



buitenlands beleid,
toerisme en
recreatie

NIEUWSBRIEF

Juni 2010

- Ceci n'est pas un touriste
- Vakantie moet je verdienen, meneer!
- Toeristische cijfers over 2009 van TVL online
- Moeder waarom reizen wij?
- Mijn award voor jouw idee?
- Amsterdams Afval: de ultieme backstage ervaring?



Ceci n'est pas un touriste

Dankzij zijn centrale ligging in Europa en de aanwezigheid van de belangrijkste Europese instellingen herbergt België grote aantallen buitenlandse media, ambtenaren, lobbyisten en medewerkers bij multinationals en hun gezinnen. Samen vormen deze de groep 'expats'. Met hun dubbelzinnige status – noch gewone burger, noch toerist – valt deze groep uit de boot als het aankomt op onthaal en toeristische promotie. Er is nu eenmaal niet veel geweten over hun behoeften, achtergrond of potentieel in Vlaanderen. Een onderzoek van het STeR brengt voor het eerst deze groep in beeld voor de Vlaamse toeristische sector. Drie grote conclusies tekenen zich af.

Ten eerste werd duidelijk dat het hier gaat om een grote en groeiende groep hoogopgeleiden met aanzienlijke koopkracht en een belangrijk toeristisch potentieel, die nog beter geïnformeerd moet worden. Veel expats besteden heel wat tijd aan reizen en uitstapjes, en willen hun tijd in België optimaal gebruiken om zoveel mogelijk te bezoeken en te beleven. Hierdoor ontstaat een nood aan informatie. Deels vangen de expats deze behoefte op binnen de eigen netwerken, maar er is ruimte voor een meer gerichte aanpak wat het informeren van deze unieke doelgroep betreft. Op toeristisch vlak hebben expats nood aan informatie over topbestemmingen, maar ook over meer onbekende en onverwachte bestemmingen. Expats geven enerzijds aan het 'echte' Vlaanderen te willen ontdekken en beter te leren kennen. Dit is niet altijd even gemakkelijk, cultuur- en evenementenkalenders uit Vlaanderen bereiken bijvoorbeeld zelden deze doelgroep en expats geraken vaak moeilijk verder dan de populaire kunststeden. Anderzijds leert het onderzoek dat de Vlaamse "toeristische clichés" gerust mogen gebruikt worden als basis voor de promotie van Vlaanderen. Eén van de terugkerende opmerkingen uit de interviews was dan ook: "Don't take your assets for granted, but promote them!". Ook markten, cafés en gezellige winkels worden volgens de expats te vanzelfsprekend gevonden door de Vlamingen en bijgevolg te weinig benadrukt in de toeristische promotie. Dit spreekt niet tegen dat expats op zoek zijn naar het onverwachte en het onbekende: door het bezoeken van en het kennismaken met de regio overstijgen veel expats de clichés en bouwen ze geleidelijk een relatie op met Vlaanderen en zijn sterke toeristische troeven.

Ten tweede, en minstens even belangrijk, is de opinievormende rol van deze groep met zijn vaak uitgebreide netwerken, nauwe contacten met het land van herkomst en hoge professionele rotatiesnelheid. Expats zijn bijzonder goed geplaatst om hun ervaringen in Vlaanderen en idealiter ook de merknaam Vlaanderen breed uit te dragen. Het onderzoek toont aan dat expats over het algemeen erg tevreden zijn over hun leven in Vlaanderen en dat ze hun ervaringen graag delen met anderen. Heel wat expats vervullen dan ook met verve een ambassadeursrol. Dit uitdragen van positieve ervaringen heeft veel potentieel, en kan een belangrijk instrument zijn voor de promotie van Vlaanderen en/of zijn bestemmingen.

