



**KENNISCENTRUM
KUSTTOERISME**

Analyse Zeeuwse vrijetijdssector

ten behoeve van visie
Bestemming Zeeland 2030

Colofon

© 2021, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

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

Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364
4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 - 499 640
E-mail: kenniscentrumtoerisme@hz.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl

Auteurs

Diana Korteweg Maris, Harm IJben, Keisa Meyjes

Fotografie

voorzijde: Ben Biondina voor DNA Beeldbank op www.laatzeelandzien.nl
pagina IV: Robert Brands (Flickr The Commons)
pagina 11: Thijs Tuurenhout voor DNA Beeldbank op www.laatzeelandzien.nl
pagina 25: Carmen Willemsen
pagina 26: VV Zeeland
pagina 32: Museum Boijmans van Beuningen
pagina 39: VV Zeeland
pagina 41: Dennis Wisse voor DNA Beeldbank op www.laatzeelandzien.nl
achterzijde: Willem Woznitza voor DNA Beeldbank op www.laatzeelandzien.nl

Grafische vormgeving

Kees Hoendervangers, www.dtp-plus.nl

Inhoud

Inleiding	1
Vrijtjidssector	1
Maatschappelijke waarde van de Zeeuwse vrijetjidssector	3
Economische waarde	3
Toerisme in balans is waardevol toerisme	4
De Zeeuwse vrijetjidssector	6
Maatschappelijke opgaven en ontwikkelingen	8
Maatschappelijke rol van de Zeeuwse vrijetjidssector	17
De Zeeuwse vrijetjidssector: nu en de toekomst	19
Verblijfstoerisme: voortdurende groei tot en met 2019	19
Vrijetjidsgedrag	34
Geraadpleegde bronnen	44





Inleiding

Hoe zou de vrijetijdssector in Zeeland er in 2030 uit moeten zien? Hoewel we momenteel midden in de coronapandemie zitten, richten we de blik toch ook op de toekomst. Het herstel na de crisis biedt immers ook mogelijkheden om in te spelen op kansen en ontwikkelingen op middellange termijn. Daarom werken vele partijen nu samen aan de totstandkoming van een visie op Bestemming Zeeland in 2030. Om ervoor te zorgen dat alle betrokkenen kunnen beschikken over dezelfde basisinformatie, is dit document samengesteld. Hierin is informatie bijeengebracht uit een groot aantal onderzoeken en publicaties die relevant zijn voor de vrijetijdssector in Zeeland (zie literatuurlijst voor bronnen).

Vrijetijdssector

De sector heeft vele namen, na het aloude 'toerisme en recreatie' kwamen termen als 'vrijetijdseconomie', 'gastvrijheidseconomie' en 'bezoekers-economie'. Deze nieuwe begrippen zijn vaak bedoeld om aan te tonen dat toerisme en recreatie een breder veld bestrijken dan de eerste associaties met verblijfsaccommodaties en fietsroutes. Het nadeel van deze nieuwe termen is dat zij de sector nadrukkelijk in de economische hoek plaatsen. Dat is een beperking: de sector kent ook veel sociale, ruimtelijke en culturele facetten, die van groot belang zijn. Vandaar dat gekozen wordt voor de naam **vrijetijdssector**.

De vrijetijdssector is een heel breed domein, waarin de bezoeker met diens activiteiten en de bewoner met diens vrijetijdsactiviteiten centraal staan. Zij worden bediend door een breed palet van zowel private als publieke partijen. Een bezoeker komt meestal niet vanwege een specifiek bedrijf naar een regio, maar vanwege het samenspel tussen verblijf, horeca, vermaak, landschap, winkels, vervoer etc. Het gaat in de vrijetijdssector dan ook niet om het aanbod van één product, maar er is sprake van een samengesteld product, waarbij verschillende aanbieders zijn betrokken. Ten slotte is er sprake van natuur, landschap, stedelijke omgeving en leefomgeving: de plekken waar veel bezoeken en vrijetijdsactiviteiten plaatsvinden. Hier zijn de fysieke inrichting en de sociale structuur bepalend voor het goed functioneren van de vrijetijdssector – ook al zijn deze plekken niet louter voor de vrijetijdssector bedoeld. Het laat

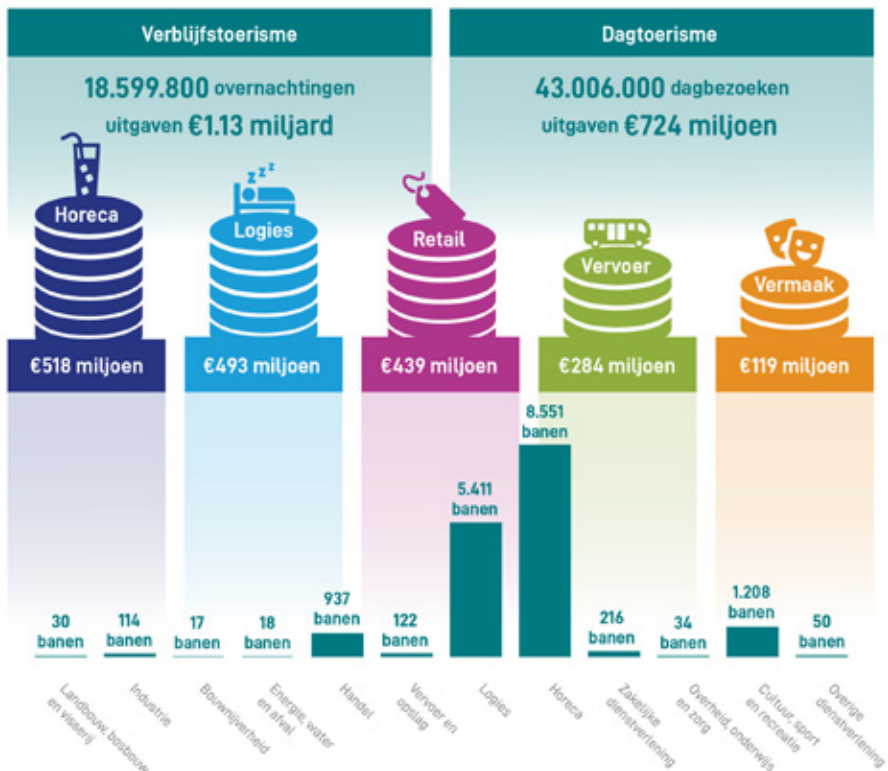
zien hoe sterk de vrijetijdssector verweven is met allerlei onderdelen van de maatschappij, economie en leefomgeving.

Maatschappelijke waarde van de Zeeuwse vrijetijdssector

Economische waarde¹

De waarde van de Zeeuwse vrijetijdssector werd in het pre-coronatijdperk vooral vertaald in economisch belang voor de maatschappij. De sector creëert dan ook al jarenlang een aanzienlijke economische waarde voor de regio. Dag- en verblijfstoeristen geven namelijk veel geld uit in Zeeland. De totale bestedingen van alle bezoekers bedroegen volgens de meest recente cijfers € 1,85 miljard in 2018. 60% van de bestedingen waren afkomstig van verblijfstoeristen, 40% is afkomstig van dagtoeristen en het vrijetijdsgedrag van eigen inwoners.

De werkgelegenheid omvatte in datzelfde jaar 16.700 banen (bijna 10% van de totale Zeeuwse werkgelegenheid). Deze 16.700 banen zijn alleen nog maar de banen die voortkomen uit de bestedingen van bezoekers. Werkgelegenheid als gevolg van investeringen van bedrijven en overheden is nog niet meegeteld. Om de omvang van de werkgelegenheid in perspectief te plaatsen²: de vrijetijdssector is qua aantal banen de vijfde sector in Zeeland, na de detail- en groothandel (31.900), de zorgsector (31.300), de industrie (23.400) en de zakelijke dienstverlening (21.000). Een beeldbepalende sector als Landbouw & Visserij telt in Zeeland 'slechts' 10.600 werkzame personen.



Toerisme in balans is waardevol toerisme

Ondanks het grote economische belang van de vrijetijdssector is de publieke opinie niet altijd positief. Sommigen zijn van mening dat de Zeeuwse kust, zeker in de zomermaanden, te druk is en dat er te veel overlast is voor bewoners. In de laatste jaren hebben plannen voor nieuwe vakantieparken dan ook geleid tot stevige protesten en is in de media bovendien steeds meer aandacht voor de negatieve impact van toerisme voor inwoners en hun leefomgeving.

Voor de verdere ontwikkeling van de vrijetijdssector lijkt daarom een andere, meer toekomst- bestendige benadering gewenst, met aandacht voor 1) de mate van balans in economische, sociale en ecologische belangen en 2) de onderlinge verhoudingen tussen bewoners, bezoekers en bedrijven. Een mate van balans tussen de impacts en waarden – sociaal, economisch en ecologisch – is nodig voor een afgewogen duurzame ontwikkeling waarin alle impacts

worden (h)erkend, met inachtneming van de onderlinge verhoudingen tussen bewoners, bezoekers en bedrijven.

Al in het najaar van 2018 zette NBTC Holland Marketing daarvoor de toon met hun visie 'Perspectief 2030'³, waarin de ambitie werd benoemd dat in 2030 toerisme in Nederland waardevol zou moeten zijn voor alle inwoners. Hierbij wordt gesteld dat ingezet moet worden op activiteiten die een bijdrage leveren aan het gedeelde belang van bezoekers, bewoners en bedrijven, om zo Nederland als bestemming toekomstbestendig te ontwikkelen. Bovendien werd benoemd dat de belangen van bewoners tot nu toe vaak achtergesteld zijn geweest in de ontwikkeling van toerisme en daarom een inhaalslag verdienen. Deze visie werd versterkt door het advies 'Waardevol toerisme, de leefomgeving verdient het'⁴ van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur dat in 2019 verscheen. In dit advies werd gepleit voor meer aandacht voor de invloed van toerisme op de fysieke en sociale leefomgeving.

Mede daarom hebben Provincie Zeeland en tien Zeeuwse gemeenten in 2019 een onderzoek laten uitvoeren naar de mate waarin inwoners toerisme steunen en hoe zij de positieve én negatieve effecten van het toerisme ervaren⁵. De belangrijkste conclusie van het onderzoek was dat er brede steun is onder de inwoners voor Zeeland als toeristische bestemming. 70% van de inwoners in de deelnemende Zeeuwse gemeenten steunt toerisme en wil ook dat het belangrijk blijft in hun gemeente. 75% geeft bovendien aan dat hun gemeente een toeristische bestemming moet blijven. Tenslotte geeft 62% van de ondervraagde inwoners aan dat de voordelen van toerisme (op dat moment) zwaarder wegen dan de nadelen.

De steun voor toerisme was met name verklaarbaar vanuit de in ruime mate ervaren positieve economische effecten van toerisme (o.a. bijdrage aan lokale economie, vergroten inkomen en levensstandaard, meer winkel- en horecagelegenheden, ontwikkeling van publieke faciliteiten en meer recreatieve mogelijkheden voor inwoners) en ook de gevoelde trots dankzij toerisme. De ervaren negatieve effecten van toerisme (o.a. verkeersproblemen en zwerfafval) en in mindere mate het gevoel geen stem te hebben bij besluitvorming rond toeristische ontwikkelingen doen in Zeeland juist afbreuk aan de mate van steun vanuit inwoners.

Er waren wel significante regionale en lokale verschillen. Gemiddeld was 28% van de respondenten van het inwonersonderzoek⁶ het eens met de stelling

“Door toerisme wordt het te druk in mijn gemeente”. Maar dit verschilt wel zeer sterk per gemeente en per woonplaats. In de gemeente Tholen is slechts 17% van de inwoners het eens met deze stelling, in de gemeenten Sluis en Veere loopt dit op naar respectievelijk 42% en 49%. Binnen die gemeenten zijn er ook woonkernen waar nog meer inwoners vinden dat het te druk wordt: 55% in Cadzand, 59% in Domburg en 61% in Aagtekerke.

Kijkend naar de officiële CBS-statistieken over toeristische intensiteit⁷, zijnde het aantal geregistreerde overnachtingen afgezet tegen het aantal inwoners, blijkt dat deze in Zeeland veel hoger ligt dan elders in Nederland, met name in de zomermaanden. Zo lag de landelijk gemiddelde toeristische intensiteit in augustus 2020 op 3,6 overnachtingen per 100 inwoners; in Zeeland waren dat 19,7 overnachtingen per 100 inwoners.

De Zeeuwse vrijetijdssector...

De ervaren positieve effecten van toerisme laten zien dat het belang van de Zeeuwse vrijetijdssector in de breedte verder reikt dan alleen het economisch belang. Die vaststelling is onlangs bevestigd in een onderzoek dat is uitgevoerd door CELTH in opdracht van Gastvrij Nederland⁸. De vrijetijdssector is met haar sociale waarden verweven in de samenleving.

... draagt indirect bij aan andere Zeeuwse sectoren in de regio

De vrijetijdssector genereert, via indirecte effecten, extra inkomsten en werkgelegenheid bij toeleveranciers en kan hiermee een boost geven aan een regio. Het biedt bovendien een grote diversiteit aan banen, waarin nieuwe vaardigheden nodig zijn en carrièremogelijkheden ontstaan. Verder draagt de sector bij aan een goed vestigingsklimaat, heeft het een prijsopdrijvend effect op vastgoed en helpt het mensen om te voorzien in hun levensonderhoud. Door deze indirecte effecten is de verwevenheid met andere economische sectoren ongekend groot, maar een goede coördinatie ontbreekt nog. Daarvoor is sectoroverstijgende samenwerking en integraal beleid nodig.

