



Toerisme op Schouwen-Duiveland

Samenvattende rapportage



Deze rapportage is samengesteld door Kenniscentrum Kusttoerisme in opdracht van Gemeente Schouwen-Duiveland.



Bij het samenstellen van deze rapportage is de grootste zorgvuldigheid betracht. Kenniscentrum Kusttoerisme is echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie in deze rapportage.

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

Vlissingen, juli 2017

Inhoud

1. Inleiding	1
2. Feiten en cijfers Toerisme.....	2
2.1 Landelijk beeld toerisme	2
2.2 Verblijfstoerisme Zeeland	3
2.2.1. Overnachtingen van toeristische gasten	3
2.2.2. Overnachtingen van vaste gasten	4
2.3 Toerisme op Schouwen-Duiveland	5
2.3.1. Omvang verblijfstoerisme in de gemeente Schouwen-Duiveland.....	5
2.3.2. Omvang dagtoerisme in de gemeente Schouwen-Duiveland	11
2.3.3. Toeristische bestedingen in de gemeente Schouwen-Duiveland.....	13
2.3.4. Economisch belang van toerisme op Schouwen-Duiveland	15
2.4. Monitoring	20
2.5. Conclusies n.a.v. cijfers	21
3. Profiel van de gast	23
3.1. Wie is de gast?	23
3.2. Vaste gast belangrijk voor Zeeland	24
3.3. Welke activiteiten onderneemt de gast?.....	25
3.4. Waterrecreatie.....	28
3.5. Conclusie	29
4. Trends bij consument en in het aanbod	30
4.1. Wensen en behoeften van de gast van morgen	30
4.2. Trends in verblijfsrecreatie	33
4.3. Trends & ontwikkelingen dagrecreatie	36
4.4. Trends & ontwikkelingen waterrecreatie	38
4.5. Samengevat.....	40
5. Vitaliteit verblijfsrecreatie Schouwen-Duiveland	41
5.1. Vitaliteit van de verblijfsrecreatie.....	41
5.2. Conclusie	43

1. Inleiding

Gemeente Schouwen-Duiveland werkt momenteel aan de totstandkoming van een nieuwe toeristische visie. Hiervoor wil men inzicht hebben in relevante cijfers en trends. In de afgelopen jaren zijn diverse onderzoeken en beleidsevaluaties uitgevoerd. Het is van belang al deze gegevens in samenhang te bekijken, omdat deze de basis vormen voor het toeristisch beleid voor de komende jaren.

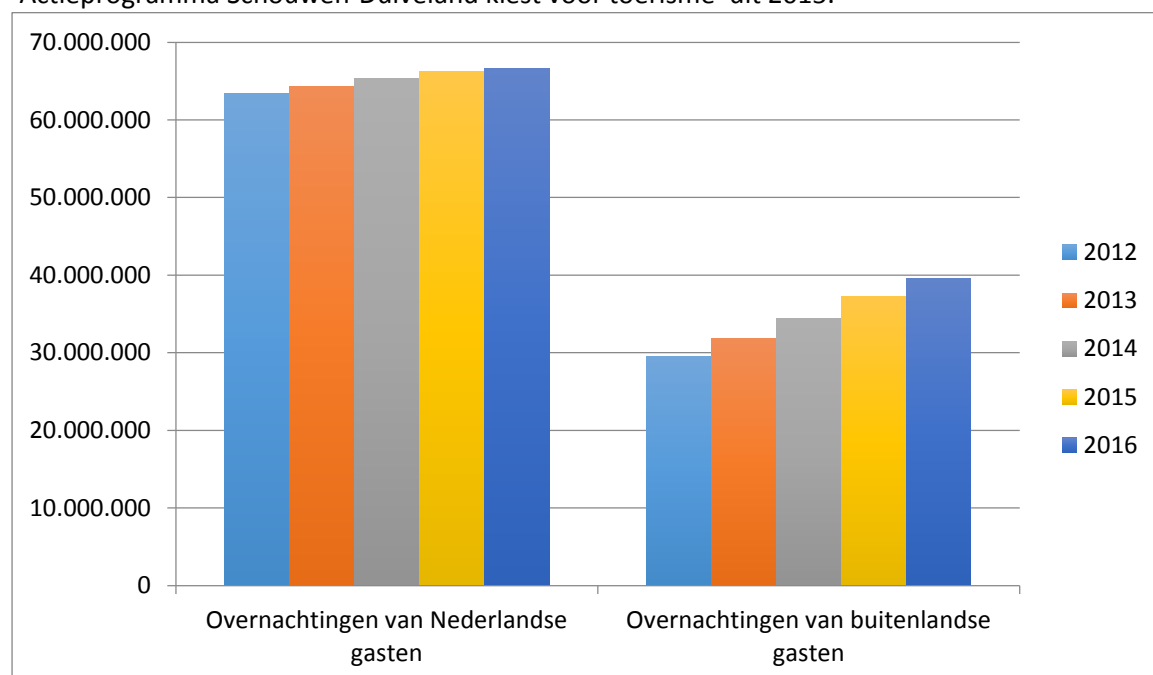
De gemeente heeft Kenniscentrum Kusttoerisme, onderdeel van HZ University of Applied Sciences, gevraagd om een rapportage waarin de uitkomsten van een groot aantal onderzoeken en rapporten bijeen worden gebracht, alsmede informatie over trends en ontwikkelingen.

2. Feiten en cijfers Toerisme

2.1 Landelijk beeld toerisme

Volgens het CBS werden in Nederland in 2016 106,2 miljoen toeristische overnachtingen doorgebracht, waarvan 63% door Nederlanders en 37% door buitenlandse gasten. Het aantal nachten dat buitenlandse toeristen in Nederland verblijven stijgt al jaren. In 2016 steeg dit aantal met 6 procent naar ruim 39 miljoen overnachtingen. Het aantal overnachtingen van Nederlanders groeide in datzelfde jaar met slechts 0,5 procent.

In figuur 1 is de ontwikkeling van het aantal overnachtingen naar herkomst weergegeven voor de periode 2012-2016. De binnenlandse markt lijkt verzadigd te raken: de gemiddelde jaarlijkse groei is 1%. De buitenlandse markt groeit daarentegen sterk, jaarlijks met gemiddeld 8%. Deze landelijke trend is ook in Zeeland zichtbaar. Ook komt dit overeen met de conclusies in de evaluatie van het 'Actieprogramma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme' uit 2015.

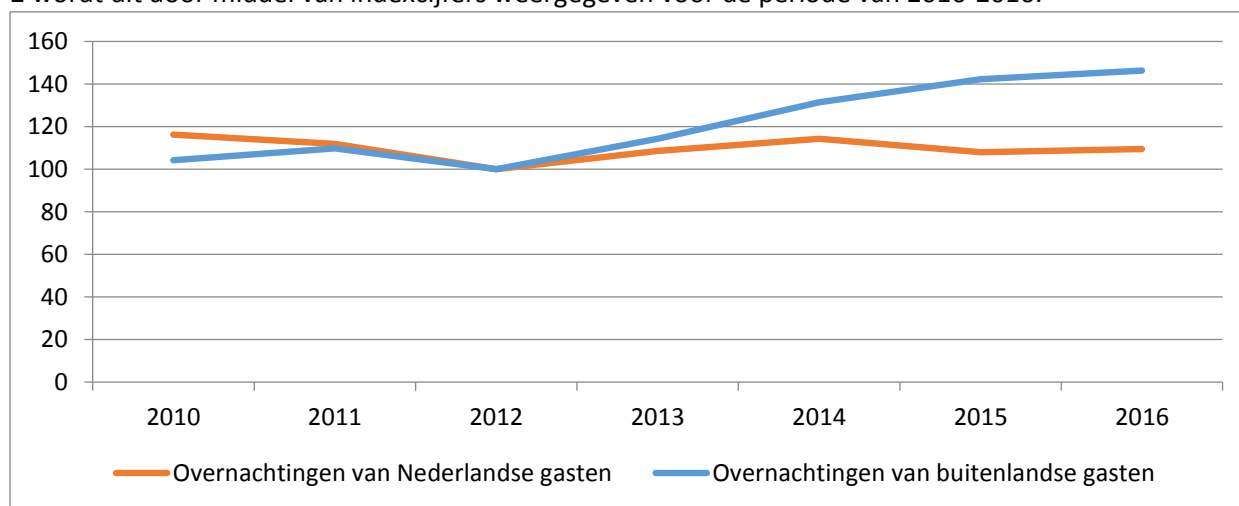


Figuur 1 Totaal aantal overnachtingen van Nederlandse- en buitenlandse gasten in Nederland (bron: CBS)

2.2 Verblijfstoerisme Zeeland

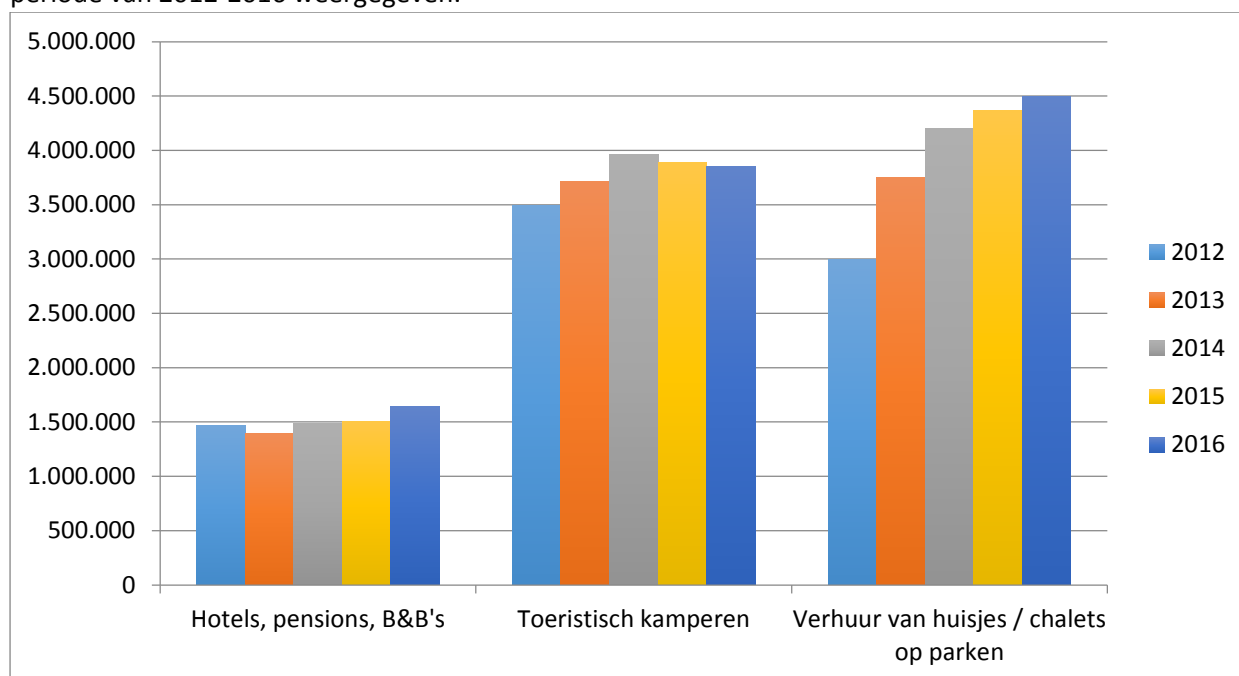
2.2.1. Overnachtingen van toeristische gasten

CBS telde 10,1 miljoen nachten in Zeeland in 2016. Dit is een recordaantal, voor het eerst is de grens van 10 miljoen overnachtingen gepasseerd. 50,7% hiervan betreft Nederlandse gasten, 49,3% komt uit het buitenland. De buitenlandse markt groeit al vijf jaar op rij, alhoewel de groei in 2016 minder sterk was dan in voorgaande jaren. De Nederlandse markt stabiliseert zich de laatste jaren. In figuur 2 wordt dit door middel van indexcijfers weergegeven voor de periode van 2010-2016.



Figuur 2 Ontwikkeling totaal aantal toeristische overnachtingen Zeeland 2010-2016 - indexcijfers, 2012 = 100 (bron CBS)

In figuur 3 is het aantal toeristische overnachtingen in Zeeland per accommodatietype voor de periode van 2012-2016 weergegeven.

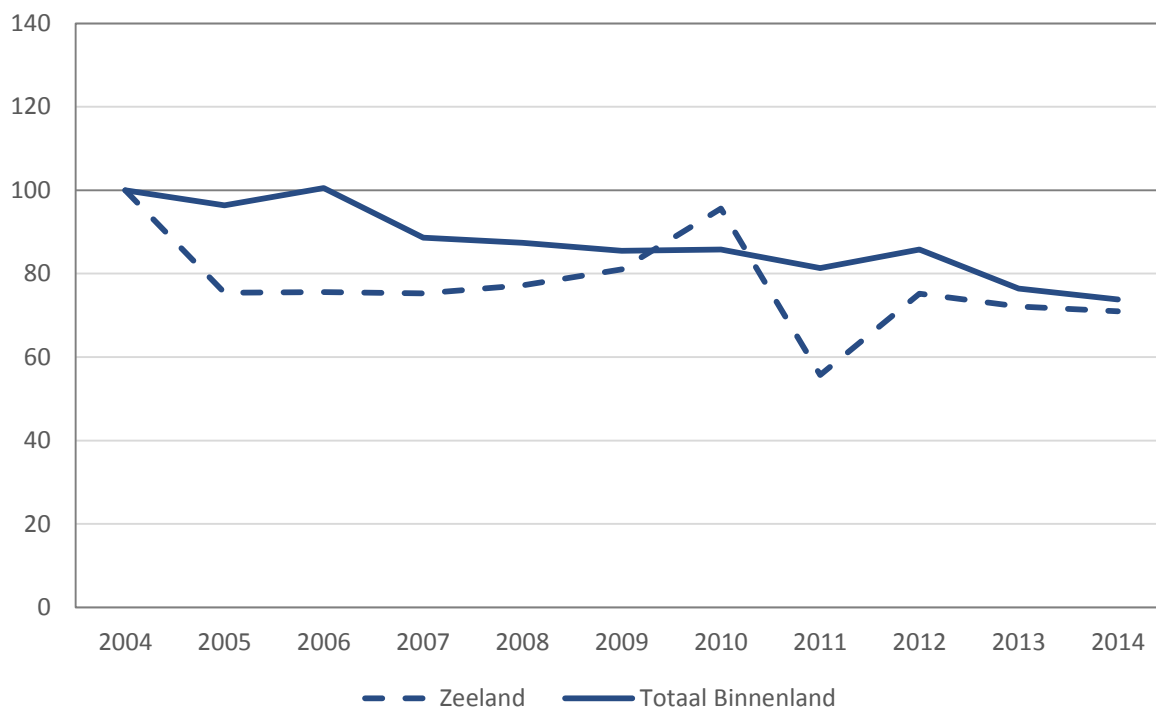


Figuur 3 Aantal overnachtingen in Zeeland naar type accommodatie (bron: CBS)

2.2.2. Overnachtingen van vaste gasten

CELTH (het Centre of Expertise, Leisure, Tourism & Hospitality) heeft in 2015 onderzoek gedaan naar het marktsegment vaste gasten. Naast toeristische gasten telde Zeeland in 2014 naar schatting namelijk ook zo'n 100.000 vaste gasten, waarvan zo'n 17.000 vaste gasten uit het buitenland. Landelijk is het aantal vaste gasten sinds 2004 nagenoeg gelijk gebleven. Wel liep het aantal overnachtingen sterk terug.

Bij kamperen op de vaste standplaats is er sprake van een dalende trend in Nederland en Zeeland. Het bezit van stacaravans loopt al jaren terug. Het kamperen op een seizoenplaats kent een grilliger ontwikkeling, maar de trend is dalend. Bedrijven op toplocaties en/of met een unieke propositie kunnen vaste kampeersders nog wel binden.



Figuur 4 Overnachtingen van vaste gasten in Nederland en Zeeland (Indexcijfers, 2004=100) (Bron: NBTC-NIPO Research)

De vaste gast maakt gemiddeld 9,5 keer per jaar gebruik van zijn of haar vaste vakantieverblijf. De verblijfsduur varieert enorm, van enkele korte periodes tot langere periodes. De behoefte bestaat om vaker te gaan, omdat het verblijf voelt als een tweede huis, als een plek om te ontsnappen aan de dagelijkse sleur en om te ontspannen. Sociale verplichtingen en het weer zijn echter voor veel vaste gasten de voornaamste belemmeringen om vaker een bezoek te brengen aan hun tweede verblijf.

In 2017 doet Kenniscentrum Kusttoerisme onderzoek naar vaste gasten in Zeeland, hetgeen actuele cijfers zal bieden over de huidige omvang van dit marktsegment en verwachte ontwikkelingen voor de toekomst.

