



Toerisme in balans

Tijd voor échte oplossingen

Toerisme in balans

Toerisme is een wereldwijde groeimarkt.

Ik zie dat toerisme grote kansen biedt voor Nederland, zolang we gaan voor échte oplossingen. Toerisme betekent ontplooiing... voor bezoekers, ondernemers én bewoners.

Dit ervaar ik iedere dag tijdens mijn werk als strategy-adviseur en in mijn eigen vrije tijd.

Adhoc oplossingen volstaan niet meer in een volwassen groeimarkt.

Losse bouwstenen, postzegelprojecten, korte termijn winst en sectoraal beleid zijn een doodlopende weg.

Kijk maar hoe het toerisme uit de hand loopt.

Toerisme is uit balans geraakt.

Bijna iedereen (h)erkent dit.

Het is tijd voor échte oplossingen.

Daarom ben ik binnen ZKA en Seinpost gestart met ZKA Strategy.

Met ZKA Strategy worden belangrijke vragen bij de wortel aangepakt.

We beschouwen toerisme als een samengesteld product.

We betrekken het hele verhaal.

'Toerisme in balans' is een samenvatting van ons denken over toekomstbestendig toerisme.

Jouw bedrijf of bestemming ook toekomstbestendig maken?

Lees dan verder.

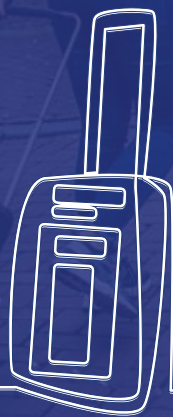
ZKA Strategy herstelt samen met jou de balans.



Merlijn Pietersma

Toerisme groeit...

In 2030 worden er iedere nacht in ons land 100.000 rolkoffers meer opengeritst! In procenten: in 2030 ruim 30% meer toeristische en zakelijke overnachtingen (NBTC). De toename van het aantal dagbezoeken tot 2030 zal circa 10% zijn (ZKA). Problematisch is alleen dat de groei niet gelijkelijk verdeeld zal zijn over het hele land. Bezoekers zoeken vooral in de kustprovincies en de grote steden een slaapplek. Met Amsterdam als absolute koploper.



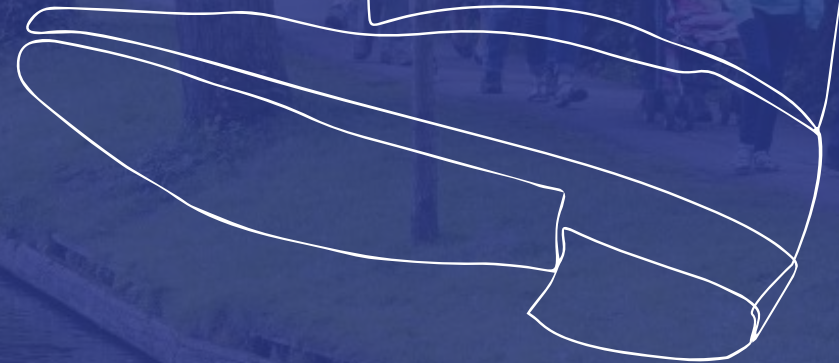
...de regionale verschillen zijn groot

Deze onevenwichtige groei leidt nu al tot kwaliteitsverlies, mono-producten, doorgeschoten schaalvergroting, ongestuurdheid en overlast voor bewoners.

Het ongebreideld doorgroeien via een klassiek economisch stamien (meer van hetzelfde) zal ons snel confronteren met de schaduwzijden van een té massaal en eenzijdig toerisme. De bedrijfsmarges dalen door beperkt onderscheidend vermogen, de leefbaarheid komt in het geding en de acceptatie van de bewoners wordt op de proef gesteld.

Tegelijk wil het overgrote deel van Nederland graag profiteren van de sociaal-economische kansen van toerisme. Maar is dit realistisch, hoe ontwikkel je een bestemming en hoe zorg je dat je de unieke kernwaarden (zoals puur, rauw, ongeschonden, rust...) van een gebied niet worden verkwanseld?

Deze paradox (de groei én de onevenwichtigheid) vragen om een goed doordachte reactie van alle partijen in de sector.



Kermis van afgestompte belevissen

"Blijven wij de trend volgen van de verdere infantilisering van de consument? Laten wij ons wurgen door de mondiale entertainmentindustrie? Blijven wij telkens een nieuwe beleving aanbieden voor een steeds lagere prijs? We verworden tot een kermis van afstompende belevingen."

*Uit de visie 'Ruimte voor de spelende mens'
van Cees Slager (Congres Gastvrij Overijssel)*



Strategie naar toekomstbestendige bedrijven en bestemmingen

Op grond van onze kennis en analyses van de vrijetijdsmarkt vindt ZKA Strategy dat in de sector gewerkt moet worden aan een nieuwe balans door het toepassen van drie kansrijke ontwikkelprincipes:

ECOSYSTEMEN

Werken vanuit toeristische clustering en ecosystemen

Anders gezegd: marktgerichte samenhang in het gehele toeristische aanbod in een stad of regio is een voorwaarde. Net als in ecosystemen leveren alle actoren een bijdrage.

Lees verder op pagina 12.



BLOEIEN

Gepaste economische groei van toerisme kan

Toerisme is een middel om leefbaarheid en duurzaamheid te vergroten. Het is tijd om meer waarde te bieden.

Lees verder op pagina 44.



DEBAT

De vraag van de gast en maatschappelijke ontwikkelingen vormen het kompas, niet het aanbod

Bedrijven en regio's worden vooral toekomstbestendig door gepersonaliseerde aandacht te bieden.

Lees verder op pagina 60.



eco·sys·teem

een ecosysteem is een complex systeem van interacties tussen levende groepen (planten, mensen, dieren) en de (abiotische) omgeving waarin ze leven. Alle organismen in een ecosysteem leveren een bijdrage aan het geheel.



(naar: Elements of Ecology, Smith & Smith 2015)



Toeristisch cluster als ecosysteem

ZKA Strategy beschouwt toeristische bestemmingen vanuit de metafoor van een (te managen) ecosysteem. Een toeristisch ecosysteem ontstaat door de interactie tussen de resources van bezoekers en bewoners en soorten zoals natuur, strand, infrastructuur, routes, culturele iconen en bedrijven als hotels, attracties, watersport en vakantieparken. Alle (f)actoren in het systeem leveren een bijdrage aan het samengestelde toeristisch 'product'. De onderlinge samenhang en afhankelijkheid is groot.



Leren van natuurlijke ecosystemen

“Ongecontroleerde toeristische groei leidt tot een over-exploitatie waardoor de levensvatbaarheid in het geding komt. Natuurlijke ecosystemen leren ons wat er gebeurt als een tipping-point wordt bereikt: dan kan er een plotselinge omslag plaatsvinden naar een totaal ander - vaak minder productief - systeem. Toeristische bestemmingen kunnen leren van de analogie met natuurlijke ecosystemen. In dergelijke ecosystemen vindt selectie plaats, is variatie, interactie tussen soorten, en er is multifunctionaliteit (compleetheid). Er is maar een beperkt aantal dominante soorten en dominantie wordt door middel van negatieve terugkoppelingen voorkomen, waardoor verscheidenheid wordt bevorderd.

