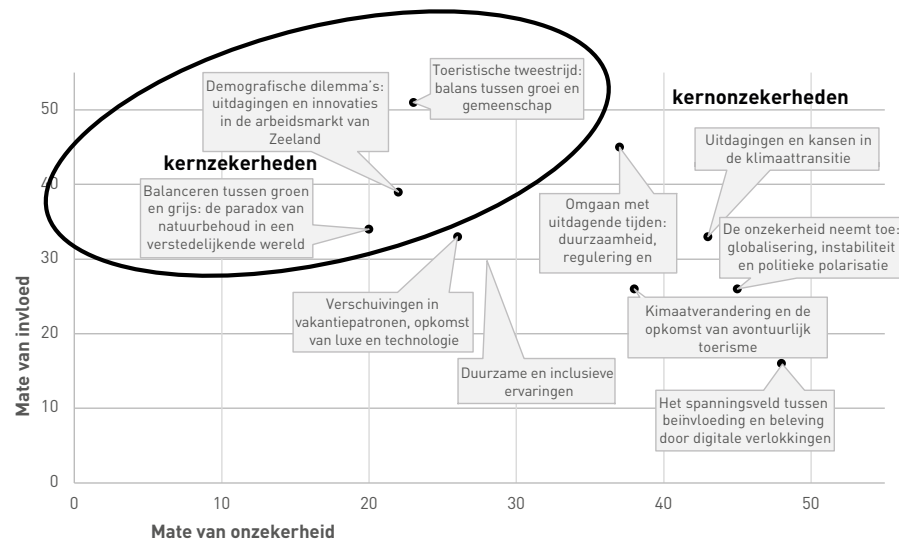


De door de deelnemers gegeven invloed- en onzekerheidsscores zijn door ETFI in een invloed-onzekerheidsmatrix met elkaar gecombineerd (zie figuur 4). De grafiek toont dat er drie drijvende krachten zijn waarbij een sterke invloed gekoppeld is aan weinig onzekerheid en daarom als belangrijkste kernzekerheden aangemerkt kunnen worden:

- 1 Balanceren tussen groen en grijs: de paradox van natuurbehoud in een verstedelijkende wereld;
- 2 Demografische dilemma's: uitdagingen en innovaties in de arbeidsmarkt van Zeeland;
- 3 Toeristische tweestrijd: balans tussen groei en gemeenschap.

Deze drie kernzekerheden en hun ontwikkelingsperspectief zullen hieronder worden toegelicht.

Figuur 4 Invloed-Onzekerheidsmatrix Zeeuwse gast van de toekomst.



BALANCEREN TUSSEN GROEN EN GRIJS: DE PARADOX VAN NATUURBEHOUD IN EEN VERSTEDELIJKENDE WERELD

In een wereld waarin de verstedelijking toeneemt, infrastructuur zich steeds verder ontwikkelt en de bevolking groeit, is er ook een groeiende tegenbeweging zichtbaar. Het begrip duurzaamheid en circulariteit komt steeds prominenter naar voren in de hedendaagse samenleving, en de behoefte aan alternatieve manieren van leven en consumeren die minder belastend zijn voor het milieu nemen toe. Dit heeft geleid tot een groeiende interesse in groen: groene en natuurlijke recreatieruimte, waarbij bijvoorbeeld kleinschalig kamperen in en rondom de natuur een van de recreatievormen is. Mensen willen ontsnappen aan de drukte van het stadsleven en tegelijkertijd de natuur ervaren en (leren) respecteren. De economische waarde van natuurrecreatie en toerisme is tussen 2013 en 2019 met 44% gestegen. Verwacht wordt dat deze stijging doorzet. Terwijl steeds meer mensen op zoek gaan naar groene toevluchtsoorden en concepten als 'rewilding' of vergelijkbaar, groeit de druk op beschikbare natuur en nemen het beschikbare groen en de biodiversiteit gestaag af door klimaatinvloeden. Dit legt een groeiende last op de toch al kwetsbare natuurlijke ecosystemen, die steeds meer moeite hebben om zich te herstellen. Bovendien zorgt dit ervoor dat mensen zich minder aangetrokken voelen tot bepaalde omgevingen die verschaald zijn. Dit kan zowel positieve (meer toeristen afkomstig uit Zuid-Europese landen die naar Zeeland komen om te 'verkoelen') als negatieve (door de zeespiegelstijging) gevolgen hebben voor Zeeland. Uiteindelijk leidt dit alles tot een paradoxale situatie waarin de drukte in de natuur toeneemt, terwijl het verlangen naar rust en stilte blijft groeien.

DEMOGRAFISCHE DILEMMA'S: UITDAGINGEN EN INNOVATIES IN DE ARBEIDSMARKT VAN ZEELAND

Hoewel er tussen nu en 2040 een bevolkingsgroei van 9% wordt verwacht in Nederland als geheel, vindt er in de provincie Zeeland een verschuiving plaats in de arbeidsmarkt en demografie, met gevolgen voor de economie en samenleving. De dalende arbeidsparticipatie in combinatie met een geboortetekort leidt tot een verandering in de leeftijdsopbouw van de bevolking. Het aantal mensen in de leeftijdsgroep van 15-65 jaar neemt licht af, het aantal ouderen neemt toe, wat resulteert in vergrijzing. Deze demografische veranderingen leiden tot een verder dalende arbeidsparticipatie en een afname van vakmensen, waardoor robotisering in sectoren zoals de horeca toeneemt. De afname van (arbeids)migranten als gevolg van veranderende sentimenten



onder de bevolking verergert de situatie van arbeidstekorten, vooral in de vrijetijdssector, waar de vraag naar arbeidskrachten juist stijgt. Dat leidt tot meer beschikbare banen, maar minder mensen die deze banen kunnen vullen. Ondanks de groeiende banenmarkt in de vrijetijdssector, kampt Zeeland met toenemende werkloosheid. Deze tegenstrijdigheid is een direct gevolg van de demografische veranderingen en de mismatch tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt. De beschreven ontwikkelingen stellen Zeeland voor uitdagingen op het gebied van economische groei, arbeidsmobiliteit en sociale cohesie.

TOERISTISCHE TWEESTRIJD: BALANS TUSSEN GROEI EN GEMEENSCHAP

In de komende periode wordt een verdere groei van toerisme verwacht: het aantal mensen dat één of meerdere keren op vakantie gaat neemt wereldwijd toe en dat leidt voor veel bestemmingen tot een verdere toename van het aantal toeristen. Voor Nederland wordt een groei van het aantal toeristen verwacht tot 2035, waarbij deze groei na 2030 wel langzamer zal verlopen. Naast toerisme is de verwachting dat ook recreatie verder zal toenemen: het aantal inwoners in Nederland groeit en al deze inwoners ondernemen vrijetijdsactiviteiten, deels in de eigen woonomgeving en deels daarbuiten. Voor Zeeland betekent dit dat het aantal bezoekers zal toenemen. Zeeuwse gemeenten lijken verdeeld over de betekenis. Sommigen zien toerisme als een bron van groei en welvaart, anderen zijn voorzichtig vanwege de (mogelijke) negatieve effecten op hun lokale gemeenschappen.

Door de toenemende vraag naar luxe en gemak aan de vraagkant en investeringsmodellen en rendabiliteit aan de aanbodkant worden campings

omgevormd tot huisjesparken en nieuwe hotels en appartementencomplexen ontwikkeld. Daarnaast zijn er steeds meer particulieren die een logies verhuren. Hoewel deze ontwikkelingen bijdragen aan de groei van de vrijetijdssector, brengen ze ook problemen met zich mee. De toenemende concentratie van accommodatievoorzieningen leidt tot een afname van de leefbaarheid in sommige buurten en de authenticiteit van accommodatievoorzieningen wordt vervangen door uniforme voorzieningen. Lokale bewoners ervaren overlast en veranderingen in hun omgeving, waardoor negatieve sentimenten rondom toerisme toenemen. Deze groeiende onvrede vertaalt zich in een afname van het draagvlak voor toerisme binnen de gemeenschap, waardoor het politieke draagvlak voor verdere ontwikkeling van de vrijetijdssector onder druk komt te staan. Dit heeft ook invloed op het vertrouwen in de politiek, aangezien burgers zich afvragen of hun belangen wel voldoende worden behartigd. Tegelijkertijd groeit de roep om een heroverweging van het profiel van de toerist van de toekomst, zodat deze beter aansluit bij het profiel van de gemiddelde inwoner van Zeeland. Als reactie op deze ontwikkelingen worden er nieuwe regels gemaakt omtrent de uitbreiding van het aanbod in de vrijetijdssector. Deze veranderende regelgeving is bedoeld om een evenwicht te vinden tussen economische groei en het behoud van de leefbaarheid en het karakter van de Zeeuwse gemeenschappen.

Wanneer de ontwikkelingskenmerken van het huidige tijdperk (hoofdstuk 5) met de drie kernzekerheden worden gecombineerd, ontstaat een beeld van de Zeeuwse Gast in 2040. Dit baselinescenario wordt in het volgende hoofdstuk beschreven.