2.3 Toerisme op Schouwen-Duiveland

In dit hoofdstuk wordt zowel het verblijfstoerisme als het dagtoerisme voor Schouwen-Duiveland in beeld gebracht. Op basis van diverse gegevensbronnen, zowel vanuit de gemeente zelf als vanuit landelijke consumentenonderzoeken, wordt de omvang van het verblijfstoerisme en dagtoerisme geschetst. Voor verblijfstoerisme is de ontwikkeling weergegeven van het aantal overnachtingen over de periode 2011-2015, met een diepergaande analyse over de jaren 2014, 2015 en 2016. Dagtoerisme wordt alleen voor de jaren 2015 en 2016 beschreven, omdat er vanaf 2015 pas gegevens beschikbaar zijn omtrent dagtoerisme. Vervolgens wordt berekend welke bestedingen hiermee samenhangen en wat de impact hiervan is voor de lokale economie van de gemeente Schouwen-Duiveland. Achtergronden van de berekening zijn te vinden in de afzonderlijke rapportage “Toerisme op Schouwen-Duiveland. Omvang en economische betekenis 2014 – 2015 – 2016.”

2.3.1. Omvang verblijfstoerisme in de gemeente Schouwen-Duiveland

Kenniscentrum Kusttoerisme heeft gebruik gemaakt van geaggregeerde data vanuit de administratie toeristenbelasting van de Belastingssamenwerking Walcheren en Schouwen-Duiveland, met toestemming van de gemeente Schouwen-Duiveland. De toeristenbelasting wordt gebaseerd op de opgave van de ondernemer, deze dient het totaal aantal gerealiseerde overnachtingen per accommodatietype door te geven aan de gemeente. Individuele bedrijfsgegevens waren niet ter inzage, alleen het totaal aantal overnachtingen per type accommodatie is verstrekt.

Voor vaste gasten gelden andere regels. Vaste gasten zijn gasten die een accommodatie (tweede woning, stacaravan op een jaarplaats, kampeermiddel op een seizoensplaats, boot op een vaste ligplaats) voor recreatieve doeleinden bezitten en hier regelmatig verblijven zonder daarvoor per verblijf te betalen. Ondernemers die arrangementen, seizoensplaatsen, jaarplaatsen of vaste ligplaatsen aanbieden, betalen hierover een forfaitaire heffing, gebaseerd op een vooraf overeengekomen aantal overnachtingen per plaats.

Voor tweede woningen geldt geen toeristenbelasting. Veel recreatiewoningen zijn particulier eigendom, maar dit zijn niet allemaal tweede woningen; veelal worden deze woningen via een centrale bedrijfsmatige exploitatie aangeboden voor recreatieve verhuur. In deze rapportage wordt een recreatiewoning als tweede woning beschouwd wanneer de eigenaar meer dan 90 dagen kan beschikken over deze woning – in dat geval dient men forensenbelasting te betalen. Mogelijk ontstaat hierdoor een onderschatting van het aantal tweede woningen.

Om een inschatting te maken van het aantal overnachtingen in deze tweede woningen, wordt gebruik gemaakt van diverse onderzoeken. Vanuit het ContinuVakantieOnderzoek (NBTC-NIPO Research, 2016) is bekend dat men gemiddeld met 2,7 personen verblijft in een tweede woning. Uit hetzelfde onderzoek is bekend dat de gemiddelde duur van een verblijf in een tweede woning 6,6 nachten is. In het onderzoek ‘Toekomst van de vaste gast (CELTH, 2015) is berekend dat vaste gasten gemiddeld 9,5 keer in hun accommodatie verblijven. Zo is berekend dat eigenaren gemiddeld 169,29 nachten gebruik maken van hun tweede woning.

Tabel 1 toont het aantal overnachtingen in de gemeente Schouwen-Duiveland, gespecificeerd naar type accommodatie. Het totale aantal overnachtingen dat doorgebracht is in de gemeente, is gestegen van 4,9 miljoen nachten in 2014 naar 5,3 miljoen nachten in 2016, een stijging van 7 procent. Deze stijging is met name te danken aan het toegenomen aantal overnachtingen via particuliere verhuur (+34%) en het aantal overnachtingen in hotels en pensions (+23%). Maar ook het toeristisch kamperen op campings en mini-campings is de laatste jaren gegroeid, zo blijkt uit de cijfers toeristenbelasting en uit de nota kamperen van Gemeente Schouwen-Duiveland. Het aantal overnachtingen van passanten in jachthavens is in 2015 en 2016 echter gedaald ten opzichte van 2014.

Tabel 1 Aantal overnachtingen in de gemeente Schouwen-Duiveland, 2014, 2015 en 2016

Aantal overnachtingen	2014	2015	2016	Verandering % 2016 t.o.v. 2014
Toeristisch verblijf				
▪ Toeristisch kamperen op campings ¹	992.600	1.050.800	1.087.600	10%
▪ Toeristisch kamperen op mini-campings ¹	154.500	165.400	171.700	11%
▪ Hotels en pensions	478.000	534.900	585.900	23%
▪ Bungalowparken	747.300	781.200	805.000	8%
▪ Particuliere verhuur	226.100	255.400	303.700	34%
▪ Passanten in jachthavens	42.300	40.400	38.200	-10%
Vaste gasten²				
▪ Vast kamperen op campings ³	1.384.300	1.382.200	1.371.800	-1%
▪ Vast kamperen op mini-campings ³	102.300	98.800	105.100	3%
▪ Vaste ligplaatsen in jachthavens	113.000	112.700	110.600	-2%
Totaal gebaseerd op toeristenbelasting	4.240.400	4.421.800	4.579.600	8%
▪ Tweede woningen	669.500	680.900	659.200	-2%
Totaal	4.909.800	5.102.800	5.238.800	7%

NB: verhuur via platformen als Airbnb, Wimdu e.d. zijn (voor zover men toeristenbelasting afdraagt) inbegrepen in bovenstaande cijfers. Het is geen afzonderlijke categorie, maar is onderdeel van particuliere verhuur, maar ook van reguliere verblijfsaccommodaties die deze platformen als extra verkoopkanalen gebruiken.

¹ Toeristisch kamperen omvat alle overnachtingen op kampeerplaatsen, inclusief voorseizoenarrangementen, verlengd voorseizoen-arrangementen, maandarrangementen, naseizoenarrangementen, winterarrangementen en beroepsmatig verhuurde kampeermiddelen op permanente standplaatsen of seizoenplaatsen (standplaats B-forfait), maar exclusief permanente standplaatsen (jaarplaatsen) en seizoenplaatsen (standplaats A-forfait).

² Exclusief de overnachtingen van eigen inwoners, dit aantal is niet bekend omdat zij zijn vrijgesteld van het betalen van toeristenbelasting.

³ Dit betreft kamperen op permanente standplaatsen (jaarplaatsen) of seizoenplaatsen (standplaats A-forfait)

2.3.1.1 Aantal accommodaties van vaste gasten

Het aantal overnachtingen van vaste gasten in bovenstaand overzicht is deels afgeleid van de administratie toeristenbelasting en deels van onze eigen berekening op basis van het aantal tweede woningen. Op Schouwen-Duiveland zijn er daarnaast veel eigen inwoners die een eigen vakantie-accommodatie op het eiland bezitten, met deze groep is rekening gehouden door uit te gaan van het aantal accommodaties in plaats van het aantal forfaits, voor zover dat mogelijk is.

Voor de berekening van de bestedingen en economische impact (in paragraaf 1.3.3 en 1.3.4) is het van belang inzicht te hebben in het aantal accommodaties. Immers, vaste gasten geven niet alleen geld uit tijdens het verblijf, maar hebben ook te maken met jaarlijkse kosten voor het bezit / huur van de accommodatie en het onderhoud daarvan.

Tabel 2 Aantal accommodaties van vaste gasten in de gemeente Schouwen-Duiveland, 2014 en 2015

Aantal accommodaties	2014	2015	2016
Vaste standplaatsen op campings & mini-campings ⁴	8.500	7.800	7.800
Vaste ligplaatsen in jachthavens ⁵	3.100	3.100	3.330
Tweede woningen	3.955	4.022	3.984
Totaal	15.555	14.922	15.024

2.3.1.2 Aanbodinventarisatie – voorlopige uitkomsten 2017

In 2017 heeft Kenniscentrum Kusttoerisme een uitgebreide inventarisatie gemaakt van het aanbod van verblijfsaccommodaties in een groot aantal Zeeuwse gemeenten. Tijdens deze inventarisatie is gebleken hoe snel het aanbod verandert: bedrijven zijn continu in ontwikkeling, breiden hun aanbod uit of kiezen voor andere accommodatievormen. Daarnaast is getracht ook het particuliere bezit van recreatiewoningen en de particuliere verhuur in beeld te brengen – dit segment is nog veranderlijker. De uitkomsten zijn daarom een momentopname van voorjaar 2017. Deze cijfers geven een goede indruk van het verblijfsaanbod op Schouwen-Duiveland.

⁴ Dit betreft alleen permanente standplaatsen (jaarplaatsen). Het aantal is niet exact bekend. De laatste volledige inventarisatie stamt uit 2008, bij de intrekking van de Wet openluchtrecreatie telde de gemeente toen 8.900 jaarplaatsen. Sindsdien is het aantal jaarplaatsen afgenomen door kwaliteitsverbeteringsplannen of bedrijfsbeëindiging van kampeerbedrijven, maar het is niet bekend in welke mate. In overleg met de gemeente is het aantal jaarplaatsen voor 2014 vastgesteld op 8.500.

Mogelijke indicator voor ontwikkeling is het standplaats A-forfait dat wordt gehanteerd voor de toeristenbelasting. Dit tarief geldt voor zowel jaarplaatsen als seizoenplaatsen en helaas is onbekend hoeveel jaarplaatsen hierin zijn opgenomen. Daarnaast zijn eigen inwoners vrijgesteld van het betalen van toeristenbelasting en is eveneens onbekend hoeveel jaarplaatsen zij bezitten. Desondanks geeft het aantal in rekening gebrachte standplaats A-forfaits wel een indruk van de ontwikkeling. In 2014 ging het om 7.825 standplaatsen en in 2016 om 7.196 standplaatsen. Deze daling van 8% is gehanteerd in tabel 2.2. In 2017 vindt een uitgebreide aanbodinventarisatie plaats in Zeeland, op basis daarvan kunnen deze cijfers worden aangescherpt.

⁵ Bron: Deltagids 2014 en 2015. Voor 2016 is gebruik gemaakt van nieuwe aanboddatabank Kenniscentrum Kusttoerisme.

Tabel 3 Aantal eenheden in de gemeente Schouwen-Duiveland, 2017

Aantal eenheden	2017
Toeristische kampeerplaatsen & seizoenplaatsen op campings & mini-campings	7.400
Vaste standplaatsen (jaarplaatsen) op campings & mini-campings	6.200
Stacaravans / chalets beschikbaar voor verhuur op campings & mini-campings	620
Overig aanbod (glamping, groepsaccommodaties)	180
Recreatiewoningen / appartementen beschikbaar voor verhuur	± 2.500
Tweede woningen (recreatiewoningen meer dan 90 dagen voor eigen gebruik)	± 3.900
Kamers in hotels, pensions, B&B's	950
Vaste ligplaatsen in jachthavens	3.330
Totaal	± 25.000

Vergeleken met de cijfers die in tabel 2.2 getoond worden, valt op dat het aantal vaste standplaatsen in 2017 fors lager is dan tot op heden geschat. De laatste volledige inventarisatie stamt uit 2008, bij de intrekking van de Wet openluchtrecreatie telde de gemeente toen 9.500 jaarplaatsen op campings, minicampings en in fruitgaarden. Sindsdien is het aantal jaarplaatsen afgenomen door de omzetting naar verhuureenheden, kwaliteitsverbetering op parken of bedrijfsbeëindiging van bedrijven. Het was echter niet bekend in welke mate het aantal was gedaald. In overleg met de gemeente is het aantal in 2014 geschat op 8.500. Het lijkt er nu op dat de daling groter is dan gedacht.

In de hierna volgende berekeningen wordt gerekend met de aantallen van tabel 2. Met ingang van volgend jaar - wanneer de economische impact 2017 wordt gemeten - wordt gerekend met de uitkomsten van de aanbodinventarisatie.

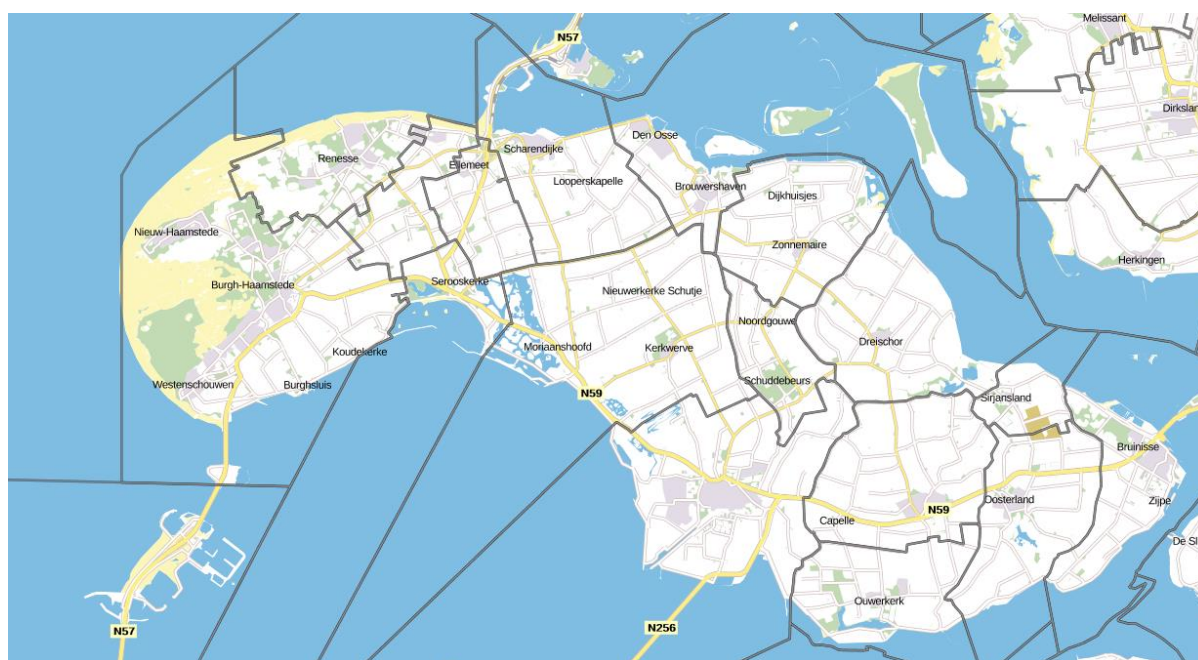
2.3.1.3 Spreiding overnachtingen over de gemeente

Onderstaand overzicht is ontleend aan de gegevens toeristenbelasting 2016, hierdoor blijft het verblijf in tweede woningen buiten beschouwing. Het merendeel van de overnachtingen vindt plaats op de Kop van Schouwen.

Tabel 4 Spreiding overnachtingen over de kernen, 2016

Woonplaats	Aantal overnachtingen 2014	Aantal overnachtingen 2015	Aantal overnachtingen 2016	Aandeel overnachtingen 2016
Renesse	1.213.000	1.250.700	1.280.500	28,0%
Burgh-Haamstede	1.152.500	1.220.000	1.263.700	27,6%
Scharendijke / Ellemeet	532.200	426.900	447.700	9,8%
Brouwershaven	418.400	434.900	435.500	9,5%
Noordwelle	212.500	365.500	418.400	9,1%
Bruinisse	352.300	364.500	367.100	8,0%
Overig	359.400	359.400	366.600	8,0%
Totaal	4.240.300	4.421.900	4.579.500	100%

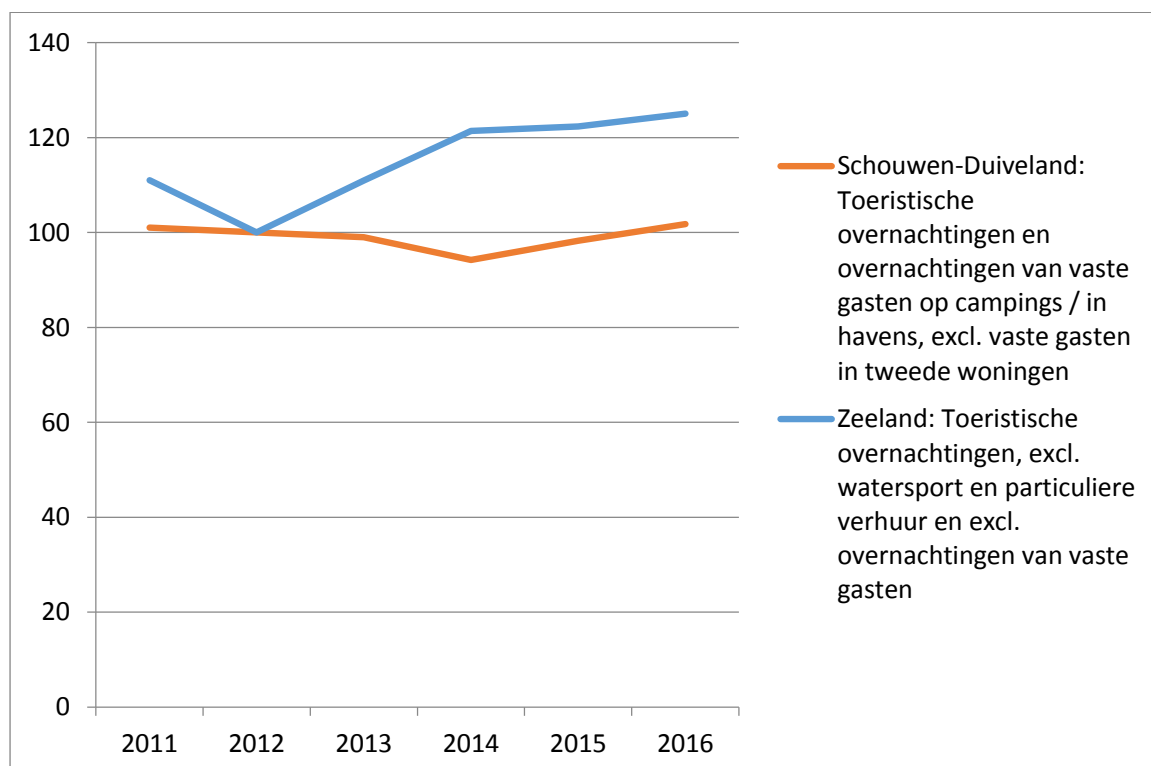
NB: De indeling naar woonplaatsen is gebaseerd op de administratieve grenzen van woonplaatsen (BAG) en deze zijn veelal veel ruimer dan de kernen zelf, zoals wordt weergegeven in figuur 5. Door deze administratieve grenzen worden bijvoorbeeld enkele grote parken aan de kust tussen Renesse en Scharendijke toebedeeld aan de woonplaats Noordwelle.