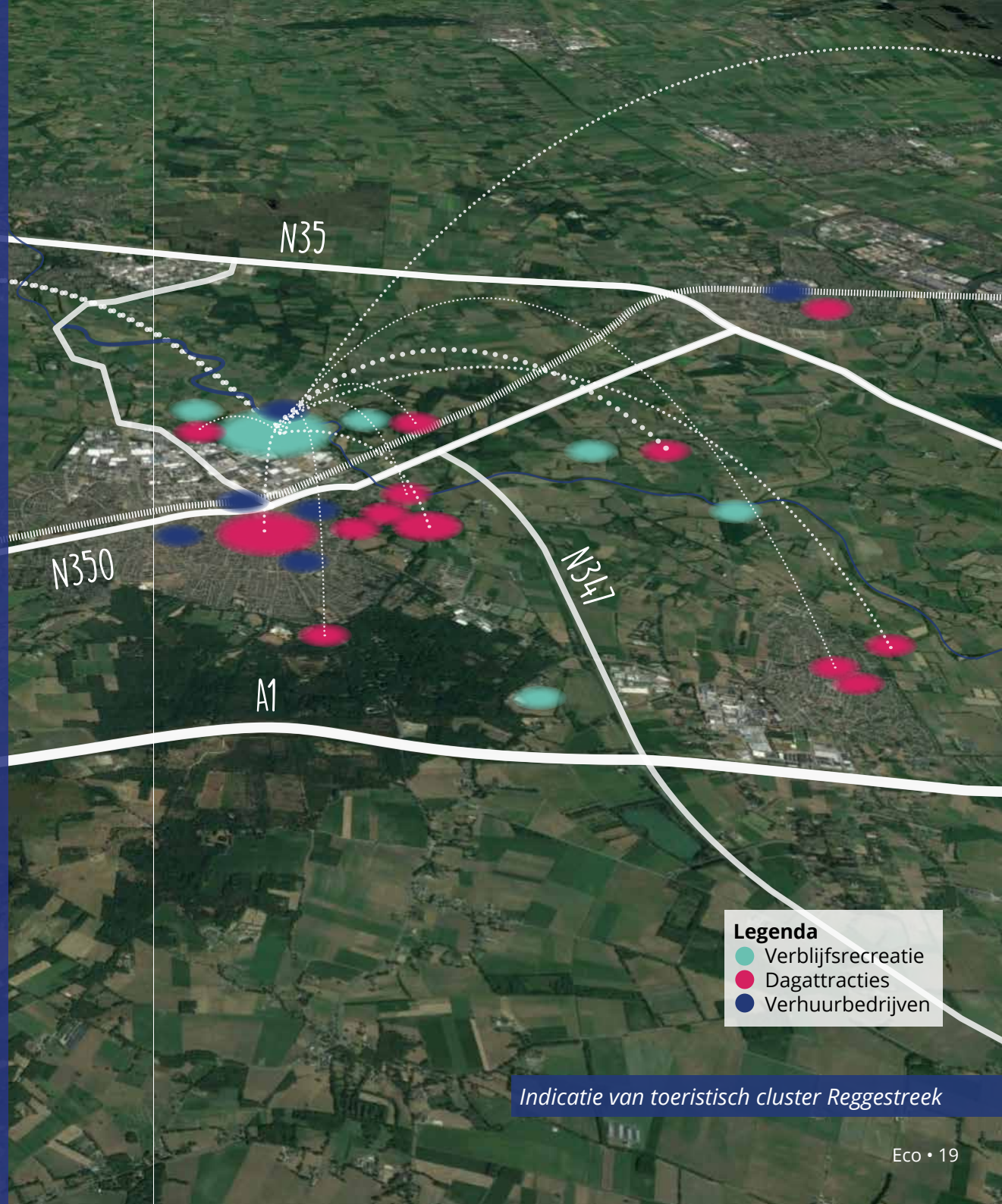
Er zijn verschillende instrumenten om natuurlijke en dus ook toeristische ecosystemen zowel bottom-up (via het aanbod) als top-down (via regulerende factoren) te managen. Door te leren van de natuur zou de duurzaamheid van de toeristische sector kunnen worden bevorderd”.

*Prof. dr. ir. Wim van der Putten
Nederlands Instituut voor Ecologie (NIOO-KNAW)*



Belang van (f)actoren

Onze analyses leren echter dat er in de vrijetijdsbranche nog heel vaak sprake is van solisme en streven naar individuele groei. Er is in de branche nog te weinig besef dat elke camping toeristische trekpleisters nodig heeft in een uitnodigende natuur om te functioneren en om aantrekkelijk te zijn voor toeristen. Of dat musea, terrassen en bezienswaardigheden, maar ook fietsverhuur in de buurt van een hotel van invloed zijn op de waardering voor dat hotel. Elke (f)actor in het ecosysteem levert een bijdrage aan het geheel en is tegelijk afhankelijk van de andere (f)actoren.



Clustering

Als toeristische bestemmingen als ecosystemen zouden opereren ontstaan er nieuwe vrijetijdsproducten. Ook ontwikkelen zich onderscheidende, op de markt gerichte en aantrekkelijke clusters. Zo'n cluster/regio heeft een unieke eigenheid, is productief en is in staat zichzelf in stand te houden en zich aan veranderende omstandigheden aan te passen.

“Als het bij mijn buurman regent, dan druppelt het bij ons. Daarom werken we samen”. Dit is de juiste ecosysteem-houding van ondernemers.

ZKA Strategy helpt partijen floreren in toeristische bestemmingen. Met onze helikopter-view overzien we het speelveld, we kennen marktpartijen en we hebben elders in Nederland en Vlaanderen meerdere malen met het bijltje gehakt.



Brainport Eindhoven

Samenhangende mix

Een regio kan zich zo (door)ontwikkelen tot een samenhangende mix van actoren (vrijtijdsondernemers, bewoners, overheden en onderwijs) en factoren (aantrekkelijke natuur en landschap, infrastructuur, inrichting, voorzieningen e.d.). Als geheel vormt de regio dan een belevenis voor bezoekers en bewoners. Om zover te komen zijn 'bestemmingsmanagement en ontwikkeldrive' kernbegrippen. Daarom is in een toeristisch ecosysteem inhoudelijke en organisatorische regie noodzakelijk.



Toeristisch cluster Brouwersdam

Gewenste diversiteit

Zo'n eco-systemische benadering stelt een regio in staat om de gewenste diversiteit in het toeristisch aanbod te bereiken. Er zijn geen schrale mono-producten meer, maar er is een veelzijdig aanbod dat interessant is voor meerdere en nieuwe doelgroepen. Vooral ook 'gastvrij' en met een eigen (onderscheidende!) identiteit. Zo gevarieerd is immers een ecosysteem ook. In de praktijk ziet ZKA Strategy vier verschillende type toeristische ecosystemen met ieder een eigen ontwikkelaanpak.



1. Toppers van toen



2. Iconen



3. Massa-hotspots



4. Potentials

1. Toppers van toen

OORSPRONKELIJK TOERISME

VROEGER

OUDBOLLIG

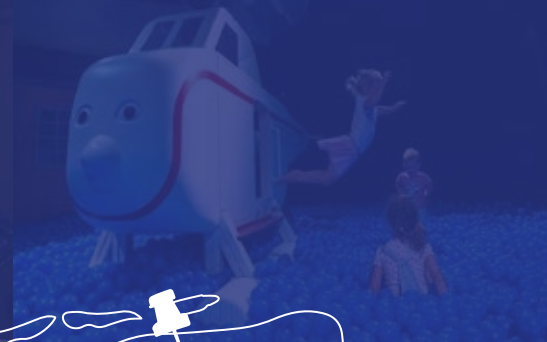
STILSTAND

VERGANE GLORIE

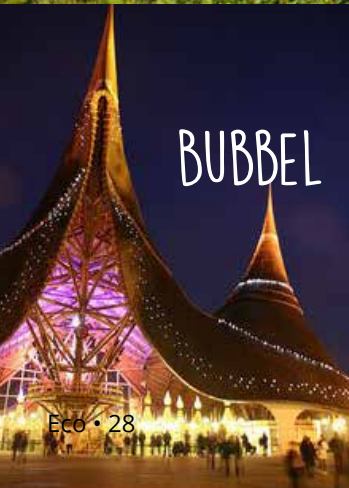
2. Iconen



BEZOEK—MAGNEET



NAAR BINNEN GEKEERD



BUBBEL



SOLISTISCH



PRADA

3. Massa-hotspots

VERDRINGING



PLAT



OVER-TOERISME



MASSAMARKT



INVASIEF



4. Potentials

ONPROFESSIONEEL

BEPERKT TOERISTISCH ECOSYSTEEM

SLECHT BEREIKBAAR

KANSRIJK?