... vergroot de kwaliteit van leven van inwoners

De vrijetijdssector heeft direct invloed op de kwaliteit van leven van inwoners. Eén van de manieren waardoor het bijdraagt aan de leefomgeving is doordat de toeristisch-recreatieve voorzieningen en horeca hun diensten en producten

(ook) aanbieden aan de inwoners van de regio. Ook maken inwoners zelf gebruik van routenetwerken voor fietsen, wandelen en varen, en maken evenementen een regio aantrekkelijk. Daarnaast draagt de sector bij aan het in stand houden van en investeringen in bijv. detailhandel, cultureel en natuurlijk erfgoed, publieke voorzieningen en infrastructuur. In de publicatie Toerisme en Zeeland⁹ wordt dit nader beschreven en onderbouwd.

... maakt mensen gelukkiger

Vakantiegangers voelen zich over het algemeen beter tijdens hun vakantie, in vergelijking met hun dagelijkse leven. Dit komt voort uit psychologisch welbevinden en psychologische groei (plezier en ontspanning leiden tot een afname van stress en de sector biedt ruimte aan bezinning), actief bezig zijn, verbindingen met anderen (contact, gezelligheid, emotionele zekerheid, liefde, sociale gebondenheid en een wij-gevoel), tevredenheid over bestedingen en troost. Tevens kan de aanwezigheid van toeristen en recreanten bijdragen aan een gevoel van veiligheid.

... verbindt groepen mensen

Er is veel geschreven over de vrijetijdsector en meer specifiek toerisme en regionale trots. Het gebruik van regionale verhalen, betekenis en symbolen binnen toerisme kan die identiteit verduidelijken. Daarnaast kan dit leiden tot culturele uitwisseling. Wanneer groepen mensen met verschillende achtergronden en culturen contact hebben en elkaar leren kennen, kunnen zij vooroordelen uit de weg ruimen en vriendschap sluiten.

... is het “sociale cement tussen de stenen”

Voor de Zeeuwse samenleving is het van belang dat zoveel mogelijk mensen een kans krijgen om mee te doen. De vrijetijdsector speelt zo een belangrijke rol in inclusiviteit, zowel in de rol van werkgever als in de rol van gastheer. De sector biedt, deels ingegeven door het karakter van de werkzaamheden, namelijk werk aan mensen met vele verschillende achtergronden, leeftijden, opleidingsniveaus en in het bijzonder aan vrouwen, jongeren en voor mensen in (krimp)regio's. De sector biedt bovendien onderwijs en banen voor mensen met minder kansen door bijvoorbeeld leerplaatsen voor mensen met een beperking. Vanuit de rol van gastheer wordt de sector zich ook steeds bewuster van diversiteit en speelt zij een rol in het samenbrengen van mensen, daarmee een bijdrage leverend aan sociale cohesie.

Maatschappelijke opgaven en ontwikkelingen

SCHAARSE RUIMTE

In een klein land als Nederland is het al snel druk. Druk in de zin van files, wachtrijen en overvolle terrassen. Tevens leidt het beperkt aantal beschikbare vierkante kilometers van Nederland tot de vraag hoe deze ruimte het meest effectief kan worden gebruikt (ontwikkeld). De druk op de ruimtelijke leefomgeving uit zich op meerdere manieren, zoals de 'strijd' tussen verschillende ruimtegebruikers als energie, wonen, bedrijventerreinen, recreatie, natuur, waterveiligheid en landbouw. Deze strijd om de ruimte kan worden beschouwd als bedreiging voor de vrijetijdsector, maar kan ook kansen bieden, bijvoorbeeld in de vorm van meervoudig ruimtegebruik. Ontwikkeling van natuur en landschap kan bijvoorbeeld samengaan met waterveiligheid en waterbuffers, maar ook met vormen van vrijetijdsaanbod. Deze ruimtelijke vraagstukken hebben een interdisciplinair karakter, waardoor deze vraagstukken moeten worden verbonden aan andere beleidsterreinen.

VERDUURZAMING

Een overgang naar een duurzame samenleving is belangrijk om verdere klimaatverandering tegen te gaan. Denk hierbij aan reductie van broeikasgassen, bescherming van biodiversiteit, circulaire economie en het verminderen van het gebruik van natuurlijke hulpbronnen en de transitie naar schone energie. Door verduurzaming verandert de gehele economie: verschuivingen in werkgelegenheid van de ene naar de andere sector en veranderingen in het koopgedrag van de consument. Bovendien kwam Nederland in 2019 tot stilstand vanwege het 'stikstofdossier'. Verdere reductie van stikstof is noodzakelijk voor natuurbescherming en daarmee randvoorwaardelijk voor alle vergunningverleningen in bijvoorbeeld landbouw, bouw en infrastructuur. Verduurzaming is een algemene opgave en heeft daarmee ook impact op de bedrijfsvoering in de vrijetijdsector.

KLIMAATADAPTATIE

De verwachting is dat het klimaat de komende decennia zal veranderen. Volgens de klimaatscenario's van het KNMI¹⁰ moeten we in de toekomst in Nederland rekening houden met hogere temperaturen, een sneller stijgende zeespiegel, nattere winters, heftigere buien en kans op drogere zomers. Drogere zomers en hogere temperaturen bieden weliswaar kansen voor het toerisme in Zeeland, maar de provincie zal waarschijnlijk ook te

kampen krijgen met langere periodes van droogte en extreme regenval. De twee meest urgente thema's voor de Zuidwestelijke Delta¹¹ zijn enerzijds waterveiligheid in relatie tot stijging van de zeespiegel en anderzijds het borgen van voldoende zoetwater voor landbouw, industrie, drinkwater, natuur en recreatie.

Dit vraagt om aanpassingen van de gehele regio en alle bedrijvigheid in de regio. Ook de vrijetijdssector zal haar bedrijfsvoering hierop moeten aanpassen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de reductie van waterverbruik om verdere droogte en watertekorten te voorkomen. Ten slotte kan de sector bijdragen aan deze transitie, bijvoorbeeld door het klimaatbestendig inrichten van terreinen, waardoor lokale knelpunten worden opgelost.

ECONOMIE OP ZOEK NAAR HERSTEL

De economie kende in 2020 een zeer sterke golfbeweging¹²: extreme krimp in het tweede en extreme groei in het derde kwartaal, die echter niet hoog genoeg was om de krimp van het eerste half jaar te compenseren. Het bruto binnenlands product (bbp) kromp in de eerste drie kwartalen van 2020 met 4,1 procent, vooral vanwege de dalende bestedingen van de consument en lagere investeringen door bedrijven. Door alle maatregelen tegen het coronavirus zoals sluiting van horeca, attracties, cultuur en een deel van de winkels waren de consumptiemogelijkheden fors beperkt.

Consumenten hebben hun geld massaal gespaard¹³. Verwachting is dat zij dit spaargeld na beëindiging van de coronamaatregelen weer graag uitgeven in de horeca, recreatie en cultuur.

Ook bedrijven hielden de hand op de knip, vanaf april 2020 daalden de investeringen fors. Uit peilingen in de Zeeuwse vrijetijdssector¹⁴ bleek dat de meeste ondernemers hun investeringen uitstelden, alhoewel wel veel (kleinere) investeringen werden gedaan om het bedrijf corona-proof te maken. Het investerend vermogen voor de komende jaren staat sterk onder druk. Door de grote omzetverliezen is de financiële positie van veel ondernemers met name in de horeca en vermaak zeer zwak. Vanuit dat perspectief is het zorgwekkend dat de kredietverstrekking vanuit banken lijkt te stagneren.

De ene bedrijfstak heeft meer last van de coronamaatregelen dan de andere¹⁵. In de eerste drie kwartalen van 2020 kromp de toegevoegde waarde in de sector horeca & logies met 33%, en in cultuur, recreatie en overige diensten met 23%. De detailhandel als geheel groeide¹⁶, maar de groei kwam vooral terecht bij



webwinkels (groei van 44%¹⁷), bouwmarkten, woonwinkels en supermarkten. Kleding- en schoenenwinkels zagen hun omzetten fors afnemen.

De coronacrisis laat ook op de wat langere termijn sporen na in de Nederlandse economie¹⁸. Het economisch herstel kan pas van start gaan zodra het coronavirus onder controle komt en dat moment lijkt nog steeds op te schuiven in de tijd. Verwachting is dat de economie vanaf 2022 weer gaat groeien.

ARBEIDSMARKT

Als het herstel van de economie doorzet, dan zal de werkgelegenheid ook weer gaan groeien, waarbij mogelijk forse verschuivingen zullen plaatsvinden tussen sectoren. Voor de gehele vrijetijdssector geldt dat aanbieders te maken hebben met verduurzaming en technologisering. Dit heeft grote invloed op de investeringen in de nabije toekomst (energietransitie, reductie waterverbruik, klimaatadaptatie, digitalisering bedrijfsprocessen), op de benodigde vaardigheden van ondernemer én personeel, maar ook op productontwikkeling en marketing voor de gast. Een gast die meer duurzame, bewuste keuzes maakt en die zich nog meer online inspireert en informeert.

In Zeeland zorgden de bestedingen van bezoekers voor 16.700 banen in 2018¹⁹. Hoewel als gevolg van de coronacrisis veel banen zijn verdwenen, was er óók in de zomer van 2020 nog sprake van personeelstekorten in de sector. Verwachting is dat deze tekorten bij herstel van de sector weer snel oplopen. Dit zou zelfs de (door)ontwikkeling van onderdelen van de bestemming Zeeland kunnen belemmeren. Bij het aantrekken van personeel spelen meerdere kwesties.

Allereerst kampt de sector met een imago probleem, deels veroorzaakt door onregelmatige werktijden, lage salarissen en het gebrek aan carrièremogelijkheden. Dit zorgt ook voor een relatief lage instroom in relevante opleidingen. Daarnaast is werk in de sector vaak seizoensgebonden en is er dus sprake van veel tijdelijke contracten. Dit vraagt bijvoorbeeld ook om tijdelijke woonruimte voor het personeel. Verder zijn veel bedrijven in de sector gelegen in het buitengebied, waardoor zij niet goed bereikbaar zijn met het openbaar vervoer. Het personeelsprobleem is daarmee niet alleen een probleem van de sector, maar heeft relaties met beleidsdomeinen als onderwijs, woningmarkt en bereikbaarheid.



BEREIKBAARHEID

Veel bezoekers komen naar en verplaatsen zich tijdens het verblijf binnen Zeeland met de auto en maken dan evenals bewoners gebruik van het wegennetwerk met bijbehorende parkeervoorzieningen. Op zomerse dagen leiden deze extra verkeersbewegingen tot files naar het strand, een volle veerboot naar Breskens of Vlissingen of extra drukte in steden of dorpen. Het willen spreiden (over tijd en ruimte) of juist aantrekken van bezoekers/ontwikkelen van bestemmingen is gedeeltelijk een bereikbaarheidsvraagstuk dat in veel gevallen een bepaalde regio overstijgt.

Bereikbaarheid/ mobiliteit is niet alleen een onderwerp in de vrijetijdssector, het is ook belangrijk voor andere sectoren en de leefbaarheid van een regio (bijv. bereikbaarheid werk, scholen en ziekenhuizen). Overigens wordt de bereikbaarheid van voorzieningen met de auto door inwoners hooggewaardeerd in Zeeland²⁰. De bereikbaarheid van voorzieningen met het openbaar vervoer wordt daarentegen laag gewaardeerd.



BEVOLKING GROEIT

De Nederlandse bevolking blijft groeien; van 17,4 miljoen inwoners nu naar 18,3 miljoen in 2030. De bevolkingssamenstelling verandert, zowel qua leeftijd als qua achtergrond²¹. De bevolking wordt ouder: het aandeel 65-plussers groeit van 20% naar 23%. Daarnaast groeit het aantal inwoners met een Westerse en niet-Westerse migratie-achtergrond. Met name de vergrijzende bevolking biedt kansen voor Nederland als vakantie- en vrijetijdsregio. Nederlandse millennials (geboren na 1980) gaan relatief minder vaak en minder lang op vakantie dan de oudere generaties²², maar kennen wel een andere balans tussen werk en vrije tijd. Een goede balans tussen werk en privé is voor hen de norm. Deze nieuwe generaties hechten waarde aan duurzaamheid, ze richten zich minder op zo veel mogelijk geld verdienen en ze investeren meer in ervaringen dan in bezittingen. Ze leven volgens het motto 'work less, play more' in plaats van het huidige 'work hard, play hard'²³.

Zeeland maakte zich een aantal jaren zorgen over krimp van de bevolking, maar in de meest recente bevolkingsprognose gaat de provincie uit van bevolkingsgroei tot 400.000 inwoners in 2040²⁴. In 2020 was er sprake van een bovengemiddelde bevolkingsgroei (1.891 inwoners; 0,5%²⁵), vooral veroorzaakt door de vestiging van nieuwkomers van buiten Zeeland. Als gevolg van de coronacrisis is thuiswerken in een stroomversnelling geraakt en is er een groeiende belangstelling voor wonen buiten de (Rand)stad. Zeeland hoopt zich succesvol te kunnen profileren als woonprovincie, maar zet ook in op het aantrekken van extra werkenden voor de krappe Zeeuwse arbeidsmarkt. Eigen inwoners zijn van groot belang voor de instandhouding van het voorzieningenniveau en behoren tot de belangrijkste gebruikers van de vrijetijdssector.