Ten derde blijkt dat expats goed georganiseerd zijn, ook rond toerisme. De bestaande organisatiestructuren vormen bovendien een goede toegang tot de gemeenschap. De eigen media zoals websites en magazines bereikt bijvoorbeeld een zeer groot deel van de expat-gemeenschap. Daarnaast hebben tal

van expat-clubs een belangrijke gatekeeper-functie binnen de gemeenschap, en kunnen deze ook als dusdanig worden erkend en ingezet. Het verdient aanbeveling om samenwerkingsmogelijkheden met de clubs en organisaties te exploreren. Het is daarbij belangrijk de juiste toon te vinden, want als de clubs het gevoel krijgen dat ze worden ge- of misbruikt om bepaalde boodschappen te pushen, bestaat de kans dat de rangen worden gesloten en dat het bijzonder moeilijk wordt om toegang te krijgen tot de gemeenschappen.

De relatieve onbekendheid van deze doelgroep trok tijdens het steunpuntcolloquium van 4 mei II. geïnteresseerden uit diverse hoeken van het toeristische en sociaal-culturele landschap aan. Het onderzoeksrapport is te raadplegen op de website van het steunpunt. Klik [hier](#) om het rapport online te raadplegen.

“Vakantie moet je verdienen, meneer!”

Vlaanderen mag gerust een voorloper worden genoemd wat betreft het waarmaken van het recht op toerisme en recreatie voor iedereen. Het Steunpunt Vakantieparticipatie biedt sociaal toerisme in de vorm van toegankelijkheid en betaalbaarheid. Toch wordt niet iedereen hiermee bereikt. Het verhaal van vakantieparticipatie blijkt complexer in elkaar te zitten. Het steunpunt voerde in 2008-2009 een onderzoek uit waarin de dynamiek van vakantieparticipatie bij vier maatschappelijk kwetsbare groepen werd verkend. Het lijkt erop dat sommige mensen niet op vakantie willen... of durven ze niet?

We staan er meestal niet bij stil wat je moet kunnen om zelfs maar een eenvoudige daguitstap of vakantie te beleven. Samenwerking, planning, budgettering, onvoorziene problemen oplossen...er komt best wat bij kijken. Maatschappelijk kwetsbare personen hebben vaak juist minder sterke capaciteiten om met deze zaken om te gaan. Dat is ook net de oorzaak dat sommige personen in een moeilijke positie blijven zitten; ook het verwerken van tegenslagen en opklimmen uit een financieel, psychologisch of sociaal dieptepunt vraagt heel wat van deze vaardigheden. Kenmerkend voor een maatschappelijk kwetsbare positie is het domino-effect dat één tegenslag kan hebben. **Mensen die ooit een resem tegenslagen hebben gekend toen ze een keer hun nek uitstaken, trekken daar dan ook soms de conclusie uit dat het beter is om helemaal niets te doen.** We merken dan dat personen, maar ook families en hele groepen mensen, deze verlamme reflex soms gaan verankeren in hun zelfbeeld en motivaties. “Wij willen niet op vakantie” of “Vakantie is niets voor ons” klinkt het dan. Het risico op tegenslag is inderdaad aanzienlijk kleiner als je niets onderneemt, de kans op verbetering wordt er echter ook niet groter door.

Uit het onderzoek blijkt **dat vakantie effectief een kans inhoudt tot verbetering.** Personen die in betere tijden wel vakantie hebben gekend, hechten er vanuit die ondervinding dan ook veel belang aan. Vakantie staat symbool voor een overgangsmoment naar betere tijden, een moment waarin banden kunnen worden gesmeed en vertrouwen kan worden hersteld, een pauze van het dagelijkse leven waarin batterijen worden opgeladen en perspectief kan worden herwonnen. Een geslaagde vakantie blijkt mensen te versterken in hun zelfvertrouwen en hun geloof in eigen kunnen. Ze komen ‘iets minder kwetsbaar’ terug van een geslaagde vakantie. Het zou dus maatschappelijk zinvol zijn om meer mensen over de drempel heen te helpen van vakantieparticipatie en hen te verzekeren dat vakantie wél iets voor hen is. Niet zomaar iets, maar iets waar ze sterker en beter gewapend uit kunnen komen als ze het leerproces dat erin aanwezig is, durven aangaan.