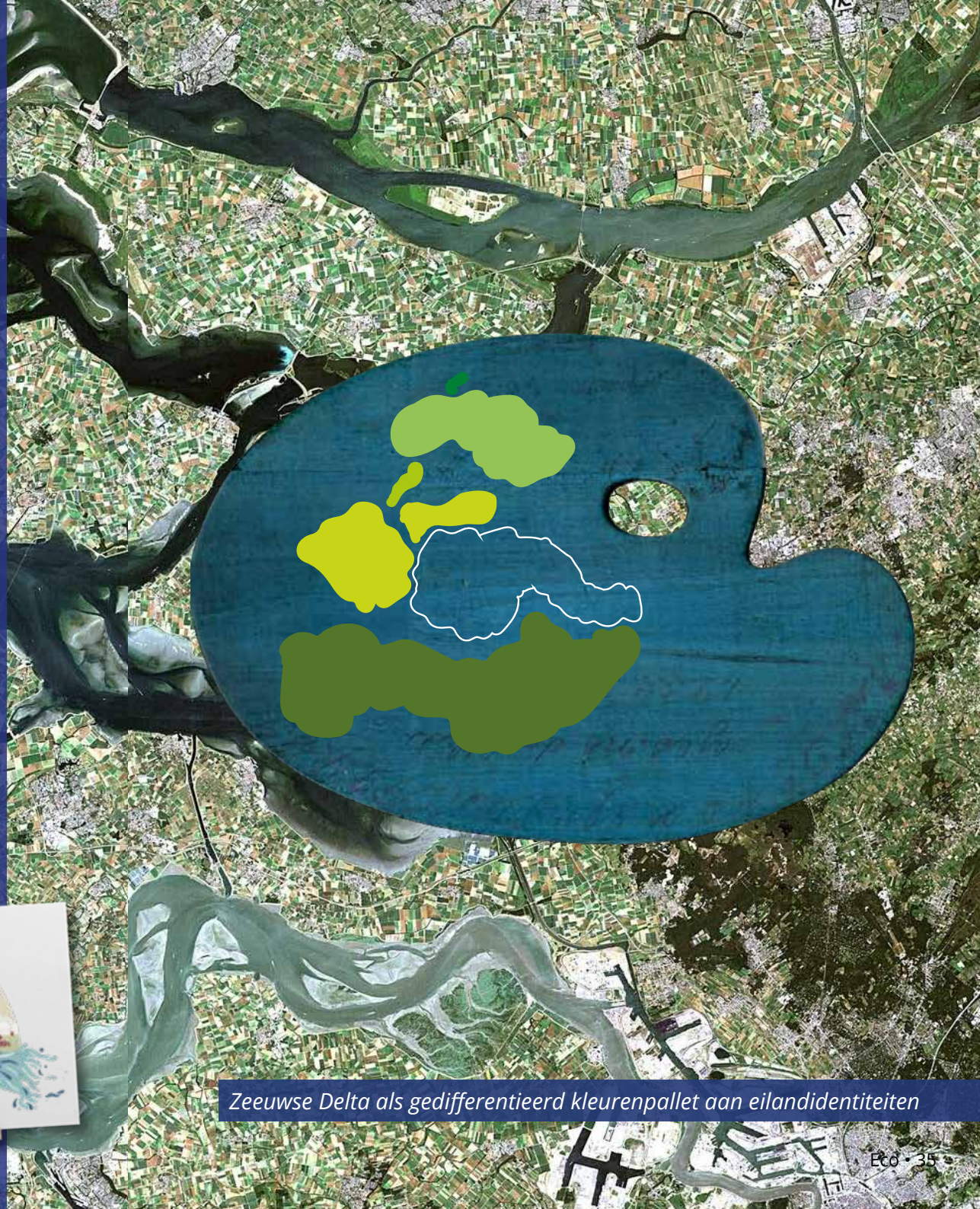
(NOG) GEEN PRIORITEIT



Kies voor een professionele benadering

De economische betekenis van toerisme groeit op een onevenwichtige wijze. Daarom vraagt het toeristisch beleid meer dan ooit een professionele benadering, onder meer vanuit de veranderkunde en gebiedsontwikkeling. ZKA Strategy is op tal van plaatsen betrokken bij het ontwikkelen en inrichten van zo'n kwalitatief hoogwaardige visie, strategie en beleid. Zoals het gebiedsperspectief Kinderdijk 2030, Emmen-centrum-WILDLANDS en in Zeeland met de Zeeuwse Kustvisie waar nu aan lokale uitvoering gewerkt wordt.

Op www.zka-strategy.nl/ecosystemen gaan wij dieper in op het principe van de toeristische ecosystemen met de vier verschillende archetypes.



Zeeuwse Delta als gedifferentieerd kleurenpallet aan eilandidentiteiten

Goeree-Overflakkee

Avontuurlijke natuurbeleving op een energie-neutraal (schoon)
Hollands delta-eiland



Doel

De verstoorde balans herstellen tussen economie, ecologie en welzijn van gasten en bewoners.



Door

Herontwikkelen van verouderd aanbod, recreatie en natuur als bondgenoten doorontwikkelen en het opzetten van een platform voor bewoners als producent in toerisme.



Doen

ZKA Strategy creëerde een toeristische visie en gebiedsgerichte strategie met ondernemers, bewoners, overheid en belangenverenigingen.



Giethoorn 2030

Leeggezogen of florerend?



Doel

NP Wieden-Weerribben als grootste wetland-gebied van Noordwest-Europa heeft aantrekkingskracht op een internationaal publiek. Het icoon Giethoorn vervult daarin een evenwichtige functie.