Een belangrijke opgave voor Zeeland ten aanzien van bevolking is het behoud van Zeeuwse jongeren in de provincie. De vrijetijdssector kan hieraan een bijdrage leveren, door jaarrond een aantrekkelijk aanbod voor jongeren te bieden, zoals evenementen, uitgaan, programmering van (pop)podia, cultuur en sport. Daarmee zou het beeld 'er is niets te beleven' moeten worden doorbroken.

TECHNOLOGISERING ALS MEGATREND²⁶

Automatisering, digitalisering en robotisering zorgen voor grote veranderingen in onze samenleving. Actuele thema's zijn veiligheid, privacy, 5G, hyper-automatisering, multi-experience, virtual customer experience, chatbots, herkenningstechnologie, robots, drones en big data. De toepassing van big data zet ook door in de vrijetijdssector, ten behoeve van consumentenonderzoek, revenue management en (online) marketing. Zo ontstaan er door technologie nieuwe banen, verdwijnen oude banen en veranderen bestaande functies. Dit leidt enerzijds tot meer uitdagende, kennisintensieve functies in de vrijetijdssector, waar ondernemers en hun personeel andere kennis en vaardigheden voor nodig hebben. Hiervoor moeten onderwijs en bedrijfsleven goed op elkaar aansluiten. Anderzijds kan technologisering ook bijdragen aan oplossingen voor krapte op de arbeidsmarkt: door robotisering en automatisering kunnen allerlei routinematige werkzaamheden vervallen.

De technologisering heeft steeds meer invloed op het dagelijks leven en bijvoorbeeld ook op activiteiten in de vrijetijdssector (denk aan online reserveren van een tijdslot in een attractie, het online inchecken bij accommodaties). Hierdoor hebben ook consumenten steeds meer digitale vaardigheden nodig. De sector moet hierbij wel rekening blijven houden met gasten die deze vaardigheden niet hebben.

LEEFBAARHEID²⁷

ZB Planbureau heeft, ten behoeve van de Zeeuwse Omgevingsvisie 2021, onderzoek gedaan onder inwoners van Zeeland naar het huidige oordeel over Zeeland als provincie om in te wonen, te werken en te leven en naar gewenste ontwikkelingen van de fysieke leefomgeving tot 2050.

Zeeuwen zijn in het algemeen positief over de eigen provincie. Rust, ruimte, recreatiemogelijkheden, natuurlijke omgeving en het landschap worden als sterke punten van Zeeland gezien. Kritischer zijn de Zeeuwse inwoners over carrièrekansen, bereikbaarheid vanuit andere regio's en studiemogelijkheden.

Het landschap en de natuurlijke omgeving van Zeeland worden door inwoners hoog gewaardeerd en ook de recreatiemogelijkheden worden positief gewaardeerd. Inwoners geven aan dat zij de natuurlijke omgeving graag willen behouden voor de toekomst. Natuur kan volgens de inwoners worden behouden en versterkt door natuur zonder recreatieve voorzieningen te creëren ('natuur mag natuur blijven') en door alleen binnen de grenzen van dorpen en steden te bouwen.



Als het gaat om aanbod van voorzieningen scoort Zeeland volgens de eigen inwoners matig (o.a. scholen, winkels) tot voldoende (horeca). Inwoners maken zich zorgen over het verdwijnen en samenvoegen (schaalvergroting) van voorzieningen en over verval door leegstand. Inwoners zien kansen in het spreiden van toerisme over Zeeland om zodoende het voorzieningenniveau in kleine kernen in stand te houden.

Het merendeel van de inwoners vindt Zeeland niet aantrekkelijk voor jongeren; vooral jongvolwassenen vinden Zeeland minder aantrekkelijk als woon-, werk- en leefgebied voor hun generatie. Kansrijke acties die Zeeland volgens de eigen inwoners aantrekkelijker kunnen maken, zijn: verbeteren van bereikbaarheid uit omliggende regio's, verbeteren van OV-verbindingen (ook binnen Zeeland), aanbieden van niche opleidingen om jongeren te werven en het organiseren van meer activiteiten, evenementen en festivals. Bijna twee derde (vooral jongvolwassenen) oordeelt dat dit laatste Zeeland op de (inter)nationale kaart kan zetten.

Driekwart van de inwoners maakt zich zorgen over de diversiteit en betaalbaarheid van het woningaanbod. Het gebruik van woningen als recreatiewoning wordt door een meerderheid van de inwoners gezien als een bedreiging voor de leefbaarheid van kleine kernen/dorpen. Inwoners zien oplossingen in bouwplannen, maar dan vooral binnen de dorpen of steden en met respect voor de historie van de omgeving.

NATUUR EN LANDSCHAP

De Zeeuwse natuur is van grote waarde voor flora en fauna, maar ook voor het welzijn van mens en samenleving. Dit natuurlijke kapitaal moet daarom beschermd, behouden en versterkt worden. Het beleven van natuur en landschap is voor veel bezoekers één van de belangrijkste motieven om hun vakantie of vrije tijd in Zeeland door te brengen. Landschap en natuur zijn ook een belangrijke drager van de regionale identiteit.

In het kader van Natuurbranding zijn voor Zeeland vijf kenmerkende landschapstypen vastgesteld: stranden en duingebieden aan de Noordzee, op en onder water in de binnenwateren, Deltanatuur op de grens van land en water, polderlandschap en historisch landschap. Via de Kustmonitor²⁸ is een eerste peiling uitgevoerd om te zien in hoeverre Duitse en Belgische verblijfstoeristen deze landschapstypen kenmerkend vinden voor Zeeland én in hoeverre men deze landschapstypen aantrekkelijk vindt tijdens een bezoek aan

de kust. Met uitzondering van de binnenwateren worden alle landschapstypen door een grote meerderheid als zeer aantrekkelijk beschouwd, alhoewel zij deze niet altijd herkennen in Zeeland. De variëteit van deze - voor bezoekers aantrekkelijke - landschappen biedt volop mogelijkheden om de diversiteit van de Zeeuwse regio's beter zichtbaar en beleefbaar te maken voor bezoekers en bewoners.

CULTUUR EN ERFGOED

Zeeland zit boordevol verhalen uit het verleden en heden; verhalen verstopt in landschap, gebouwen, tradities en evenementen. Verhalen die vertellen wat Zeeland heeft gemaakt zoals het nu is. Het zijn verhalen die niet altijd direct zichtbaar zijn en doorgaans niet direct herkend worden door een voorbijganger. Dit is jammer aangezien deze achterliggende verhalen de beleving van het landschap, de gebouwen, tradities en evenementen flink kunnen vergroten. Het gaat dus om de rol die erfgoed in toerisme en vrije tijd kan spelen. Erfgoed is verbonden met plekken en draagt daardoor bij aan de identiteit van die plek. Vanuit toeristisch en vrijetijdsperspectief is erfgoed dan ook een belangrijke bouwsteen voor het onderscheidend vermogen van regio's²⁹.

In 2019 zijn negen Zeeuwse erfgoedlijnen gedefinieerd³⁰, die de vele verhalen ordenen en die plekken rondom eenzelfde thema met elkaar verbinden. De vrijetijdssector kan deze erfgoedlijnen benutten in het vertellen van verhalen over de regio en kan zo de beleving van bezoekers vergroten. Voor aanbieders van erfgoed biedt de vrijetijdssector een enorm potentieel van bezoekers, zowel verblijfstoeristen als dagtoeristen. Niet al deze toeristen zijn zich bewust van hun interesse in erfgoed en het is de kunst om hen te verleiden met een verhaal dat aansluit op hun individuele behoeften.

STEDEN

Door veranderend koopgedrag en de digitalisering staan winkelgebieden al enkele jaren onder druk. Er was al een opgave om de winkelgebieden aan te passen aan de nieuwe marktomstandigheden, de coronacrisis heeft bestaande trends in een stroomversnelling gebracht en de uitdaging nog groter gemaakt³¹. Winkelgebieden zullen moeten inkrimpen om de oplopende leegstand structureel aan te pakken. De hoofdwinkelgebieden moeten aantrekkelijke verblijfsgebieden worden met een mix van kopen, eten, drinken, recreëren en overige functies. Binding met de buurt is belangrijk, ook in het kader van leefbaarheid.



Stedelijk toerisme laat in de afgelopen jaren een stijgende trend zien³². In de periode 2010 tot en met 2019 steeg het aantal stedentrips in binnen- en buitenland van Nederlandse toeristen met ruim 70% naar 9,3 miljoen vakanties. Stedentrips in eigen land groeiden nog sneller in populariteit, met maar liefst 80% groei in de afgelopen tien jaar. Het gaat vooral om korte vakanties van 2 tot 4 dagen met een reisgezelschap van 2 personen. In 2019 was voornamelijk het vierde kwartaal van het jaar een populaire periode voor een stedentrip in eigen land, gevolgd door het eerste kwartaal. Stedentrips in eigen land zijn dus bij uitstek een trip voor het laagseizoen en bieden daarmee een kans voor seizoensverlenging. De vrijetijdssector kan sfeer creëren in de steden, in samenwerking met en voortbouwend op cultuur en erfgoed.

CONCLUSIE MAATSCHAPPELIJKE OPGAVEN

In het voorgaande is een reeks van maatschappelijke opgaven beschreven die relevant zijn voor Zeeland. Deze opgaven bieden aanknopingspunten voor een waardevolle ontwikkeling van de vrijetijdssector. De vrijetijdssector kan bovendien bijdragen aan oplossingen voor de opgaven en tevens meeprofiten van de grote overheidsinvesteringen die gepaard gaan met deze transitie. Het is van belang dat de vrijetijdssector goed aangehaakt is op deze processen. Van oudsher wordt de vrijetijdssector nog wel eens over het hoofd gezien bij transitie en opgaven die uit andere domeinen voortkomen. Hiertoe diende de sector zichzelf beter te organiseren. In Zeeland ligt er inmiddels een stevige basis met Toeristisch Ondernemend Zeeland (TOZ; de samenwerkende brancheorganisaties) en de Toeristische Uitvoerings-Alliantie (TUA, Economische Impuls Zeeland, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en de beoogde Zeeuwse Marketing Organisatie).

Naast het organiserend vermogen binnen de vrijetijdssector is het ook van belang om sectoroverstijgend goed verbonden te zijn.

De maatschappelijke rol van de Zeeuwse vrijetijdssector

De brede maatschappelijke, economische en sociale waarden van de vrijetijdssector zoals beschreven in het voorgaande hoofdstuk zijn verklaarbaar vanuit de onderlinge afhankelijkheid en samenhang van de verschillende deeldomeinen (logies, horeca, vermaak en vervoer) en de sectoroverstijgende verwevenheid van de gehele sector in de samenleving (met regionale verschillen).

De geschetste onderlinge afhankelijkheid, samenhang en verwevenheid vertaalt zich in een groot maatschappelijk belang voor Zeeland en haar deelregio's. Bij dit grote belang hoort ook maatschappelijke verantwoordelijkheid. Verantwoordelijkheid voor de manier waarop de vrijetijdssector haar activiteiten uitvoert en verantwoordelijkheid neemt, nu en in de toekomst, ten aanzien van de sociale en fysieke leefomgeving. De sector kan een bijdrage leveren aan de vele opgaven waar Zeeland als regio voor staat in de komende jaren, zoals economisch herstel na de coronacrisis, versterking arbeidsmarkt, leefbaarheid, aantrekkelijke binnensteden, natuurontwikkeling, klimaatadaptatie en energietransitie. Ten slotte, de maatschappelijke rol van de sector kan ook worden gezien in het licht van de Sustainable Development Goals van de Verenigde Naties, zoals hieronder afgebeeld.



Hoewel individuele ondernemers an sich slechts een beperkte bijdrage kunnen leveren aan alle genoemde opgaven, tonen zij een grote bereidheid tot samenwerken, binnen de eigen sector, maar ook sectoroverstijgend. Als dit nog beter georganiseerd wordt, kan de vrijetijdssector als geheel een belangrijke rol spelen en daarmee als 'vliegwiel' fungeren voor diverse regionale opgaven.

De maatschappelijke opgaven voor Zeeland bieden bovendien zowel kansen als bedreigingen voor de Zeeuwse vrijetijdssector. Wanneer overheidsinvesteringen plaatsvinden in thema's als verduurzaming, klimaatadaptatie of gebiedsontwikkeling, dan kunnen meerdere belangen worden samengebracht. De vrijetijdssector kan hiervan meeprofiteren, mits zij goed georganiseerd en aangesloten is bij de betreffende processen.

De Zeeuwse vrijetijdssector: nu en de toekomst

De vrijetijdssector kan globaal worden ingedeeld in een aantal belangrijke deeldomeinen: logies, horeca en vermaak. Vervoer is een vierde pijler, waarbij in en naar Zeeland vooral gebruik wordt gemaakt van eigen vervoermiddelen. Al deze segmenten zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Samen vormen zij de kern van de vrijetijdssector en zij kunnen niet zonder elkaar: gezamenlijk creëren zij een ervaring voor de gebruiker. Gebruikers van de vrijetijdssector zijn verblijfstoeristen (minimaal 1 overnachting), dagtoeristen en eigen inwoners (als bezoeker).

