

Drie ontwikkelingen die de recreatiesector een duurzaam fundament geven

15-01-2019 13:12



Toerisme ontwikkelt zich razendsnel en, mede dankzij het inkomend toerisme, is het de afgelopen jaren goed gegaan met de sector. De prognoses van het aantal bezoekers en verblijfgasten zijn positief, het consumentvertrouwen is groot, ondernemers zijn bereid om te investeren en er zijn ongelooflijk veel plannen en ideeën om het aanbod verder uit te bouwen. Maar de bomen groeien niet tot in de hemel.

De sector kampt, bijvoorbeeld door druk op de woningmarkt, ook met uitdagingen. Vanuit onze dagelijkse adviespraktijk zien wij (ZKA) drie ontwikkelingen die van belang zijn om aan de wensen van de toerist te (blijven) voldoen. Houd daarom voor 2019 goed in de gaten:

Van Duurzaamheid naar Puurzaamheid
Speel met een uitgekiend en flexibel concept in op veranderende gastbehoeften
Technologisering met oog voor gastvrijheid

Hieronder schetsen wij deze drie belangrijke ontwikkelingen inclusief de vertaling naar kansen voor uw bedrijf of regio.

Van Duurzaamheid naar Puurzaamheid

Zet in 2019 de volgende stap in duurzaamheid: puurzaamheid. Een combinatie van puurheid, authenticiteit en duurzaamheid. ZKA heeft in 2018 alle coalitieakkoorden van de Nederlandse gemeenten geanalyseerd. Hieruit kwam mede naar voren dat duurzaamheid een stevige plek krijgt in het beleid van veel gemeenten. Ook de nationale overheid trekt de teugels aan voor duurzaamheid, denk hierbij aan het klimaatakkoord of aan energiewetgeving met onder andere meldingsplicht voor het energieverbruik. In lijn met duurzaamheid staat

puurheid, het maatschappelijke aspect van duurzaamheid.

De consument waardeert puurzaamheid. Uit onderzoek is gebleken dat twee derde van de reizigers hun reis duurzaam en authentiek willen inrichten. Zij zijn zelfs bereid om minstens 5 procent extra te betalen om de milieu-impact zo laag mogelijk te houden (ABN-AMRO, 2018). Ook steeds meer verblijfsaccommodaties zijn bewust bezig met puurzaamheid. Nieuwe vakantiewoningen en hotels zijn steeds vaker zelfvoorzienend in energie en daarnaast gasloos.

Op het gebied van puurzaamheid liggen kansen voor overheid en ondernemer. Ga aan de slag met uw omgeving of bedrijf en maak het puur. Bijvoorbeeld door de omgeving meer in huis te halen door streekproducten, thematische verblijfsaccommodaties die het verhaal van de regio vertellen of door strategische samenwerkingen met regionale ondernemers uit verschillende branches waardoor je onderscheidende diensten kunt aanbieden.



foto 1



foto 2

*Foto 1: **The Green House**. Een circulair restaurant waarbij gerechten worden gemaakt met ingrediënten uit eigen "urban farm". Het paviljoen is volledig circulair. Het vastgoed is geheel demontabel en hier is over 15 jaar een volgende bestemming voor*

*Foto 2: **De vier Eiken**. Duurzame vakantiewoningen die volledig opgaan in de natuur. Deze natuurlodges zijn ontworpen in samenwerking met de Natuur en Milieufederatie Drenthe. In deze lodges kun je genieten van het pure Drentse gevoel in een duurzame woning. Puurzaamheid.*

Speel met een uitgekiend en flexibel concept in op veranderende gastbehoeften

De wensen van de consument veranderen snel. Veel bedrijven, waaronder die in de toeristische sector, hebben zich aangepast. En dit moeten ze nog steeds! Om mee te gaan met de snel veranderende eis van de consument, is een strategisch en flexibel bedrijfsconcept van groot belang. Dit zien wij in de praktijk gelukkig steeds vaker gebeuren. Flexibele concepten spelen in op kansen in de markt. Zo zijn seizoensgebonden bedrijven steeds vaker toch het gehele jaar open en spelen zij per seizoen in op de wensen van de toerist. Daarnaast gaat het om de verweving van grenzen tussen branches en het zoeken van verbindingen met andere functies ("blurring"). In deze verbindingen zitten als het ware de onderscheidende elementen: een vakantiepark met hotelservices, een hotel met grote en schakelbare kamers of met eigen 'leisure-content', dagrecreatie met gethematiseerde logies, retail met horecacomponent en vice versa, et cetera.