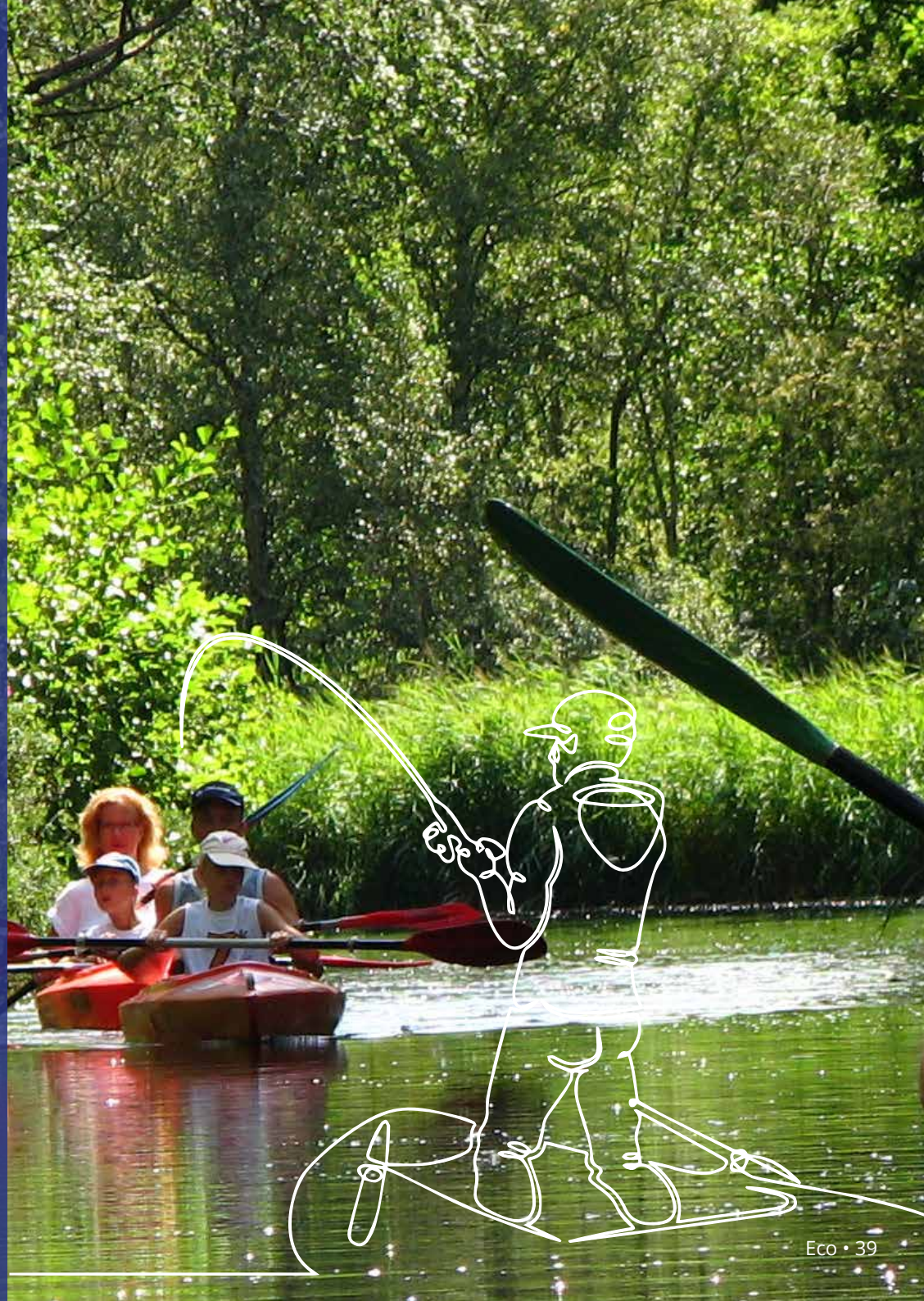
Door

De regio op een hoogwaardige wijze doorontwikkelen en scenariokeuzes maken voor: echtheid, zelf-activerende gasten, optimale verbindingen en short-breaks.



Doen

ZKA Strategy ontwikkelde drie toekomtschetsen en adviezen voor ondernemers, bewoners en overheid om Giethoorn en het NP onlosmakelijk met elkaar te verbinden.



ArenAPoort Amsterdam

Capital of music & dance



Doel

ArenAPoort in Amsterdam doorontwikkelen tot grootstedelijk uitgaansgebied.



Door

Gebiedsconcept Capital of music & dance met meerdere complementaire venues inclusief voorstel voor ontbrekende 'venue' tussen niveau AFAS Live en ArenA in. Dit werd later ingevuld door de Ziggo Dome.



Doen

ZKA Strategy ontwikkelde het inspirerende en uitdagende toeristische gebiedsconcept.

*Start van
toeristisch
gebieds-
concept:
'Van niets
naar iets'*

Midden-Brabant

Dé short-break bestemming van Noordwest-Europa



Doel

Van nationale dagtoeristische bestemming naar meerdaags verblijfsgebied met onderscheidend recreatie-/entertainmentproduct voor de familiemarkt op 3-4 uur reistijd.



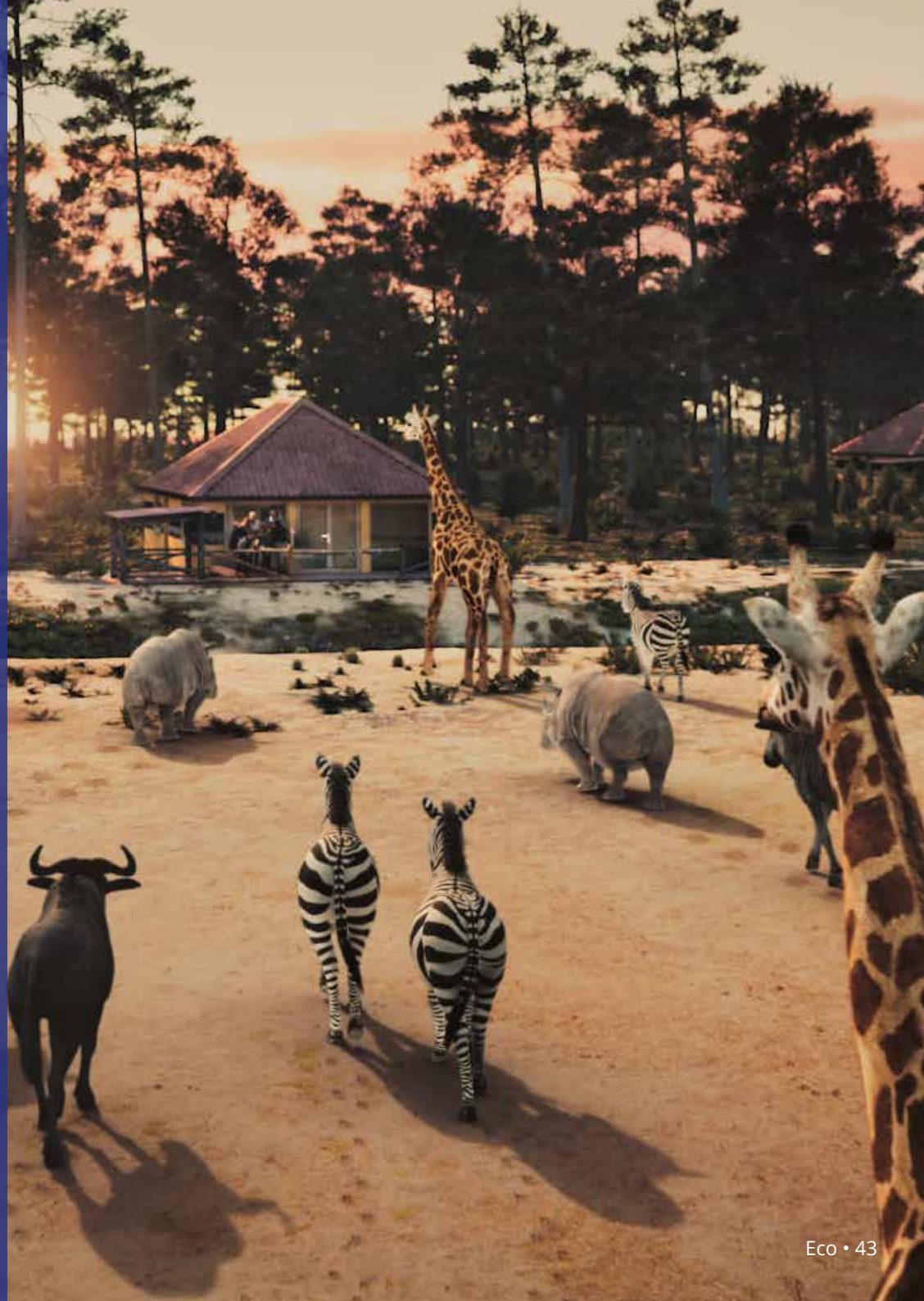
Door

Ontwikkeling van een samenhangend programma met ca. 1 miljard aan extra investeringen. Gericht op een ruimtelijk cluster van bestaande en nieuwe internationale trekkers, ondersteunende regionale attracties en een verdubbeling van het 'winterharde' verblijfsaanbod.



