

De veranderende visie van de duurzame toerist

Thesis onderzoek in opdracht van het lectoraat Ethiek en MVO
onderdeel van het kenniscentrum Business Development &
Hospitality.

Hannah van Bommel

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs

18 april 2012

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2012 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

Duurzaamheid is een topic wat steeds meer in opkomst is. Vooral in andere branches zijn duurzame alternatieven voor bestaande diensten en producten niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Maar ook begint de toeristische branche te verduurzamen. De toeristische sector begint steeds meer in te zien dat duurzaam toerisme nodig is, willen we in de toekomst de mogelijkheid behouden om naar natuurlijke plekken te reizen. Duidelijk is dat er een verandering plaatsvindt binnen de toeristische sector maar de vraag is hoe verandert de visie van de duurzame toerist op duurzaam toerisme met betrekking tot de vakantie keuzes. Dit beeld schetst duidelijk de relevantie en aanleiding van het onderzoek. In de eerste fase van het onderzoek is getracht het vraagstuk vorm te geven middels een allesomvattende doelstelling, een bijpassende hoofdvraag, die uiteindelijk zou leiden tot de beantwoording van beleidsvraagstuk met behulp van een beleidsvraag.

De doelstelling

Het doel van dit project is om een bijdrage te leveren aan de kennis van het lectoraat Ethiek en MVO op het gebied van de veranderende visie van de duurzame toerist door inzicht te geven in de veranderende visie van de duurzame toerist op het gebied van vakantie keuzes om vervolgens het lectoraat Ethiek en MVO te adviseren hoe dit beeld waardevol kan zijn voor toeristische ondernemingen in Nederland.

De hoofdvraag

Wat is de veranderende visie van de duurzame toerist op het gebied van vakantiekeuzes?

De beleidsvraag

Op welke wijze kan het beeld van de veranderende visie van de duurzame toerist, dat door middel van dit onderzoek is geschetst, waardevol zijn voor Nederlandse toeristische ondernemingen?

Voor de onderzoeker was duurzaam toerisme, ofwel sustainable tourism een nieuwe fenomeen. Daarom was het van groots belang dat er allereerst werd gestart met intensief literatuuronderzoek, om op die manier inzicht te krijgen in de belangrijkste termen, ontwikkelingen en trends binnen duurzaam toerisme. Het grondig onderzoeken van literatuur heeft gezorgd voor een afbakening van het onderzoek middels een theoretisch kader en daarnaast zijn er een aantal definities gevormd van begrippen welke cruciaal zijn binnen het onderzoek. Het vormen van definities heeft er toe geleid dat toeristische begrippen die in het verleden nog dubbelzinnig waren nu een eenduidige beschrijving kennen. De groep consumenten die binnen deze thesis worden onderzocht zijn de duurzame toeristen. Dit blijkt een interessante doelgroep te zijn die nog minimaal gedefinieerd is, maar middels literatuuronderzoek een omschrijving heeft gekregen.

‘De duurzame toerist is een toerist die rekening houdt met de economische, culturele en natuurlijke gevolgen, voor nu en in de toekomst, van de keuzes die hij maakt voor de invulling van zijn vakantie’ (van Bommel, 2011)

Daarnaast is er dieper ingegaan op toerisme in het algemeen, duurzaam toerisme is gedefinieerd, de duurzame toerist is gespecificeerd door middel van de Nederlandse Cultural Creative en als laatste is er gekozen voor het verduidelijken van de veranderende visie.

Na grondig literatuuronderzoek is het mogelijk om het veld in te gaan, een noodzakelijk stap om inzicht te creëren in de veranderende visie van de duurzame toerist. Het onderzoek heeft een kwalitatief karakter, er is weinig belang bij cijfertjes maar des te meer bij meningen en inzichten van experts op het gebied van duurzaam toerisme. Tijdens deze fase is er voor gekozen om twee wegen in te slaan. Allereerst is er gesproken met Cultural Creatives, dit is een sterk groeiende groep consumenten, overgewaaid uit Amerika, die ook in Nederland zijn gespot. De Cultural Creative heeft een levensstijl die gekenmerkt wordt door een duurzaam karakter in alle facetten, waaronder ook bij de inrichting van toeristische activiteiten. Dit onderdeel binnen het veldonderzoek heeft er aan bijgedragen dat er een specifiek beeld van de duurzame toerist kon worden gecreëerd.

Daarnaast hebben er interviews plaatsgevonden met experts. De experts zijn gekozen omdat ze allen een duidelijke relatie hebben met duurzaam toerisme. De één werkt in duurzaam toerisme, de ander heeft universitair onderwijs gevolgd met als hoofdonderwerp duurzaam toerisme enzovoorts. Middels deze interviews is er inzicht gekomen in de veranderende visie van de duurzame toerist.

Na de uitvoering van het veldonderzoek kon er worden overgegaan op de analyse van de verkregen data. Als eerste kon worden opgemerkt dat de duurzame toerist en de Cultural Creative wel degelijk overeenkomsten hebben als het gaat om de inrichting van toeristische activiteiten. Bij de inrichting van de vakantie wordt gehandeld met de drie speerpunten van duurzaam toerisme ingedachte. Daarnaast is duidelijk geworden dat de veranderende visie van de duurzame toerist onderverdeeld kan worden in vier hoofdtopics. De vier topics binnen de veranderende visie van de duurzame toerist zijn: duurzaam toerisme is meer dan groen, duurzaam toerisme is duur, duurzaam toerisme geïntegreerd in een duurzame levensstijl en de duurzame toerist is kritisch.

Na alle stappen van onderzoek te hebben doorlopen kunnen er goed onderbouwde aanbevelingen worden gegeven aan de hospitality branche. Dit is tevens de afsluiting van het onderzoek en de beantwoording van de beleidsvraag. Het geschetste beeld kan een waardevolle betekenis hebben voor de branche door samenwerking aan te gaan met het lectoraat Ethiek en MVO wat zal resulteren in vervolgonderzoeken gespecificeerd op de organisatie, om op manier het onderwerp verder uit te diepen.