7 DE GAST IN ZEELAND IN 2040

De relatief voorspelbare krachten, zoals omschreven in hoofdstuk 6, zijn gebruikt om tot een baselinescenario voor 2040 te komen dat de verwachte of waarschijnlijke toekomst wordt genoemd – tenminste wanneer zich geen bijzondere verrassingen, trendbreuken of disrupties voor zullen doen. Bovendien zijn de karakteristieken meegenomen van het tijdperk waarin de Zeeuwse vrijetijdssector zich nu bevindt. Het scenario geeft antwoord op de (onderzoeks)vraag: hoe ziet de gast die in 2040 Zeeland bezoekt eruit?

Dit baselinescenario gaat in op de onderwerpen uit de domeinanalyse (hoofdstuk 3) die als belangrijk zijn gekenmerkt. De domeinanalyse is sturend geweest voor de tijdperk-analyse en horizonsscanning, waarmee inzicht is verkregen in de Zeeuwse gast en haar kenmerken in het verleden, heden en de toekomst. Er is gebruikgemaakt van alle bevindingen en onderdelen waarover gerapporteerd is in de voorgaande hoofdstukken. Het baselinescenario is opgedeeld in drie onderdelen: 'wie is de gast?', 'wat wil de gast?' en 'wat doet de gast?'. Dit wordt aangevuld door een korte beschrijving van de voornaamste uitdagingen van Zeeland als provincie en vakantiebestemming.

WIE IS DE GAST?

In 2040 zijn Nederland, Duitsland en België voor de provincie Zeeland nog steeds de drie belangrijkste herkomstlanden. Mede door de verwachte Duitse bevolkingskrimp stabiliseren de aantallen na 2035. Tegelijkertijd neemt het aantal toeristen uit Zuid-Europese landen, mede door de opwarming van het klimaat, procentueel aanzienlijk toe. Toch blijven ondanks deze flinke groeipercentages de aantallen Zuid-Europese toeristen klein in vergelijking tot die uit de traditionele herkomstlanden.

In 2040 is ook de demografische samenstelling van de toeristen in Zeeland veranderd. Er komen meer gasten uit generatie Y, Z (beide eventueel met kinderen) en in mindere mate generatie Alpha naar de provincie Zeeland. De babyboomgeneratie vormt, gezien hun hoge leeftijd, een kleinere groep. Bovendien hebben oudere generaties in voorgaande jaren structureel een lagere vakantieparticipatie en -frequentie gehad. Deze nieuwe, jonge generaties hebben andere interesses en behoeftes en reizen vaker dan de babyboomers, wat vraagt om vernieuwend toeristisch aanbod.

Daarnaast neemt het aantal huishoudens in Nederland tot 2040 flink toe, waarbij ook het aantal eenpersoonshuishoudens een groter aandeel heeft. Dit betekent een toename in alleenreizende toeristen naar Zeeland, ook uit Duitsland en België. Hoewel er meer alleenreizenden zullen zijn, hebben generaties Y, Z en Alpha veelal de behoefte om dingen gezamenlijk te doen. Dit vraagt naar ontmoetingsplekken op locatie, zoals gemeenschappelijke lounges in accommodaties en georganiseerde groepsactiviteiten om alleenreizenden de kans te geven andere toeristen te ontmoeten.

Bovendien zijn generaties Y, Z en Alpha hoger opgeleid en flexibel. Zij verdienen gemiddeld bovenmodaal en hebben een relatief groot vakantiebudget. Deze generaties hechten waarde aan een betere werk-privé balans, waardoor zij reizen als essentieel zien voor persoonlijke groei en ontspanning.

Ook daalt het aantal vaste gasten in Zeeland. Het aantal jaarplaatsen op campings neemt af en de transitie naar verhuureenheden heeft doorgezet. Dit vergroot de vakantiemogelijkheden voor mensen met hogere koopkracht. Bovendien verandert de recreatie op deze parken daarmee van seizoensgebonden naar jaarrond.



WAT WIL DE GAST?

Zoals hierboven toegelicht, is er in 2040 een andere demografische samenstelling van toeristen in Zeeland. Dit zijn jongere generaties (generatie Y, Z en Alpha) met andere interesses en behoeften. Deze generaties zijn grotendeels opgegroeid met technologie en dus goed ontwikkeld op dit gebied. Zo kan generatie Z zich tegenwoordig nauwelijks een vakantie zonder technologie voorstellen. Dit biedt kansen voor bedrijven om met VR- en AR-technologie, en ook sociale media, de belevingswaarde van de gast te vergroten. Denk hierbij bijvoorbeeld aan VR-rondleidingen voorafgaand aan het verblijf en het delen van inspirerende voorbeelden van dagactiviteiten via sociale media.

Daarnaast sluiten online reserveringen/betalingen en mobiele check-ins aan bij de verwachtingen van deze gast. Toch blijft ook een persoonlijke benadering van belang. Er lijken hierbij kansen te liggen voor een hybride aanpak, waarbij het behouden van een fysieke receptie een waardevolle aanvulling is op de digitale ervaring.

Verder hechten deze generaties veel waarde aan duurzaamheid en milieubewuste keuzes. Steeds meer gasten zoeken een manier om de milieu-impact van hun vakantie te verkleinen. De klimaatbestendigheid van de vrijetijdssector is inmiddels een vast onderwerp op de Zeeuwse provinciale agenda en steeds meer ondernemers hebben hierin geïnvesteerd.

Naast verduurzaming kennen de jongere generaties ook een grote behoefte aan belevenissen waarbij natuur centraal staat. De behoefte aan voldoende recreatieruimte zal mede door de toenemende verstedelijking groter worden in Nederland. De Zeeuwse natuurgebieden worden hierdoor meer bezocht en gaan dus ook drukker worden. Dit betekent een hogere belasting op de natuur, wat ten koste zal gaan van de kwaliteit en dus ook de bezoekerservaring. Om deze balans te kunnen bewaken moet worden ingezet op bezoekersmanagement in gebieden, met maatregelen voor spreiding van bezoekers en (educatieve) voorzieningen die de impact op natuur kunnen verminderen.

De gast van de toekomst, met name de Duitse bezoeker, zal meer en meer geïnteresseerd zijn in authentieke ervaringen en lokale cultuur. Dit betekent dat zij meer willen leren over lokale tradities, gebruik willen maken van lokale gidsen, lokaal voedsel willen proberen en activiteiten willen ondernemen die direct (en zichtbaar) aan de omgeving bijdragen. Het houdt in dat de gast van de toekomst zich meer met de lokale bevolking wil mengen. Voor ondernemers biedt deze betrokkenheid kansen om authentieke en lokale ervaringen aan te bieden. Dit kan bijvoorbeeld het samenwerken met lokale producenten zijn of het geven van workshops die de unieke aspecten van de Zeeuwse cultuur belichten.

Convenienceproducten blijven ook in 2040 aantrekkelijk door hun gemak en kwaliteit. Dit betreft het aanbod van grote internationale ketenbedrijven (vakantieparken, hotels), waarbij internationaal eenzelfde kwaliteit gegarandeerd wordt. Het zijn gestandaardiseerde vakanties die vooral populair zullen blijven onder de oudere doelgroepen. Door de voorkeur van jongere generaties voor flexibele, duurzame en maatschappelijk betrokken vakanties zal dit aanbod minder passen bij deze groep.

De Zeeuwse kust blijft ook in 2040 belangrijk. Het strand- en duingebied is sinds de eerste toeristen in Domburg in 1837 altijd de trekpleister geweest voor toerisme in Zeeland. Door klimaatverandering neemt het aantal warme (strand) dagen toe, waardoor de behoefte aan verkoeling toeneemt. De combinatie van warme dagen en het toenemend bewustzijn van de schadelijke effecten van de zon zorgen dat het bieden van schaduw ook op het strand steeds meer van belang is.



WAT DOET DE GAST?

De jongere generaties die Zeeland in 2040 bezoeken zijn ongeduldiger en vluchtiger in wat zij willen. Dit maakt hen tot dynamische en ondernemende generaties, maar het vereist wel de nodige flexibiliteit van de sector om hier op in te kunnen spelen. Deze mentaliteit komt veelal voort uit een levensstijl van veel prikkels en korte content. Tegelijkertijd zorgt een groeiend milieubewustzijn voor een duurzame en eerlijke levensstijl, ook wel slow living genoemd. Dit leidt tot een groeiende interesse in rustgevende activiteiten, zoals wandelen, natuurbeleving en ontspanning. Zo zoeken deze generaties een balans tussen snelheid en rust.

Dit vertaalt zich ook in een veranderende accommodatiekeuze van gasten. De gast van de toekomst gaat meer op zoek naar luxe en gemak, waarbij onder andere kleinschalige (“back to nature”) kampeeraccommodaties die rust en ruimte bieden in trek zullen zijn. Dit gaat gepaard met een eerlijker consumptiepatroon, waarbij er vaker de keuze wordt gemaakt voor (bij voorkeur) lokale en eerlijke producten. Duurzaam handelen voert hierbij de boventoon, want steeds vaker kiezen de gasten voor vakanties zonder negatieve milieu-impact.