Doen

ZKA Strategy was partner in het visietraject, berekende de vraag-aanbod capaciteiten voor trekkers, ondersteunende voorzieningen en verblijfsaanbod en ontwierp de gebiedsgerichte kansenskaart met de aanbodclusters.



bloei·en (werkwoord)

*vrucht dragen, ontluiken, floreren, voorspoedig zijn.
Tot bloei komen door geregisseerde bloeicondities.*

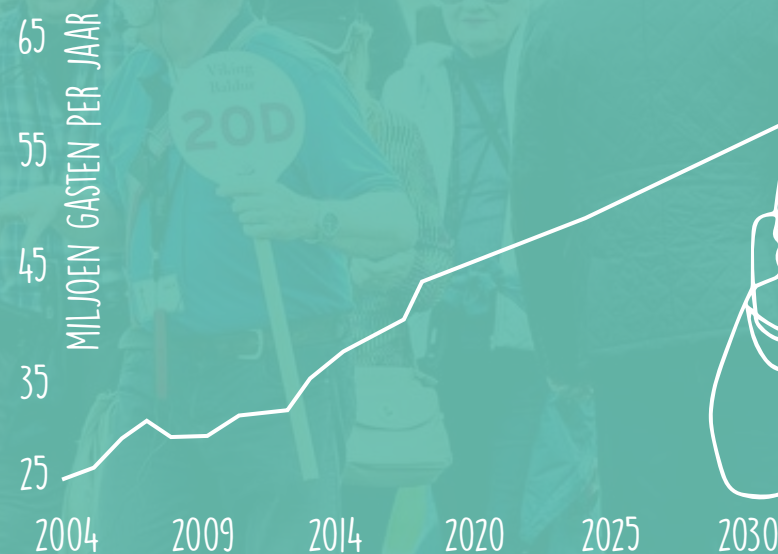
2

Hoe kan toerisme in Nederland gepast groeien?

Naar verwachting stijgt het aantal buitenlandse verblijfstoeristen tot ongeveer 30 miljoen in 2030 (NBTC). In 2017 waren het 18,8 miljoen. Mocht de stijging van het aantal bezoekers, net als in de voorbije jaren, exponentieel zijn (in 2018 waren het er 2,8 miljoen meer dan in 2016!), dan zijn het er in 2030 beslist meer dan 30 miljoen. Wanneer de 14-jaars groeitrend wordt doorgetrokken is het mogelijk om zelfs 40 miljoen buitenlandse gasten in 2030 te ontvangen (ZKA Strategy).

In totaal wordt er in ons land voor ca. €90 miljard door toeristen besteed. Het aantal banen in de toeristische sector bedraagt ongeveer 800.000 (475.000 voltijdbanen).

ONTWIKKELING TOTAAL AANTAL GASTEN IN NL



BRON: UNWTO, CBS, NBTC, BEWERKING ZKA

Bestemmingsmanagement

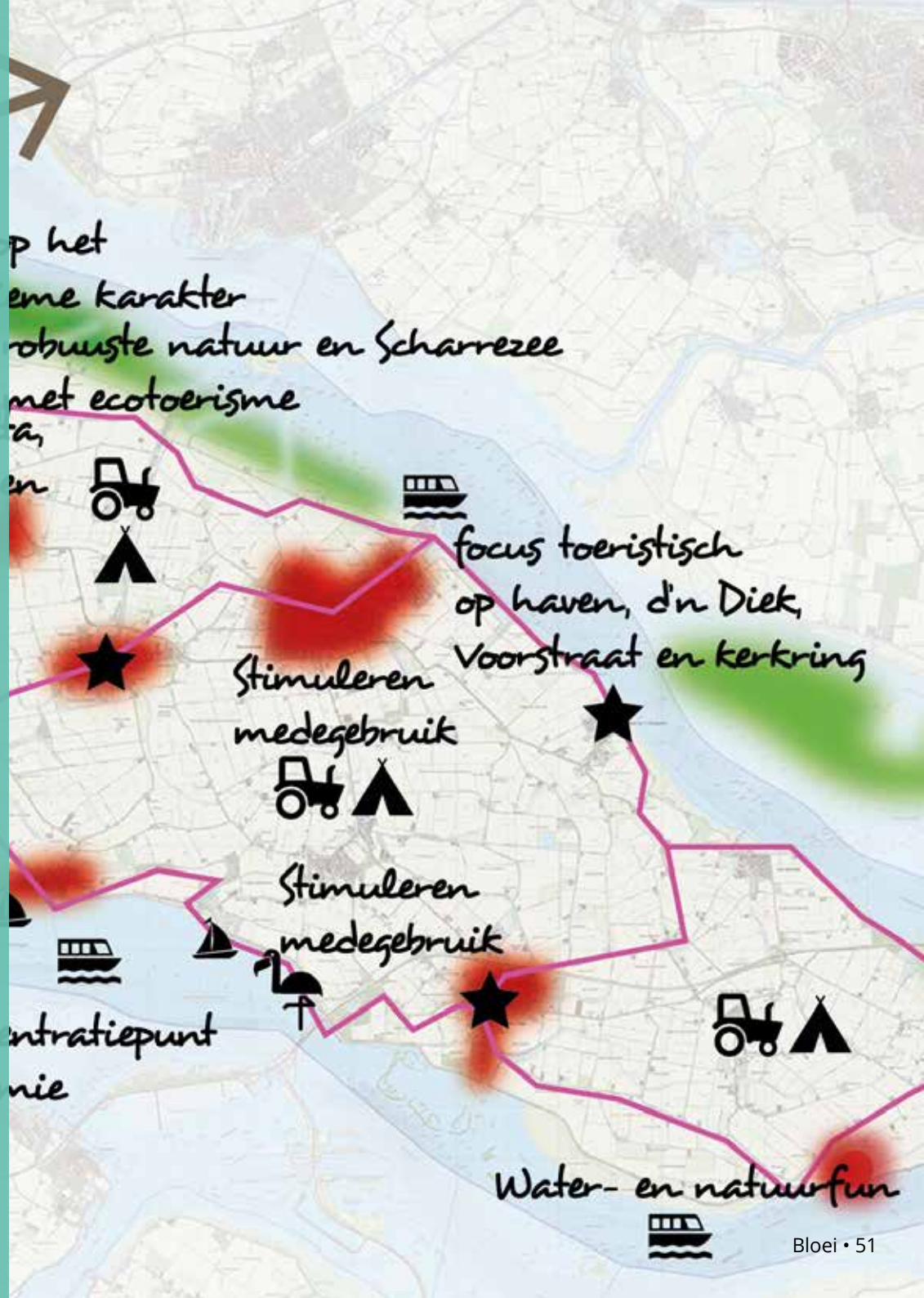
Dit groeiperspectief biedt natuurlijk kansen, maar 'massa is nog geen kassa' en onbelemmerde groei van massatoerisme is een bedreiging voor de reputatie en leefbaarheid. De kustprovincies en toeristische iconen zullen nog meer toeristen moeten herbergen, terwijl er, bij ongewijzigd beleid, ruimte te over is in het noorden en oosten van het land.