Figuur 5 Kaart met administratieve grenzen woonplaatsen (bron: BAG)

2.3.1.4 Meerjarenontwikkeling

In figuur 6 wordt de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in de gemeente Schouwen-Duiveland weergegeven voor een iets langere periode, namelijk 2011-2016⁶. De ontwikkeling wordt vergeleken met de Zeeuwse ontwikkeling. Beide worden weergegeven in indexcijfers, met basisjaar 2012. De lijnen zijn niet geheel vergelijkbaar, aangezien de Zeeuwse cijfers (bron: CBS) alleen toeristisch verblijf betreffen en de cijfers Schouwen-Duiveland ook overnachtingen van vaste gasten op campings en in jachthavens meetellen. Bovendien telt het CBS niet de overnachtingen in particulier verhuurde accommodaties en in jachthavens; deze cijfers zijn voor Schouwen-Duiveland wel inbegrepen. Ondanks deze verschillen laat de figuur wel een duidelijke trend zien. Het aantal overnachtingen op Schouwen-Duiveland is al enkele jaren vrijwel stabiel, schommelend rond het aantal van 4,5 miljoen overnachtingen. Voor Zeeland als geheel is sprake van een vrij sterke groei.



Figuur 6 Ontwikkeling aantal overnachtingen op Schouwen-Duiveland vs. Zeeland, in indexcijfers, basisjaar = 2012

⁶ Het jaar 2012 is ingeschat voor Schouwen-Duiveland, exacte cijfers ontbreken wegens het overhevelen van de cijfers toeristenbelasting van Gemeente Schouwen-Duiveland naar de belastingsamenwerking Middelburg in dat jaar.

2.3.2 Omvang dagtoerisme in de gemeente Schouwen-Duiveland

Er bestaan geen onderzoeken die inzicht bieden in de omvang van dagtoerisme op gemeentelijk niveau.

Daarom is Kenniscentrum Kusttoerisme op zoek gegaan naar alternatieve manieren om hiervan een redelijke inschatting te kunnen maken. Verkenningen met gegevensbronnen als verkeerstellingen en gsm-data bleken onvoldoende relevante informatie op te leveren. Uiteindelijk is ervoor gekozen om het aantal transacties bij parkeerautomaten te hanteren als startpunt voor de berekening, in combinatie met kengetallen uit andere onderzoeken.

Tabel 5 Raming omvang dagtoerisme op Schouwen-Duiveland, 2015

	binnen bebouwde kom	buiten bebouwde kom
Aantal parkeertransacties in de gemeente Schouwen-Duiveland	341.049	386.192
Waarvan % dagtoerisme	29%	29%
x gemiddeld aantal personen bij een uitstapje	3,1	3,1
Aandeel dagtoeristen die betaald parkeren	32%	16%
Omvang dagtoerisme in de gemeente Schouwen-Duiveland	3.169.500	

Tabel 6 Raming omvang dagtoerisme op Schouwen-Duiveland, 2016

	binnen bebouwde kom	buiten bebouwde kom
Aantal parkeertransacties in de gemeente Schouwen-Duiveland	324.119	392.040
Waarvan % dagtoerisme	29%	29%
x gemiddeld aantal personen bij een uitstapje	3,1	3,1
Aandeel dagtoeristen die betaald parkeren	32%	16%
Omvang dagtoerisme in de gemeente Schouwen-Duiveland	3.154.600	

Bovengenoemde getallen betreffen het aantal dagbezoeken, één persoon kan per jaar meerdere bezoeken hebben ondernomen.

Startpunt van de berekening is het aantal parkeertransacties op parkeerterreinen aan de kust / in het buitengebied vs. het aantal parkeertransacties op parkeerterreinen in de bebouwde kom. Dit onderscheid maken we omdat het bezoekmotief anders is, evenals de mate waarin betaald geparkeerd wordt.

Niet alle parkeertransacties worden gedaan door dagtoeristen. In de zomer van 2015 heeft Kenniscentrum Kusttoerisme onderzoek gedaan op een aantal parkeerplaatsen aan de Zeeuwse kust. Het doel van dit onderzoek was anders, maar uit de resultaten kan worden afgeleid welk percentage van de parkeertransacties kan worden toegekend aan dagtoerisme (29%), naast inwoners en verblijfstoeristen in de regio. Op deze wijze is het mogelijk om te bepalen hoeveel auto's op jaarbasis geparkeerd worden door dagtoeristen.

Vanuit het eerder genoemde CVTO is bekend dat daguitstapjes in Zeeland met gemiddeld 3,1 personen worden ondernomen. Met dit kengetal kunnen we het aantal auto's omrekenen naar het aantal personen dat betaald geparkeerd heeft.

Betaald parkeren geldt niet jaarrond en niet overal hoeft men te betalen voor een parkeerplaats. In het eerder genoemde CVTO is voor alle vrijetijdsactiviteiten gevraagd of mensen parkeerkosten

hebben betaald. Daardoor is bekend dat bij 16% van alle daguitstapjes (zoals strandbezoek, wandelen, fietsen) sprake is van parkeerkosten. Dit kengetal gebruiken we om verder te rekenen met parkeertransacties buiten de bebouwde kom. Voor de parkeertransacties binnen de bebouwde kom rekenen we met het percentage dagtoeristen dat parkeerkosten heeft betaald bij winkelluitstapjes: 32%. Op deze wijze kunnen de transacties van het betaald parkeren worden omgerekend naar alle vrijetijdsactiviteiten, dus ook de activiteiten waarbij men gratis kon parkeren of activiteiten die zonder auto zijn ondernomen.

Met alle bovengenoemde kengetallen kunnen we ten slotte het totaal aantal dagtoeristen in de gemeente beramen: bijna 3,2 miljoen. Dit betreft het aantal bezoeken, één persoon kan meerdere dagbezoeken per jaar ondernemen.

Uiteraard is dit geen exact gemeten getal, maar het is met de huidige informatiebronnen de best mogelijke benadering van de omvang van het dagtoerisme op gemeentelijk niveau. In verhouding, in kustgemeente Veere is in 2015 het aantal dagtoeristen op ruim 2,3 miljoen geraamd.

Dagrecreatie van eigen inwoners

Recreatieve activiteiten van inwoners zijn in bovengenoemde berekening nog buiten beschouwing gelaten. Hiervoor is een andere benadering gekozen. Vanuit CVTO is bekend hoeveel recreatieve activiteiten Zeeuwen gemiddeld per jaar ondernemen: 94 activiteiten per inwoner. Het gaat hierbij om alle recreatieve activiteiten buitenshuis, waarvoor men minimaal 2 uur van huis is, van sporten tot winkelen, van strandbezoek tot bezoek aan een evenement. Vanuit het CVTO is ook bekend welk deel van de recreatieve activiteiten in de eigen gemeente plaatsvindt: gemiddeld 33% vindt plaats in de eigen gemeente en 67% elders. Met deze gegevens en het inwoneraantal van de gemeente Schouwen-Duiveland kan zo het aantal recreatieve activiteiten van inwoners in de eigen gemeente worden geraamd: de 33.735 inwoners ondernemen samen ruim 1 miljoen recreatieve activiteiten.

Tabel 7 Raming aantal recreatieve activiteiten van eigen inwoners op Schouwen-Duiveland, 2015

Gemiddeld aantal uitstapjes van Zeeuwen	94 per inwoner per jaar
Waarvan % in eigen gemeente	33%
x het aantal inwoners van de gemeente Schouwen-Duiveland	33.821
Recreatieve activiteiten van inwoners binnen de gemeente Schouwen-Duiveland	1.062.800

Tabel 8 Raming aantal recreatieve activiteiten van eigen inwoners op Schouwen-Duiveland, 2016

Gemiddeld aantal uitstapjes van Zeeuwen	94 per inwoner per jaar
Waarvan % in eigen gemeente	33%
x het aantal inwoners van de gemeente Schouwen-Duiveland	33.735
Recreatieve activiteiten van inwoners binnen de gemeente Schouwen-Duiveland	1.033.200

2.3.3. Toeristische bestedingen in de gemeente Schouwen-Duiveland

In deze paragraaf worden de bestedingen van toeristen in de gemeente Schouwen-Duiveland in beeld gebracht. Allereerst worden de bestedingsprofielen toegelicht, die vervolgens vermenigvuldigd worden met het aantal overnachtingen, aantal accommodaties of aantal dagtoeristen.

Bestedingsprofielen

Verblijfstoeristen besteden tijdens het bezoek geld aan uitgavencategorieën, te weten detailhandel, horeca & logies, vermaak en vervoer. De omvang van de bestedingen verschilt per type accommodatie. De bestedingen van gasten in toeristische accommodaties zijn ontleend aan het Continu Vakantie Onderzoek (NBTC-NIPO research, 2016) en betreffen het gemiddelde bedrag dat Nederlanders tijdens een vakantie in eigen land per nacht uitgeven. Aangenomen is dat de bestedingen in de gemeente Schouwen-Duiveland niet significant afwijken van dit gemiddelde en dat het bestedingspatroon van Nederlandse en buitenlandse gasten vergelijkbaar is. De bestedingen van vaste gasten zijn ontleend aan het onderzoek 'Toekomst van de vaste gast' (CELTH, 2015). Aangezien deze bestedingen betrekking hebben op het jaar 2015, zijn deze gecorrigeerd voor inflatie om ook bedragen te kunnen noemen voor 2014 en 2016. Hieronder worden de gemiddelde bestedingen weergegeven voor het jaar 2016. Data over de jaren 2014 en 2015 worden weergegeven in de afzonderlijke rapportage "Toerisme op Schouwen-Duiveland. Omvang en economische betekenis 2014 – 2015 – 2016."

Tabel 9 Toeristische bestedingen per persoon per nacht in 2016

	Horeca & logies	Recreatie	Detailhandel	Vervoer	Totaal
Hotels	€ 65,45	€ 1,59	€ 10,86	€ 4,20	€ 82,10
Vakantiewoningen	€ 28,21	€ 0,69	€ 4,68	€ 1,81	€ 35,39
Toeristisch kamperen	€ 17,32	€ 0,42	€ 2,87	€ 1,11	€ 21,72
Vaste gast - jaarplaats / 2e woning	€ 4,79	€ 0,30	€ 6,90	€ 0,78	€ 12,76
Vaste gast - ligplaatsen	€ 9,50	€ 0,44	€ 7,67	€ 0,90	€ 18,51

In tegenstelling tot een 'normale' verblijfstoerist heeft een vaste gast ook jaarlijkse uitgaven. Deze kosten zijn in beeld gebracht in het onderzoek 'Toekomst van de vaste gast' (CELTH, 2015). De jaarlijkse kosten verschillen per type verblijfsaccommodatie en worden gespecificeerd weergegeven in onderstaande tabel. Deze kosten hadden betrekking op het jaar 2015, maar zijn gecorrigeerd voor de gemiddelde inflatie in 2016 (0,3%).

Tabel 10 Jaarlijkse uitgaven van de vaste gast

	Accommodatie	Onderhoud / overig	Totaal
Tweede woningen	€ 1.329	€ 819	€ 2.148
Jaarplaatsen	€ 2.229	€ 378	€ 2.606
Vaste ligplaatsen	€ 2.162	€ 1.253	€ 3.415

De bestedingen van dagtoeristen zijn ontleend aan het CVTO (NBTC-NIPO research, 2016). Zij besteden gemiddeld € 18 per dag, eveneens verdeeld over vier uitgavencategorieën. Dit bedrag had betrekking op het jaar 2015, maar is gecorrigeerd voor de gemiddelde inflatie in 2016 (0,3%).

Tabel 11 Bestedingen van de dagtoerist, 2016

	Horeca & logies	Recreatie	Detail-handel	Vervoer	Totaal
Gemiddelde uitgaven per dag	€ 6,14	€ 1,70	€ 5,29	€ 4,97	€ 18,09

Totale bestedingen

Tabel 12 Totale bestedingen toerisme, 2014 – 2015 - 2016

	2014	2015	2016
Verblijfstoerisme – overnachtingen	€ 127.437.000	€ 139.277.500	€ 144.150.000
Verblijfstoerisme – jaarlijkse kosten vaste gasten	€ 40.861.500	€ 39.431.500	€ 40.068.000
Verblijfstoerisme totaal	€ 168.298.500	€ 178.709.000	€ 185.218.000
Dagtoeristen	---	€ 56.875.500	€ 57.085.000
Recreatieve activiteiten van eigen inwoners	---	€ 19.162.500	€ 18.688.000
Totaal		€ 254.747.000	€ 260.990.500

De bestedingen van verblijfstoeristen stegen in 2015 6% ten opzichte van 2014. Deze toename kwam door de groei van het aantal overnachtingen enerzijds en door de hogere bestedingen per nacht anderzijds. In 2016 groeiden de bestedingen van verblijfstoeristen met 3,6% ten opzichte van 2015. Deze toename komt door de lichte groei van het aantal overnachtingen, de bestedingen per nacht zijn licht gedaald.

2.3.4. Economisch belang van toerisme op Schouwen-Duiveland

In deze paragraaf wordt het economisch belang van toerisme voor de gemeente Schouwen-Duiveland weergegeven. De bestedingen van toeristen vormen het startpunt van de berekening, dit zorgt immers voor de economische impuls in de gemeente. De bestedingen van eigen inwoners aan vrijetijdsactiviteiten worden hierbij buiten beschouwing gelaten. Het gaat hier om activiteiten die in de eigen gemeente worden ondernomen en dus niet kunnen worden beschouwd als 'toerisme'. Daarom is het niet juist de economische spin-off hiervan toe te rekenen aan het toerisme. De koopkracht was immers al in de gemeente.

Tabel 13 Bestedingen als input voor de economische impact-berekening

	2014	2015	2016
Verblijfstoerisme totaal	€ 168.298.500	€ 178.709.000	€ 185.218.000
Dagtoerisme excl. eigen inwoners	---	€ 56.875.500	€ 57.085.000
Totale bestedingen als input berekening	€ 168.298.500	€ 235.584.500	€ 242.303.000

De berekening van de economische impact vindt plaats met behulp van een input-outputmodel (IO-model). IO-modellen laten zien in welke sectoren de effecten van elke bestede euro terecht komen, uitgedrukt in output, toegevoegde waarde en werkgelegenheid. Nadere informatie over het IO-model als middel voor het berekenen van het economisch belang van toerisme staat in bijlage 1.

Allereerst worden de bestedingen van toeristen onderverdeeld naar bedrijfsklassen volgens de indeling van het CBS. Deze bestedingen zijn uitgedrukt in 'marktprijzen': prijzen die door consumenten worden betaald. Het IO-model is echter genoteerd in basisprijzen. Basisprijzen zijn prijzen exclusief belastingen, productgebonden subsidies en handels- en vervoersmarges. Alle prijzen worden daarom gecorrigeerd voor BTW en eventuele accijnzen (bijvoorbeeld brandstof-accijnzen).