Helaas is de zelfstigmatisering van maatschappelijk kwetsbaren niet de enige drempel die overwonnen moet worden. **Ook van buitenaf heeft men te maken met stigmatisering.** Het beeld dat vakantie niets is voor “arme mensen” leeft nog zodanig sterk in de samenleving dat zelfs met de beste bedoelingen mensen op de weg naar vakantieparticipatie worden ontmoedigd. Van scheve blikken van medevakantiegangers tot goede raad van de sociale werker: in kleine dingen wordt voortdurend het idee bevestigd bij maatschappelijk kwetsbare personen dat vakantie niet voor hen bedoeld is.

En dus is er werk aan de winkel voor de hele samenleving om naast de toegankelijkheidsdrempel en de financiële drempel ook de sociale drempel te verlagen. **Een breed maatschappelijk draagvlak voor sociaal toerisme is van cruciaal belang** om de huidige inspanningen van de toeristische overheid op vlak van toegankelijkheid en financiën te doen renderen. Daar zijn we echter nog ver vanaf op dit moment. Het verhaal dat erachter zit – dat vakantie een middel tot emancipatie uit een afhankelijke en dus kostelijke situatie is – wordt daarvoor nog te weinig verteld en geloofd. Vrienden, hulpverleners, toeristisch onthaal en de bredere samenleving moeten overtuigd worden van het algemene voordeel dat een bredere vakantieparticipatie voor een samenleving kan betekenen.

Dit onderzoek werd bediscussieerd op het steunpuntcolloquium van 8 juni II. De aanwezigen bevestigden dat de afstand tussen bepaalde groepen in de samenleving nog groot is, net als de afstand tussen het toeristische en sociale werkveld. De discussie besloeg het brede veld van sociaal toerisme: van marketing en rendabiliteit tot de praktische problemen in de organisatie van sociale vakanties en de rol van het onderwijs in de creatie van een draagvlak. De eensluidende conclusie was dat er nood is aan een draagvlak, maar dat er in de creatie daarvan zeker ruimte is voor meer onderzoek naar de impact van sociaal toerisme op maatschappelijke kwetsbaarheid. Het onderzoek “Vakantieparticipatie bij maatschappelijk kwetsbare groepen. Een prospectie naar de horizon van de toeristische markt”, is [hier](#) online te raadplegen.

Toeristische cijfers over 2009 van TVL online

Welke nationaliteiten sliepen er vooral in de Belgische hotelbedden in 2009? Zet de gestaag stijgende lijn zich door in 2009 van het aantal Italiaanse aankomsten in België? Is de crisis zichtbaar in de aankomst- en overnachtingaantallen van 2009? Toerisme Vlaanderen biedt het antwoord op deze en tal van andere vragen in de vorm van de eerste toeristische cijfers van 2009 op het niveau van België, de gewesten, Vlaanderen, de kunststeden, de provincies en de Vlaamse regio's en de kust. De cijfers zijn te vinden op de [website van Toerisme Vlaanderen](#). Later deze maand verschijnt op dezelfde webpagina de update van alle detailtabellen in Toerisme in Cijfers XL 2009. Deze publicatie zal aan de hand van meer dan 700 tabellen alle details naar logiesvorm, motief, maand, en evoluties per motief en per logiesvorm tonen.

Mijn award voor jouw idee?