Daarom moeten potentiële toeristische ecosystemen (her) ontwikkeld worden vanuit eigen kracht. Op het platteland ('de countryside') moeten aantrekkelijke toeristische concepten tot ontwikkeling komen. Dat vraagt om ambitieuze planvorming en samenwerking op regionaal niveau.



Nieuwe perspectieven

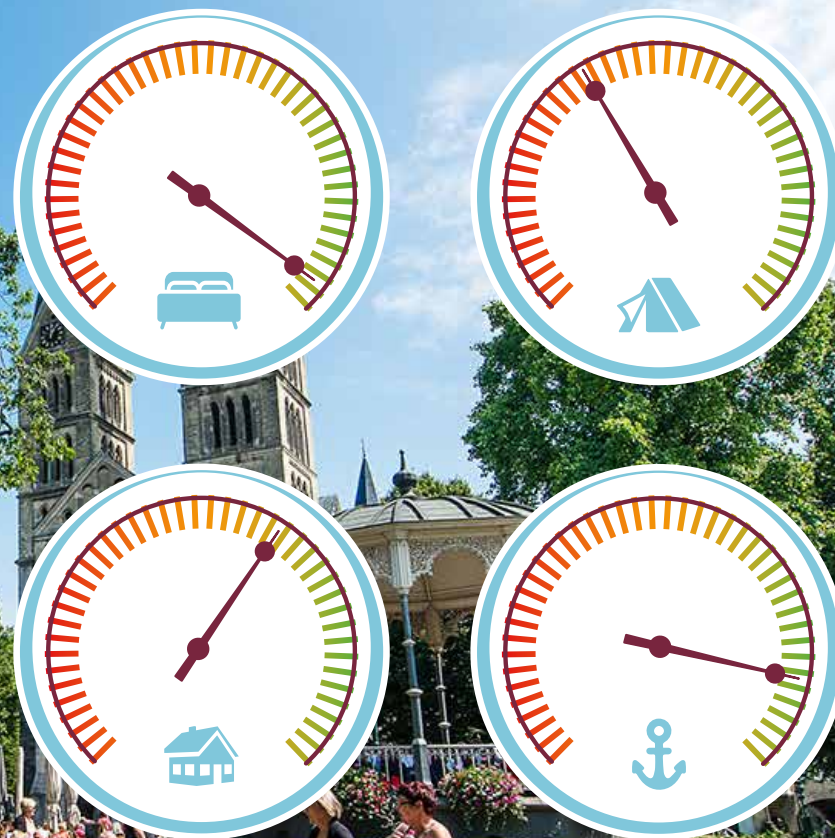
Het kan ook door het herontwikkelen van bestaande toeristische bestemmingen inclusief betere bereikbaarheid. Er is voldoende onderbezetting bij verouderde hotels, campings, jachthavens en attractieparken. Ondernemers zullen in samenspraak met overheden en belanghebbenden (bewoners, natuurbeheerders, financiers) nieuwe concepten moeten uitdenken en ontwikkelen. Inzicht in de markt is bij zo'n ontwikkeling een voorname rol. 'Welke toerist past bij onze regio' en 'hoe kunnen we die toerist bedienen' zijn dan de vragen.



Naar een nieuwe balans

Om het toerisme evenwichtiger te verdelen over ons land moet er geïnvesteerd worden. Dat is zeker de moeite waard, aangezien de waarde van de toeristische sector elk jaar weer groeit. Het aandeel van de toeristische sector in het bruto binnenlands product is sinds 2010 toegenomen van 3% naar 4,4% in 2018! Toerisme is een steeds belangrijker sector in onze economie (even belangrijk als de 'bouw' en ICT-sector).

Duidelijk is dat economische groei voor de toeristische sector in het verschiets ligt. Dit biedt ook kansen voor de leefbaarheid van veel regio's. Tegelijk is het zaak dat overbelasting van kustregio's, toeristische iconen en enkele stedelijke hotspots wordt teruggedrongen en dat er op regionaal niveau aantrekkelijke alternatieven worden ontwikkeld. Oftewel: een passende en gepaste groeiambitie, daar wordt iedereen beter van.



Piketpaaltjes voor groei

Ontwikkelregio's moeten niet in dezelfde massatoerismefuik stappen als de bekende hotspots. Dit wordt voorkomen door het inrichten van toeristische ecosystemen waarin alle actoren bijdragen, het kiezen van een toekomstbestendige koers (DEBAT-model) en door regionale piketpaaltjes voor groei en programmering te hanteren. Zo ontstaat door bestemmingsmanagement een nieuwe balans in toerisme.

ZKA Strategy is behulpzaam bij het uitzetten van de gepaste groei-koers. Recent hebben we dit gedaan op diverse plaatsen:



Vrijetijdseconomie Noord-Limburg

Koploperregio in familierecreatie



Doel

Toegroeien naar één miljard vrijetijdsbestedingen in 2025 en oplossingen voor huisvestingsvraagstukken.



Door

Focus op familierecreatie, clusters in ontwikkeling brengen en regionale samenwerking.



Doen

Als kwartiermaker ontwierp ZKA Strategy het regionale actieprogramma. De actielijnen zijn: omgeving versterken, accommodaties vitaliseren, attractiewaarde vergroten en verbindingen met maatschappelijke thema's verzilveren.



Park Gravenrode Parkstad Limburg



Doel

Transitie van het gebied rondom de oude staatsmijn Wilhelmina naar een (inter-)nationale toeristische bestemming voor de 21e eeuw op de grens van Kerkrade en Landgraaf.



Door

Ontwikkeling van grootschalig vrijetijdscuster met bijzondere, onderscheidende 'spelers'. Hierbinnen vestigden zich in de loop der tijd o.a. SnowWorld, Pinkpop, Gaiazoo, Mondo Verde en een 3-tal hotels.



Doen

ZKA Strategy was betrokken bij de visievorming, doorrekening van de marktkansen, de acquisitie van marktpartijen en het opstellen van businessplannen voor verschillende partijen binnen het gebied.



*“Van geen
toerisme
naar start
van een
toeristisch
cluster”*

de·bat

gedachtewisseling, bespreking van het voor en tegen. Richting bepalen door het uitwisselen van ideeën en het intensief bespreken.