In het IO-model wordt vervolgens zichtbaar welke sectoren nodig zijn om de bestedingen mogelijk te maken: de horeca heeft bijvoorbeeld elektriciteit en gas nodig van energiebedrijven om gasten te kunnen bedienen. Deze directe en indirecte relaties worden met het IO-model inzichtelijk gemaakt. In de afzonderlijke rapportage "Toerisme op Schouwen-Duiveland. Omvang en economische betekenis 2014 – 2015 – 2016." wordt de berekening stap voor stap getoond. Uiteindelijk resulteert deze berekening in de toegevoegde waarde die gecreëerd wordt in de regionale economie van de gemeente Schouwen-Duiveland en de werkgelegenheid die daarmee samenhangt.

Bij het berekenen van de werkgelegenheidseffecten wordt geen rekening gehouden met seizoens-effecten of overwerken, de benodigde arbeid is omgerekend naar banen, uitgaande van de gemiddelde arbeidsproductiviteit in de verschillende sectoren. Het is een lineair model, er wordt niet van uitgegaan dat het bestaande personeel meer of efficiënter gaat werken en ook wordt geen rekening gehouden met de werking van de arbeidsmarkt, zoals dat een toenemende vraag naar arbeid zou kunnen leiden tot loonstijgingen. Ten slotte wordt ook geen rekening gehouden met pendel van werknemers en het daarmee samenhangende weglekken van inkomen, bijvoorbeeld inwoners van andere gemeenten die in de gemeente Schouwen-Duiveland werken of omgekeerd.

Economische impact 2014

Tabel 14 Economische effecten van het verblijfstoerisme in 2014

	Gecorrigeerde bestedingen (na aftrek belastingen)	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
A Landbouw, bosbouw en visserij		€ 295.000	2,5
B Delfstoffenwinning		€ 2.500	0,0
C Industrie	€ 401.000	€ 1.046.000	11,1
D Energievoorziening		€ 561.500	2,1
E Waterbedrijven en afvalbeheer		€ 21.000	0,2
F Bouwnijverheid		€ 110.000	1,4
G Handel		€ 2.776.500	48,4
H Logies & horeca	€ 729.500	€ 722.000	9,6
I Hotels & Catering	€ 103.344.000	€ 48.101.000	1.740,6
J Informatie en communicatie		€ 146.000	1,3
K Financiële dienstverlening		€ 125.500	0,7
L Verhuur en handel van onroerend goed		€ 484.000	1,1
M Specialistische zakelijke diensten		€ 599.000	6,6
N Verhuur en overige zakelijke diensten		€ 439.000	11,0
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten		€ 47.000	0,5
P Onderwijs		€ 51.500	0,9
Q Gezondheids- en welzijnszorg		€ 27.500	0,7
R Cultuur, sport en recreatie	€ 8.918.500	€ 5.069.000	84,5
S Overige dienstverlening		€ 166.500	4,8
Handels-en vervoersmarges	€ 5.906.000		
Totaal	€ 119.298.500	€ 60.790.500	1.928,0

Bovenstaande tabel toont de economische impact van het **verblijfstoerisme** voor de gemeente Schouwen-Duiveland in 2014. De bestedingen ter waarde van € 168,3 miljoen zorgden voor 1.928 banen in de gemeente / in Zeeland, verspreid over alle economische sectoren. In 2014 telde de gemeente in totaal 15.170 banen (LISA, 2014); hetgeen laat zien hoe belangrijk verblijfstoerisme op Schouwen-Duiveland is voor de regionale werkgelegenheid.

Economische impact 2015

Tabel 15 Economische effecten van dag- en verblijfstoerisme op Schouwen-Duiveland in 2015

	Gecorrigeerde bestedingen (na aftrek belastingen)	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
A Landbouw, bosbouw en visserij		€ 378.000	3,3
B Delfstoffenwinning		€ 3.500	0,0
C Industrie	€ 627.500	€ 1.378.000	14,7
D Energievoorziening		€ 734.000	2,7
E Waterbedrijven en afvalbeheer		€ 28.000	0,3
F Bouwnijverheid		€ 147.500	1,8
G Handel		€ 3.748.000	65,3
H Vervoer en opslag	€ 1.047.500	€ 1.000.500	13,3
I Logies & horeca	€ 129.819.000	€ 60.431.500	2.186,8
J Informatie en communicatie		€ 196.000	1,7
K Financiële dienstverlening		€ 163.000	0,9
L Verhuur en handel van onroerend goed		€ 617.500	1,4
M Specialistische zakelijke diensten		€ 790.500	8,7
N Verhuur en overige zakelijke diensten		€ 583.000	14,7
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten		€ 62.500	0,7
P Onderwijs		€ 74.000	1,3
Q Gezondheids- en welzijnszorg		€ 35.500	0,9
R Cultuur, sport en recreatie	€ 14.095.500	€ 7.987.000	133,2
S Overige dienstverlening		€ 214.500	6,1
Handels-en vervoersmarges	€ 9.244.500		
Totaal	€ 154.834.000	€ 78.573.000	2.457,7

Bovenstaande tabel toont de economische impact van **verblijfs- én dagtoerisme** voor de gemeente Schouwen-Duiveland in 2015. De bestedingen ter waarde van € 235,6 miljoen zorgden voor 2.458 banen in de gemeente / in Zeeland, verspreid over alle economische sectoren. In 2015 telde de gemeente in totaal 15.220 banen (LISA, 2015); dit illustreert het belang van toerisme voor de regionale werkgelegenheid.

Economische impact 2016

Tabel 16 Economische effecten van dag- en verblijfstoerisme op Schouwen-Duiveland in 2016

	Gecorrigeerde bestedingen (na aftrek belastingen)	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
A Landbouw, bosbouw en visserij		€ 191.500	3,77
B Delfstoffenwinning		€ 133.500	0,07
C Industrie	€ 615.500	€ 1.169.000	13,48
D Energievoorziening		€ 527.500	2,55
E Waterbedrijven en afvalbeheer		€ 47.500	0,52
F Bouwnijverheid		€ 141.500	2,12
G Handel		€ 7.348.500	129,70
H Vervoer en opslag	€ 930.500	€ 1.200.500	16,38
Ia Logiesaccommodaties	€ 88.459.500	€ 43.268.000	1.201,01
Ib Horeca (cafés en restaurants)	€ 45.034.500	€ 21.317.500	885,70
J Informatie en communicatie		€ 224.500	2,22
K Financiële dienstverlening		€ 318.500	1,49
L Verhuur en handel van onroerend goed		€ 722.500	1,43
M Zakelijke dienstverlening		€ 1.740.000	23,41
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten		€ 96.000	0,92
O Onderwijs		€ 94.500	1,69
P Gezondheids- en welzijnszorg		€ 31.000	0,72
Q Cultuur, sport en recreatie	€ 14.609.000	€ 8.382.500	174,60
R Overige dienstverlening		€ 164.000	5,78
Handels- en vervoersmarges	€ 9.406.000		
Totaal	€ 159.054.500	€ 87.118.500	2.467,56
A Landbouw, bosbouw en visserij		€ 191.500	3,77

Bovenstaande tabel toont de economische impact van verblijfs- én dagtoerisme voor de gemeente Schouwen-Duiveland in 2016. De bestedingen ter waarde van € 242,3 miljoen zorgden voor 2.468 banen in de gemeente / in Zeeland, verspreid over alle economische sectoren. In 2016 telde de gemeente in totaal 15.120 banen (LISA, 2016). Toerisme genereert dus ruim één op de zes banen op Schouwen-Duiveland (16,3%) en is daarmee verreweg de grootste banenmotor.

Bestedingen en economische impact samengevat

	2014 verblijfstoerisme	2015 verblijfstoerisme + dagtoerisme	2016 ⁷ verblijfstoerisme + dagtoerisme
Bestedingen verblijfstoerisme	€ 168.298.500	€ 178.709.000	€ 185.218.000
Bestedingen dagtoerisme excl. eigen inwoners	---	€ 56.875.500	€ 57.085.000
Totale bestedingen als input berekening	€ 168.298.500	€ 235.584.500	€ 242.303.000
Toegevoegde waarde	€ 60.790.500	€ 78.573.000	€ 87.118.500
Werkgelegenheid in banen	1.928	2.458	2.468

⁷ Trendbreuk in 2016 ten opzichte van voorgaande jaren! Het input-outputmodel is aangescherpt waardoor de economische impact van toerisme in de detailhandel realistischer in beeld wordt gebracht. De totale economische effecten van toerisme zijn nauwelijks veranderd.

2.4. Monitoring

Zoals blijkt uit alle gegevens in deze rapportage, wordt er allerhande onderzoek gedaan naar toerisme en de gast die Zeeland bezoekt. Toch is het plaatje nog lang niet compleet om tot een volledig beeld te komen van het verblijfstoerisme en dagtoerisme in Zeeland, en meer in het bijzonder de gemeente Schouwen-Duiveland.

Omvang verblijfstoerisme

Met behulp van de administratie toeristenbelasting ontstaat langzamerhand een steeds completer beeld van de omvang van het verblijfstoerisme in Zeeuwse gemeenten.

Landelijke onderzoeken van het CBS en ContinuVakantieOnderzoek geven geen volledig beeld omdat beide maar een deel van de markt in kaart brengen. Het ContinuVakantieOnderzoek brengt alleen het vakantiegedrag van Nederlandse gasten in beeld en laat dat van buitenlandse gasten buiten beschouwing. Het CBS brengt het aantal overnachtingen van zowel Nederlandse als buitenlandse gasten bij toeristische accommodaties in beeld, maar laat een groot deel van het verblijfstoerisme buiten beschouwing. Kleine (vaak particuliere) logiesaanbieders worden door het CBS niet meegeteld. Ook het verblijf van vaste gasten (mensen met een eigen vakantieverblijf zoals een stacaravan of tweede woning) blijft buiten beschouwing. Ten slotte blijven ook de watersport en cruisevaart buiten beeld. Het CBS brengt dus slechts een deel van het toerisme in Zeeland in beeld. Dankzij de toeristenbelasting ontstaat een completer beeld, hoewel de wijze van heffing ook leidt tot onduidelijkheden in de cijfers.

Dagtoerisme

Er mist met name informatie over het aantal dagtoeristen dat de regio bezoekt. Dagtoeristen bezoeken de regio voor één dag en worden niet geteld. Het aantal transacties op betaald parkeerterreinen blijkt op dit moment de beste indicator waarmee het aantal dagtoeristen kan worden geraamd. Het gaat hierbij echter om een schatting en niet om exacte aantallen. Kenniscentrum Kusttoerisme verkent voortdurend de gebruiksmogelijkheden van andere bronnen om tot betere cijfers te komen.

Big data

Binnen het Europese project PROFIT worden de mogelijkheden verkend van het verzamelen en bundelen van verschillende soorten big data, om zo meer inzicht te krijgen in de gast die Zeeland bezoekt. Voor dit project worden drie pilots uitgevoerd met MKB-ondernemers in Renesse, Oostkapelle en de binnenstad van Goes. Data van allerlei bedrijven (verblijfsaccommodaties, horeca, winkels, attracties, etc.) wordt samengevoegd met data van gemeenten, VVV Zeeland en Kenniscentrum Kusttoerisme. De combinatie van deze data zal inzicht gaan bieden in gedrag patronen van consumenten, waarmee vervolgens ook inzicht ontstaat in de kenmerken (herkomst, verblijfsperiode) en interesses (accommodatietype, activiteiten) van de toerist.

Verder is het van belang om meetbare doelstellingen binnen de gemeente verder af te stemmen op de gemeentelijke en regionale cijfers die op het gebied van toerisme beschikbaar zijn. Vanuit het Kenniscentrum bestaat de wens om samen met de gemeenten in Zeeland te zoeken naar voldoende meetbare gegevens om de ontwikkeling van het dag- en verblijfstoerisme in Zeeland te kunnen blijven volgen. Vooralsnog lijkt een samenstel van allerlei verschillende bronnen de basis voor inzicht op provinciaal en gemeentelijk niveau, gekoppeld aan onder andere de ZeelandPas en de toeristenbelasting.

2.5. Conclusies n.a.v. cijfers

Het aantal overnachtingen van verblijfstoeristen op Schouwen-Duiveland schommelt de afgelopen jaren rond 4,5 miljoen nachten. Schouwen-Duiveland blijft daarmee iets achter bij de Zeeuwse trend, provinciaal was er de afgelopen jaren sprake van behoorlijke groei.

Kijkend naar bijzonderheden per type accommodatie:

- Hotels zijn een groeimarkt, zowel landelijk, provinciaal als op Schouwen-Duiveland.
- Toeristisch kamperen groeit de laatste jaren op Schouwen-Duiveland, waar elders in Zeeland en Nederland sprake is van stabilisatie.
- De ontwikkeling in de periode van 2012-2016 laat zien dat het verblijf in huisjes populairder is geworden dan toeristisch kamperen. Dit komt o.a. door de forse uitbreiding van het aanbod, zowel in de vorm van woningen op bungalowparken als verhuurchalets op campings.
- Bij recreatiewoningen is het van belang onderscheid te maken tussen de verhuurmarkt en vastgoedmarkt. Kijkend naar een periode van 15 jaar is de verhuurmarkt vrijwel stabiel, ondanks de enorme uitbreiding van het aanbod. De bezettingsgraad staat daarom behoorlijk onder druk, er is sprake van een verdringingsmarkt. Uitzondering hierop zijn écht onderscheidende concepten, die iets nieuws / anders toevoegen aan het reeds aanwezige aanbod.

Verkoop van recreatievastgoed is echter zeer succesvol, vooral vanwege de behoefte aan investeringsmogelijkheden bij particulieren.

- Particuliere verhuur groeit fors op Schouwen-Duiveland, mede aangejaagd door succesvolle verhuurplatformen als Airbnb en Wimdu. Deels gaat dit om nieuw aanbod van particulieren (inwoners dan wel eigenaren van tweede woningen), deels gaat het om aanbod dat ook in het verleden al werd aangeboden via advertenties in kranten en tijdschriften, via de VVV of 'via via'. Aan de Nederlandse kust lijken verhuurplatformen als Airbnb vooral een extra verkoopkanaal, dat nieuwe gasten naar de regio weet te trekken. Nader onderzoek is nodig om de effecten voor de regio en voor bestaande bedrijven nauwkeurig in beeld te brengen. Voor gemeenten is het zaak de regelgeving ten aanzien van recreatieve verhuur helder te formuleren, om zo een duidelijk en gelijk speelveld te creëren voor particuliere verhuurders en bedrijven, en om belastingontwijking te voorkomen.

Schouwen-Duiveland trekt jaarlijks bijna 3,2 miljoen dagtoeristen. Dit is bijvoorbeeld meer dan de gemeente Veere, waar het aantal dagtoeristen op 2,3 miljoen is geraamd. Daarnaast ondernemen de eigen inwoners van Schouwen-Duiveland ruim 1 miljoen recreatieve activiteiten per jaar.

De economische impact van **verblijfs- én dagtoerisme** voor de gemeente Schouwen-Duiveland is groot. De bestedingen ter waarde van € 237,5 miljoen zorgden voor 2.479 banen in de gemeente / in Zeeland, verspreid over alle economische sectoren. In 2016 telde de gemeente in totaal 15.120 banen (LISA, 2016). Toerisme genereert dus ruim één op de zes banen op Schouwen-Duiveland (16,3%) en is daarmee verreweg de grootste banenmotor. Een vergelijking met andere grote 'werkgevers' op het eiland: de sector Gezondheids- en welzijnzorg biedt werk aan 1.950 personen, 1.900 banen in de detailhandel, de sector industrie houdt 1.690 personen aan het werk en 1.260 banen in de sector Landbouw & visserij.

Het is belangrijk op te merken dat het in dit hoofdstuk gaat om de economische impact van de bestedingen die de toerist doet tijdens de vakantie of dagje uit. Investerings van consumenten

(bijv. aanschaf chalet), bedrijven (bijv. bouw of verbouw voorzieningen) en overheid zijn nog niet meegeteld. De totale economische spin-off van toerisme is dus nog groter.

Om hiervan een indruk te geven: In 2006 werd in onderzoek bij bedrijven door de Kamer van Koophandel becijferd dat zo'n 21% van alle omzet en 24% van alle arbeidsplaatsen op Schouwen-Duiveland was gerelateerd aan toerisme. In dat onderzoek gaven o.a. de bouwsector en industrie aan veel omzet te hebben dankzij toerisme. Het toerisme is in de afgelopen 10 jaar verder gegroeid en de verwachting is dat de spin-off voor andere sectoren meegegroeid is. Indicator hiervoor is de mate van investeringen door verblijfsaccommodaties, in het onderzoek van ZKA naar de vitaliteit van de Zeeuwse verblijfsrecreatie bleek het investeringsniveau op Schouwen-Duiveland hoger dan elders in Zeeland.

Dankzij toerisme is ook het draagvlak voor maatschappelijke voorzieningen groter. Jaarlijks vinden ruim 5 miljoen overnachtingen plaats op het eiland. Deze vinden plaats in naar schatting 25.000 vakantie-accommodaties (kamers, kampeerplaatsen, huisjes etc) met gezamenlijk meer dan 100.000 slaapplaatsen. Samen met de lokale bevolking (bijna 34.000 inwoners) zorgt dit voor een breed draagvlak voor bijvoorbeeld zorgvoorzieningen. Zo telt de gemeente meer huisartsenposten dan op basis van het inwoneraantal verwacht zou worden.