Ondanks dat er ook een toenemende vraag is naar duurzame vervoersmiddelen, zal het ondernemen van verre reizen onder jonge generaties gasten nog niet afnemen. Toch willen gasten op bestemming steeds vaker kiezen voor duurzamere vervoersopties om het milieu niet te belasten. Denk aan fietsen, openbaar vervoer en deelfervoer. Gemak en snelheid zijn hierbij van belang. Aanbod van mobiliteit dient daarom idealiter flexibel te zijn en te allen tijde aan te sluiten op de vervoersbehoefte van de gast, op elk moment en op elke plek.

Bestemming Zeeland in 2040

Zeeland heeft in 2040 nog steeds te maken met een dalende arbeidsparticipatie in combinatie met een geboortetekort, wat ertoe heeft geleid dat de provincie kampt met een banenoverschot en een tekort aan vakmensen. De afname van (arbeids)migranten als gevolg van veranderende sentimenten en politieke keuzes verergert de situatie van arbeidstekorten. Dat leidt tot meer beschikbare banen, maar minder mensen die deze banen kunnen vullen. Ondanks de groeiende banenmarkt in de Zeeuwse vrijetijdssector, kampt Zeeland met toenemende werkloosheid. Door digitalisering, robotisering en AI toe te passen in businessmodellen en bedrijfsprocessen, wordt het tekort aan arbeidskrachten enigszins opgevangen (denk bijvoorbeeld aan mobiele check-ins, online reserveren en betalen, etc.). Deze toepassingen sluiten aan bij de generaties die Zeeland in 2040 bezoeken.

Ook heerst er onder de gast van de toekomst een behoefte aan veiligheid. Door internationale disrupties zoals oorlogen en pandemieën, vindt de gast het van groot belang zich veilig te voelen op bestemming. Dit vraagt een proactieve houding van de toeristische sector, om een stabiele en veilige vakantieomgeving te kunnen waarborgen.



8 TOT SLOT

Nadat Zeeland in 1837 kennismaakte met de eerste vormen van toerisme, groeide het al snel uit tot een van de belangrijkste inkomstenbronnen. De geschiedenis van het toerisme in de provincie kenmerkte zich door een aantal periodes van flinke groei. Dit kwam in veel gevallen door verbeteringen in de bereikbaarheid van de provincie, maar ook innovaties en uitbreidingen in het aanbod zijn hierbij belangrijk geweest. Toch zijn er ook periodes geweest waarbij het toerisme een erg sterke daling kende. Echter liet de sector elke keer zien hier snel van te kunnen herstellen. Deze periodes, met nadruk op de coronapandemie, zorgen voor toenemende discussie over de balans tussen toerisme en leefomgeving. Deze disruptieve gebeurtenissen tonen echter ook het economisch belang van het toerisme.

De trends en ontwikkelingen die zich in het huidige toeristische tijdperk gaan afspelen, zijn divers. Het zorgt voor een bewuste, diverse en dynamische bezoeker in 2040. Hierbij zijn generaties Y, Z en Alpha naar verwachting de voornaamste bezoekers aan Zeeland. Zij gaan op zoek naar ervaringen waarin cultuur en duurzaamheid centraal staan. Deze groepen waarderen

authenticiteit, kwaliteit en hebben een voorkeur voor kleinschalige, duurzame accommodaties en activiteiten die bijdragen aan de regio. Hoewel technologische innovatie en digitalisering een belangrijke rol spelen in hun vakantiebeleving, blijft persoonlijke benadering essentieel. Ondanks dat er een toename verwacht wordt van bezoekers uit niet-traditionele herkomstlanden, blijven Nederland, België en Duitsland de overgrote meerderheid van de toeristen leveren.

De Zeeuwse vrijetijdssector zal hier op moeten blijven inspelen, maar ondervindt tegelijkertijd uitdagingen op de arbeidsmarkt, het veranderende klimaat, de drukker wordende natuur en de veranderende voorkeuren van de bezoekers. Daarentegen zijn de gasten van de toekomst maatschappelijk betrokken, duurzaam georiënteerd en gewend aan het gebruik van technologie, waardoor deze gasten mogelijk onderdeel zijn van de oplossing. Deze blik op de toekomst helpt Zeeland zich te blijven positioneren als een aantrekkelijke bestemming voor een divers en toekomstgericht publiek.



9 LITERATUUR EN GEBRUIKTE BRONNEN

HOOFDSTUK 1

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2021). *Analyse Zeeuwse vrijetijdssector*. https://www.projectenportfolio.nl/images/9/97/Rapportage_Analyse_Zeeuwse_vrijetijdssector.pdf.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2023). *Kerncijfers vrijetijdssector Zeeland 2022*. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event_00569.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2024). *Kerncijfers vrijetijdssector Zeeland 2023*. Nader te publiceren.

NBTC (2019). *Perspectief 2030. Bestemming Nederland*. <https://www.nbtc.nl/nl/site/bestemming-nederland/perspectief-2030>.

Provincie Zeeland, de Zeeuwse gemeenten, Impuls Zeeland, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en TOZ. (2022). *Toekomstbeeld Bestemming Zeeland 2030*. <https://www.bestemmingzeeland2030.nl/wp-content/uploads/Toekomstbeeld-Bestemming-Zeeland-2030.pdf>.

HOOFDSTUK 2

Conway, M. (2007). *Building a Strategic Foresight Capacity*. Presentation at Australasian Association for Institutional Research (AAIR) Forum, Sydney, November 2007.

Postma, A., Hartman, S, and Yeoman, I (2024). *Tourism Futures and Scenario Planning: Theory Building, Methodologies and Case Studies*. Bristol: Channelview.

Postma, A., Papp, B. (2021). Of trends and trend pyramids. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 162-167. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0129>.

HOOFDSTUK 4

Mitchell, R., Agle, B. and Wood, D. 1997. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22 (4), pp. 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>.

HOOFDSTUK 5

Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH), Erasmus UPT en NRIT (2022). Onderzoek opkopen vakantieparken. <https://www.celth.nl/actueel/opkopen-van-vakantieparken-celth-geeft-samen-met-upt-erasmus-en-nrit-inzicht-omvang-impacts>.

CELTH. (2023). Waardevol toerisme is werken aan balans. <https://www.celth.nl/projecten/waardevol-toerisme-werken-aan-balans>.

Dings, M. (2015). Tussen tent en villa: Het vakantiepark in Nederland 1920-nu. nai010.

Directoraat-Generaal Rijkswaterstaat & Provincie Zeeland. (1997). *BeleidsEffectRapportage Verkeer en Vervoer Zeeland 1998* (1ste editie) [Geprint].

Dogger, H. D. H. (z.d.). *Groeten uit Renesse - Andere tijden*. Andere Tijden. <https://anderetijden.nl/aflevering/1/Groeten-uit-Renesse>.

ETI Zeeland. (1968). *Toerisme in Zeeland: Economische betekenis 1960-1967*. Economisch Technologisch Instituut (ETI) voor Zeeland.

Gemeente Veere. (z.d.). *Domburg Bidboek*.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2009). *Reizen op grote voet 2008: De carbon footprint van vakanties van Nederlanders in 2008 en de ontwikkeling sinds 2002*: Vol. Jaargang 1 (2de editie).

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2011). *Inkomend toerisme in Zeeland*: Vol. Jaargang 3 (2de editie).

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme, Impuls Zeeland, & Toeristisch Ondernemend Zeeland (2021). *Economische impact corona op toerisme in Zeeland*. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/a/ab/Rapport_impact_corona_op_toerisme_Zeeland.pdf.



Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. (2024, 19 januari). *De Deltawerken*. <https://www.rijkswaterstaat.nl/water/waterbeheer/bescherming-tegen-het-water/waterkeringen/deltawerken>.

NBTC (2022, 24 maart). *De impact van crisissituaties op de toeristische sector*. https://nbtcmagazine.maglr.com/impact-crisissituaties-op-toerisme_mrt-2022/cover.

NHL Stenden (2019, 27 september). *6 Trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme*. <https://www.nhlstenden.com/nieuws-en-artikelen/6trends-en-ontwikkelingen-op-het-gebied-van-toerisme>.

NOS. (2018, 13 september). *Wat heeft financiële crisis ons gekost én gebracht?* <https://nos.nl/artikel/2250245-wat-heeft-financiele-crisis-ons-gekost-en-gebracht>.

Pretwerk.nl. (2021, 24 juni). Duiding: Overname Landal door Roompot is een logische stap. Pretwerk. <https://pretwerk.nl/insight/duiding-overname-landal-door-roompotis-een-logische-stap/70692>.

Provinciale Zeeuwse Courant | 2 November 2005 | pagina 17. (2005, 2 november). Krantenbank Zeeland. https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/2005-1102/edition/null/page/17?query=Moeilijk%20te%20Zeggen&sort=issuedate%20a_scending&f_issuedate%5B0%5D=2000-01-01T00:00:00Z--%2B100YEARS&f_issuedate%5B1%5D=2000-01-01T00:00:00Z--%2B10YEARS&f_issuedate%5B2%5D=2005-01-01T00:00:00Z--%2B1YEARS&f_issuedate%5B3%5D=2005-11-01T00:00:00Z--%2B1MONTHS

Provinciale Zeeuwse Courant | 3 maart 1990 | pagina 11. (1990, 3 maart). Krantenbank Zeeland. <https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/1990-03-03/edition/0/page/11?query=>.