Gastgericht en toekomstbestendig

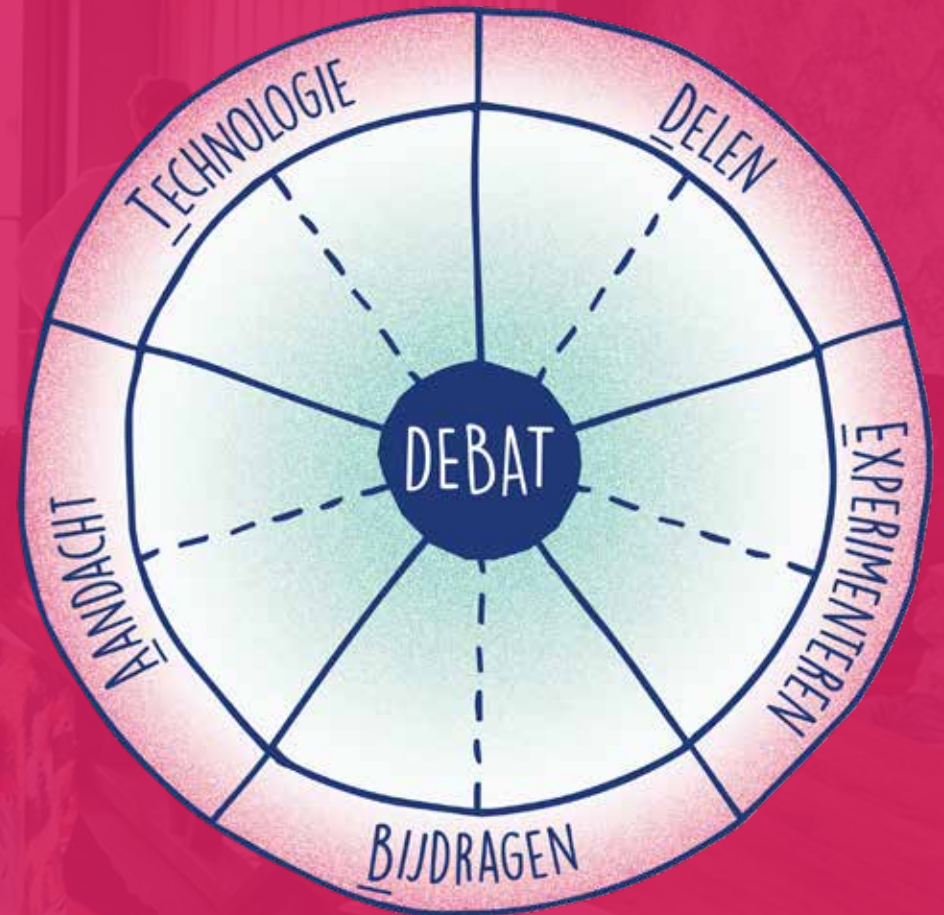
De enorme toename van het aantal toeristen lijkt verschillende regio's te overvallen en heeft tot nu toe vooral geleid tot een aanbod met 'meer van hetzelfde'. Onverstandig, want dat resulteerde op enkele 'toeristische hotspots' al tot kwaliteitsverlies, mono-producten, lage bedrijfsmarges, doorgeschoten schaalvergroting, ongestuurd toerisme en overlast voor bewoners. Het is belangrijk dat de actoren in de toerismebranche, meer dan ooit, oog hebben voor majeure maatschappelijke ontwikkelingen en trends. Het is belangrijk dat het échte DEBAT over toekomstbestendige keuzes intensief gevoerd wordt door alle actoren in de branche.



Toekomstbestendig: het DEBAT-model

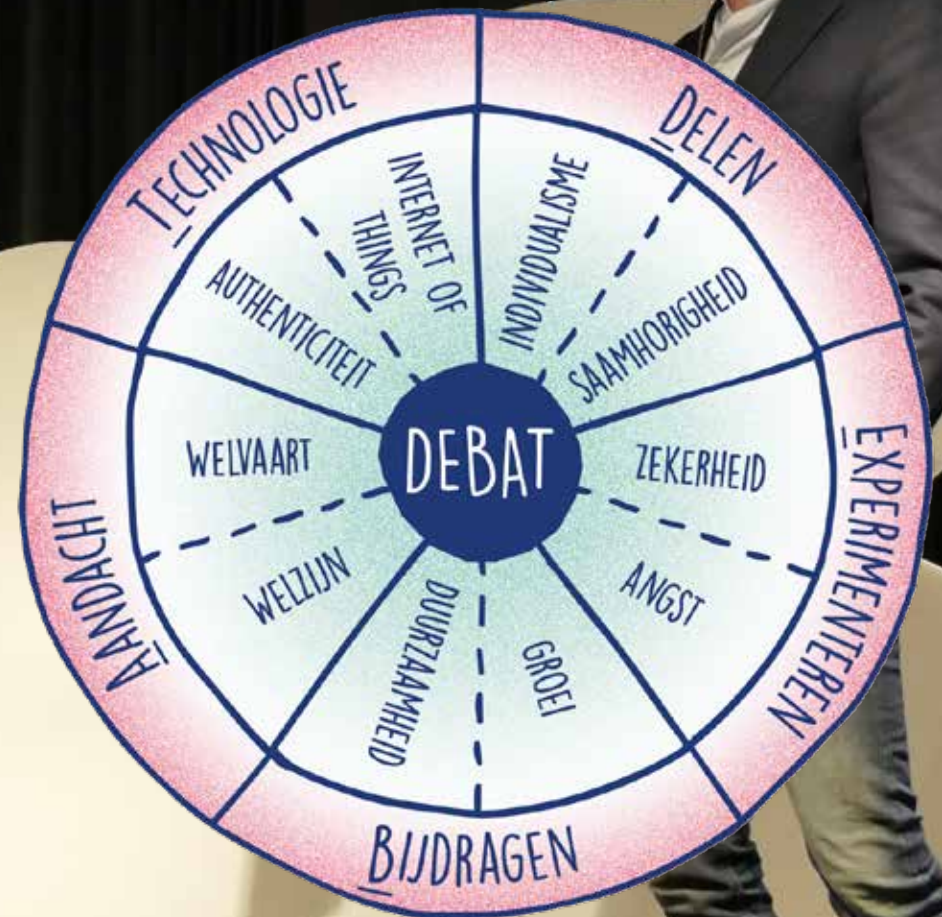
Om op regio/gebiedsniveau, maar ook project- en bedrijfsniveau een visie te ontwikkelen voor de komende 5 à 10 jaar, is het uitwisselen van ideeën en het intensief bespreken ervan, van groot belang. Gebaseerd op de megatrends in de samenleving ontwikkelde ZKA Strategy daarvoor een werkwijze. Het DEBAT-model staat voor:

- Delen van ideeën, belangen en middelen;
- Experimenteren met veelbelovende concepten;
- Bijdragen aan een bloeiend toeristisch ecosysteem;
- Aandacht voor elke actor in het veld;
- Technologie, vernieuwing gericht op efficiency en personalisatie.



Heldere keuzes

Door de inzet van het DEBAT-model wordt het mogelijk om met alle actoren in de branche tot heldere keuzes te komen voor het toekomstbestendige toeristische beleid in een regio. En voor bedrijven wordt het hiermee mogelijk om een toekomstbestendige strategie in te zetten.





Demografisch

...en
immigratie

Groei
senioren-
markt...



Sociaal-maatschappelijk

*Consumptie-
maatschappij*

*Vrijetijds-
industrie gericht
op begeerte*



Verstedelijking

Individualisering

*Veranderende
samenstelling
van huis-
houdens*

*Duurzaam
en circulair
ondernemen*

Technologie

*Internet
of things*

*Gast-gedrag
voorspellen
door
big data*

Gastgericht en toekomstbestendig

Dit soort megatrends moeten ook de bakens zijn voor een toekomstbestendige toeristische sector. De toerismebranche kan simpelweg niet zonder een samenhangende visie op de toekomst. Gastgericht en toekomstbestendig zijn de kernbegrippen in onze visie op de toeristische sector.



Nieuw Nassau Bergen aan Zee

Toeristenbril

Persoonlijke aandacht is cruciaal. Dat begint met ondernemen door 'de bril van de toerist op te zetten' i.p.v. je als ondernemer, projectontwikkelaar en gebiedsbeheerder te zien als 'de maat van alle dingen'. Niet het aanbod, maar de vraag, passies en motieven van de toerist zijn dan het belangrijkste. Hierin is in de toeristische branche nog een wereld te winnen.



Recreatiepark TerSpegelt Eersel

Bewoner als gast

Ook de bewoner in een toeristische omgeving is 'gast' van de branche! Steeds vaker haalt de onvrede met de 'drommen' toeristen de pers. Zeker nu de groeiprognozes flinke toenames aangeven, is er voor bewoners reden om van zich te laten horen. De 'overdruk' van toeristen leidt tot irritatie (Volendam, Giethoorn, Domburg, Kinderdijk, Amsterdam) en als daar vanuit de overheid en branche geen passend antwoord op komt, ligt weerstandsgedrag van bewoners op de loer. Logisch vindt ZKA Strategy, want woekerend toerisme kan de leefbaarheid van regio's en 'hotspots' voor bewoners behoorlijk aantasten.