In dit hoofdstuk wordt op basis van beschikbare data een beeld geschetst van de huidige situatie qua vraag en aanbod in de vrijetijdssector en de ontwikkeling hiervan in de voorbije jaren. De meest recente jaarcijfers betreffen 2019. Daarnaast zijn de eerste cijfers en indrukken over coronajaar 2020 opgenomen. Ten slotte wordt vooruitgeblikt: welke trends zijn zichtbaar en wat zijn verwachte ontwikkelingen richting 2030?

Verblijfstoerisme: voortdurende groei tot en met 2019

Verblijfstoerisme groeit al jaren: wereldwijd, in Europa, in Nederland en ook in Zeeland. Wereldwijd is het aantal 'internationale aankomsten' in een periode van 25 jaar bijna verdrievoudigd, naar 1,46 miljard aankomsten in 2019. Europa is van oudsher het continent met de meeste internationale aankomsten: Europeanen reizen zelf veel en Europa is een belangrijke bestemming vanuit Noord-Amerika en Azië.

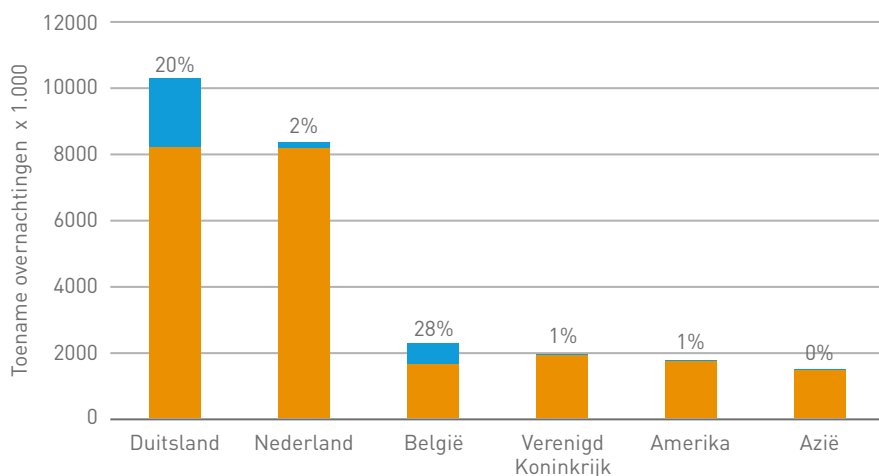
Inzoomend op Nederland geven de statistieken van het CBS³³ een goed beeld vanaf 2012. In de jaren daarvoor was er sprake van enkele trendbreuken in de dataverzameling. In Nederland steeg het aantal door het CBS geregistreerde overnachtingen met 32% sinds 2012. In Zeeland steeg het aantal geregistreerde toeristische overnachtingen sinds 2012 met 37%, naar een record van 11,1 miljoen in 2019.



Het CBS registreert alleen de overnachtingen in bedrijfsmatig geëxploiteerde toeristische accommodaties. Daardoor blijven overnachtingen in eigen vakantie-accommodaties, zoals tweede woningen, stacaravans op jaarplaatsen en kamperen op een seizoenplaats buiten beschouwing, evenals particuliere verhuur en overnachtingen op een boot. Het aantal niet-geregistreerde overnachtingen in Zeeland wordt geschat op 8 miljoen, waardoor het totaal aantal overnachtingen in Zeeland in 2019 op **19,5 miljoen** uitkomt.³⁴

De groei voor de bestemming Nederland wordt vooral aangejaagd vanuit eigen land en de buurlanden Duitsland, Groot-Brittannië en België. Ook ver-weg-markten Noord-Amerika en Azië zijn belangrijke groeimarkten voor Nederland. Voor Zeeland zijn Duitsland en België verreweg de belangrijkste herkomstlanden. Gezamenlijk 'leveren' zij inmiddels meer toeristen aan Zeeland dan Nederland zelf. Het aantal Duitse gasten in Nederland verdubbelde bijna sinds 2012: 10 miljoen extra overnachtingen, waarvan er 2 miljoen in Zeeland terecht kwamen. Het aantal overnachtingen van Belgen in Nederland groeide met 57% en ruim een kwart van deze groei kwam terecht in Zeeland.

Figuur 1 Bestemming Nederland - aandeel Zeeland in groei per herkomstland 2012-2019



Waar Zeeland een belangrijk aandeel verkreeg van de groei uit Duitsland en België, lukte het niet om te profiteren van de groei in eigen land. Het aantal overnachtingen van Nederlanders in Nederland groeide met 8,3 miljoen, van deze toename kwamen slechts 150.000 nachten in Zeeland terecht. Op basis van de beschikbare statistieken is er niet één duidelijke verklaring. Nederlanders overnachtten met name veel vaker in hotels in eigen land (groei van 5,5 miljoen nachten), maar hiervan kwam slechts een heel klein deel (117.000 nachten) in Zeeland terecht.

Verwachtingen tot 2030

In Perspectief 2030³⁵ stond de prognose dat het aantal nationale en internationale verblijfstoeristen aan de Nederlandse kust tot 2030 met ruim 50% zou toenemen. Deze groei zou worden aangejaagd door de herkomstlanden Nederland, België en Duitsland. De coronacrisis heeft deze continue groei doorbroken. In 2020 nam het aantal internationale toeristen wereldwijd met 74% af³⁶. Desondanks blijkt uit alle analyses dat de reisbehoefte onverminderd groot is en dat vooral de vakantie landen dichtbij snel herstel zullen laten zien. Een verwachting per herkomstland:

NEDERLAND

Volgens de Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2030³⁷ zullen binnenlandse vakanties het komende decennium een revival laten zien. Het is een trend die al aan het opkomen was en nu door de coronacrisis versterkt wordt. Redenen voor deze voorspelling zijn o.a. de verwachte groei van het aantal korte (extra) vakanties, het groeiende aantal 65-plussers en het verbeterde imago van vakantie in eigen land. Werd je vroeger wat meewarig aangekeken als je in eigen land op vakantie ging; dit imago begint te verdwijnen³⁷. Nederlanders werden zich al meer bewust van de aantrekkelijkheid van eigen land en dit is versterkt door de coronacrisis en campagnes als 'Hier moet je zijn' en 'Welkom terug in Nederland'. Volgens de Vakantie Sentiment Monitor van NBTC³⁸ is 44% van de Nederlanders afgelopen jaar positiever gaan denken over Nederland als vakantie land.

Voor Zeeland betekent dit volop kansen. Waar de provincie sinds 2012 aan marktaandeel moest inleveren op de Nederlandse markt, bood coronajaar 2020 ineens volop kansen. Zeeland was één van de weinige provincies die in 2020 een absolute groei van het aantal overnachtingen van Nederlanders kon noteren. Uitdaging is om deze nieuwe Nederlandse gasten voor de komende jaren te behouden en het grotere marktaandeel verder uit te bouwen. Uit diverse online



peilingen blijkt dat veel Nederlanders hun gewoonte om de hoofdvakantie in het buitenland door te brengen weer willen oppakken zodra dit na de coronacrisis mogelijk is. Er liggen daarmee wel volop kansen op de korte vakantiemarkt buiten het hoogseizoen en dat sluit aan op de wens tot meer jaarrond toerisme in Zeeland.

DUITSLAND

Duitsland is het belangrijkste herkomstland voor Nederland en uit alle analyses van de afgelopen jaren blijkt dat de Duitse vakantiemarkt groeiende is³⁹. Korte vakanties zijn erg populair bij Duitsers. In totaal vonden in 2019 21,3 miljoen buitenlandse korte reizen plaats met een duur van twee tot vier dagen. Voor korte vakanties reizen de Duitsers het liefst naar Oostenrijk, met Nederland op enige afstand. Hoewel de coronacrisis nu zorgt voor een forse dip in het vakantiegedrag, is de reisbereidheid groot. Gedurende 2020 kwamen de Duitsers nog steeds graag naar Nederland en Zeeland en verwachting is dat dit snel herstelt na de coronacrisis. Het belang van veiligheid, hygiëne, flexibiliteit (reizen met de auto in plaats van met het vliegtuig) en duurzaamheid zijn groter geworden en dit spreekt in het voordeel van vakanties in de buurlanden. Verwachting is dan ook dat het aantal Duitse vakanties in Nederland na de coronacrisis snel zal herstellen en daarna verder zal groeien.

Wat motiveert de Duitse gast om Zeeland te bezoeken⁴⁰? Primair gaat het om uitrusten, relaxen en de batterij opladen. Daarnaast komen zij naar de Zeeuwse kust om de natuur te beleven, om uit te waaien en om samen te zijn met familie of vrienden. Ten slotte noemen Duitse gasten relatief vaak gezondheid als reden ('gezonde zeelucht').

BELGIË

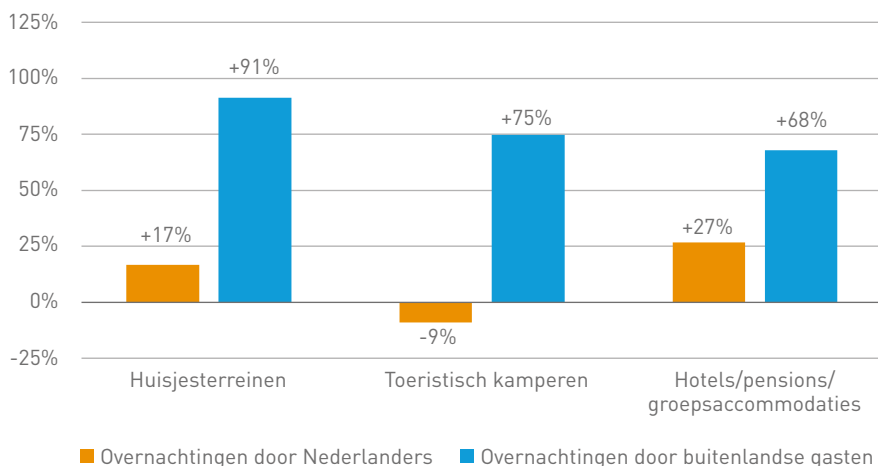
België was de afgelopen jaren een belangrijke groeiemarkt voor Nederland, het aantal overnachtingen steeg met ruim 50%. Een belangrijk deel van die groei kwam in Zeeland terecht. Door de coronacrisis en de vele internationale reisbeperkingen is het aantal buitenlandse vakanties in 2020 fors gedaald. Desondanks blijkt uit onderzoeken op de Belgische markt dat de Belgen massaal weer naar het buitenland op vakantie willen⁴¹. Gevraagd naar welke bestemmingen staat Nederland op de derde plaats, na Frankrijk en Spanje. Er wordt een verdere groei verwacht van korte, dichtbij vakanties, ook buiten het zomerseizoen. Er is een stijgende vraag naar verblijf op vakantieparken en in bijzondere accommodaties. 'De fiets' blijft de aanleiding om een korte vakantie naar Nederland te ondernemen. Daarentegen is de omvang van het Belgische

reisgedrag onzeker als gevolg van de coronacrisis en de economische vooruitzichten. Alles in aanmerking genomen kan worden verwacht dat het aantal Belgische vakanties in Nederland na de coronacrisis zal herstellen en daarna vertraagd verder zal groeien. Wat motiveert de Belgische gast om Zeeland te bezoeken? Ook zij komen voornamelijk om uit te waaien, uit te rusten, te relaxen en om de batterij op te laden. Plezier hebben met het gezin of reisgenoten is voor de Belgen ook een reden om naar Zeeland te komen. Daarnaast hechten zij veel waarde aan lekker eten.

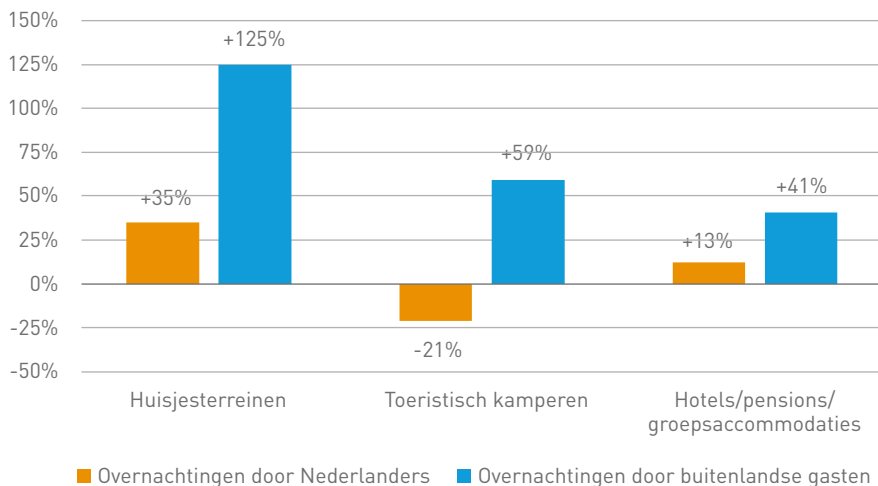
Ontwikkeling overnachtingen per accommodatietype⁴²

Kijkend naar accommodatietype onderscheidt het CBS enkele hoofdgroepen. De groep huisjesterreinen omvat vakantiewoningen, appartementen en verhuurchalets (ook op campings). Toeristisch kamperen betreft het kamperen met een eigen kampeermiddel, uitgezonderd seizoenplaatsen en jaarplaatsen. Uit vergelijking tussen landelijke en Zeeuwse cijfers blijkt dat het aantal overnachtingen op huisjesterreinen in Zeeland harder steeg dan de landelijke trend. Qua toeristisch kamperen blijft Zeeland achter bij de landelijke trend, vooral Nederlanders kampeerden minder in Zeeland. Landelijk steeg het aantal hotelovernachtingen sneller dan in Zeeland.