Toeristen hechten waarde aan het een totaaloplossing. Het gaat niet alleen om een dag of nacht uit, het gaat om de gehele beleving van het toeristische product. Dit zien we ook terug bij eten en drinken in toeristische bedrijfsconcepten. De belevingswaarde van eten en drinken neemt toe en speelt een steeds grotere rol voor

een geslaagde dag of nacht uit.

Eerdergenoemde concepten helpen ondernemingen te onderscheiden en de kwalitatieve belevingswaarde te vergroten. De consument is enorm gevoelig voor prikkels of verrassingen. Nu is de kans voor ondernemingen om hierop in te spelen.

Technologisering met oog voor gastvrijheid

Door de digitalisering is het toeristische product afgelopen jaren veel complexer en tegelijkertijd inzichtelijker geworden. Waar de druk voor bedrijven hoog is om zich te blijven onderscheiden, is het voor de toerist gemakkelijker geworden om bedrijven online te vinden, te vergelijken en te beoordelen. Online touroperators zorgen ervoor dat bedrijven uit de hele wereld toegankelijk zijn voor iedereen, ongeacht de locatie. Succesvolle ondernemers zijn daarom dagelijks bezig zichzelf (online) te profileren. Affiliate marketing, dynamic pricing, contact met online touroperators en channelmanagement zijn voor hen succesfactoren. Uit onze vitaliteitsonderzoeken blijkt dat de beste 10% van de vakantieparken hier dagelijks mensen voor in dienst heeft. Ook in de hotelwereld wordt hier fors op ingezet. Ben je online niet zichtbaar, dan val je af. Ben je wel online te vinden, zorg dan dat je opvalt in die online jungle. Hiervoor is contact met de gast belangrijk, vraag naar zijn of haar ervaringen over de boekbaarheid, vindbaarheid, gebruiksvriendelijkheid en aanbevelingen van jouw bedrijf aan anderen. Goede reviews en onderscheidende producten zijn hiervoor van groot belang.

In veel sectoren wordt er momenteel gesproken over "Internet of things". Dit geldt ook voor de toeristische sector. In de rij staan voor de sleutel van je vakantiehuisje is niet meer van deze tijd. Nieuwe huisjes zijn veelal voorzien van een automatisch codeslot. Een nieuwe gast krijgt op de dag van aankomst een sms als het huisje schoon is en dus klaar voor gebruik. De persoonlijke inlogcode voor het huisje wordt ook meegestuurd.

Dit is één van de vele voorbeelden uit de toeristische sector. En in de toekomst zullen er nog meer voorbeelden gaan volgen. Ondernemers en overheden moeten inspelen op de veranderende technologie. De mate van digitalisering zal voor een steeds groter deel het succes van bedrijven in de toeristische sector gaan bepalen. Dit alles natuurlijk wel met oog voor persoonlijke gastvrijheid.

Kortom, de sector heeft de wind in de zeilen. Door de tijdsgeest goed te verstaan kunnen ondernemers en regio's hier optimaal van profiteren. 2019 is het jaar van oprechte puurzaamheid, nieuwe bedrijfsconcepten en technologische versnelling. Allemaal bedoeld om de gast een persoonlijker ervaring mee te geven.

Met dank aan:

Rutger van de Maat e-mail: r.vandemaat@zka.nl

Sanne Westerink e-mail: s.westerink@zka.nl

Willem Kraanen e-mail: w.kraanen@zka.nl

Bennie Roelands e-mail: b.roelands@zka.nl

Met dank aan molke.nl en deviereiken.nl voor het beschikbaar stellen van het fotomateriaal

ZKA helpt bedrijven en regio's om deze vraaggerichte ontwikkelingen ook voor uw bedrijf en regio concreet te maken.

ZKA Leisure