Bewoners-bewuste benadering

ZKA Strategy vindt het om die reden een 'must' om in de plannen van toeristische clusters ook aandacht te hebben voor die keerzijde, de bewonerskant, van de toeristische medaille. Bewoners zijn mede-eigenaar van een omgeving en vaak zijn ze medeproducent van het toeristisch product. Reden waarom er bij de ontwikkeling van toeristische clusters serieus moet worden gekeken naar de feitelijke en ervaren 'draagkracht' van een omgeving. Om aan zo'n 'bewoners-bewuste' benadering inhoud te geven moeten bewoners actief bij de planvorming worden betrokken. Zonder dat de visie gegijzeld wordt. Dit zal op weg naar de besluitvorming over plannen zeker van invloed zijn op de acceptatie ervan. Bovendien wordt een toeristisch cluster aantrekkelijker voor gasten als bewoners trotse ambassadeurs en medeproducent van het toeristische product zijn.

Gebieden waar ZKA Strategy recent vanuit de bewoners-bewuste benadering werkte zijn:



UNESCO Werelderfgoed Kinderdijk

Balans tussen sightseeing, erfgoed en leefbaarheid



Doel

Hét Toeristische Icoon in de wereld waar het duurzaam ontwikkelen van een toeristische hotspot samengaat met verbeteren van de leefbaarheid en behoud van natuur.



Door

Een strategisch kader op te stellen gericht op: leefbare dorpen in de luwte van het toerisme, rentmeesterschap, intensere erfgoedbeleving, gezonde exploitatie en slagvaardig bestuur. Verkeersstromen worden losgekoppeld van de Kinderdijk-beleving en de woonkernen. Er komt grip op de bezoekersstromen en openbare ruimte. Inspirerende toekomstschetsen laten zien hoe het UNESCO Werelderfgoed zich gaat herpositioneren binnen het vastgestelde kader.



Doen

ZKA Strategy ontwikkelde het gebiedsperspectief Kinderdijk tijdens een interactief proces met actoren op alle schaalniveaus: (inter)nationaal, bovenregionaal en lokaal, inclusief (molen)bewoners.



Scenario: nieuwe museale en theatrale beleving Werelderfgoed Kinderdijk

Zeeuwse kustvisie 2030

Hollandse delta van Europese allure



Doel

Toerisme als belangrijke sociaal-economische motor toekomstbestendig doorontwikkelen tot een Zeeuwse kwaliteitskust.



Door

Nieuwe markten ontwikkelen die vragen om een nieuwe balans tussen bedrijven, bewoners en leefomgeving.



Doen

ZKA Strategy was medeopsteller van de 'eiland-overstijgende' Zeeuwse Kustvisie en verantwoordelijk voor het ruimtelijk-economische spoor.

*Nieuwe
balans*



Karaktervol verblijven in Drenthe

Strategische aanpak vakantieparken



Doel

Drenthe streeft naar verdubbeling van het aantal excellente vakantieparken en halvering van de niet-vitale vakantieparken in 2023.



Door

Een integrale programma-aanpak die recreatie-ondernemers en overheden verbindt. Gericht op uitvoering en het behalen van meetbare doelen. Zoals gepaste groei met aandacht voor de regionale identiteit, duurzaamheid en bijpassende markten, door toepassing van het Drentse ontwikkelkader bij nieuwe (her)ontwikkelingen.



Doen

ZKA Strategy was betrokken vanaf het onderzoekstraject tot en met de opbouw van het programmteam. Full-service: van inhoud tot proces en interim (programma)management.



Hof van Saksen Drenthe

Jouw bedrijf of bestemming ook in balans?

ZKA Strategy werkt met toonaangevende bedrijven, toeristische organisaties en ambitieuze overheden. Als de belangen groot zijn en de vraag complex is, zijn wij op ons best. ZKA Strategy is een zelfstandige business-unit binnen ZKA en Seinpost.

Samen met jou maakt ZKA Strategy plannen om jouw bedrijf of toeristische bestemming in balans te brengen met de snel veranderende vrijetijdsomgeving.

Ga naar zka-strategy.nl voor meer inspiratie of bel 088-2100220



Oerol Terschelling

Colofon

Auteur	Merlijn Pietersma
Redactie	Ton Peters
Vormgeving	Studio Meesterwerk
Uitgave	oktober 2019
Organisatie	ZKA Strategy
Contact	www.zka-strategy.nl 088-2100220

Alle rechten voorbehouden

Dit boek is gebaseerd op het essay van ZKA Strategy: “van verouderd industrieel groeimodel naar toeristische ecosystemen”. Het auteursrecht op de afzonderlijke teksten en beelden berust bij de desbetreffende makers. Van beelden waarop mensen duidelijk herkenbaar op staan is op de volgende pagina een fotoverantwoording terug te vinden.

Dit werk is uitgegeven door ZKA Strategy. Het is anderen toegestaan om dit werk te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren en om afgeleid materiaal te maken, zolang de auteur en uitgever worden vermeld als maker van het werk en het werk niet commercieel gebruikt wordt.



Fryslân Culturele Hoofdstad 2018

Fotoverantwoording

Op deze pagina vind je de bronvermelding van alle foto's waarop mensen herkenbaar op worden weergegeven.

Pag. 25 Toppers van toen, Camping Het Wad, Niels Blekemolen (2016)

Pag. 26 Toppers van toen, Koefnoen (AVRO), Okko en Eus

Pag. 28 Iconen, Preston Palace, Kidsvakanties.nl

Pag. 30 Massa-hotspots, Toeristen Zaanse Schans, werkenbij.zaanstad.nl

Pag. 38 Giethoorn 2030, MarketingOost Beeldbank

Pag. 52 Naar een nieuwe balans, Munsterplein Roermond, Beeldbank
VVV Limburg

Pag. 56 Vrijtijdseconomie Noord-Limburg, Attractiepark Toverland,
Beeldbank VVV Limburg

Pag. 60 Debat, Jongeren Lagerhuis (VARA), hetdebatbureau.nl

Pag. 68 Demografisch, Groei Seniorenmarkt, powertofit.nl

Pag. 69 Demografisch, En immigratie, ad.nl

Pag. 68 Sociaal-maatschappelijk, Individualisering, pxhere.nl

Pag. 76 Technologie, Oculus Rift toont Zoo van de toekomst, Gazet van Antwerpen

Pag. 80 Toeristenbril, Recreatiepark TerSpegelt, campingterspegelt.nl

Pag. 84 Bewonersbewuste benadering, Natuurlijk Gruun Ommeren

Pag. 93 Oerol Terschelling, Groupe Acrobatique de Tanger, nrc.nl

ECOSYSTEMEN

Werken vanuit toeristische clustering en ecosystemen

Anders gezegd: marktgerichte samenhang in het gehele toeristische aanbod in een stad of regio is een voorwaarde. Net als in ecosystemen leveren alle actoren een bijdrage.

Blader terug naar pagina 12.



BLOEIEN

Gepaste economische groei van toerisme kan

Toerisme is een middel om leefbaarheid en duurzaamheid te vergroten. Het is tijd om meer waarde te bieden.

Blader terug naar pagina 44.



DEBAT

De vraag van de gast en maatschappelijke ontwikkelingen vormen het kompas, niet het aanbod

Bedrijven en regio's worden vooral toekomstbestendig door gepersonaliseerde aandacht te bieden.

Blader terug naar pagina 60.



**Is jouw bedrijf
of regio klaar
voor de
toekomst?**