3. Profiel van de gast

3.1. Wie is de gast?

De toeristische verblijfsgast in Zeeland is voornamelijk afkomstig uit Nederland (50,7%), gevolgd door Duitsland (29%) en België (16%). De buitenlandse markt groeit al vijf jaar op rij, alhoewel de groei in 2016 minder sterk was dan in voorgaande jaren. De Nederlandse markt stabiliseert zich de laatste jaren.

Bij de Nederlandse toeristen in Zeeland gaat in 43% van de gevallen om gezinnen met kinderen en 30% betreft stellen zonder kinderen. Op Schouwen-Duiveland is het percentage gezinnen met kinderen nog iets groter, zo blijkt uit het ContinuVakantieOnderzoek (2016).

Met name het aantal Belgische gasten zit de afgelopen jaren flink in de lift. Het aantal Belgische verblijfstoeristen in Zeeland is in de periode 2012-2016 met maar liefst 68 procent toegenomen.

“Wij komen vooral naar Zeeland voor de natuur, voor de rust, het is daar heerlijk fietsen. De fietspaden zijn fantastisch, ook nog eens anders dan bij ons. In Zeeland zijn de fietspaden, toch meestal, afgescheiden van de weg en netjes, mooi en egaal, luxe om te fietsen, vinden wij. Terwijl in Vlaanderen, het betert nu ook hoor, maar veel fietspaden zijn daar nog op of vlakbij de grote weg” – Vlaamse toerist

Daarnaast ontvangt Zeeland ieder jaar een groot aantal Duitse verblijfstoeristen en ook dit aantal groeit nog steeds. Het CBS telde in 2016 een kleine 700.000 Duitse gasten die in Zeeland verbleven, een groei van 34 procent ten opzichte van 2012. De Duitse vakantieganger keert vakantielanden Turkije, Egypte en Tunesië steeds vaker de rug toe. Vanwege de dreiging van terrorisme en de heersende politieke onrust. Zeeland is voor hen een vertrouwd en veilig alternatief (Volkskrant, 2017 <http://s.vk.nl/s-a4489615/>)

Naast verblijfstoeristen, bezoekt ook een groot aantal dagtoeristen de provincie. In 2015 ondernamen Nederlanders 36,2 miljoen uitstapjes in Zeeland. Het gaat dan om uitstapjes waarbij men minimaal 2 uur van huis was, maar waarbij men niet bleef overnachten. Uitstapjes van verblijfstoeristen tellen hierbij dus niet mee. Ook de Belgische gast weet ons land goed te vinden voor een daguitstap. In de periode april 2013 – maart 2014 kwamen Belgen 9,6 miljoen keer naar Nederland voor een daguitstap. Zeeland is voor de Belg de populairste bestemming voor dagbezoek in Nederland: 2,7 miljoen daguitstapjes. Daarmee blijft Zeeland de andere grensprovincies Brabant en Limburg net voor (NBTC Holland Marketing, 2016).

3.2. Vaste gast belangrijk voor Zeeland

Vaste gasten zijn mensen met een eigen vakantie-accommodatie, zoals een tweede woning, stacaravan, seizoenplaats op de camping of boot op een vaste ligplaats. Vaste gasten zijn in het Nederlands toerisme wel de meest onderschatte groep gasten. Niet terecht, want Zeeland telt naar schatting zo'n 120.000 vaste gasten die jaarlijks veel tijd doorbrengen in de provincie.

20 procent van alle vakantieovernachtingen van Nederlanders wordt doorgebracht in een eigen vakantieaccommodatie, zoals een tweede woning, stacaravan, seizoenplaats op een camping of een boot op een vaste ligplaats. Deze vaste gasten zijn dus een omvangrijk marktsegment voor het toerisme in eigen land. Een paar kerncijfers zijn bekend, verder is er vooral sprake van vooroordelen: vaste gasten ondernemen weinig activiteiten, geven nauwelijks geld uit en zijn daarom economisch niet relevant. Maar kloppen de vooroordelen wel?

- De vaste gast bevindt zich voornamelijk in twee levensfasen, het oudere echtpaar en de gezinnen met (jonge) kinderen. Opvallend is dat er nauwelijks significante verschillen zijn in het gedrag van deze verschillende groepen vaste gasten.
- De top-5 activiteiten die de vaste gast onderneemt, bestaat uit: fietsen, wandelen, bezoek aan het strand, uit eten in een restaurant en klussen aan de accommodatie. Opvallend is de laatste activiteit, klussen aan de woning, dit wordt door vaste gasten als prettig ervaren en niet als ballast gezien, terwijl dat bij de primaire woning wel het geval is.
- De sterke behoefte aan ontspanning en daarbij het willen ontsnappen aan de dagelijkse verplichtingen, maakt het vaste vakantieverblijf voor de gast een aanvulling of compensatie op de primaire woonomgeving. De boot, stacaravan, seizoenplaats of tweede woning biedt de vaste gast een laagdrempelige, veilige, bekende en huiselijke omgeving om samen met familie (en vrienden) te ontspannen.
- Daarnaast is de vaste gast geen toerist, maar een bewoner van de regio die de beste restaurants, mooiste plekjes en snelste padjes weet te vinden. De vaste gast hecht veel waarde aan een natuurlijke omgeving met voldoende fiets- en wandelmogelijkheden.

Het aantal vaste gasten is de afgelopen 10 jaar nog heel licht toegenomen, vooral dankzij de toename van het bezit van tweede woningen. De vaste gasten met een stacaravan, seizoenplaats op een camping of boot op een vaste ligplaats namen in aantal af. Kijkend naar de toekomst zegt 11 procent van de vaste gasten het vakantieverblijf binnen 5 jaar te verkopen, nog eens 26% overweegt dit. Gelet op deze cijfers en relevante trends en ontwikkelingen, heeft CELTH een marktprognose gemaakt tot 2020. CELTH verwacht dat het aantal tweede woningen nog tot 2020 zal toenemen. Daarentegen zullen stacaravans, kamperen op de seizoenplaats en de boot op een vaste ligplaats in aantal verder afnemen.

Hoewel de markt onder druk staat, kunnen ondernemers hun vaste gasten behouden door goed in te spelen op (soms onuitgesproken) wensen, interesses en behoeften. Door aandacht voor de gast, het aanbieden van relevante diensten en het ontzorgen van de gast, wordt de binding met het bedrijf en de regio vergroot. Zo kunnen de vele bestedingen van de vaste gast worden behouden voor zowel het bedrijf als de regio.

3.3. Welke activiteiten onderneemt de gast?

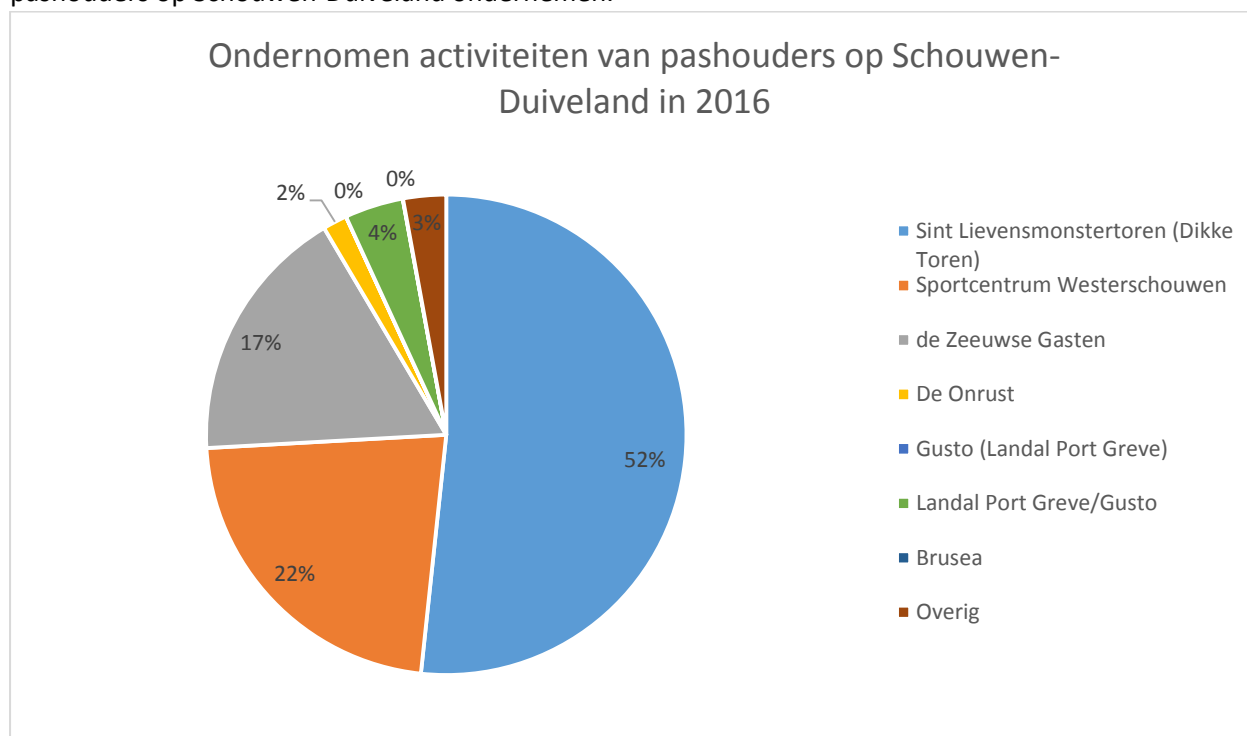
Bij een vakantie aan Zeeland wordt vaak gedacht aan zon, zee en strand. Verschillende bronnen bevestigen dit ook deels. Vanuit het Continu Vakantie Onderzoek komt naar voren dat 83% van de Nederlandse vakantiegangers kiest voor een verblijf in Zeeland in een verblijfsomgeving met strand, zee en duinen. Uit het Onderzoek Inkomend Toerisme blijkt dat 89% van de buitenlandse gasten Zeeland bezoekt voor een vakantie aan de kust. Bezoek aan het strand is dan ook voor Nederlandse en buitenlandse vakantiegangers de meest populaire activiteit.

Maar er is meer dan strand, Zeeland biedt veel activiteiten voor de gast. Door middel van het dashboard van de ZeelandPas is inzichtelijk gemaakt hoe het activiteitenpatroon van de bezoekers eruit ziet. Hieruit blijkt dat de gast die verblijft aan de Zeeuwse kust, niet alleen maar op het strand te vinden is, maar ook de rest van Zeeland gaat ontdekken. Dit wordt zichtbaar in onderstaande kaart met het activiteitenpatroon van de ZeelandPas-gebruikers die in 2015 verbleven in accommodaties aan de kust van Walcheren, de Kop van Schouwen-Duiveland of de kust van Zeeuws-Vlaanderen. Op de kaart wordt weergegeven waar pashouders hun activiteiten ondernemen (dus welke acceptanten zij bezoeken). Het gaat hier om een deel van de pashouders, alleen geregistreerde acties worden meegeteld in het dashboard van de ZeelandPas. Het activiteitenpatroon van de gasten die in 2015 verbleven op Schouwen-Duiveland is weergegeven in het groen. Zo is te zien dat deze gasten veel activiteiten ondernemen aan de kust van Walcheren. Andersom is ook te zien dat veel gasten die op Walcheren verblijven, activiteiten ondernemen op Schouwen-Duiveland.



Figuur 6 Activiteiten van pashouders ZeelandPas

Veel voorkomende activiteiten die pashouders (vanuit heel Zeeland) op Schouwen-Duiveland ondernemen, zijn hieronder weergegeven in een figuur voor het pasjaar 2016. In figuur 7 is te zien dat de Dikke Toren en Sportcentrum Westerschouwen de populairste activiteiten zijn die pashouders op Schouwen-Duiveland ondernemen.



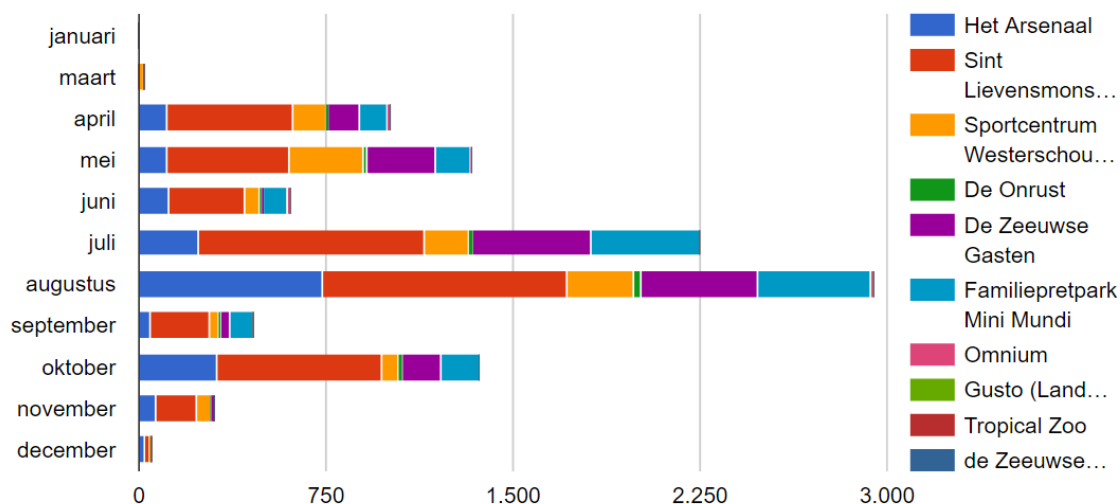
Figuur 7 Ondernomen activiteiten door pashouders (uit heel Zeeland) op Schouwen-Duiveland in 2016

In onderstaande tabel is het aantal activiteiten van pashouders (uit heel Zeeland) op Schouwen-Duiveland weergegeven over meerdere jaren, 2014 tot en met 2016 en de eerste maanden van 2017.

Tabel 16 Aantal activiteiten van pashouders op Schouwen-Duiveland

Acceptant	2014	2015	2016
Sint Lievensmonstertoren (Dikke Toren)	2414	3724	2774
Sportcentrum Westerschouwen	806	832	1204
de Zeeuwse Gasten	656	972	933
De Onrust	87	620	88
Gusto (Landal Port Greve)	38	428	0
Landal Port Greve/Gusto	0	0	212
Brusea	24	19	1
Overig	31	113	155
Totaal	4056	6708	5367

Van de pashouders die op Schouwen-Duiveland verbleven in 2016, is in figuur 8 het aantal activiteiten weergegeven dat zij ondernomen hebben per maand in Zeeland.



Figuur 8 Beter bezochte activiteiten op Schouwen-Duiveland en rest van Zeeland per maand

Figuur 8 geeft een beeld van hoe (beter bezochte) activiteiten op Schouwen-Duiveland per maand scoren ten opzichte van activiteiten in de rest van Zeeland. Gemeente Schouwen-Duiveland kan dit ook nader bekijken op de eigen inlogpagina van het ZeelandPas Dashboard via deze link: http://195.93.238.53/zeelandpas/index.php/Gemeente:Acceptanten_Per_Maand_Per_Pastype

Maar er wordt natuurlijk meer ondernomen tijdens de vakantie, niet alle activiteiten worden geregistreerd met de ZeelandPas. Volgens landelijke onderzoeken is dit de top-5 van activiteiten voor Nederlandse en buitenlandse vakantiegangers:

Tabel 17 Top-5 activiteiten tijdens de vakantie

Nederlandse vakantiegangers		Buitenlandse vakantiegangers
1.	Bezoek aan het strand	Bezoek aan strand (voor strandwandeling/uitwaaien)
2.	Wandeling maken	Fietsen
3.	Uit eten gaan	Bezoek aan bar / café
4.	Winkelen voor plezier	Bezoek aan strand (voor zonnebaden)
5.	Bezoek aan bezienswaardige gebouwen	Wandelen

Wat betreft dagtoeristen, worden hieronder de meest populaire activiteiten weergegeven die werden ondernomen in Zeeland:



Figuur 9 Meest populaire activiteiten dagtoeristen in Zeeland (bron: CVTO 2015)

Voor dagtoerisme zijn de eigen inwoners altijd de belangrijkste doelgroep: veel uitstapjes vinden plaats in de directe woonomgeving. Dit geldt ook voor Zeeland. Van het totaal van 36,2 miljoen uitstapjes, worden 26 miljoen uitstapjes gemaakt door de Zeeuwsen zelf, de overige 10,2 miljoen uitstapjes zijn ondernomen door Nederlanders uit de andere provincies. Vanuit de andere provincies komt men vooral voor buitenrecreatie naar Zeeland (toeren met de auto en strandbezoek), maar ook om uit eten te gaan in een restaurant (onderdeel van uitgaan). De Belgische gast kiest het meest voor activiteiten gerelateerd aan openluchtrecreatie (fietsen, wandelen), gevolgd door funshoppin (NBTC Holland Marketing, 2016).