Figuur 2 Overnachtingen in Nederland - per accommodatietype 2012-2019



Figuur 3 Overnachtingen in Zeeland - per accommodatietype 2012-2019



De groep verblijfstoeristen die niet zichtbaar is in bovenstaande grafieken, zijn de gasten die gebruik maken van particulier verhuurde accommodaties, vaste gasten en waterrecreanten. Op waterrecreatie wordt in het hoofdstuk vrijetijdsgedrag ingegaan.

VASTE GASTEN⁴³

Zeeland telde in 2017 zo'n 115.000 vaste gasten: gasten met een eigen vakantieaccommodatie in Zeeland, zoals een stacaravan op een jaarplaats, een tweede woning of seizoenplaats op een camping. Deze gasten voelen zich nauw verbonden met Zeeland, als 'parttime inwoner'. Zij brengen veel vrije tijd door in Zeeland: gezamenlijk zo'n 6 miljoen nachten. Op jaar- en seizoenplaatsen worden gemiddeld zo'n 70 nachten met 2,6 personen doorgebracht. In tweede woningen verblijft men gemiddeld 53 nachten met 2,7 personen. Tijdens hun verblijf geven vaste gasten volop geld uit: gemiddeld € 15 per persoon per dag. Naast de dagelijkse uitgaven hebben vaste gasten ook jaarlijkse kosten aan hun accommodatie: variërend van € 2.400 bij een seizoenplaats tot € 4.700 bij een tweede woning. Al deze uitgaven zorgen voor een flinke impuls in de Zeeuwse economie: in totaal ruim € 184 miljoen per jaar. Doordat vaste gasten gedurende het hele seizoen veel tijd en geld besteden in Zeeland, zijn zij een belangrijk marktsegment voor de Zeeuwse vrijetijdssector en leveren zij een belangrijke bijdrage aan de instandhouding van het voorzieningenniveau in Zeeland. Bovendien voelen deze gasten zich verbonden met Zeeland en is hun

activiteitenpatroon tijdens de vele verblijven vergelijkbaar met dat van eigen inwoners.

PARTICULIERE VERHUUR EN ONLINE PLATFORMS

De afgelopen jaren zijn online verhuurplatforms als Airbnb, Homeaway en Wimdu flink gegroeid, zo ook in Zeeland. Meest recente data voor Zeeland betreft het accommodatieaanbod en aantal boekingen via Airbnb in de jaren 2014 tot 2018. Ook andere verhuurplatforms zijn actief in Zeeland, hiervan zijn de data echter niet beschikbaar. Kijkend naar de ontwikkeling vanaf 2014 is een exponentiële toename van zowel aanbod als overnachtingen zichtbaar. Nadere analyse moet uitwijzen of het gaat om nieuw aanbod of om een nieuw verkoopkanaal voor bestaand aanbod.

Eerste verkenningen laten zien dat aangeboden vakantiewoningen zich veelal op bestaande vakantieparken bevinden en dat aangeboden kamers deels bestaand aanbod en deels nieuw aanbod zijn. Via Airbnb werden in 2018 ruim 1 miljoen overnachtingen in Zeeland geboekt.



Logiesaanbod

De groei van het aantal overnachtingen ging gepaard met de groei van het aanbod. Volgens de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS telde Zeeland eind 2019 149.400 slaappleaatsen. Deze statistiek omvat hotels en pensions, huisjescomplexen met toeristische verhuur, kampeerterreinen met toeristische verhuur en groepsaccommodaties. Niet inbegrepen zijn vaste standplaatsen op campings, tweede woningen, jachthavens en particulier verhuurde accommodaties. Meest recente analyses van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme⁴⁴ laten zien dat het totale aanbod ruim twee keer zo groot is: ruim 342.000 slaappleaatsen en daarnaast nog eens bijna 12.000 ligplaatsen in jachthavens. Zo'n 80% daarvan is gelegen in de kustgemeenten Noord-Beveland, Schouwen-Duiveland, Sluis en Veere.

Het CBS zag het geregistreerde logiesaanbod in de voorbije decennia hard groeien. In de laatste jaren vertraagde de groei van het totale aanbod, maar was er vooral sprake van forse verschuivingen binnen het aanbod. In Zeeland nam het aantal slaappleaatsen sinds 2012 toe met 3,4%, iets meer dan de landelijke toename van 2,7%.



Sinds 2012 daalde het aantal kampeerplaatsen in Zeeland met 9%, landelijk was de daling 11%. Deels is dit te verklaren door de omvorming van kampeerplaatsen naar verhuurchalets en glamping- accommodaties, die door het CBS tot huisjesterreinen worden gerekend. Daarnaast werden kampeerplaatsen steeds groter, waardoor er minder eenheden op het terrein passen. Ten slotte werden diverse verouderde campings omgevormd tot bungalowparken. Dit alles, samen met de aanleg van nieuwe bungalowparken, vertaalt zich in een enorme toename van het aantal huisjes: in Zeeland +49% sinds 2012, landelijk was de groei 'slechts' 25%.

Niet alleen het aantal slaapplekken steeg, ook het ruimtebeslag van verblijfsrecreatie nam toe: in Zeeland met maar liefst 42% van 2000 tot 2015. Landelijk groeide het ruimtebeslag met 21%.

Wat betreft het hotelaanbod bleef Zeeland achter bij de landelijke ontwikkeling: in Nederland groeide het aantal hotelbedden met 28% sinds 2012, in Zeeland was de toename slechts 6%. Welzijn er zeer veel plannen voor uitbreiding en ontwikkeling van hotels, waarmee de capaciteit met 23% zou kunnen toenemen, zo bleek uit het provinciale hotelmarktonderzoek in 2020.

Bezettingsgraad toeristische accommodaties

Zowel de vraag als het aanbod is hard gegroeid in de afgelopen jaren. Wat betekent dat voor de gemiddelde bezettingsgraden? Op basis van de door het CBS geregistreerde overnachtingen kan een berekening worden gemaakt van de slaapplekbezettingsgraad. Let wel: dit betreft niet de bezetting per huisje, kampeerplaats of kamer, maar de bezetting van de bedden. Als een vier-persoonshuisje door twee personen wordt bezet, dan is de slaapplekbezetting slechts 50%, maar de overige bedden kunnen natuurlijk niet meer verhuurd worden. De slaapplekbezetting geeft daardoor een enigszins vertekend beeld, maar is wel een indicator die op landelijk niveau kan worden vergeleken. De getoonde cijfers geven het gemiddelde over het jaar, waarbij met name bij kamperen de bezetting in de zomerperiode natuurlijk vele malen hoger is.

In Zeeland hebben alle accommodatietypen hun gemiddelde bezettingsgraad zien stijgen. Hotels in Nederland en Zeeland zagen hun bezettingsgraad met 7 à 8 procentpunten stijgen, maar de bezetting in Zeeuwse hotels blijft onder het landelijk gemiddelde. De Zeeuwse hotels zijn veel meer afhankelijk van toeristisch verblijf, waar andere regio's in Nederland ook een groot aandeel zakelijke gasten trekken en daarmee jaarrond een hogere bezetting kennen.



Hotels in de Zeeuwse steden kennen overigens een hogere bezetting, mede door een groter aandeel van het zakelijke segment.

De Zeeuwse campings doen het qua bezetting veel beter dan de landelijke trend, waar sprake is van dalende bezettingen. Ook de Zeeuwse huisjesterreinen zagen hun bezetting hard groeien, tot boven het landelijk gemiddelde.

Tabel Slaapplaatsbezettingsgraad naar accommodatietype (bron: CBS)

	Nederland		Zeeland	
	2012	2019	2012	2019
Huisjesterreinen	34,5%	37,4%	31,0%	38,2%
Toeristisch kamperen	10,5%	9,1%	13,1%	15,8%
Hotels/pensions (excl. groepsaccommodaties)	42,9%	50,1%	40,7%	48,5%

Verblijfstoerisme in coronajaar 2020

De maatregelen tegen het coronavirus hebben een ongekende impact op de vrijetijdssector. Gedurende het jaar is op drie momenten een enquête afgenomen bij ondernemers in de sector: in april, juni en november⁴⁵. De resultaten laten zien dat verblijfsaccommodaties zeer veel overnachtingen en omzet hebben misgelopen in het voorseizoen. Zeeland werd harder geraakt dan andere regio's, door het verbod op toeristisch overnachten in deze periode. Vervolgens pakte de zomer voor diverse soorten verblijfsaccommodaties totaal verschillend uit. Campings, minicampings en bungalowparken profiteerden optimaal van de toegenomen belangstelling voor vakantie in eigen land en zagen een recordaantal overnachtingen. 93% van de respondenten uit dit verblijfssegment verwachtte het jaar positief af te sluiten. Daarentegen laten respondenten met hotels, B&B's en groepsaccommodaties een totaal ander beeld zien. Deze groep heeft nauwelijks kunnen profiteren van de toename in overnachtingen in de zomer. Vooral groepsaccommodaties hebben het zeer moeilijk, aangezien de groepsmarkt vanwege de coronamaatregelen volledig stil kwam te liggen. 40% van de respondenten in dit verblijfssegment (hotels, B&B's, groepsaccommodaties) verwachten het jaar met (fors) verlies af te sluiten.

Respondenten van de enquête zeggen de negatieve resultaten nu nog te kunnen opvangen, maar er zijn grote zorgen over de liquiditeit in de komende periode. De late uitbetaling van steunmaatregelen leidt hierbij tot extra zorgen. Ondanks de penibele financiële situatie willen veel ondernemers vooruitkijken en hun bedrijf blijven ontwikkelen. Gedurende 2020 werden zeer veel investeringen uitgesteld, maar werd toch ook wél geïnvesteerd, om te voldoen aan coronamaatregelen én om in te spelen op de kansen van seizoen 2020. Het investerend vermogen voor de komende jaren staat sterk onder druk. Vanuit dat perspectief is het zorgwekkend dat de kredietverstrekking vanuit banken lijkt te stagneren.

Een belangrijke graadmeter voor de ontwikkeling van het toerisme is het aantal overnachtingen per jaar. Het CBS heeft onlangs de voorlopige jaarcijfers gepubliceerd⁴⁶. Een beeld van het jaar: Januari en februari lieten samen nog een stijging zien in het aantal overnachtingen in Zeeland van 25% t.o.v. dezelfde periode in 2019. Medio maart werden in Nederland en omringende landen maatregelen tegen het coronavirus genomen. Per 30 maart werden toeristische overnachtingen verboden in Zeeland. Het verbod op toeristische overnachtingen van de Veiligheidsregio Zeeland zorgde in april voor een historisch dieptepunt in het Zeeuwse verblijfstoerisme. Vanaf 1 mei is het verbod op toeristische overnachtingen stapsgewijs opgeheven en op 16 juni werden alle beperkingen beëindigd. In vergelijking met 2019 heeft Zeeland in de maanden maart t/m juni 2,2 miljoen overnachtingen 'verloren'. Door alle onzekerheden kozen veel Nederlanders in de zomer voor vakantie in eigen land en met name de Zeeuwse campings en vakantieparken profiteerden mee. In juli steeg het aantal overnachtingen met 19% en deze stijging werd volledig veroorzaakt door de Nederlandse markt, bij een gelijkblijvend aantal overnachtingen vanuit het buitenland. In augustus was de toename kleiner: +4%. In de drukste maand van het jaar was er immers weinig ruimte voor groei, maar was er wel een grote verschuiving in markten zichtbaar: 40% meer Nederlanders, waardoor er minder ruimte overbleef voor buitenlandse gasten, die bovendien te maken hadden met reisbeperkingen (-30%). In september werd nog geprofiteerd van het mooie nazomerweer en steeg het aantal overnachtingen met 5%, vooral door een toename van Nederlandse vakantiegangers. Gedurende september nam het aantal corona-besmettingen weer toe en dit leidde tot steeds meer maatregelen gedurende de herfst. De Nederlandse horeca is sinds 16 oktober gesloten en er gelden sinds medio oktober wederom strengere reisbeperkingen voor buitenlandse gasten naar

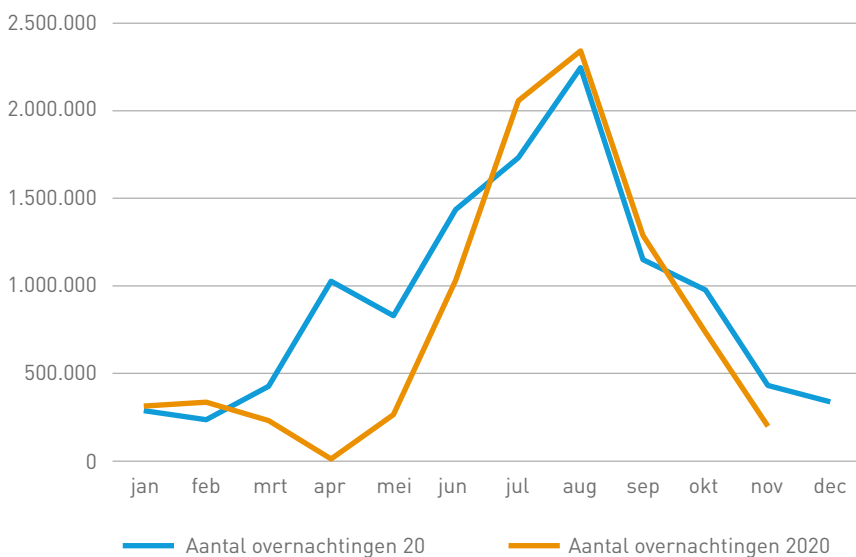


Nederland. In oktober leidde dit tot een kwart minder overnachtingen, vooral door het wegblijven van buitenlandse gasten. In november halveerde het aantal overnachtingen. In december bleef de daling ondanks de strengere lockdown beperkt tot 40%.