Provinciale Zeeuwse Courant | 9 November 1989 | pagina 25. (1989, 9 november). Krantenbank Zeeland. <https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/1989-11-09/edition/0/page/25?query=Finata&sort=issuedate%20descending&page=2>.

Provinciale Zeeuwse Courant | 11 december 1971 | pagina 4. (1971, 11 december). Krantenbank Zeeland. https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/1971-12-11/edition/null/page/4?query=Jeugd%20Storm&sort=issuedate%20descending&f_issuedate%5B0%5D=1900-01-01T00:00:00Z--%2B100YEARS&f_issuedate%5B1%5D=1970-01-01T00:00:00Z--%2B10YEARS&f_issuedate%5B2%5D=1971-01-01T00:00:00Z--%2B1YEARS.

Provinciale Zeeuwse Courant | 18 Januari 1958 | pagina 3. (1958, 18 januari). Krantenbank Zeeland. <https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/1958-01-18/edition/0/page/3>.

Provinciale Zeeuwse Courant | 20 mei 1975 | pagina 1. (1975, 20 mei). Krantenbank Zeeland. <https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/1975-05-20/edition/0/page/1?query=>.

Provinciale Zeeuwse Courant | 30 December 1980 | pagina 7. (1980, 30 december). Krantenbank Zeeland. <https://krantenbankzeeland.nl/issue/pzc/1980-12-30/edition/0/page/7>.

Renesse Aan Zee (2024). *Geschiedenis Renesse door de eeuwen heen*. Geraadpleegd op 28-05-2024 van <https://renesseaanzee.nl/algemeen/geschiedenis/>.

Rijkswaterstaat, Resource Analysis, & Waterloopkundig Laboratorium (1991). *Management Analysis North Sea (C-2087 420)*. Rijksinstituut voor Kust en Zee.

Smeenge, M. (2008). *Kusttoerisme: een tour d'horizon: Een inventarisatie van het domein kusttoerisme*. NHTV Expertise Series.

Teeuwen, J. L., & Van Leeuwen, M. G. A. (1997). *Recreatie en Toerisme in de Grevelingen; een economische analyse* [Landbouw-Economisch Instituut]. Wageningen University & Research.

Van Der Duim, R., & Keller, E. (2022, 24 januari). *Gaan we (nog steeds) te ver?* <https://www.nritmedia.nl/kennisbank/44924/gaan-we-nog-steeds-te-ver/>.

Watersnoodmuseum (2023, 6 januari). *Deltawerken - Watersnoodmuseum*. <https://watersnoodmuseum.nl/kennisbank/deltawerken/>.

Zeeuws Museum (2020). *Dit is Zeeland*. https://www.zeeuwsmuseum.nl/nl/over-hetmuseum/publicaties/zaalteksten-dit-is-zeeland/handouts_nl_z7_beeld.pdf.

Zeeuwse Ankers (2022, 3 november). *Opkomst van Domburg als badplaats - Zeeuwse Ankers*. <https://www.zeeuwseankers.nl/verhaal/opkomst-van-domburg-als-badplaats>.



HOOFDSTUK 6

ANWB, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd (2023). Meer ruimte voor recreatie. <https://merk.anwb.nl/m/6e8983133e00248c/original/230516-Meer-ruimte-voor-recreatie-I-Verkenning-nationaal-toekomstig-recreatietekort.pdf>

CBS (2018, December 6). *Regionale prognose 2017-2040; bevolking, intervallen, regio-indeling* 2015. CBS Statline. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/83491NED/table>

Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH), Erasmus UPT en NRIT (2022). *Onderzoek opkopen vakantieparken*. <https://www.celth.nl/actueel/opkopen-van-vakantieparken-celth-geeft-samen-met-upt-erasmus-en-nrit-inzicht-omvang-impacts>.

DE Statistiek (2022, December 2). *Population by age group and variant until 2070*. Federal Statistical Office. <https://www.destatis.de/EN/Themes/Society-Environment/Population/Population-Projection/Tables/variant-1-2-3-agegroups.html>

European Travel Commission (2020). ETC Market Study on Gen Z Travellers. https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf

Federaal Planbureau (2024, February 13). *Bevolkingsvooruitzichten België: vanaf het einde van de jaren 2040 neemt de bevolking enkel in Vlaanderen nog toe*. https://www.plan.be/press/communique-2453-nl-bevolkingsvooruitzichten_belgie_vanaf_het_einde_van_de_jaren_2040_neemt_de_bevolking_enkel_in_vlaanderen.

NBTC & CELTH. (Nader te verschijnen). *Forecast bezoekersaantallen Nederland 2035*.

Ministerie van Algemene Zaken. (2021, April 13). *Eindrapport Verkenning Bevolking 2050*. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2021/04/13/eindrapport-verkenning-bevolking-2050-x>

Provincie Zeeland. (n.d.). *Klimaatverandering | Provincie Zeeland*. <https://www.zeeland.nl/zeelandverandertmee/klimaatverandering>

UWV. (2024). Nieuwsflits arbeidsmarkt Zeeland. https://www.werk.nl/imagesdxa/regionale_nieuwsflits_arbeidsmarkt_zeeland_tcm95-425856.pdf

Van Schaik, P. (2019, February 10). *Wat zijn de voordelen én nadelen van robotisering?* RPA Experts. <https://rpaexperts.nl/voordelen-nadelen-robotisering/>

HOOFDSTUK 7

CELTH. (2023). *Waardevol toerisme is werken aan balans*. <https://www.celth.nl/projecten/waardevol-toerisme-werken-aan-balans>.

CELTH. (2022). *Maatschappelijk waarde van toerisme en recreatie*. <https://www.celth.nl/sites/default/files/2021-10/Maatschappelijke%20waarde%20van%20toerisme%20en%20recreatie%20C%20rapport%202021%20Gastvrij%20Nederland%20en%20CELTH.pdf>.

NBTC & CELTH (Nader te verschijnen). *Forecast bezoekersaantallen Nederland 2035*.

Mitchell, R., Agle, B. and Wood, D. 1997. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22 (4), pp. 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>.

NHL Stenden. (2019, 27 september). *6 Trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme*. <https://www.nhlstenden.com/nieuws-en-artikelen/6trends-en-ontwikkelingen-op-het-gebied-van-toerisme>.

Pretwerk.nl. (2021, 24 juni). Duiding: Overname Landal door Roompot is een logische stap. Pretwerk. <https://pretwerk.nl/insight/duiding-overname-landal-door-roompot-is-een-logische-stap/70692>.

Provincie Zeeland. (2022). *Zeeland in cijfers*. Geraadpleegd op 23-05-2024 van <https://www.zeeland.nl/inzeeland/najaar-2022/zeeland-cijfers>.

Provincie Zeeland. (n.d.). *Klimaatverandering | Provincie Zeeland*. <https://www.zeeland.nl/zeelandverandertmee/klimaatverandering>

Provincie Zeeland, de Zeeuwse gemeenten, Impuls Zeeland, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en TOZ. (2022). *Toekomstbeeld Bestemming Zeeland 2030*. <https://www.bestemmingzeeland2030.nl/wp-content/uploads/Toekomstbeeld-Bestemming-Zeeland-2030.pdf>.

Recreatief Totaal. (2024, 25 januari). "Voorspellen is lastig, vooral als het over de toekomst gaat" - Recreatief Totaal. <https://www.recreatief totaal.nl/voorspellen-is-lastig-vooral-als-het-over-de-toekomst-gaat/>.



Rijksoverheid. (2021, April 13). Eindrapport Verkenning Bevolking 2050. Kamerstuk | Rijksoverheid.nl. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2021/04/13/eindrapport-verkenning-bevolking-2050-x>

Rijkswaterstaat, Resource Analysis, & Waterloopkundig Laboratorium. (1991). Management Analysis North Sea (C-2087 420). Rijksinstituut voor Kust en Zee.