3.4. Waterrecreatie

Nederland telt ruim 2,5 miljoen watersporters, hiervan varen bijna 1,9 miljoen watersporters met een kajuitjacht, open (zeil)boot of sloep. Er zijn in totaal 520.000 pleziervaartuigen. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen kajuitzeiljachten 193.000, kajuitmotorjachten 145.000, open zeilboten 33.000, open motorboten 42.000, platbodems 8.000 en 100.000 overige boten zoals kano's en roeiboten.

Er is sprake van vergrijzing onder de bootbezitters. Nu al is maar liefst 74 procent van de passanten en ligplaatshouders in de Nederlandse jachthavens ouder dan 50 jaar (Waterrecreatie Advies, 2015). Een belangrijke reden om te stoppen met varen zijn lichamelijke beperkingen. Ondanks dat jongeren wel degelijk geïnteresseerd zijn in watersport, is er relatief weinig aanwas. Nadat zij op jonge leeftijd hebben genoten van een zeilcursus, raakt de watersport deze jongeren kwijt en moet zij concurreren met verre reizen en andere avonturen. Jongeren willen tevens niet ieder weekend of iedere vakantie weg met de boot. Ook beschikken zij niet over de financiële middelen om een boot aan te schaffen (Waterrecreatie Advies, 2012). Dit is een grote uitdaging voor de watersportbranche.

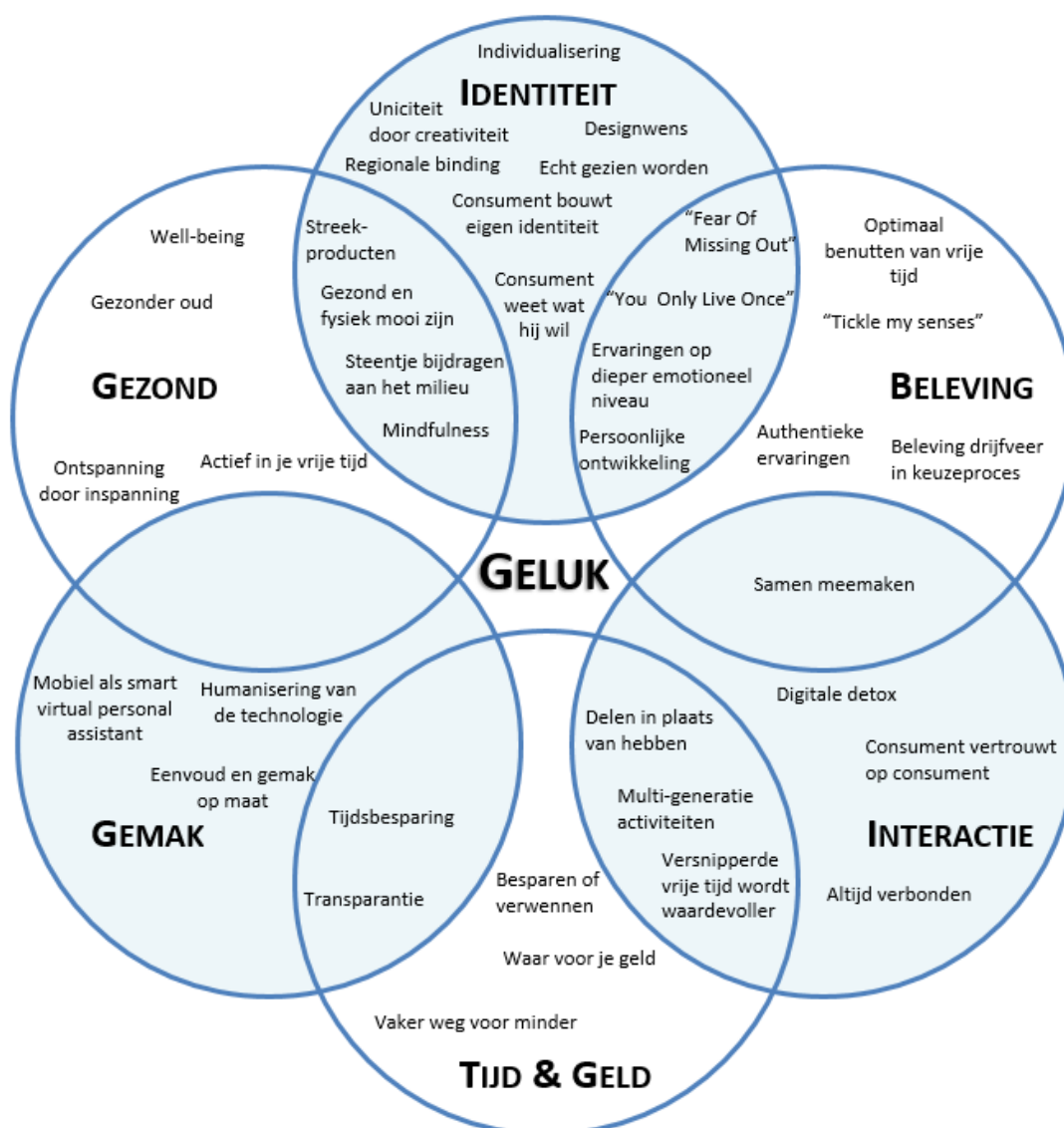
3.5. Conclusie

Gezinnen met kinderen en actieve 50 plussers zijn de grootste groepen gasten in Zeeland, zowel bij toeristen als bij vaste gasten. Dit zijn ook de belangrijkste doelgroepen voor Schouwen-Duiveland. Tijdens het verblijf genieten gasten van de omgeving: wandelen, toeren met de auto, fietsen en recreëren aan het water zijn de belangrijkste activiteiten tijdens de vakantie. Bovendien proeft men graag al het lekkers dat Zeeland te bieden heeft, in een restaurant en/of op het terras. Schouwen-Duiveland kan hier als groen-blauwe oase goed op inspelen. Culturele activiteiten kennen (vooralsnog) een minder groot publiek.

4. Trends bij consument en in het aanbod

4.1. Wensen en behoeften van de gast van morgen

De gast heeft allerlei wensen en behoeften, die vaak gevormd worden door een groot aantal maatschappelijke ontwikkelingen (bijvoorbeeld demografisch, economisch, politiek). Het samenspel van deze ontwikkelingen zorgt ervoor dat consumenten (gasten) in hun vrijetijdsgedrag bepaalde prioriteiten hebben. Deze prioriteiten worden weergegeven in onderstaande figuur: identiteit, gezond, gemak, beleving, interactie en tijd & geld. Samen opgeteld leiden ze tot het belangrijkste streven van een consument tijdens vakantie en vrije tijd: het ervaren van geluksmomenten.



Figuur 9 Trendbloem Kenniscentrum Kusttoerisme, 2015

Aan de hand van de verschillende prioriteiten, worden hieronder de wensen en behoeften van de consument in kaart gebracht. Deze wensen en behoeften dienen als leidraad bij het (verder) ontwikkelen van toeristische producten en -diensten in de regio.

Beleving

De materiële behoeften van de gast zijn bevredigd, daarom is de gast dan ook steeds meer op zoek naar immaterieel bezit zoals belevenissen. **Beleving en 'iets meemaken' zijn de belangrijkste drijfveren in het keuzeproces van de gast.** Daarnaast moet het niet alleen leuk zijn om iets mee te maken, maar moet het ook bijdragen aan de persoonlijke ontwikkeling, het draait niet alleen meer om 'zien en bezoeken' maar om 'doen en actief deelnemen', waarbij alle zintuigen geprikkeld moeten worden. De gast is hierbij steeds meer actief op zoek naar informatie en uitleg bij alles wat hij beleeft. De gast wil alles weten en alles mee kunnen volgen, transparantie is hierbij dus van belang. De gast wil de bestemming echt ervaren.

Identiteit

Het belevingsproces wordt versterkt door kreten als YOLO (You Only Live Once) en FOMO (Fear of Missing Out), hier wil de gast zich ook mee identificeren. Het vormen van een eigen identiteit komt voort uit twee belangrijke ontwikkelingen: globalisering en individualisering. Door de globalisering van de wereld wordt het voor de gast steeds belangrijker om de onderscheidende krachten van zijn 'roots' te erkennen en trots te zijn op waar hij vandaan komt. **Daarentegen wil de gast ook uniek zijn als individu en wil hij zijn eigen identiteit bouwen door middel van creativiteit, er ontstaat een 'designwens': speciaal voor de gast gemaakt.** Maatwerk is echter duur en voor de meeste gasten niet betaalbaar, maar het gevoel dat iets speciaal voor jou gemaakt is, is onbetaalbaar en helpt de gast om zichzelf te onderscheiden van anderen.

Gezondheid

Naast uniciteit is ook gezondheid belangrijk voor de gast. **De gast wil zich fysiek mooi en mentaal goed voelen, denk aan termen als 'wellness' en 'well-being'.** Hierbij is de gast zich ook bewust van de invloed van het milieu op de gezondheid, daarom zoekt de gast een manier om zijn steentje bij te dragen en iets terug te geven aan de natuur. Hierbij kan ook gedacht worden aan gezonde (en biologische) voeding, niet alleen thuis maar juist ook op vakantie. Eten en drinken zijn namelijk naast een fysieke noodzaak, ook een culturele en sociale activiteit. Binnen de toeristische ervaring kan de lokale keuken daar nog iets aan toevoegen: het is een manier om te ontsnappen aan de dagelijkse routine, door binnen te stappen in een onbekend gebied. Een bestemming kan zich zelfs ontwikkelen tot een culinaire bestemming: een regio, plaats of specifieke gelegenheid die speciaal wordt bezocht door culinaire toeristen. Denk hierbij aan restaurant Pure C (één Michelinster) in Strandhotel Cadzand-Bad, dat sindsdien bijna uitsluitend gasten aantrekt die puur komen voor de culinaire beleving. De ontwikkeling van streekproducten (en het gebruik daarvan in lokale gerechten) kan leiden tot groei in werkgelegenheid en het ontstaan van culinair toerisme (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2016).

Het maken van een 'groenstatement' geeft de gast een extra impuls aan zijn eigen identiteit. **De natuur wordt steeds waardevoller voor de gast** maar ongerepte natuur wordt steeds zeldzamer en dit is nou juist dé plek waar de gast het vaakst een geluismoment beleeft.

Activiteiten die de gast onderneemt, onderneemt hij graag met aandacht en overgave: mindfulness. Echter, verandert hierbij de betekenis van ontspannen. Ontspanning is voor de gast niet meer "onderuitgezakt zitten op het strand met een cocktail in de hand" maar **de gast wil juist ontspanning door inspanning, dingen ondernemen en zichzelf ontwikkelen.** Activiteiten die hierop aansluiten zijn bijvoorbeeld, yoga op het strand of andere vormen van outdoor wellness.

Gemak

De humanisering van de technologie maakt dat de technologie steeds meer in staat is om de gebruiker te identificeren en intuïtief op individuele behoeftes te reageren. Technologie voorziet de gast van allerlei gemakken, zo ondersteunt de elektrische fiets bijvoorbeeld ouderen bij het gezonder oud worden. Ook ondersteunt de technologie de consument op het gebied van gezondheid, door het vastleggen van allerlei data zoals calorieën, bewegingen, vetverbranding, gelopen kilometers, etc.). **De technologie ontwikkelt zich echter in zo'n rap tempo en verliest hierbij wel eens het menselijke aspect uit het oog, het is daarom van belang dat het gebruik en de toepassing eenvoudig en gebruiksvriendelijk is.** Er is namelijk behoefte aan natuurlijke interactie tussen mens en technologie.

Tijd en geld

Humanisering van de technologie levert de gast niet alleen gemak op, maar bespaart ook een hoop tijd. **De 'tijd' raakt namelijk steeds verder versnippert maar de gast wil wel optimaal genieten.** Daarom benut de gast elke stukje vrije tijd om vaker weg te gaan, maar hij gaat hierbij wel bewuster om met het spenderen van zijn geld. De gast maakt duidelijkere keuzes: bespaar ik vandaag of verwen ik mezelf vandaag?

Interactie

Vanuit maatschappelijk oogpunt spelen tijd en geld ook een rol in de verschuiving van verzorgingsstaat naar participatie maatschappij. **'We moeten voor elkaar zorgen' waardoor er steeds meer multi-generation families ontstaan, die ook vaker hun vrije tijd samen willen spenderen (samen op vakantie gaan) om op deze manier intensief contact te hebben met elkaar.** Denk hierbij aan het inspelen op grotere verblijfsaccommodaties, eettafels en terrasjes waar grotere groepen personen samen kunnen zitten en aanbiedingen als familiekorting.

Daarnaast is er ook een groep gasten waarbij het gevoel van eenzaamheid toeneemt. Deze groep gasten is dan ook op zoek naar connectiviteit, interactie met gelijkgestemden. **Ook wil de gast graag delen met gelijkgestemden, waarbij bezit minder belangrijk wordt.** Het gaat hierbij niet alleen om het delen van ervaringen (via o.a. GetYourGuide) maar bijvoorbeeld ook het delen van bezittingen: zo huurt de gast via Airbnb het huis van een andere gast en zoekt de gast een huurauto in de buurt via Snappcar.

Doordat de technologie en de globalisering voortdurend online interactie hebben met elkaar, groeit ook de behoefte aan 'gewoon sociaal doen': fysiek samen zijn, tijd hebben voor elkaar en een glas wijn drinken. **Door de continue digitalisering begint er een digitale detox te ontstaan als tegenbeweging, de gast krijgt hierbij behoefte om even niet meer online te zijn maar offline te genieten van authentieke ervaringen.** De gast wil meer dan ooit authenticiteit zien, leren kennen, ruiken, proeven en beleven. Tijd om de zintuigen van de gast te prikkelen.

Bovengenoemde consumententrends zijn gebaseerd op drijfveren van de consument waar de toeristische sector op in moet spelen om ook in de toekomst te voldoen aan de wensen en behoeften van de gast. In de volgende paragrafen worden de trends binnen de sector beschreven, die inspelen op de drijfveren van de consument. Het betreft landelijke, provinciale en regionale trends.

4.2. Trends in verblijfsrecreatie

Het aanbod van accommodatievormen kent inmiddels vele gezichten. Op vakantieparken zien we een veelzijdig palet van slaapplekken, variërend van pipowagens, boomdruppel-tenten, volledig ingerichte safaritenten tot luxe stacaravans, hotelkamers in chalets en vakantievilla's. Hotelvakanties zijn toegenomen in populariteit en het aanbod van Bed & Breakfast accommodaties is in een periode van 10 jaar met ruim 50% toegenomen.

Daarnaast heeft het fenomeen '**social travelling**' met aanbieders als Airbnb, het aanbod nog verder uitgebreid. Voor particuliere aanbieders is het nog eenvoudiger geworden om een woning, appartement of kamer aan te bieden en de grens tussen wonen en vakantieverblijf is zo iets verder vervaagd. Deels gaat het op Airbnb en soortgelijke platformen om nieuw aanbod van particulieren (inwoners dan wel eigenaren van tweede woningen), deels gaat het om aanbod dat ook in het verleden al werd aangeboden via advertenties in kranten en tijdschriften, via de VVV of 'via via'. Aan de Nederlandse kust lijken verhuurplatformen als Airbnb vooral een extra verkoopkanaal, die nieuwe gasten naar de regio weten te trekken. Nader onderzoek is nodig om de effecten voor de regio en voor bestaande bedrijven nauwkeurig in beeld te brengen. Voor gemeenten is het zaak de regelgeving ten aanzien van recreatieve verhuur helder te formuleren, om zo een duidelijk en gelijk speelveld te creëren voor particuliere verhuurders en bedrijven, en om belastingontwijking te voorkomen.

Naast het accommodatieaanbod, verandert ook de gast. De gast is na vele jaren van vakantie-ervaring veeleisender dan ooit. Het vakantiegedrag is grillig en moeilijk voorspelbaar maar heeft ook toegenomen mogelijkheden (goedkoper en toegankelijke bestemmingen). De gast varieert lustig qua bestemming en qua accommodatievorm. Waar mensen voorheen drie weken in de zomer op één camping doorbrachten, worden er nu meerdere vakanties door het jaar heen genoten. De ene keer in een stad, de andere keer in de natuur. Het aantal korte vakanties in eigen land blijft weliswaar stabiel, maar het aantal langere vakanties in eigen land daalde sinds 2004 met 25% (CVO, 2016).

In het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd (NRIT Media, 2015) (NRIT Media, 2016), worden een aantal belangrijke trends beschreven voor de verblijfsrecreatie.