Al met al is het 'verloren' voorseizoen niet goedge maakt in de zomer en kende ook het naseizoen weer forse beperkingen. Het aantal toeristische overnachtingen is in 2020 uitgekomen op 9 miljoen. Dit is 20% lager dan de 11,1 miljoen overnachtingen die het CBS over 2019 registreerde.

Let wel: het aantal overnachtingen gepubliceerd door het CBS is exclusief particuliere verhuur, jachthavens en overnachtingen van gasten in hun eigen vakantie-accommodatie (tweede woning, stacaravan etc.). In totaal zullen dus veel meer overnachtingen in Zeeland plaatsgevonden hebben. Door de grote verschuivingen in het vakantiegedrag 2020 is het lastig een goede raming te maken van deze niet-geregistreerde overnachtingen.

Figuur 4 Aantal geregistreerde overnachtingen in Zeeland, 2019 en 2020 (bron: CBS)



Trends en ontwikkelingen^{47, 48}

Consumenten bezitten en beleven steeds meer, maar waar blijft de betekenis? In de betekenis economie anno 2025 willen we bewust iets toevoegen aan de wereld in plaats van meer en meer eraan te onttrekken. Bewustwording van jezelf en de wereld liggen aan de basis van deze nieuwe ontwikkeling. 'People, Planet, Purpose' komt centraal te staan en ondernemingen met (o.a.) een sociaal doel gaan hoogtij vieren in co-creatie met hun consumenten, personeel, leveranciers en andere stakeholders. Naast betekenis toevoegen voor de wereld, willen veel consumenten ook betekenis toevoegen voor henzelf: tijdens de vakantie jezelf uitdagen op mentaal of fysiek vlak of juist nieuwe vormen van ontspanning ontdekken (digitale detox, mindfulness).

Voor alle vormen van logies geldt dat aanbieders te maken hebben met verduurzaming en technologisering. Dit heeft grote invloed op de investeringen in de nabije toekomst (energietransitie, reductie waterverbruik, klimaatadaptatie, digitalisering bedrijfsprocessen), op de benodigde vaardigheden van ondernemer én personeel, maar ook op productontwikkeling en marketing voor de gast. Een gast die meer duurzame, bewuste keuzes maakt en die zich nog meer online inspireert en informeert. In 2025 maken virtual reality, gaming en gps de gehele customer journey interessanter en speelser. Consumenten kunnen met bijna al hun zintuigen genieten van een ervaring zonder dat ze er zijn. Verwachting is niet dat dit de behoefte aan de reiservaring zelf zal verminderen, maar juist zal stimuleren.

Daarnaast vervagen de grenzen tussen verschillende vormen van aanbod. Inmiddels bieden campings luxe verblijven aan die niet onderdoen voor een suite in een luxe hotel. Dit biedt volop kansen voor het creëren van nieuw aanbod, maar zorgt er ook voor dat de concurrentie uit allerlei domeinen komt.

Binnen de verblijfsrecreatie is sprake van een aantal tegengestelde trends. Enerzijds groeit het kamperen op kleinschalige plekken met weinig voorzieningen. De natuurkampeertreinen zien al een aantal jaren een toename van bezoekers, afgelopen jaar was ook het kamperen bij particulieren en op micro-campings in opmars. Aan de andere kant van het spectrum is er een enorme toename van steeds luxere verhuuraccommodaties en een steeds uitgebreider aanbod van entertainment en voorzieningen. Dit deel van het aanbod kent een zeer hoge investeringsdruk. Deze investeringsdruk komt voort uit het voortdurend willen inspelen op de behoeften van consumenten





in dit marktsegment. De betreffende bedrijven hebben daardoor hoge kapitaalslasten, die tijdens de coronacrisis zwaar op de exploitatie drukten.

Mede door deze hoge investeringen en kapitaalslasten én door het landelijke gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden worden vakantieparken steeds kostbaarder. Dat maakt bedrijfsoverdracht lastig en zorgt er o.a. voor dat diverse bedrijven worden overgenomen door internationale ketens. Deze partijen hebben veelal minder binding met de regio, waardoor de maatschappelijke rol - bijvoorbeeld in relatie tot regionale opgaven - vaak in mindere mate wordt vervuld.

Recreatief vastgoed is nog steeds gewild, mede door de lage spaarrentes is investeren in vastgoed zeer populair bij particuliere beleggers. Volgens de NVM ligt het aantal verkochte recreatiewoningen nog steeds op een zeer hoog niveau. Het aantal transacties daalde licht in 2019, maar dat kwam vooral door het verminderde aanbod. Recreatiewoningen worden groter en daarmee ook steeds duurder, maar de perceeloppervlakte wordt opvallend genoeg kleiner. In

de kustgebieden van Noord-Holland en Zeeland vinden de meeste transacties plaats en deze regio's kennen ook de hoogste prijs per vierkante meter.

De camper wordt steeds populairder onder vakantiegangers. In 2020 werd een recordaantal campers verkocht en sinds 2013 is het aantal campers in Nederland bijna verdubbeld. Het aanbod van camperplaatsen in Nederland groeide eveneens heel hard, zowel op campings als daarbuiten. De discussie over oneerlijke concurrentie duurt daarmee voort.

De Zeeuwse hotelmarkt is sterk afhankelijk van toeristisch verblijf en kent relatief weinig zakelijke gasten.⁴⁹ De meeste Zeeuwse hotels zijn vergeleken met andere regio's relatief klein en daarmee minder geschikt voor de gebruikelijke grote congressen en meerdaagse zakelijke bijeenkomsten. Door de coronacrisis zijn grootschalige zakelijke bijeenkomsten niet aan de orde, maar verwachting is wel dat er veel behoefte gaat zijn aan bijvoorbeeld teambuilding en meer kleinschalige zakelijke activiteiten. Dit biedt kansen voor Zeeland.

SAMENVATTEND M.B.T. VERBLIJFSTOERISME EN LOGIESAANBOD

- Stijging aantal geregistreerde overnachtingen in Zeeland: +37%
- Forse groei vanuit Duitsland en België, Zeeland verliest marktaandeel op Nederlandse markt
- Kansen op Nederlandse markt, na coronacrisis herstel en verdere groei vanuit Duitsland en België
- Zeer veel overnachtingen buiten registratie: vaste gasten, particuliere verhuur, watersport
- Toename totaal logiesaanbod, grote verschuiving van kamperen naar verhuureenheden en bungalows
- Diversiteit logiesaanbod van groot belang om aantrekkelijk te zijn voor diverse marktsegmenten, uit verschillende landen, generaties, leefstijlen en inkomensklassen.



Vrijetijdsgedrag

Dit gedeelte gaat in op het vrijetijdsgedrag: recreatieve activiteiten waarvoor men minimaal twee uur van huis is, zonder dat buiten de eigen woning wordt overnacht. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen bezoekers (dagtoerisme) en eigen inwoners (recreatie). Activiteiten die vanaf het vakantie-adres worden ondernomen maken hier géén deel van uit, het gaat om mensen die vanuit de woonplaats vertrekken en dezelfde dag weer naar huis gaan.

Vrijetijdsgedrag is veel lastiger meetbaar dan verblijfstoerisme, omdat veel activiteiten plaatsvinden in de buitenlucht / openbare ruimte. De meest recente cijfers dateren uit 2018 en zijn ontleend aan het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO)⁵⁰, een panelonderzoek bij Nederlanders. De indruk bestaat dat deze onderzoeksmethode leidt tot een onderschatting van het aantal activiteiten. Bovendien blijft het vrijetijdsgedrag van buitenlandse bezoekers in deze methode buiten beeld.

In 2018 vonden volgens het CVTO maar liefst 43 miljoen uitstapjes plaats in Zeeland door Nederlanders, zo'n 20% meer dan in 2015. Dit aantal is inclusief het aantal uitstapjes van eigen inwoners van de provincie Zeeland. Binnen het vrijetijdsgedrag zijn de eigen inwoners altijd de belangrijkste doelgroep: ruim 40% van de activiteiten vindt plaats in de directe woonomgeving, binnen 10 km van huis. Dit geldt ook voor Zeeland: 29,1 miljoen uitstapjes werden gemaakt door de Zeeuwen zelf, de overige 13,9 miljoen zijn ondernomen door Nederlanders uit de andere provincies⁵⁰.

Ontwikkelingen vrijetijdsgedrag

In de rest van dit hoofdstuk wordt nader ingezoomd op de aard van de activiteiten. In algemene zin nu alvast enige opmerkingen over de verwachte ontwikkelingen ten aanzien van vrijetijdsbesteding, dagtoerisme en recreatie van eigen inwoners.

De Nederlandse bevolking blijft groeien, van 17,4 miljoen inwoners nu naar 18,3 miljoen in 2030. De bevolkingssamenstelling verandert, zowel qua leeftijd als qua achtergrond. De bevolking wordt ouder: het aandeel 65-plussers groeit van 20% naar 23%. Daarnaast groeit het aantal inwoners met een Westerse en niet-Westerse migratie-achtergrond. Met name de vergrijzende bevolking biedt kansen voor Nederland als vakantie- en vrijetijdsregio.

De hoeveelheid vrije tijd van Nederlanders is al jaren stabiel: zo'n 44 uur per week⁵¹. Hetzelfde geldt voor de verschillen tussen bevolkingsgroepen in de omvang van hun vrije tijd: de leeftijdsgroep tot 65 jaar heeft zo'n 40 uur vrije tijd per week, 65-plussers hebben gemiddeld 55 uur vrije tijd.

Mediagebruik beslaat een groot deel van onze vrije tijd. De precieze invulling ervan verandert wel: nieuwe media (zoals sociale media en platforms om films en series te kijken of muziek te streamen) groeien in populariteit en worden vooral veel door jongeren en hoger opgeleiden gebruikt. De vrije tijd wordt verder ingevuld door recreatie en ontspanning, waaronder sport en cultuur (bezoek en beoefening) en sociale contacten.

De besteding en beleving van tijd verschilt per generatie. Jongeren en alleenstaande volwassenen besteden relatief veel tijd aan scholing, vrije tijd en persoonlijke verzorging en relatief minder aan werk. Millennials (18-35 jaar) vinden een goede balans tussen werk en vrije tijd belangrijker dan de rest van de beroepsbevolking en delen hun tijd graag zelf in: ze werken graag output-gestuurd, ongeacht het tijdstip waarop ze achter hun computer zitten⁵².

Mensen die samenwonen en thuiswonende kinderen hebben, besteden relatief veel tijd aan arbeid en zorg. Zij bevinden zich vaak in het midden van hun loopbaan, hebben kinderen thuis voor wie zij zorgen en hebben vaak ook mantelzorgtaken voor naasten. Na de pensioenleeftijd is er vooral veel ruimte voor vrije tijd. Ouderen sporten minder, maar besteden wel meer tijd aan wandelen en fietsen⁵³.

Zeeland maakte zich een aantal jaren zorgen over krimp van de bevolking, maar in de meest recente bevolkingsprognose gaat de provincie uit van bevolkingsgroei tot 400.000 inwoners in 2040⁵⁴. Eigen inwoners zijn van groot belang voor de instandhouding van het voorzieningenniveau en behoren tot de belangrijkste gebruikers van de vrijetijdssector. De toename van thuiswerken biedt ook kansen voor de vrijetijdssector gericht op eigen inwoners. Het wegvallen van woon-werkverkeer en een meer flexibele dagindeling biedt voor thuiswerkers mogelijkheden voor meer korte vrijetijdsmomenten gedurende de werkweek, die vaak dichtbij huis worden doorgebracht.

Vrijtijdsgedrag naar type activiteiten⁵⁵

Kijkend naar type activiteit is buitenrecreatie in heel Nederland de meest ondernomen vrijetijdsactiviteit, denk hierbij o.a. aan fietsen, wandelen, recreëren op het strand of in de natuur. Ook in Zeeland is dit de meest populaire activiteit (36%), nog meer dan elders in Nederland (32%). Vanuit andere provincies komt men vooral voor buitenrecreatie naar Zeeland (bijna 5 miljoen dagbezoeken). Maar ook de horeca is een belangrijke reden om naar Zeeland te komen; dit leidt tot 3,7 miljoen dagbezoeken van buiten Zeeland.