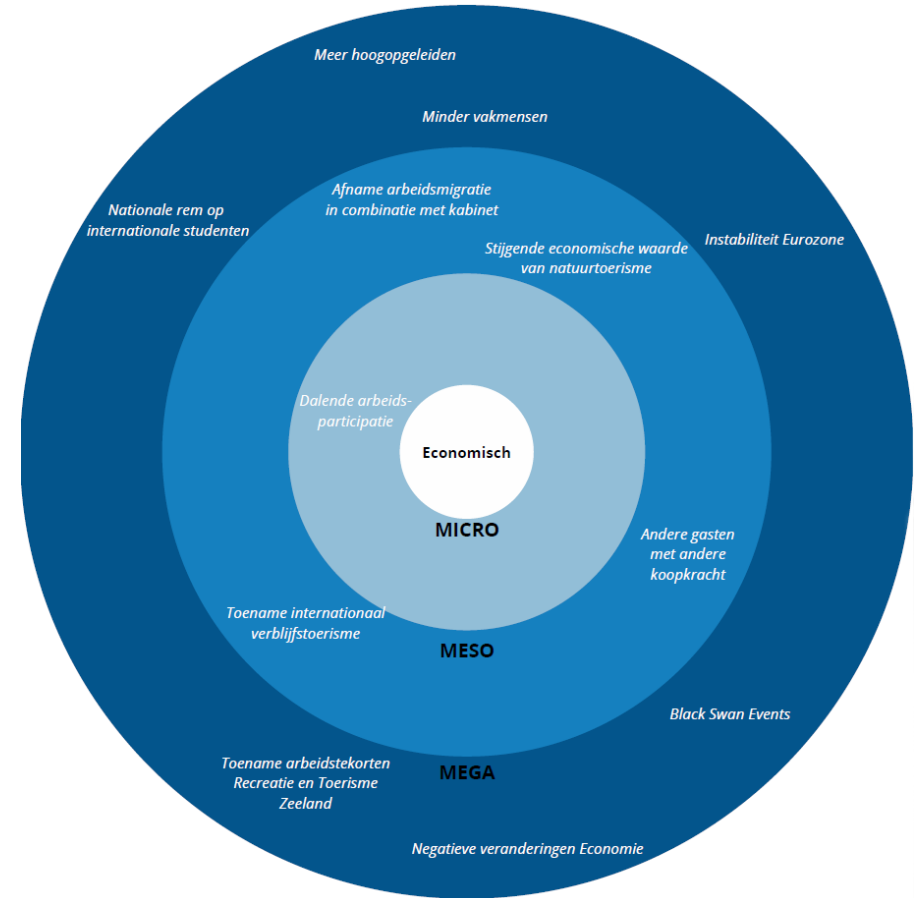
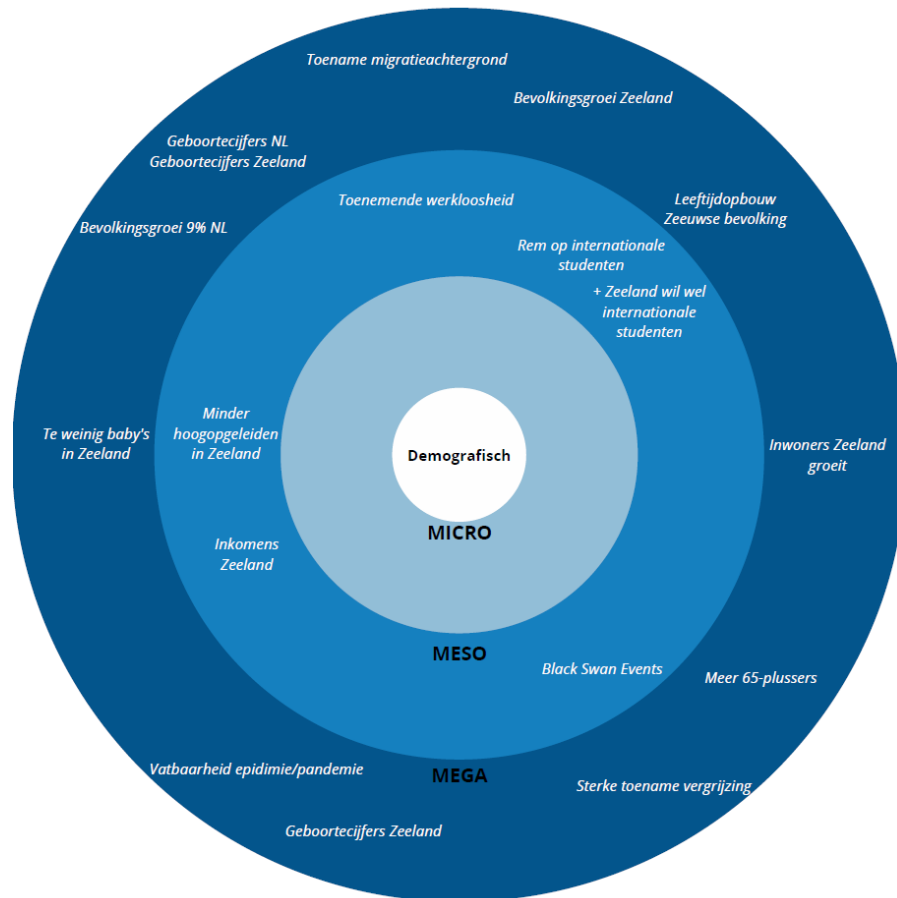
Travel Research Online. (2023, 7 juni). *Popular travel trends by decade*. <https://www.travelresearchonline.com/blog/index.php/2023/06/popular-travel-trends-by-decade/>.

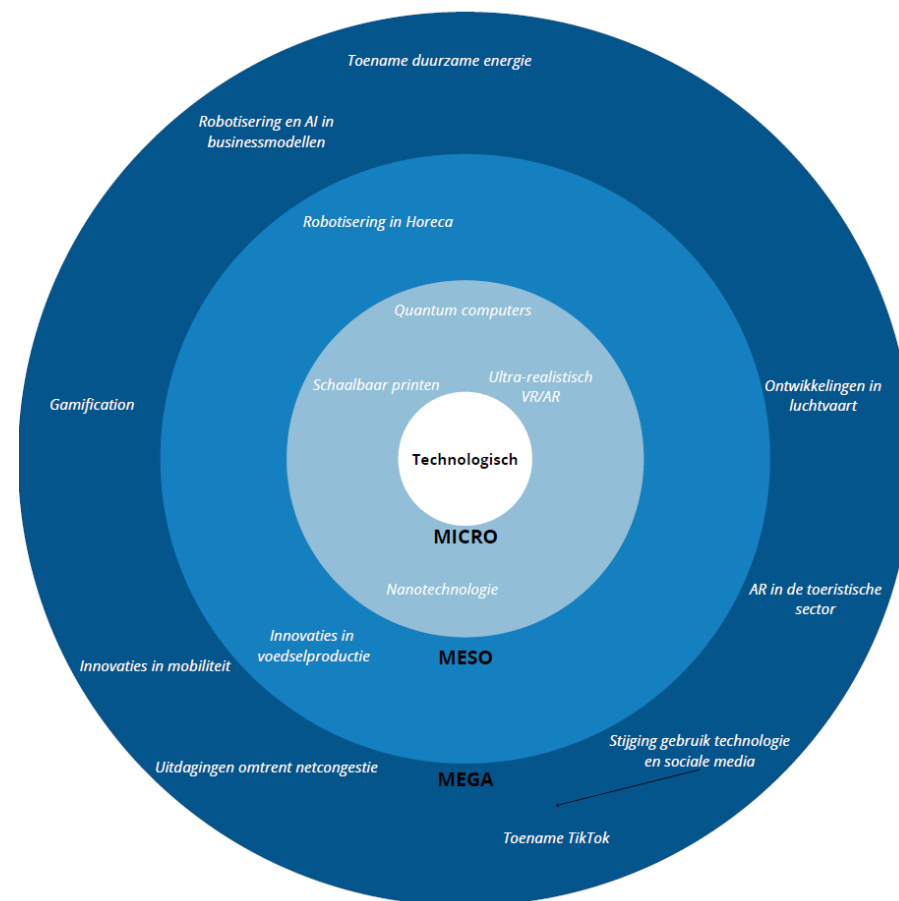
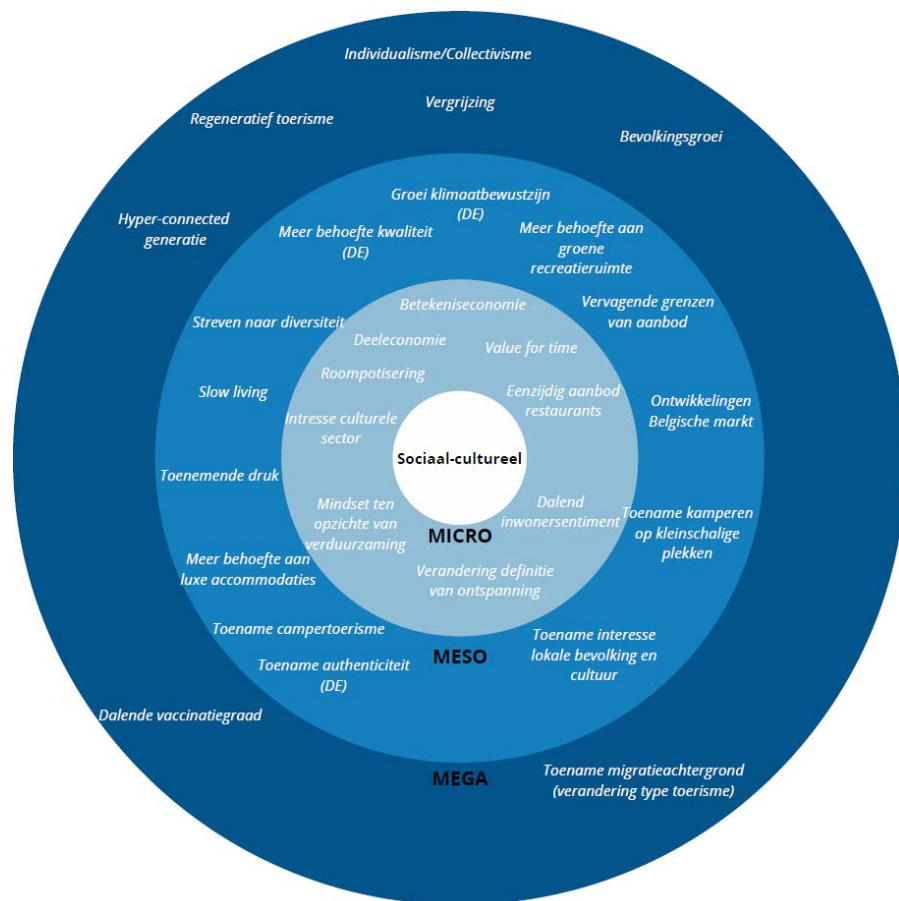
Youngworks. (2021). *De generatietijdlijn, van boomer tot generatie Z*. <https://youngworks.nl/blog/de-generatietijdlijn-van-boomer-tot-generatie-z/>.