De wens naar luxe in de verblijfsrecreatie neemt toe. Dit speelt in op de motieven gemak (comfort) en beleving. Ondernemingen onderscheiden zich daarbij bijvoorbeeld door meer luxe, beleving en/of comfort te bieden voor de bezoeker (ABN AMRO, 2017). Denk bijvoorbeeld aan investeringen in slaapplekken door attractieparken. Ook de trend van glamping (luxe onderkomens op het kampeerterrein) passen in deze trend. Zij schuiven qua aanbod meer op richting vakantieparken. Vakantieparken schuiven op hun beurt op richting hotels, bijvoorbeeld door ontbijtservice aan te bieden. Er worden ook steeds meer vakantiehuizen gebouwd in een resortsetting. Grote huizen met veel faciliteiten op prachtige locaties, aan het water en vaak ook duurzaam gebouwd. Daarbij wordt er dan een beachclub of loungeclub ingericht waar de gasten zich kunnen terugtrekken, relaxen, genieten van de natuur en tijd hebben voor elkaar. Allemaal zaken waar de gast naar op zoek is en ook voor wil betalen. Een voorbeeld hiervan is Punt West in Ouddorp. Hier wordt gewerkt aan de bouw van 92 strandvilla's, 20 luxe hotelsuites en een exclusieve beachclub op ongerepte natuur direct aan het Grevelingenmeer (NRIT Media, 2015)

Hotels voegen wellness-activiteiten toe: denk aan zwembaden, fitnessruimtes of sportzalen. Het aantal 'wellness-plannen' van hotels stond over 2016 op het hoogste jaaraantal dat ooit gemeten is via Hotelbouwplannen. Met de verschuiving naar luxe en comfort spelen ondernemingen in op de

behoefte die bij de consument lijkt te bestaan. Vanuit de aanbieder zijn dergelijke stappen soms echter noodzaak om bij te blijven. De verschuiving naar luxe is op zichzelf geen heilige graal. Ook andere businessmodellen – zoals budgetconcepten van hotels die op een slimme manier optimaal gemak bieden – bieden op een aantal locaties kansen (ABN AMRO, 2017).

De gast wil een unieke vakantie met een unieke accommodatie, op een unieke plek. Hierin vindt de gast de combinatie van beleving en identiteit, zoals beschreven op de voorgaande pagina's. De omgeving dient meer en meer verankerd te zijn op het park: als de accommodatie in de duinen ligt, zal de accommodatie daar op aangepast moeten worden qua inrichting, ambiance en aanbod aan activiteiten. De accommodatie moet onderscheidend zijn en mag niet meer inwisselbaar zijn met een accommodatie in een andere regio. Dit betekent bijvoorbeeld een regionale en seizoensgebonden menukaart in de horeca en een aanbod van activiteiten die verbonden zijn met de regio. Evenementen kunnen hierin een belangrijke rol vervullen, denk aan de grote rol van Concert@Sea in het trekken van bezoekers naar de regio.

Ook op de website moet de regionale sfeer al proefbaar zijn. Beleving van de regio zorgt voor binding met de regio (NRIT Media, 2015). (Beleving van) regionale en lokale authenticiteit zijn in de afgelopen jaren een belangrijk criterium geweest voor Gemeente Schouwen-Duiveland in de beoordeling van initiatieven. Het DNA van Schouwen-Duiveland en van de verschillende 7 kernen (Renesse, Bruinisse, Zierikzee) is steeds meer de basis van (innovatieve) productontwikkeling. Veel van deze initiatieven zijn vanuit de Voorziening toerisme financieel ondersteund. Enkele voorbeelden hiervan zijn: Heerlijk Schouwen-Duiveland, Natuurlijk Zeeland, Schouws Bord en Veelzijdig landschap.

De gast wil wel een unieke accommodatie, maar niemand gaat enkel en alleen voor de accommodatie naar een bepaalde vakantieaccommodatie. Bij de meeste toeristen zit thuis de bank veel lekkerder, is het bed perfect en de tv groter. **We gaan op vakantie om in en andere omgeving iets te beleven.** Gewoon met een tentje op de hei staan is niet meer voldoende, het moet een echte ervaring zijn. Hoe specialer de plek, des te hoger de waardering (NRIT Media, 2015). Maar hierbij rijst ook de vraag: hoe ver moet je gaan? Overnachten in een doorzichtige bubbel, een aquarium, een boomtent, een vliegtuig, een hobbithotel, een drakenei? Er worden steeds exclusievere concepten bedacht om de gast te trekken.

Daarnaast is de gast gewoon steeds meer op zoek naar pure plekken, waar men de rust heeft om aandacht aan elkaar te schenken. Aandacht voor de kinderen, voor opa en oma en voor zoon of dochter die een druk sociaal leven met een baan combineert. De bungalowsector schenkt hier al aandacht aan door meerdere generatiebungalows te bouwen maar ook door gemakkelijk koppelbare accommodaties aan te bieden (NRIT Media, 2015). Steeds vaker boeken ook meerdere gezinnen met elkaar een korte bungalowvakantie. De grotere bungalows zijn dan ook goed bezet, zeker buiten het hoogseizoen. Voor korte vakanties boeken families bijna nooit langer dan een week. Doordat de grotere bungalows een hogere prijs hebben en de bezetting goed is, is het een interessante markt voor de parken. Niet alleen bungalowparken spelen in op deze trend maar ook de aanbieders van particuliere woningen. Een familie kiest namelijk niet per sé voor een bungalowpark maar soms voor een grote comfortabele woning (NRIT Media, 2016).

ACSI signaleerde ook een andere interessante ontwikkeling op de markt van familievakanties. **Er is een groeiende interesse voor huuraccommodaties omdat families minder de beschikking hebben over een eigen kampeermiddel.** De horeca mag hierbij wat eenvoudiger zijn maar de prijs is wel belangrijk. Families hebben de beschikking over een goed budget maar verwachten daarvoor wel faciliteiten.

Tevens vormen opa en oma, de gepensioneerden, op zichzelf ook een mooie, nieuwe en sterk groeiende doelgroep. Ze brengen relatief veel nachten door op campings, kunnen voor een sterke bezetting in het naseizoen zorgen en besteden veel. Ze verwachten wel een bedrijf dat tiptop in orde is en een goede horeca heeft, in tegenstelling tot de families.

Gepensioneerden willen op de camping goed kunnen dineren. Zo blijkt uit onderzoek van ACSI, dat 64% van de Nederlandse gepensioneerden afwisselend uit eten wil of zelf op de camping kookt. Bij de Duitse gasten is dat met 75% nog veel sterker.

Ook uit de CELTH-studie (2015), waarin een prognose is gemaakt van de verwachte marktontwikkeling (gebaseerd op een enquête onder vaste gasten en relevante demografische, economische en sociaal-culturele ontwikkelingen) blijkt dat het aantal stacaravans op een jaarplaats in de afgelopen tien jaar al aanzienlijk is afgenomen. Kijkend naar trends in de kampeermarkt is de verwachting dat deze afname doorzet. Signalen vanuit de sector duiden erop dat bedrijven deze verdere afname ook verwachten: diverse kampeerbedrijven transformeren jaarplaatsen naar toeristische verhuurobjecten omdat er dus een groeiende interesse is voor huuraccommodaties in plaats van een eigen kampeermiddel. Maar ook dit segment raakt reeds verzadigd door een groei en vervaging van het aanbod.

De afgelopen jaren laten een bijzonder grillig beeld voor dit segment zien. Het toeristisch kamperen heeft de afgelopen tien jaar een flinke terugloop laten zien, steeds minder Nederlanders kamperen met eigen kampeermiddelen. Ook voor het kamperen op een seizoenplaats zijn deze kampeermiddelen nodig, dus de verwachting is dat deze vorm van kamperen in de periode tot 2020 eveneens licht zal dalen. Toch geldt ook voor de vaste gast de mogelijk groeiende interesse in kamperen n.a.v. de stijgende verkoopcijfers van kampeermiddelen in 2016 (BOVAG, 2016). Daarnaast is de verwachting dat het aantal vaste gasten met tweede woningen nog matig zal groeien, met zo'n 5% tot 10% in de periode tot 2020.

Tot slot is er in de kampeersector sprake van een stevige tweedeling in de behoeften van de gast in het algemeen. De ene gast kiest voor luxe en heeft graag een accommodatie met veel luxe, waar de andere gast kiest voor een totale back-to-basic ervaring: **Glamping vs. Bamping.** Voor veel mensen is kamperen nog altijd 'kramperen', zij zijn niet bereid in een tent te overnachten maar ze zijn wel geïnteresseerd in het sociale aspect van kamperen: kinderen leggen op de camping gemakkelijker contact met andere kinderen, lekker buiten zijn, ravotten, vies worden en midden in de natuur zijn. Steeds meer mensen gaan dan ook op zoek naar een plekje op de camping, maar willen met name grote en luxe accommodaties (NRIT Media, 2015).

Roan Holidays presenteert de meest luxe stacaravans met een grote veranda van 8 meter breed en een Auping bed. Een gedeelte van het dak is van lamellen gemaakt die je open kunt zetten boven je terras. De iets minder grote versie is gedeeltelijk als tent uitgevoerd en is de noviteit voor dit bedrijf in 2016. Het is weer een toevoeging aan het aanbod van glamping. Luxe kamperen leek een plafond bereikt te hebben, maar het zet toch nog verder door (NRIT Media, 2016).

De wensen van de gast zijn tegenstrijdig: luxe en comfort versus back to basic. Het is dus belangrijk om hierin een keuze te maken en daar kwalitatief goed invulling aan te geven. De verbondenheid met- en beleving van de regio is echter in alle concepten van groot belang. Om die verbondenheid te stimuleren is het van belang dat gasten zich welkom voelen in de regio. Dit kan versterkt worden door een hoog serviceniveau en een directe en persoonlijke benadering. Denk hierbij ook aan het wegnemen van elementen die geen welkom gevoel geven als slagbomen bij verblijfsaccommodaties of attracties (NRIT Media, 2016).

Brancheorganisatie RECRON deelde de volgende concluderende bevindingen met betrekking tot de verblijfsrecreatie op Schouwen-Duiveland (uit de 'Evaluatie Actieprogramma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme 2015'.):

- Het toeristisch kamperen op Schouwen-Duiveland stijgt. Ook vaste standplaatsen zijn goed verhuurbaar en worden steeds meer (afwisselend) bezet door families. De vraag naar camperplaatsen groeit nog steeds.
- Er worden steeds meer recreatiewoningen verkocht. Eén van de belangrijkste redenen hiervoor is het te behalen rendement in relatie tot de huidige financiële markt (lage rentepercentages). In algemene zin kan het zijn dat het rendement op recreatiewoningen (in de toekomst) meer onder druk komt te staan.
- De markt van recreatiewoningen trekt aan, veel oudere woningen op het eiland zijn in 2014 verkocht en worden door de nieuwe eigenaren opgeknapt.
- Het hoogseizoen is niet meer (over)vol. Door een toenemende bezetting in de schouderseizoenen wordt dit (meer dan) goedge maakt.
- De gemiddelde verblijfsduur neemt volgens de RECRON nog steeds af, maar de frequentie waarmee de toerist komt neemt wel toe.
- In Zeeland en ook op Schouwen-Duiveland zijn er relatief veel jonge ondernemers in de verblijfsrecreatie. Op Schouwen-Duiveland zijn dit er meer dan in de rest van Zeeland.

4.3. Trends & ontwikkelingen dagrecreatie

Na jaren van recessie waarin de gast de hand op de knip hield, profiteert de vrijetijdsindustrie momenteel van een opleving. De stijgende consumentenbestedingen hebben een direct positief effect op de vraag. Ondanks de toename van de vraag, blijft de dagrecreatiemarkt een 'vechtersmarkt'. De afgelopen jaren is het aanbod van vrijetijdsbestedingen namelijk substantieel toegenomen. Hierbij neemt ook de concurrentie vanuit andere branches toe, doordat retailers steeds meer beleving in hun concepten doorvoeren om de gast te blijven trekken.

De Nederlander gaat graag een dagje uit en zoekt hierbij continu naar nieuwe ervaringen en vormen van beleving. Ook steeds meer buitenlandse gasten steken de grens over om een dagje te recreëren in Nederland. In Zeeland is er met name een groei in het aantal Belgische dagtoeristen, alhoewel de Zeeuwen zelf nog steeds de belangrijkste doelgroep zijn als het gaat om daguitstapjes.

Evenementen stimuleren dagtoerisme en verblijfstoerisme Muziekevenementen vormen het type evenement dat het meeste aantal bezoekers trekt naar een regio of bestemming. In de top-50 entreeheffende festivals in Nederland, staat Concert at Sea op nummer 37 in 2016. Concert at Sea vindt ieder jaar plaats op de Brouwersdam in Schouwen-Duiveland en trekt daarmee heel wat dagrecreanten naar de regio. Onderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy naar het festival wijst uit dat 80% van de bezoekers van buiten de provincie komt. Meer dan de helft daarvan verwacht Zeeland ook vaker te bezoeken (Omroep Zeeland, 2013). Alhoewel de bron van dit

onderzoek al enigszins verouderd is, kunnen evenementen als Concert at Sea dus wel een belangrijke rol spelen in het verhogen van het aantal (herhaal)bezoeken naar bijvoorbeeld Schouwen-Duiveland.

Verschillende partijen binnen en buiten de gastvrijheidsindustrie kunnen aanhaken bij en (financieel) profijt hebben van een evenement (NRIT Media, 2016). Denk bijvoorbeeld aan de verblijfsarrangementen rondom Concert at Sea. Door deze samenwerkingen genieten de gasten niet alleen van het evenement maar ook van alles in de regio daaromheen. Hierdoor beleeft de gast naast het evenement ook de regio. Met name bij eenmalige, tijdelijke evenementen is er voor gasten een grotere aanleiding om de regio te bezoeken. Gemeente Zandvoort stimuleerde dit in 2016 door een pop-upweekend aan te wijzen. Organisatoren mochten dat weekend vergunningsvrij, zonder leges en precario, een evenement organiseren, met bovendien vrije openingstijden voor winkels en horeca die meededen met het initiatief.

Dit sluit aan bij de **groeïende trend van pop-up initiatieven**. Het beperkt zich allang niet meer alleen tot winkels, er zijn ook pop-up restaurants, -musea, -stranden en -campings. Deze trend lijkt dus een blijvertje te zijn. Het succes kan worden verklaard door exclusiviteit en belevenis. In een wereld waar alles overal en altijd verkrijgbaar is, zijn zaken die slechts beperkt en tijdelijk beschikbaar zijn immers extra aantrekkelijk. Zo is Puur-e al vier jaar heel succesvol met hun maandelijks pop-up diner op een wisselende, geheime locatie rondom Ede op de Veluwe. Maar ook de Zeeuwse jaarlijkse excursie Saeftinghe Culinaire is altijd lang van te voren volgeboekt. Pop-up restaurants zijn de ideale gelegenheid om een regio en de regionale specialiteiten te promoten. Er zijn vast nog veel meer Zeeuwse concepten met de zilte zaligheden denkbaar (Zeeland, pop up!, 2017). De exclusiviteit die pop-up initiatieven met zich meebrengen wekt steeds meer de interesse van gasten. Om deze (nieuwe) stroom bezoekers ook te verwelkomen, is het van belang om als gemeente ook te faciliteren in deze exclusieve pop-up initiatieven op o.a. het gebied van vergunningen.

Het is binnen de gehele dagrecreatie belangrijk om niet per se te focussen op een toename van het aantal bezoekers, maar ook vooral op de kwaliteit van het bezoek. Voor attractieparken – die veel bezoek krijgen via kortingsacties – ligt er veel potentie om in de **bezoekerservaring** te investeren. Zo sluit het aanbod van horeca lang niet altijd aan op de wens van de consument. Dit is nog een belangrijke extra inkomstenbron die door dagattracties ontsloten kan worden. Daarnaast is het bieden van een extra 'ervaringen' aan de bezoeker kansrijk. Dit kan bijvoorbeeld via een exclusieve rondleiding, een gepersonaliseerde souvenir of foto. Ook technologische mogelijkheden om bezoekers te helpen aan de snelste route naar vrije parkeer- en zitplaatsen, of naar de horecapunten en toiletten met de kortste rij, bieden kansen. Ten slotte is ook de online zichtbaarheid van groot belang: 90% van de bezoekers plant zijn attractieparkbezoek thuis al in detail.

Net zoals bij het verblijfstoerisme, is er ook bij het dagtoerisme een opkomst van de '**multigeneratie**', samen met verschillende familiegeneraties een dagje op stap gaan. Dit betekent dat een bestemming in allerlei voorzieningen moet inspelen op grotere groepen gasten, denk hierbij aan meer- of grotere parkeerplaatsen, grotere tafels in restaurants, meer personeel om grotere groepen in één keer te kunnen bedienen, ruimere toeristische vervoersmiddelen, betere toegankelijkheid van dagattracties voor ouderen maar ook jonge kinderen (kinderwagens), etc.