Tabel Top-10 uitstapjes door Nederlanders⁵⁶

	Zeeland	Nederland
1.	Recreëren (zonnen, luieren, picknicken e.d.)	Wandeling voor plezier
2.	Wandeling voor plezier	Uit eten in een horecagelegenheid
3.	Winkelen in binnenstad (funshoppen)	Winkelen in binnenstad (funshoppen)
4.	Uit eten in een horecagelegenheid	Recreëren (zonnen, luieren, picknicken e.d.)
5.	Op terras zitten	Fietstocht voor plezier
6.	Fietstocht voor plezier	Fitness, cardio, spinning, etc.
7.	Toertochtjes met de auto	Op terras zitten
8.	Speeltuin / indoor speelhal / trampolinepark	Wandelsport
9.	Bar / café bezoek	Toertocht met de auto
10.	Jaarmarkt / braderie	Bar/café bezoek

Zeeland wordt niet alleen vanuit Nederland bezocht voor een dagje, Belgen en Duitsers bezoeken Zeeland ook. Om hoeveel bezoeken het precies gaat is niet bekend, over het dagtoerisme vanuit het buitenland zijn helaas geen recente cijfers beschikbaar. De meest recente cijfers voor België komen uit 2012, toen kwamen Belgen 2,7 miljoen keer naar Zeeland voor een dagbezoek van minimaal 4 uur. In Duitsland werd het dagtoerisme naar Nederland nog in 2016 onderzocht: 3,3 miljoen Duitse dagbezoeken aan Zeeland.⁵⁷

Hierna wordt ingezoomd op de belangrijkste segmenten binnen het vrijetijdsgedrag, voor wat betreft ontwikkelingen qua vraag en aanbod in Zeeland.

Buitenrecreatie

Met de vele, brede stranden langs de Noordzee en de recreatiemogelijkheden op en aan de Deltawateren is Zeeland bij uitstek een provincie voor buitenrecreatie. Zeeland beschikt tevens over veel fiets- en wandelpaden; volgens cijfers van het Fiets- en Wandelplatform zelfs het meeste aantal kilometers van Nederland per inwoner. Het fietsrouten netwerk wordt bovendien hoog gewaardeerd en heeft sinds 2017 een vijfsterrenwaardering van het Landelijk Fietsplatform.

Buitenrecreatie kent de hoogste participatie van alle vrijetijdsactiviteiten: 88% van de Nederlanders onderneemt minimaal één keer per jaar een vrijetijdsactiviteit in de buitenlucht, zoals fietsen, wandelen of recreëren op het strand of in de natuur. Gemiddeld wordt een buitenrecreatie-activiteit 1,6 keer per week ondernomen. In de periode van 2006 tot 2018 was de participatie aan buitenrecreatie stabiel, maar nam de frequentie licht af.⁵⁸

Als gevolg van de coronacrisis is sinds 2020 sprake van een enorme toename van buitenrecreatie. Met de (tijdelijke) sluiting van horeca, sportcentra, attracties, musea, theaters etc. is 'buiten' de enige overgebleven optie. Officiële statistieken ontbreken nog, maar natuurorganisaties melden een explosieve groei van het bezoek aan de natuur en met name wandelen blijkt dé manier om het thuiswerklevens te onderbreken. Veel Nederlanders hebben de voldoening en gezondheidswaarde van het wandelen ontdekt en de lange duur van de coronacrisis kan eraan bijdragen dat wandelen tot gewoonte verwordt. Hetzelfde geldt mogelijk voor andere buitenactiviteiten als (recreatief) fietsen, hardlopen en wielrennen.

Wandelen biedt bij uitstek kansen voor het stimuleren van jaarrond bezoek. Aanbieders in de vrijetijdssector kunnen hierop inspelen, bijvoorbeeld met koffie 'to go' voor wandelaars, maar ook routes langs bijzondere plekken of buitenspeelroutes voor kinderen.

Door slim om te gaan met investeringen in reguliere (utilitaire) wandel- en fietspaden, kunnen meerdere gebruikersgroepen worden bediend: zowel eigen inwoners voor utilitair én recreatief gebruik als dagtoeristen en verblijfs-toeristen. Bij de inrichting zou daarom rekening moeten worden gehouden met concentraties van verblijfsaanbod (vergelijkbaar met woonkernen).



Horeca-aanbod

Met horeca worden hier alle eet- en drinkgelegenheden bedoeld. In januari 2020 telde Zeeland 1625 horecavestigingen. Het landelijke horeca-aanbod is in de afgelopen tien jaar met 37% gegroeid, in Zeeland was die groei slechts 18%⁵⁹. Deze beperkte groei is hoogstwaarschijnlijk te verklaren door de hoge 'horecadichtheid' in Zeeland: de provincie heeft relatief veel horeca-aanbod in verhouding tot het aantal inwoners. Met uitzondering van Noord-Holland is de horecadichtheid nergens zo hoog als in Zeeland, mede dankzij de omvang van het dag- en verblijfstoerisme. De relatie tussen toerisme en horeca is ook statistisch bewezen: er is een rechtstreeks verband tussen de toeristische intensiteit (het aantal overnachtingen per inwoner) en het aantal restaurants per inwoner. Tijdens een vakantie gaat twee derde van de vakantiegangers minimaal één keer uit eten⁶⁰.

Horecabezoek is na buitenrecreatie de vrijetijdsactiviteit met de hoogste deelname: 87% van de Nederlanders gaat minimaal één keer per jaar naar de horeca, waarbij uit eten gaan (80%) en een terrasje pakken (57%) het meest populair zijn. Op jaarbasis gaat het gemiddeld om 33 horecabezoeken per persoon en deze frequentie is door de jaren heen stabiel gebleven⁶¹.

Gedurende 2020 was de horeca bijna 6 maanden verplicht gesloten. Een deel van de restaurants heeft ingezet op afhalen en/of bezorgen van maaltijden, maar dit was bij lange na niet toereikend om de omzet op peil te houden. De sector is dan ook zwaar getroffen door de vele coronamaatregelen. In november verwachtte ruim 60% van de respondenten in een Zeeuwse enquête het jaar met verlies af te sluiten⁶². Een landelijke peiling van Koninklijke Horeca Nederland⁶³ en een analyse van ABN

AMRO⁶⁴ voorspelden dat de horeca in 2020 op ongeveer de helft van de omzet van 2019 uit zou komen. ABN AMRO voorspelt dat de omzet in 2021 nog niet zal herstellen, vanwege het voortduren van de maatregelen en de daarmee samenhangende capaciteitsbeperkingen. In 2021 zal vooral horeca met veel buitenruimte weer snel kunnen ondernemen.

Detailhandel

Kijkend naar het funshoppen wordt de invloed van het toerisme op het winkel-aanbod zichtbaar. Qua winkeldichtheid (aantal winkels per 1000 inwoners) staat de gemeente Sluis in de landelijke top-5. Maar ook de gemeenten



Goes, Schouwen-Duiveland, Middelburg en Veere hebben bovengemiddeld veel winkels. Het toerisme blijkt daarmee een belangrijke pijler voor de detailhandel.

Het aandeel Nederlanders dat volgens het ContinuVrijeTijdsOnderzoek wel eens winkelt voor plezier is door de jaren heen afgenomen. Ook het gemiddeld aantal keer per jaar dat men winkelt is fors afgenomen, van 57 keer per jaar in 2006 naar 26 keer per jaar in 2018⁶⁵.

De detailhandel staat al vele jaren onder druk als gevolg van het veranderende koop- en vrijetijdsgedrag en als gevolg van de digitalisering. In de Retail-agenda⁶⁶ werd vastgesteld dat overschot aan winkelvloeroppervlak landelijk zo'n 30% bedroeg. Uit het prestatieonderzoek winkelgebieden in Zeeland in 2019/20 bleek eenzelfde beeld.

Gedurende de coronacrisis is de situatie er niet beter op geworden. De groei van online shoppen is in een stroomversnelling gekomen, in iedere branche. Webwinkels noteerden in het tweede kwartaal groeipercentages van 45%. Door



het vele (gedwongen) thuis zijn hebben nog meer consumenten het gemak van online shoppen ervaren. In iedere leeftijdscategorie is men meer online gaan kopen. De verwachting is dat een substantieel deel hiervan een definitieve verschuiving van fysieke omzet naar online omzet betreft.

Een niet-representatieve peiling in Zeeuwse steden in juni 2020⁶⁷ liet grote omzetverliezen in het voorjaar zien, mede veroorzaakt door het wegblijven van toeristen en, in Zeeuws-Vlaanderen, de belemmering van het grensoverschrijdend verkeer. In de zomer zorgde de forse toename van het binnenlands toerisme juist weer voor veel meer passanten in de Zeeuwse winkelgebieden. De afhankelijkheid van het toerisme speelt zo een grote rol in het presteren van de Zeeuwse winkelgebieden.

Landelijk wordt verwacht dat veel winkels de deuren moeten gaan sluiten: in het komend jaar 15% van de non-food winkels, oplopend tot 25-30% in twee jaar. Dit betekent dat de totale leegstand in winkelgebieden fors zal stijgen. Er was al een opgave om de winkelgebieden aan te passen aan de nieuwe marktomstandigheden, de coronacrisis heeft bestaande trends in een stroomversnelling gebracht en de uitdaging nog groter gemaakt.⁶⁸

Waterrecreatie

In een waterrijke provincie als Zeeland is waterrecreatie een beeldbepalend segment. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt naar varen & zeilen enerzijds en een breed scala van watersporten en -recreatie anderzijds. In Zeeuwse jachthavens liggen zo'n 11.000 recreatievaartuigen: motor- en zeilboten⁶⁹. Daarnaast biedt Zeeland volop ruimte voor alle varianten van surfen en 'funspots' als suppen en wakeboarden. Ten slotte is Zeeland een populaire duikbestemming voor Nederlanders én bezoekers uit buurlanden.

In 2018 gaf 18% van alle Nederlanders aan op enig moment watersport te hebben beoefend (participatie). In totaal ondernamen Nederlanders 33 miljoen vrijetijdsactiviteiten met als doel watersport.⁷⁰

De afgelopen jaren leek met name het varen en zeilen een vergrijzende en wat teruglopende markt te zijn. Jachthavens in Nederland zagen hun bezettingspercentages wat dalen en de indruk bestond dat vaartuigen minder vaak werden gebruikt.



Als gevolg van de coronacrisis ontstond een nieuwe dynamiek in de sector. Door alle maatregelen waren Nederlanders op zoek naar invulling van hun vrije tijd dichtbij huis. En wat is er meer corona- proof dan recreëren op het water? De media berichtten over een forse toename van de verkoop van alles wat kan varen en drijven. In een peiling bij jachthavens werd niet zozeer een toename van de vloot gesignaleerd, maar wel intensiever gebruik van de bestaande vloot.

Uit het onderzoek Rondvraag Zeeland⁷¹, uitgevoerd in de zomer van 2020, bleek sprake van groeipotentieel vanuit de bestaande gebruikers die vaker komen en vanuit nieuwe gebruikers die het gebied ontdekken en waarderen. Hierbij zijn vijf belangrijke nieuwe markten onderscheiden:

- Nieuwe generatie gebruikers van boten in Zeeland. Een generatie heeft via de noodgedwongen vakantie in eigen land een varende (korte) vakantie opnieuw ontdekt en ziet dit als optie voor toekomstige gezinsvakanties. Inspelen op de wensen van gezinnen is nodig.
- Nieuwe booteigenaren hebben deze zomer een boot aangeschaft of 'afgestoft'. Zij ontdekken dewater sport maar lopen ook tegen uitdagingen aan als het gaat om onderhoud, ligplaatsen, kosten en kennis.



- Vakantiegangers zijn deze zomer op zoek gegaan naar corona-proof uitstapjes en hebben hetwater ontdekt als plek met voldoende ruimte. Zij willen huren en eenvoudig het water op kunnen gaan. Beleving óp het water moet standaard onderdeel worden van een Zeeuwse landvakantie.
- SUPpen is in 2020 definitief doorgebroken als de meest laagdrempelige kleine watersport. Deze activiteit past goed bij het sportieve buitenimago van Zeeland. Locaties voor verhuur, voor stalling, om te water te gaan vanuit vakantiepark of woonomgeving zijn gewenst. Sturing waar deze mensen hun SUP-board gebruiken is mogelijk door routes en voorzieningen.
- Veel inwoners van Zeeland hebben in 2020 het water herontdekt als ruimte voor vrijetijdsbesteding. Waar voorzieningen nu veel gericht zijn op bezoekers kunnen juist kleine strandlocaties aan het binnenwater ruimte bieden aan bewoners die de balans in rust en drukte zoeken.

Naast deze nieuwe doelgroepen zijn bestaande doelgroepen belangrijk om te koesteren door hun wensen en aanbevelingen zo veel mogelijk over te nemen. Zij waarderen sfeer en basiskwaliteit en zien verbeteringen in capaciteit, sanitaire voorzieningen en startlocaties.

Overig vrijetijdssector

Naast buitenrecreatie en horecabezoek is er een veelheid van vrijetijdsactiviteiten en vrijetijds- aanbod. Hierbij zijn sommige vooral georiënteerd op eigen inwoners, denk aan sportverenigingen, podiumkunsten en hobby- en verenigingsactiviteiten. Andere activiteiten kennen een gemixt publiek van verblijfstoeristen, dagbezoekers en eigen inwoners. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om evenementen, attracties en cultuur.