BIJLAGEN

BIJLAGE 1 – HORIZONSCANNING: TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

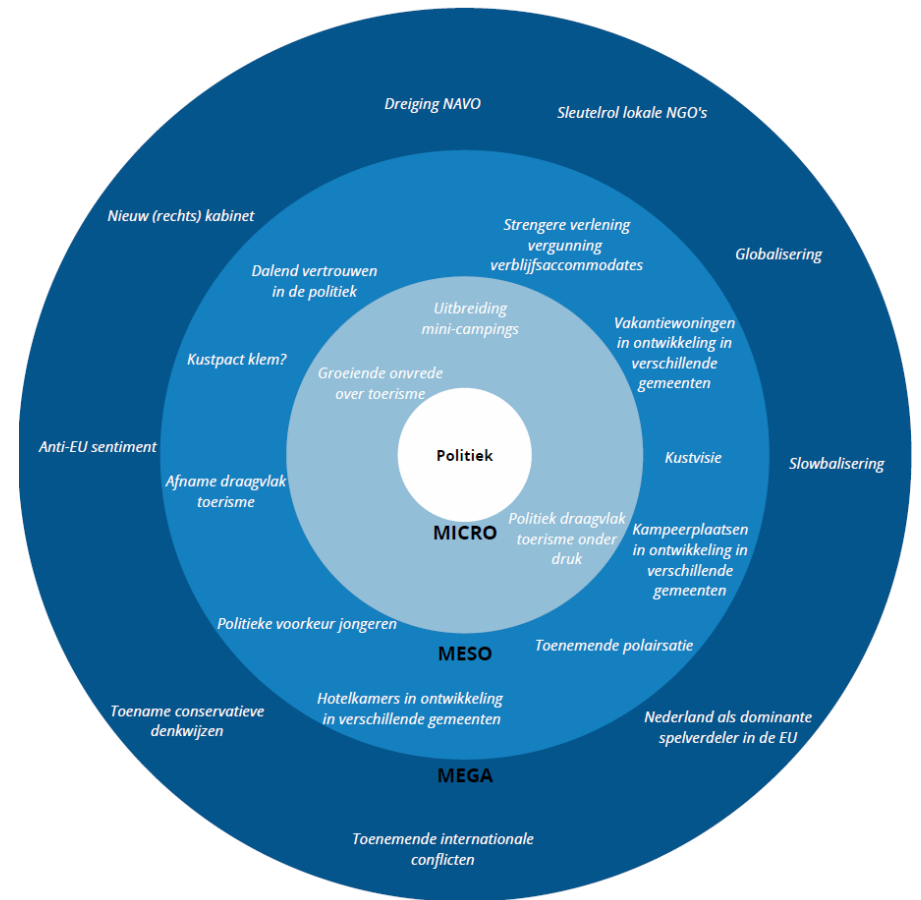
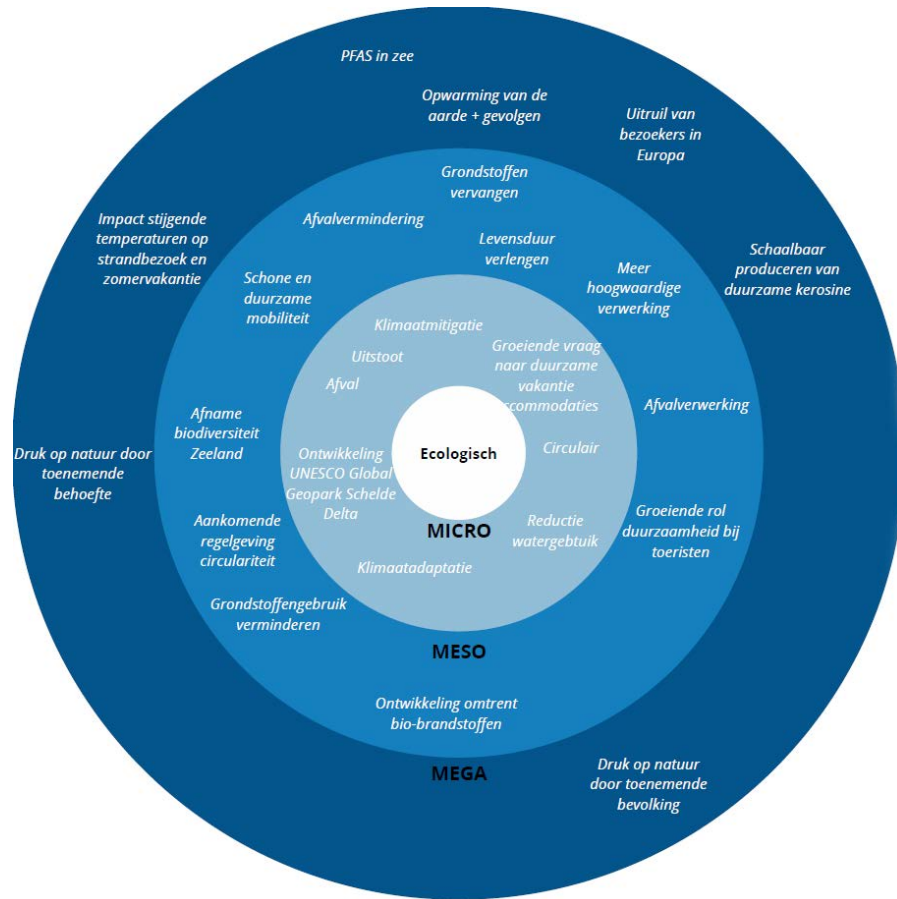




MEER TRENDS OP MESO

- Nieuw (rechts) kabinet
- Groei privé Transportmiddelen (DE)
- Toename reisbeweging (DE)
- Veranderende recreatie van seizoen naar jaarrond
- Toename toeristenvisa China naar NL
- Onzekerheid busvervoer Zeeland
- Aanhoudende/groeiende interesses verre vakanties
- Veranderingen OV en infrastructuur





BIJLAGE 2 – GENERATIES TOEGELICHT

Generatie	Geboren tussen...	Kernwaarden
Babyboomers	1941-1955	Deze generatie is nu (grotendeels) met pensioen. Zij zijn een generatie van hiërarchie, het vrije moraal en altijd actief blijven meedoen en meetellen.
Generatie X	1956-1970	Deze generatie is opgegroeid in economische crisis, met massale jeugdwerkloosheid tot gevolg. Zij zijn inmiddels senioren op de werkvloer en zijn een generatie van loyaliteit, plichtsgetrouwheid en volhardendheid.
Pragmaten	1971-1985	Deze generatie is hoger opgeleid dan vorige generaties en kreeg veel kansen. Groei en resultaat behalen werden belangrijke waarden. Deze generatie staat bekend om hun snelheid, zelfstandigheid en daadkrachtigheid.
Generatie Y (Millennials)	1986-2000	Deze generatie is opgegroeid in hoge welvaart en een sterk individualistische maatschappij. Zij zijn relatief hoogopgeleid en staan bekend om hun creativiteit en flexibiliteit. Hun attitude is veelal gericht op het hebben van impact en werken aan persoonlijke ontwikkeling.
Generatie Z	2001-2015	Deze generatie is opgegroeid in het digitale tijdperk, maar ook tijden van onzekerheid en dreiging. Zij willen graag het verschil maken en de wereld beter en mooier achterlaten. Deze generatie bevindt zich nog in de jonge jaren en moeten zich de komende jaren nog gaan vormen.
Generatie Alpha	2016-heden	Deze generatie is, gezien de leeftijd, nog grotendeels onzeker. Er worden immers nog steeds deelnemers van deze generatie geboren. Ze komen vaak uit minder grote gezinnen, waarbij ouders minder vaak thuis zijn omdat zij beide werken.

Via Youngworks (2021)



BIJLAGE 3 – HORIZONSCANNING: DRIJVENDE KRACHTEN

In deze bijlage staat elke drijvende kracht omschreven. Voor elke drijvende kracht is aan AI gevraagd deze in een passende samenvattende afbeelding vorm te geven. Deze staan voor elke drijvende kracht naast de tekst weergegeven.