Nederland weer internationaal fietsland, Zeeland 5-sterren fietsprovincie. In 2015 ging de Tour de France in Nederland van start. In 2016 was de Italiaanse wedstrijd Giro d'Italia vier dagen te vinden in Gelderland. Deze evenementen en de beelden ervan die de hele wereld over gingen, zetten Nederland weer op de kaart als internationaal fietsland. Met name de Tour de France zette ook de provincie Zeeland op de kaart doordat één van de etappes op de Oosterscheldekering bij Delta Park Neeltje Jans finishte. Tijdens de uitzending van deze etappe kwam Zeeland, met name Schouwen-Duiveland uitgebreid in beeld. Jaarlijks fietsen er duizenden gasten voor hun plezier door het Zeeuwse landschap. Het kenniscentrum heeft onderzoek gedaan naar de customer journey van de recreatieve fietser in Zeeland. Inzicht hierin biedt de bestemming Zeeland en ondernemers de mogelijkheid om hun inspiratie, informatievoorziening en services aan te passen aan de wensen en behoeften van de fietser. Daarmee heeft Zeeland in 2017 voor het eerst de erkenning van 5-sterren fietsprovincie gekregen.

Uit het onderzoek van het Kenniscentrum blijkt ook dat het merendeel van de recreatieve fietsers in Zeeland ouder is dan 55 jaar. Het is dan ook niet verwonderlijk dat bijna 40% van de fietstochten door Zeeland op een elektrische fiets gemaakt wordt. De meeste fietstochten worden afgelegd in een landelijk gebied met een gemiddelde afstand van 21,7 km. De Zeeuwen zelf vormen een belangrijk deel van het totaal aantal fietsers in Zeeland, driekwart van de fietsers komt namelijk uit de provincie zelf.

Naast fietsen (en wandelen) zoekt de dagrecreant ook steeds meer andere vormen van vermaak die aansluiten bij een gezonde leefstijl. De interesse voor een gezonde leefstijl, met gezonde voeding, voldoende beweging, doelgerichte huidverzorging en ontspanning neemt toe. Daarnaast is er een toenemende tendens om mensen meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor hun eigen gezondheid en welbevinden. Hierdoor wordt een groeimarkt gecreëerd voor wellnessdiensten. Dit houdt in dat leefstijlgerichte wellnessdiensten en –producten steeds meer deel zullen uitmaken van een totaalpakket dat gericht is op vitaliseren en revitaliseren. De toenemende vergrijzing zal worden omgezet tot een kans voor het wellnesaanbod. De gemeente Schouwen-Duiveland kan hier op in spelen door ook de regionalisering te laten doorwerken in het wellnesaanbod. Biedt bijvoorbeeld gezonde lokale gerechten aan of (behandel)producten uit de regio. Op deze manier kan de identiteit van Schouwen-Duiveland ook uitgedragen worden onder deze groeiende doelgroep.

4.4. Trends & ontwikkelingen waterrecreatie

Nederland is een van de geboorteplaatsen van de watersport. Daaruit ontwikkelde een sterke industrie. Nog steeds komen veel innovaties van rondom de Nederlandse wateren. Er is volgens cijfers van de HISWA een stevige populatie watersporters: 2,6 miljoen. Het aantal vaartuigen wordt geschat op 500.000. De ANWB meldt op basis van onderzoek echter dat de gemiddelde booteigenaar 58 jaar oud is en dat 30% in de komende drie jaar van plan is zijn boot te verkopen. Slechts een klein deel van die 30% wil daarna ook nog blijven varen. Ondanks dat jongeren wel geïnteresseerd zijn in watersport, is er relatief weinig aanwas. Nadat zij op jonge leeftijd hebben genoten van een zeilcursus, raakt de watersport deze jongeren kwijt en moet zij concurreren met verre reizen en andere avonturen. Jongeren willen tevens niet ieder weekend of iedere vakantie weg met de boot. Ook beschikken zij niet over de financiële middelen om een boot aan te schaffen (Waterrecreatie Advies, 2012). Tegelijkertijd bestaan er onder jongeren nog veel misplaatste vooroordelen over vaarbewijzen.

“Mag iedereen zo maar varen of heb je een vaarbewijs nodig? Ik denk niet dat veel jongeren een vaarbewijs hebben.” – respondent doelgroep jongeren

Oplossingen voor een afnemende markt

Op verschillende manieren proberen partijen mensen te interesseren in de watersport, 3 procent van de Nederlanders doet momenteel al aan watersport, maar 17 procent van de Nederlanders zou dit ook graag willen. Om deze potentiële afzetmarkt aan te spreken, is HISWA de campagne “Welkom op het water” gestart. Ook individuele jachthavens proberen de watersport een boost te geven.

“We hebben iedere 3e zondag van de maand zeilwedstrijden en dan mogen al die schepen heel de winter gratis liggen als zij mee doen met de zeilwedstrijden. Dat is uitgegroeid tot het grootste watersportevenement in Zuidwest Europa in de winter. Dat is om de gasten wat te activeren om gebruik te maken van het schip.”- Co Schot, Marina Port Zélande.

Een andere manier is het **delen van boten**. Hiervoor bestaan al verschillende initiatieven, zoals de Zeilpas, Flexyachts en barqo.nl. Langzamerhand verdwijnt het beeld dat watersport alleen is voor eigenaren van boten, er zijn inmiddels allerlei andere manieren om toch met een boot het water op te gaan. De ontwikkeling van het ‘boot delen’ is één van de meest in het oog springende trends binnen waterrecreatie. Daarnaast zijn er nog enkele andere trends:

Suppen populair: ‘Stand up paddeling’ is in de watersport afgekort tot SUP en is een van de snelst groeiende vormen van watersport op dit moment. Suppen is leuk en ontspannend, makkelijk te leren en een complete training voor het lichaam. Naast een peddel- en surfsport is SUP ook een balanssport, waardoor de SUPsessie ook mentale rust kan bieden. Hiermee past SUP dan ook helemaal in een bewuste levensstijl (SUP info, 2017).

Windsurfen weer terug? In de jaren ’80 en ’90 was windsurfen immens populair. Daarna ging het bergafwaarts. Het lijkt weer een beetje populairder te worden. Schouwen-Duiveland biedt liefhebbers van windsurfen de ruimte aan de Grevelingendam en aan de Kabbelaarsbank. Hier kunnen de wat rustigere sporten zoals windsurfen genoten worden. De Grevelingen is een uniek watersportgebied en trekt elk jaar velen toeristen.

Laagdrempelig leren zeilen: Zeilen is leuk maar niet meteen makkelijk. Heel veel mensen willen deze tak van watersport leren kennen, blijkt uit verzamelde cijfers over de Optimist on tour. Het afgelopen jaar stapten 15.000 kinderen in kleine zeilbootjes. 40 watersportverenigingen en jachthavens deden mee aan het programma. Het KNOV probeert kinderen te verleiden om te blijven varen via de Otterclub. Kinderen krijgen een werkboek mee en ze kunnen gratis lid worden van het verbond. Dit leverde 3.000 Otterclub-leden op.

Watersport moet mix bieden: een kans voor recreatie op en om het water. De waterrecreant wil meer doen rond het water. Daarom organiseren zeilscholen een breed programma voor kinderen. Tijdens de Optimist on tour werd ook kanovaren, over water lopen in een aquabubbel en proeven met water aangeboden.

De laatste decennia heeft de watersport ingezet op het beleven van rust, natuur en cultuur. Niet de elementen die de meeste jongeren tijdens hun vrije tijd zoeken. Positief blijft dat veel mensen, ook jongeren, graag bij of op het water verblijven. Nieuwe vormen van watersport, zoals SUP en kitesurfen zijn dan ook populair bij de jongere doelgroepen. Op zeilscholen maken ieder jaar weer tienduizenden kinderen kennis met de watersport, ze bewegen en sporten op het water en hebben bovenal een leuke tijd met elkaar. De zeilscholen zijn daarmee een kraamkamer van de watersport.

Als deze watersporters wat ouder zijn, stappen ze mogelijk over op een kajuitjacht of sloep, maar het is hoe dan ook een lichting die andere wensen heeft dan veel huidige booteigenaren. De watersportbranche zal moeten investeren in collectieve marketing waarmee de slagkracht van de branche als geheel vergroot wordt. Bootverhuurders doen dat al met www.vakantievaren.nl en zeilscholen met www.vaarschoolzeilschool.nl. Vervolgens is het de beurt aan de jachthavens en andere delen van de watersportbranche. HISWA is daarom in 2015 gestart met de grootschalige campagne 'Welkom op het Water' om nieuwe watersporters te motiveren om kennis te maken met deze unieke vorm van vrijetijdsbesteding (NRIT Media, 2016).

4.5. Samengevat

Tijdens de vakantie / in de vrije tijd zijn consumenten vooral op zoek naar unieke belevingen, belevingen die nergens anders te vinden zijn. De groen-blauwe oase van Schouwen-Duiveland biedt volop kansen om gasten de unieke omgevingskwaliteiten actief te laten beleven: op het land, op de grens van water en land (stranden, dijken, dammen) en op het water.

5. Vitaliteit verblijfsrecreatie Schouwen-Duiveland

De kwaliteiten van de Zeeuwse kust zorgen voor een unieke beleving. Natuur, landschap, samenleving, toerist en accommodatie zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Ook de kust van Schouwen-Duiveland is bij uitstek de locatie waar het beleven van natuur en landschap centraal staat. Het eiland heeft een grote diversiteit aan landschappen, van zandverstuivingen, valleien en duinweiden tot aan open agrarische landschappen en zilte polders. Kwaliteit én vitaliteit zijn van belang.

Vanuit de samenleving is er, middels het Kustpact, de zorg over de bescherming van de natuur- en landschapskwaliteiten. Deze zorg komt o.a. voort uit de bebouwing van de kust voor recreatieve doeleinden. Hiermee houdt de opgave om de vitaliteit van de verblijfsrecreatie te waarborgen ook verband.

5.1. Vitaliteit van de verblijfsrecreatie

Naar aanleiding van onder andere toenemende concurrentie op de vakantiemarkt en de zogeheten 'verblijfsrecreatieparadox'⁸, heeft ZKA in 2014-2015 onderzoek uitgevoerd naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in Zeeland. Voor gemeente Schouwen-Duiveland heeft er aansluitend een verdieping plaatsgevonden.

Zeeland beschikt over een groot aantal campings en bungalowparken. Op campings bestaat ongeveer de helft uit toeristische kampeerplaatsen en 41 procent uit jaarplaatsen. De komende jaren komt het aantal geplande aanbodtoevoegingen van recreatiebungalows uit op ruim 1.900 eenheden, waarvan meer dan 90 procent aan de kust. Ondanks een redelijke bezetting, groeit het Zeeuwse aanbod harder dan de vraag. Uit de prognoses van ZKA blijkt dan ook dat 3 procent van de kampeerplaatsen en 23 procent van de recreatiewoningen in Zeeland in de periode tot 2020 het contact met de markt zullen verliezen. Van het aantal bedrijven in de verblijfsrecreatie is 47 procent (op termijn) niet vitaal, dit betreft vooral de kleinere bedrijven - het gaat om 18% van het aantal eenheden.

Inzoomend op Schouwen-Duiveland stelt ZKA dat 59% van de bedrijven en 20% van het aantal eenheden op termijn niet vitaal is. Het gaat vooral om kleinere bedrijven gelegen in het binnenland. Grote verblijfsrecreatiebedrijven zijn veel vaker vitaal dan kleine bedrijven. Er zijn grote verschillen tussen bedrijven, deze zijn volgens ZKA te wijten aan verschil in ondernemerschap. 40 procent van de verblijfsrecreatiebedrijven heeft in de afgelopen drie jaar geïnvesteerd, vooral in uitbreiding, nieuwe voorzieningen of verbeteren van bestaande voorzieningen. 60 procent investeerde niet. Het is echter van groot belang dat alle bedrijven blijven investeren om aansluiting te houden met de markt. Het uitblijven van investeringen wordt door de ondervraagde ondernemers geweten aan een gebrek aan financiering en een gebrek aan medewerking van de overheid.

Concluderend kan gezegd worden dat het beeld van de verblijfsrecreatie op Schouwen-Duiveland ongeveer hetzelfde is als in Zeeland. Het gaat goed, maar er moet aandacht komen voor een aantal (kleinere) bedrijven onderaan de markt.

⁸ Brancheorganisatie RECRON ziet een 'verblijfsrecreatie-paradox': enerzijds is er sprake van innovatie, investeringen, kwaliteitsverbeteringen de daaruit voortvloeiende behoefte aan ontwikkelingsruimte bij ondernemers. Anderzijds is er in bepaalde segmenten van de sector sprake van overaanbod met sluimerende problemen als verloedering, leegstand, permanente bewoning of huisvesting van niet recreatieve doelgroepen.

ZKA geeft de volgende adviezen om de verblijfsrecreatie vitaal te houden:

1. Zorg voor differentiatie aan de kust, door bijvoorbeeld te experimenteren met hybride verblijfsvormen. Toets nieuwe ontwikkelingen daarnaast ook kritisch op een marktgerichte onderbouwing (ontwikkel een vraaggericht toetsingskader), onderscheidend vermogen en bedrijfsmatige exploitatie.
2. Stimuleer innovatie in de regio binnenwater door de ontwikkeling van belevingsconcepten op de grens van land en water.
3. Focus via versterking van ondernemersvaardigheden op optimalisatie in het binnenland.
4. Handhaaf in programmaverband op de wettelijke kwaliteitsondergrens: veiligheid, overlast, permanente bewoning, huisvesting arbeidsmigranten, legionella, brandveiligheid en hygiëne.
5. Stimuleer ondernemers om de niet-vitale verblijfsrecreatie bedrijven over te nemen, door versnelling van procedures etc. Stimuleer niet-marktconforme verblijfsrecreatie om te stoppen.

Tot slot blijft het belangrijk om te verkennen hoe een balans kan worden gevonden tussen vraag en aanbod in de recreatiesector, rekening houdend met de nieuwe kustvisie.

Om de kwaliteit van de verblijfsrecreatie (aan de kust) te behouden, is het uitgangspunt om geen nieuwvestiging meer toe te staan in de regio, maar in te zetten op herstructurering en kwaliteitsverbetering van bestaande objecten (binnen de begrenzing van bestaand bebouwd gebied). Waar mogelijk is het namelijk belangrijk om nieuwe ontwikkelingen realiseerbaar te maken met oplossing van (oude) kwalitatief mindere locaties en/of terreinen. Op deze wijze kan aan de ene zijde productinnovatie en kwaliteitsverbetering worden gerealiseerd, terwijl anderzijds oplossingen worden gevonden voor producten die het contact met de markt zijn verloren. Uitgezonderd hierbij is nieuwvestiging die bijdraagt aan gebiedsvisiegerichte ontwikkelingen.

Gemeente Schouwen-Duiveland heeft de afgelopen jaren reeds bij alle projecten ingezet op verbetering van het product 'Schouwen-Duiveland' (kwalitatief), met behoud van kernkwaliteiten (water, natuur, cultuur en de veelzijdigheid van het eiland). In herstructureringstrajecten, beoordeling van recreatieve uitbreidings- en bouwplannen en toetsing van subsidieaanvragen, is de keuze voor kwaliteit en verbreding steeds prioriteit. Dit criterium is daartoe bijvoorbeeld opgenomen in de Nota recreatiewoningen en in de Nota kamperen. Met name de handhaving van de brandveiligheid op kampeerterreinen levert voor Schouwen-Duiveland op korte termijn een oplossing voor problemen bij enkele kwalitatief slechtere bedrijven. Aangezien dit één van de weinige mogelijkheden is om kwaliteitsverbetering af te dwingen, dient - mede in overleg met de RECRON en de Veiligheidsregio - een goed handhavingstraject te worden opgezet. Handhaving op de kwaliteit verdient waar mogelijk nog wel de aandacht.

Om de nieuwe kustvisie van kracht te laten zijn en uit te dragen, is het van belang dat er binnen de kustgemeenten afstemming is over het behouden van de kwaliteit van de Zeeuwse kust en kwaliteitsverbetering ook te stimuleren. Recentelijk is al gestart met overleg tussen de kustgemeenten en de Toeristische Uitvoeringsalliantie (Kenniscentrum Kusttoerisme, VVV Zeeland en Economische Impuls Zeeland). De kwaliteit van de Zeeuwse kust is hierbij een belangrijk aandachtspunt.

5.2. Conclusie

De vitaliteit van het verblijfsrecreatieve aanbod is op Schouwen-Duiveland vergelijkbaar met Zeeland. 20% van de eenheden op het eiland heeft onvoldoende toekomstperspectief, veelal in het binnenland. Deze bedrijven verdienen de aandacht.

Aan de kust is differentiatie de belangrijkste uitdaging: niet meer van hetzelfde, maar onderscheidende concepten die de kustbeleving versterken. Nieuwvestiging is in principe niet meer aan de orde, het credo is herstructurering en kwaliteitsverbetering van bestaand aanbod. Uitzondering is nieuwvestiging die bijdraagt aan gebiedsvisiegerichte ontwikkelingen. Op deze wijze kan aan de ene zijde productinnovatie en kwaliteitsverbetering worden gerealiseerd, terwijl anderzijds oplossingen worden gevonden voor producten die het contact met de markt zijn verloren.