In algemene zin laat het ContinuVrijeTijdsOnderzoek zien dat de participatie en frequentie van activiteiten voor deze typen activiteiten vrij stabiel zijn.⁷²

De impact van de coronacrisis is enorm groot voor de deelsectoren attracties, evenementen en cultuur. Attracties, musea en theaters hebben te maken met lange perioden van verplichte sluiting en in de tussenliggende periode zorgden de 1,5 meter richtlijnen voor forse restricties qua bezoekersaantallen. Dit drukt zeer zwaar op de exploitatie. Evenementen hebben het gehele jaar niet kunnen plaatsvinden. Met de voortdurende maatregelen is het perspectief voor deze deelsectoren somber.⁷³

Maar juist dit deel van het vrijetijdsaanbod is een belangrijke pijler binnen de bestemming Zeeland. Naast buiten recreëren en lekker eten en drinken zorgen attracties, musea en evenementen voor het vermaak tijdens een vakantie of bezoek aan Zeeland. Het is dan ook essentieel dat dit aanbod wordt behouden voor de regio.

SAMENVATTEND M.B.T. VRIJETIJDSGEDRAG

- Eigen inwoners belangrijkste doelgroep voor vrijetijdsgedrag.
- Bevolkingsgroei Zeeland en toename thuiswerken biedt kansen voor vrijetijdsgedrag in de woonomgeving.
- Buitenrecreatie (wandelen, fietsen, bezoek stranden en natuur) belangrijkste vrijetijdsactiviteit voor inwoners, dagtoeristen en verblijfstoeristen. Alle vormen van buitenrecreatie kennen een forse groei dankzij coronacrisis.
- Horeca belangrijk segment, ook in relatie tot andere vrijetijdsactiviteiten en vakantiegedrag, maar in zwaar weer als gevolg van de coronacrisis.
- Winkelen voor plezier wordt minder vaak ondernomen als vrijetijdsactiviteit, maar aantrekkelijke winkelgebieden nog altijd van belang voor aantrekkelijke bestemmingen.
- Nieuwe dynamiek in de waterrecreatie biedt kansen.
- Evenementen, attracties en cultuur bieden vermaak aan verblijfstoerist, dagtoerist en eigen inwoners. Deze deelsectoren zijn zeer zwaar geraakt door de coronacrisis, maar essentieel voor de Zeeuwse vrijetijdssector.



Geraadpleegde bronnen

- 1 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Toerisme in de provincie Zeeland. Omvang en economisch belang (impact) in 2018. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/7/71/Leaflet_KCKT_Economische_impact_2018.pdf
- 2 LISA Vestigingenregister (2021). Gratis data per provincie. <https://lisa.nl/data/gratis-data/overzicht-lisa-data-per-provincie>
- 3 NBTC Holland Marketing (2018). Perspectief 2030. <https://www.nbtc.nl/nl/home/visie-strategie/perspectief-2030.htm>
- 4 Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (2019). Waardevol toerisme, de leefomgeving verdient het. file:///Users/dtpplus/Downloads/rli_advies_waardevol_toerisme_onze_leefomgeving_verdient_het-1.pdf
- 5 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2019). De eerste stap richting een (nog meer) bewuste toeristische bestemming. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/6f/Rapportage_inwonersonderzoek_Zeeland_LR.pdf
- 6 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2019). De eerste stap richting een (nog meer) bewuste toeristische bestemming. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/6f/Rapportage_inwonersonderzoek_Zeeland_LR.pdf
- 7 NBTC Holland Marketing en CBS (2021). Dashboard Staat van de bestemming Nederland. <https://dashboard.nbtc.nl/dashboard/staat-van-bestemming-nl/bewoners/375>
- 8 Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (2021). Maatschappelijke waarde van toerisme en recreatie. <https://www.celth.nl/projecten/maatschappelijk-belang-van-toerisme-en-recreatie>
- 9 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Toerisme en Zeeland. Een verkenning van de invloed van toerisme op de Zeeuwse samenleving. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/2/27/Magazine_Toerisme_en_Zeeland_%28DEF%29.pdf
- 10 KNMI (2014). Klimaatscenario's. <https://www.knmi.nl/kennis-en-datacentrum/uitleg/knmi-klimaatscenario-s>
- 11 Gebiedsagenda Zuidwestelijke Delta.
- 12 <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/53/het-jaar-van-corona>
- 13 <https://nos.nl/artikel/2366419-recordhoeveelheid-spaargeld-erbij-in-coronajaar-42-miljard-euro.html>
- 14 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Zie corona-impactonderzoeken via https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Kenniscentrum_Kusttoerisme?project=KCKT
- 15 Centraal Bureau voor de Statistiek (2020). Het jaar van corona. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/53/het-jaar-van-corona>
- 16 Centraal Bureau voor de Statistiek (2021). Detailhandel, omzetontwikkeling. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83868NED/table?ts=1611914015129>
- 17 Centraal Bureau voor de Statistiek (2021). Detailhandel, omzetontwikkeling internetverkoop. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83867NED/table?ts=1611910847223>

- 18 Centraal Planbureau (2020). Actualisatie Verkenning middellange termijn 2022-2025 (november 2020). <https://www.cpb.nl/actualisatie-middellange-termijn-verkenning-2022-2025-november-2020>
- 19 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Toerisme in de provincie Zeeland. Omvang en economisch belang (impact) in 2018. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/7/71/Leaflet_KCKT_Economische_impact_2018.pdf
- 20 ZB Planbureau (2021). Zeeland nu en in de toekomst: een inwoneronderzoek in het kader van de Zeeuwse Omgevingsvisie. <https://publicaties.dezb.nl/zeeland-nu-en-de-toekomst#chapter-224>
- 21 <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84872NED/table?ts=1611914717662>
- 22 NRIT Media (2018). Millennials minder vaak en ver op vakantie dan oudere generaties. <https://www.nritmedia.nl/kennisbank/39398/millennials-minder-vaak-en-ver-op-vakantie-dan-oudere-generaties/?topicsid=21>
- 23 ANVR en CherryLab (2016). Travel Experience Tomorrow. https://www.anvr.nl/publicatie/Travel%20Experience%20Tomorrow%20-%20schaduwrapport%20extern%20gebruik_aangepast.pdf
- 24 Provincie Zeeland (2019). Provinciale bevolkings- en huishoudenprognose 2019. https://dataportaal.zeeland.nl/downloads/Demografie/Provinciale_bevolkings_en_huishoudenprognose2019.pdf
- 25 Centraal Bureau voor de Statistiek (2020). Bevolkingsontwikkeling. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/37259ned/table?ts=1611914669836>
- 26 NRIT Media (2020). Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd.
- 27 ZB Planbureau (2021). Zeeland nu en in de toekomst: een inwoneronderzoek in het kader van de Zeeuwse Omgevingsvisie. <https://publicaties.dezb.nl/zeeland-nu-en-de-toekomst#chapter-224>
- 28 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Samenvatting Kustmonitor Zeeland 2019 https://kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event_00295
- 29 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme en Erfgoed Zeeland (2019). Zeeuws erfgoed toeristisch benutten. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/KCKT_Publication_PR_00004
- 30 Erfgoed Zeeland (2019). Zeeuwse erfgoedlijnen. <https://www.zeeuwseankers.nl/app/uploads/2019/09/Zeeuwse-erfgoedlijnen.pdf>
- 31 Q&A Consultancy (2020, juli). Retail postcorona impactanalyse. https://retailand.nl/app/uploads/2020/07/Retailagenda_Retail-postcorona-impactanalyse_juli2020_DEF.pdf
- 32 NBTC-NIPO Research (2020). Database van ContinuVakantieOnderzoek.
- 33 Centraal Bureau voor de Statistiek (2020). Statistiek Logiesaccommodaties. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82059NED/table?ts=1612295316996>
- 34 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Leaflet kerncijfers vrijetijdseconomie 2020. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/9/93/Leaflet_Kerncijfers_Vrijetijdssector_Zeeland_2020.pdf
- 35 NBTC Holland Marketing (2018). Perspectief 2030. <https://www.nbtc.nl/nl/home/visie-strategie/perspectief-2030.htm>

- 36 UNWTO (2021). 2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals. <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>
- 37 NRIT Media (2021). De twinties van deze eeuw worden de comeback van eigen land https://www.nritmedia.nl/kennisbank/43476/De_twinties_van_deze_eeuw_worden_de_comeback_van_eigen_land/
- 38 NBTC Holland Marketing (2020). Vakantie Sentiment Monitor, resultaten 5e meting. <https://nbtcholland.nl/home/artikel/pdf-samenvatting-vakantie-sentiment-monitor-resultaten-vijfde-meting.htm>
- 39 NBTC Holland Marketing (2020). Market Scan Duitsland 2020. <https://nbtcmagazine.maglr.com/marketscan-duitsland-2020/cover>
- 40 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Samenvatting Kustmonitor Zeeland 2019 https://kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/Event_00295
- 41 NBTC Holland Marketing (2020). Market Scan België 2020. <https://marketscans.nbtcholland.nl/marketscan-belgie-2020/cover>
- 42 Centraal Bureau voor de Statistiek (2020). Statistiek Logiesaccommodaties. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82059NED/table?ts=1612295316996>
- 43 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2018). Vaste gasten in Zeeland. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/wiki/index.php/KCKT_Publication_PR_00005
- 44 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2021). Aanboddatabase verblijfsaccommodaties (intern werkdocument).
- 45 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Zie corona-impactonderzoeken via www.kenniscentrumtoerisme.nl
- 46 Centraal Bureau voor de Statistiek (2020). Statistiek Logiesaccommodaties. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82059NED/table?ts=1612295316996>
- 47 ANVR en CherryLab (2016). Travel Experience Tomorrow. https://www.anvr.nl/publicatie/Travel%20Experience%20Tomorrow%20-%20schaduwrapport%20extern%20gebruik_aangepast.pdf
- 48 NRIT Media (2020). Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd.
- 49 ZKA en Horeca Maatwerk (2020). Hotelmarktonderzoek Provincie Zeeland. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/c/c2/Rapportage_hotelmarktonderzoek_Zeeland.pdf
- 50 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 51 Sociaal Cultureel Planbureau (2019). Sociale staat van Nederland 2019: <https://www.scp.nl/binaries/scp/documenten/publicaties/2019/09/10/de-sociale-staat-van-nederland-2019/De+sociale+staat+van+Nederland+2019+%28def%29.pdf>
- 52 RTL Nieuws (2017). Manager, meet your millennials. <https://www.rtlnieuws.nl/economie/van-onze-partner/artikel/3739196/manager-meet-your-millennials>
- 53 Sociaal Cultureel Planbureau (2019). Sociale staat van Nederland 2019: <https://www.scp.nl/binaries/scp/documenten/publicaties/2019/09/10/de-sociale-staat-van-nederland-2019/De+sociale+staat+van+Nederland+2019+%28def%29.pdf>
- 54 Provincie Zeeland (2019). Provinciale bevolkings- en huishoudenprognose 2019. https://dataportaal.zeeland.nl/downloads/Demografie/Provinciale_bevolkings_en_huishoudenprognose2019.pdf

- 55 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 56 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 57 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2019). Leaflet kerncijfers vrijetijdseconomie 2018. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/6d/Kerncijfers_vrijetijdseconomie_Zeeland_2018_DEF.pdf
- 58 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 59 CBS (2020). Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, regio; <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/81578NED/table?ts=1611148616809>
- 60 NBTC-NIPO Research (2020). ContinuVakantieOnderzoek 2019.
- 61 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 62 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Economische impact coronacrisis op Zeeuwse vrijetijdssector (vervolgonderzoek najaar 2020). https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/5/55/Rapport_impact_corona_op_Zeeuwse_vrijetijdssector_-_meting_3_%28DEF%29.pdf
- 63 Koninklijke Horeca Nederland (2020). Corona-onderzoek KHN-leden: Nieuwe steunmaatregelen dringend noodzakelijk voor voortbestaan horeca. <https://www.khn.nl/nieuws/corona-onderzoek-khn-leden-nieuwe-steunmaatregelen-dringend-noodzakelijk-voor-voortbestaan-horeca>
- 64 ABN AMRO (2020). Leisure 2020-2021. Prognose sector leisure (update 6 november 2020). https://www.abnamro.nl/nl/media/20201106_keiharde_klappen_voor_de_vrijetijdsindustrie_tcm16-90166.pdf
- 65 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 66 Ministerie Economische Zaken & Klimaat (2015). Retailagenda. <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/publicaties/2015/03/17/retailagenda/retailagenda.pdf>
- 67 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). Economische impact coronacrisis op Zeeuwse steden. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/c/c1/Rapport_impact_corona_op_Zeeuwse_steden_-_DEF_%28excl._bijlagen%29.pdf
- 68 Q&A Consultancy (2020, juli). Retail postcorona impactanalyse. https://retailand.nl/app/uploads/2020/07/Retailagenda_Retail-postcorona-impactanalyse_juli2020_DEF.pdf
- 69 Waterrecreatie Advies (2015). Aantal 'end of life' boten in Nederland en potentiële afvalstromen. Inclusief actualisatie aantal pleziervaartuigen in Nederland 2005 - 2014. <https://www.waterrecreatieadvies.nl/assets/files/'End%20of%20life'%20boten%20in%20Nederland-v3.pdf>
- 70 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 71 Projectbureau Vrolijk (2020). Rondvraag Zeeland. https://kenniscentrumtoerisme.nl/images/6/68/RondvraagZeeland_rapportage_20_november_2020.pdf
- 72 NBTC-NIPO Research (2019). ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2018.
- 73 HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (2020). De Zeeuwse economie dóór de coronacrisis. https://www.kenniscentrumtoerisme.nl/images/4/4c/Rapportage_Zeeland_dóór_de_coronacrisis_%28DEF%29.pdf