1 **BALANCEREN TUSSEN GROEN EN GRIJS: DE PARADOX VAN NATUURBEHOUD IN EEN VERSTEDELIJKENDE WERELD**

In een wereld waarin de verstedelijking toeneemt, infrastructuur zich steeds verder ontwikkelt en de bevolking groeit, is er ook een groeiende tegenbeweging zichtbaar. Het begrip duurzaamheid en circulariteit komt steeds prominenter naar voren in de hedendaagse samenleving, en de behoefte aan alternatieve manieren van leven en consumeren die minder belastend zijn voor het milieu nemen toe. Dit heeft geleid tot een groeiende interesse in groen, groene en natuurlijke recreatieruimte, waarbij bijvoorbeeld kleinschalig kamperen in en rondom de natuur een van de recreatievormen is. Mensen willen ontsnappen aan de drukte van het stadsleven en tegelijkertijd de natuur ervaren en (leren) respecteren. De economische waarde van natuurrecreatie en toerisme is tussen 2013 en 2019 met 44% gestegen. Verwacht wordt dat deze stijging doorzet. Terwijl steeds meer mensen op zoek gaan naar groene toevluchtsoorden en concepten als “rewilding”, of vergelijkbaar, groeit de druk op beschikbare natuur en nemen het beschikbare groen en de biodiversiteit gestaag af door klimaatinvloeden. Dit legt een groeiende last op de toch al kwetsbare natuurlijke ecosystemen, die steeds meer moeite hebben om zichzelf te herstellen. Uiteindelijk leidt dit alles tot een paradoxale situatie waarin de drukte in de natuur toeneemt, terwijl het verlangen naar rust en stilte blijft groeien.



2 TOERISTISCHE TWEESTRIJD: BALANS TUSSEN GROEI EN GEMEENSCHAP

Terwijl vrije tijd en toerisme toenemen (verwacht wordt dat het aantal nationale en internationale verblijfsbezoekers aan de Nederlandse kusten toeneemt met 56% tussen 2017 en 2030), lijken de Zeeuwse gemeenten verdeeld over het belang ervan. Sommigen zien toerisme als een bron van groei en welvaart, anderen zijn voorzichtig vanwege de (mogelijke) negatieve effecten op hun lokale gemeenschappen. Door de toenemende vraag naar luxe en gemak aan de vraagkant en investeringsmodellen en rendabiliteit aan de aanbodkant worden nieuwe vakantieparken en -woningen gerealiseerd en campings omgevormd tot bungalow/huisjesparken. Bovendien worden er nieuwe kampeerplaatsen gecreëerd in verschillende gemeenten. Hoewel deze ontwikkelingen bijdragen aan de groei van de vrijetijdsector, brengen ze ook problemen met zich mee. De toenemende concentratie van accommodatievoorzieningen leidt tot een afname van de leefbaarheid in sommige buurten en de authenticiteit van accommodatievoorzieningen wordt vervangen door uniforme voorzieningen. Lokale bewoners ervaren overlast en veranderingen in hun omgeving, waardoor negatieve sentimenten rondom toerisme toenemen. Deze groeiende onvrede vertaalt zich in een afname van het draagvlak voor toerisme binnen de gemeenschap, waardoor het politieke draagvlak voor verdere ontwikkeling van de vrijetijdsector onder druk komt te staan. Dit heeft ook invloed op het vertrouwen in de politiek, aangezien burgers zich afvragen of hun belangen wel voldoende worden behartigd. Tegelijkertijd groeit de roep om een heroverweging van het profiel van de toerist van de toekomst, zodat deze beter aansluit bij het profiel van de gemiddelde inwoner van Zeeland. Als reactie op deze ontwikkelingen worden er nieuwe wetten en afspraken gemaakt omtrent de uitbreiding van het aanbod in de vrijetijdsector. Deze veranderende wetgeving is bedoeld om een evenwicht te vinden tussen economische groei en het behoud van de leefbaarheid en het karakter van de Zeeuwse gemeenschappen.



3 HET SPANNINGSVELD TUSSEN BEÏNVLOEDING EN BELEVING DOOR DIGITALE VERLOKKINGEN

Jeugd raakt meer en meer verstrikt in sociale media en constante communicatie. Ze worden voortdurend blootgesteld aan influencers en reclame. Met een toenemend gebruik van platforms zoals TikTok proberen marketingorganisaties de aandacht van het publiek te trekken en om deze te behouden. Deze beïnvloedingstechnieken hebben een grote invloed op mensen hun notie van wat waardevol is en hoe ze hun tijd besteden. Tegelijkertijd wint gamification terrein, waarbij taken en activiteiten worden omgezet in spelvorm om de betrokkenheid te vergroten. Ultra-realistische virtual reality (VR) en augmented reality (AR) voegen een nieuwe dimensie toe aan entertainment, waardoor gebruikers volledig kunnen opgaan in digitale werelden. Augmented reality wordt steeds vaker gebruikt in de vrijetijdssector om de belevingswaarde van reizen en bezienswaardigheden te verhogen, en om bezoekers een meeslepende ervaring te bieden die hun verwachtingen overstijgt. In onze wereld waar tijd kostbaar is, streven mensen naar efficiëntie in alle activiteiten die zij doen. Dat heeft geleid tot een groeiende vraag naar samengestelde producten die naadloos aansluiten bij individuele behoeften en voorkeuren. Het gemak dient de mens staat hoog in het vaandel. Als gevolg van deze ontwikkelingen groeit de behoefte aan luxueuze accommodaties, entertainment en voorzieningen. Mensen willen een 'one-stop experience' waarbij ze alles vinden wat ze nodig hebben op één locatie.



4 DEMOGRAFISCHE DILEMMA'S: UITDAGINGEN EN INNOVATIES IN DE ARBEIDSMARKT VAN ZEELAND

Hoewel er tussen nu en 2040 een bevolkingsgroei van 9% wordt verwacht in Nederland als geheel, vindt er in de provincie Zeeland een verschuiving plaats in de arbeidsmarkt en demografie, met gevolgen voor de economie en samenleving. De dalende arbeidsparticipatie in combinatie met een geboortetekort leidt tot een verandering in de leeftijdsopbouw van de bevolking. Het aantal mensen in de leeftijdsgroep van 15-65 jaar neemt licht af, het aantal ouderen neemt toe, wat resulteert in vergrijzing. Deze demografische veranderingen leiden tot een verder dalende arbeidsparticipatie en een afname van vakmensen, waardoor robotisering in sectoren zoals de horeca toeneemt. De afname van (arbeids)migranten als gevolg van veranderende sentimenten onder de bevolking verergert de situatie van arbeidstekorten, vooral in de recreatie- en toerismesector, waar de vraag naar arbeidskrachten juist stijgt. Dat leidt tot meer beschikbare banen, maar minder mensen die deze banen kunnen vullen. Ondanks de groeiende banenmarkt in de vrijetijdssector, kampt Zeeland met toenemende werkloosheid. Deze tegenstrijdigheid is een direct gevolg van de demografische veranderingen en de mismatch tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt. De beschreven ontwikkelingen stellen Zeeland voor uitdagingen op het gebied van economische groei, arbeidsmobiliteit en sociale cohesie.



5 OMGAAN MET UITDAGENDE TIJDEN: DUURZAAMHEID, REGULERING EN ONDERNEMERSCHAP

De Nederlandse samenleving wordt geconfronteerd met uitdagende omstandigheden: een dalende economische groei, inflatie, een dalende koopkracht, verergerd door hoge energiekosten en woningtekorten. Duurzaamheidsinitiatieven leggen een financiële last op zowel consumenten als ondernemers, met extra druk op overheidsbudgetten en effecten op de energie-infrastructuur en -voorziening. De politiek is ook voortdurend in beweging, met een hang naar rechtse kabinetten en conservatieve denkwijzen. Deze verschuiving brengt een afname van de overheidsbudgetten met zich mee, waardoor er minder middelen beschikbaar zijn voor bepaalde investeringen en ondersteuning in verschillende sectoren. De druk vanuit het rijk neemt toe, met toenemende wet- en regelgeving die de flexibiliteit van beleid beperkt en integriteit vereist in benaderingen van ruimtelijke planning en ontwikkeling. Aankomende regelgeving gericht op circulariteit en strengere vergunningseisen voor verblijfsaccommodaties leggen extra lasten op ondernemers, vooral in het MKB. Dit leidt tot een groeiende perceptie van regeldruk onder ondernemers, met een inperking van hun vrijheid om te opereren zoals ze dat graag zouden willen. Familiebedrijven voelen de druk bijzonder sterk, aangezien zij vaak al generaties lang actief zijn, en niet alleen worstelen om zich aan te passen aan een snel veranderende en steeds strenger gereguleerde omgeving, maar ook met de steeds sneller veranderende vraag van consumenten om aan hun wensen en behoeften te voldoen. Tegelijkertijd neemt de druk op ruimte toe, aangezien verschillende functies strijden om de beperkte hoeveelheid beschikbare ruimte die Nederland heeft. Er is een groeiende behoefte aan groene recreatieruimte, maar de beschikbaarheid ervan staat onder druk door andere veeleisende (en noodzakelijke) functies. Deze ontwikkelingen creëren een complexe en uitdagende omgeving voor zowel de overheid als het MKB.



6 UITDAGINGEN EN KANSEN IN DE KLIMAATTRANSITIE

De gevolgen van klimaatverandering worden steeds duidelijker, met zeespiegelstijging, (extreem) natte en droge periodes als gevolg. Het verminderen van broeikasuitstoot wordt steeds urgenter en klimaatmitigatie blijft een belangrijke prioriteit. Hierin staat o.a. de vervoerssector voor een cruciale aanpassing. Terwijl de kennissector zich richt op verduurzaming, worstelt de vervoerssector met de snelheid van de transitie. Schone en duurzame mobiliteit is nodig. Het gebruik van biobrandstoffen neemt wel toe, waardoor de vervoerssector duurzamer wordt, maar het gaat te langzaam. Innovaties in mobiliteit brengen nieuwe mogelijkheden met zich mee, waaronder ontwikkelingen in de luchtvaart die bestemmingen toegankelijker maken door snellere vliegtuigen. Er wordt al geruime tijd, maar nog op zeer kleine schaal, met vliegtuigen gevlogen die op schone brandstoffen kunnen vliegen, maar er is nog geen zicht op een grote omslag. Het gebruik van duurzame energie brengt echter ook uitdagingen met zich mee zoals op het gebied van netcongestie. Bedrijfsprocessen worden geoptimaliseerd door digitalisering, robotisering en kunstmatige intelligentie, waardoor de efficiëntie wordt verbeterd en de impact op het milieu wordt verminderd. Om afval te verminderen en de levensduur van producten te verlengen, worden grondstoffen meer verwerkt met behulp van hoogwaardige verwerkingstechnieken. Grootschalige recyclage en verminderd grondstoffenverbruik dragen bij aan het verminderen van uitstoot, afval en milieuschade. Innovaties in voedselproductie verminderen de druk op het milieu en de voedselverspilling neemt af.



7 DUURZAME EN INCLUSIEVE ERVARINGEN

Met een veranderende demografie en toenemend bewustzijn ondergaat de vrijetijdsector ingrijpende verschuivingen. We worden ouder, en terwijl een deel van de bevolking neigt naar gezondere levensstijlen, zien we ook een toename in ongezondere levensstijlen, die wordt aangejaagd door de kloof tussen rijk en arm die almaar groter wordt. Daarmee neemt de druk op de zorg toe. Babyboomers blijven vooralsnog een belangrijke doelgroep, zij het met veranderende behoeften en verwachtingen. Het aantal inwoners met een niet-Europese achtergrond die zich in Nederland hebben gevestigd groeit. Daarmee neemt ook hun deelname aan toeristische activiteiten toe. Met als resultaat dat deze diverse groep reizigers bijdraagt aan een meer inclusieve en dynamische toeristische ervaring. Daarnaast zien we een groeiende groep van meer alleenstaanden en eenpersoonshuishoudens, wat niet alleen zijn weerslag heeft op de huizenmarkt, maar ook op de vraag naar ervaringen in de vrijetijdsector, die meer op individueel gebied gericht moet zijn. De economie evolueert steeds meer naar een betekenis-economie, waarin duurzaamheid en authenticiteit steeds belangrijker worden. Vooral de nieuwe generatie toeristen tonen een grotere interesse in culturele ervaringen en duurzame vakantieaccommodaties. Bovendien zorgt de verschuiving van massatoerisme naar kwaliteitstoerisme voor een verandering in gastengroepen, met een groeiende vraag naar kleinschalige plekken met weinig voorzieningen. Slow living en consuminderen worden steeds populairder, waardoor de focus verschuift naar een bewustere, duurzamere levensstijl. Hierin groeit ook de vraag naar authenticiteit en lokale producten, vooral onder Duitse gasten, die zich steeds meer richten op kwaliteit en echtheid. Remote werken neemt toe, wat leidt tot een groeiende populariteit van de deeleconomie en nieuwe vormen van verblijf, zoals co-living en co-working spaces. Deze trends laten een slowbalisering van de vrijetijdsector zien, waarbij de nadruk ligt op duurzaamheid, authenticiteit en een meer inclusieve ervaring voor de reizigers.



8 DE ONZEKERHEID NEEMT TOE: GLOBALISERING, INSTABILITEIT EN POLITIEKE POLARISATIE

Hoewel met een langzamere trend, neemt de globalisering toe. We zien het krachtenveld steeds meer verschuiven richting Azië en Afrika, en de samenleving wordt geconfronteerd met toenemende instabiliteit. Conflicten zoals die in Oekraïne en tussen Israël & Palestina dragen bij aan de groeiende politieke instabiliteit wereldwijd, wat leidt tot een gevoel van dreiging en onzekerheid. Het aantal inwoners met een migratieachtergrond neemt toe, wat leidt tot een grotere diversiteit binnen de samenleving. Echter, in plaats van integratie en harmonie, leidt dit vaak tot toenemende segregatie en spanningen tussen verschillende bevolkingsgroepen. De instabiliteit zal in de komende jaren toenemen, wat een voedingsbodem zal zijn voor het verdere anti-EU-sentiment en de polarisatie binnen de samenleving. Jongeren worden geconfronteerd met politieke en economische onzekerheid en worstelen met bestaanszekerheid. Woningen zijn schaars en oplossingen zijn er amper, met als resultaat dat daardoor conservatievere politieke voorkeuren worden ontwikkeld. Dit draagt ook bij aan een toenemende polarisatie tussen verschillende ideologische groepen en een groeiend populisme. Als gevolg van de politieke instabiliteit, dreiging van internationale conflicten en toename van het aantal immigranten groeit het anti-immigratiesentiment en ontstaat er bijvoorbeeld een nationale rem op de instroom van internationale studenten en asielinstream. De genoemde ontwikkelingen hebben ook gevolgen op economisch vlak, met een groeiend verschil tussen rijk en arm, dalende koopkracht en toenemende inflatie. Als remedie tegen onzekere tijden zijn mensen meer op zoek naar rust en zingeving.



9 VERSCHUIVINGEN IN VAKANTIEPATRONEN, OPKOMST VAN LUXE EN TECHNOLOGIE

Vakantiepatronen verschuiven en huidige en nieuwe generaties bouwen hun eigen unieke vakantiehistorie op, waarbij er steeds meer een verschuiving plaatsvindt van traditionele vakantiepatronen naar nieuwe (en vluchtige) patronen. De vakantiehistorie van huidige en nieuwe generaties is anders dan die van vorige generaties, waarbij huidige generaties een rijkere en meer diverse historie hebben m.b.t. reizen en vakanties dan bijvoorbeeld hun ouders en voorouders. Dat heeft invloed op de toekomstige (vakantie)keuzes die nieuwe generaties gaan maken. Als gevolg van deze veranderende dynamiek en het toenemende individualisme zien we een opkomende behoefte aan luxe in diverse vakantiesegmenten, zelfs in segmenten waar dit voorheen niet prominent aanwezig was, zoals kamperen. Het concept van “glamping” wint terrein, waarbij vakantiegangers de natuur kunnen ervaren met alle comfort en luxe van een hotel. Daarnaast maakt de traditionele seizoensgebonden recreatie op vakantieparken plaats voor een trend naar jaarrond recreatie, waarbij vakantieparken het hele jaar door activiteiten en voorzieningen bieden. Ondertussen wordt een daling verwacht in de interesse voor traditionele accommodaties zoals B&B's, guesthouses en private rooms, terwijl de ontwikkeling van hotelkamers in verschillende gemeenten toeneemt om aan de veranderende behoeften van vakantiegangers te voldoen. Ook neemt de vraag naar campers en camperplaatsen gestaag toe, aangezien steeds meer mensen de vrijheid en flexibiliteit van kamperen op wielen aantrekkelijk vinden. Samen met deze veranderingen zien we een stijging in het gebruik van technologie en sociale media tijdens vakanties, met name door jongere generaties die altijd verbonden willen blijven en hun ervaringen willen delen met anderen.



10 KLIMAATVERANDERING EN DE OPKOMST VAN AVONTUURLIJK TOERISME

Klimaatverandering zal een steeds grotere rol spelen in vakantievoorkeuren, -keuze en -gedrag van consumenten. De stijgende temperaturen, vooral in Zuid-Europa, hebben een directe invloed op het strandbezoek en de zomervakanties van mensen. Door de hitte worden traditionele zomerbestemmingen minder aantrekkelijk. Dit dwingt reizigers om alternatieve vakantieplannen te overwegen. Als reactie op deze veranderende omstandigheden, maar ook door het nastreven van gezondere leefstijlen en het willen opdoen van nieuwe ervaringen, ontstaat er een groeiende interesse in vakanties die een mentale en fysieke uitdaging bieden. Avontuurlijke reizen, zoals bergbeklimmen, wandeltochten en fietsvakanties, winnen aan populariteit. Daarnaast zal ook de interesse in activiteiten als birdwatching en wildlife de komende jaren toenemen. De verschuiving naar enerzijds meer uitdagende vakantie-ervaringen en anderzijds luxe en rust heeft gevolgen voor de reisindustrie. Reisorganisaties passen hun aanbod aan om de groeiende vraag tegemoet te komen. Hotels en accommodaties in gematigdere klimaatzones, waar zowel avontuurlijk en actief als passief gerecreëerd kan worden, zien een toename van het aantal boekingen. Dat kan leiden tot veranderende economische dynamiek in verschillende toeristische regio's. Mentale en fysieke uitdaging op vakantie kan ook leiden tot een grotere waardering voor duurzaam toerisme en natuurbehoud. Mensen die de natuur intrekken zijn zich vaak meer bewust van de kwetsbaarheid van het milieu en het belang van het behoud ervan. Hierdoor kan er een grotere druk ontstaan op overheden en organisaties om duurzame praktijken te bevorderen en beschermde gebieden te behouden.