Het belonen van best practices via prijsvragen moet wel één van de meest gebruikte methoden zijn om te monitoren wat er aan ideeën leeft in een bepaalde sector. Toch blijkt de prijsuitreiking de laatste jaren te zijn uitgegroeid tot een vaak mis begrepen beleidsinstrument. Een onderzoek van het Nederlandse consultancybureau [Symbio6](#) toonde aan dat prijsvragen in de publieke sector zelden tot de verhoopde innovatie leiden. Enkele oorzaken daarvan zijn dat de uitgereikte prijs en beloofde promotie niet voldoende voordeel oplevert voor de deelnemers. Dat de kennisbescherming rond de ingezamelde ideeën vaak eenzijdig is, speelt daarin mee. Mensen lijken steeds beter de waarde van hun ideeën te kunnen inschatten en geven deze dan ook niet langer zomaar weg. Een ander minpunt dat het onderzoek blootlegt, is dat organisatoren van een prijsvraag vaak de arbeidsintensiviteit ervan onderschatten. Inspanningen waarmee te weinig rekening wordt gehouden zoals aandacht voor klachten en nazorg voor verliezers, keren vaak terug. Paradoxaal is dat men echter weinig geneigd is gebruik te maken van bestaande kennis en ervaring bij het organiseren van een prijsvraag, wat een flinke tijdsbesparing zou kunnen betekenen. Een leuke tip daarbij is de [checklist](#) die bij het onderzoek te vinden is.

De kracht van prijsvragen ligt met andere woorden niet bij innovatie of effectiviteit. Maar waar dan wel? De grootste troef is volgens de onderzoekers de publiciteit die awards genereren. De nieuws waarde van prijsvragen is groot door de spanning die winnen en verliezen met zich meebrengt. Extra publiciteitsmomenten zijn in te richten in het verloop van de organisatie, gaande van de aankondiging van de prijsvraag, de selectie en bekendmaking van een vakjury e.d., tot fototentoonstellingen nadien. Ludieke thema's of bekende juryleden voegen nog een extraatje toe aan de nieuws waarde.

Een voorbeeld van een goed gevestigde prijsvraag binnen het toerisme zijn de [Tourism for Tomorrow Awards](#) die de [World Travel and Tourism Council](#) (WTTC) uitreikt. Deze awards werden door WTTC ingelijfd als instrument om de visieverklaring "Blueprint for New Tourism" in de praktijk om te zetten. Dit jaar werden in ruil voor vier te winnen awards 160 inzendingen ontvangen uit 45 verschillende landen, waaruit 12 finalisten werden gekozen en bekendgemaakt. Het uitschrijven van de wedstrijd biedt de WTTC de mogelijkheid om partners in duurzaam toerisme te vinden en de eigen naamsbekendheid te vergroten. Dankzij de nieuws waarde van de awards kan de WTTC zijn boodschap brengen: namelijk dat duurzaamheid werkt, dat het een leidraad is voor denkbeelden, ideeën en uiteindelijk succesvolle businessplannen.

Moeder waarom reizen wij?

Zit het reizen iemand echt in het bloed? Bestaat er zoiets als het reisgen? Zijn de reislustigen onder ons afstammelingen van de eerste migranten? Het zijn vragen die ook binnen het steunpunt toerisme geen eenvoudig antwoord kennen, maar het is wel interessant om er even bij stil te staan.

We reizen omdat we nieuwe prikkels opzoeken. De psychologie biedt een eerste antwoord met een theorie over de nood van mensen aan ervaringen en prikkels. Wanneer de mens niet voldoende gestimuleerd wordt door nieuwe prikkels gaat hij zich vervelen, wordt hij lusteloos en op termijn depressief. De hoeveelheid prikkels die nodig zijn om een mens tevreden te houden verschillen van mens tot mens. Extraverte personen zouden een grotere behoefte hebben aan prikkels van buitenaf dan introverte persoonlijkheden, die uit hun eigen innerlijke leven prikkels weten te halen. De theorie kan veel soorten gedrag verklaren, van extreme sporten tot druggebruik, en ook de drang naar reizen kan worden gekaderd binnen de behoefte aan nieuwe ervaringen en prikkels. We reizen dus uit nieuwsgierigheid, een soort rusteloosheid die ons naar avontuur doet zoeken. Waarom de ene mens meer prikkels nodig heeft dan de andere, is een vraag die ons via de genetici terugbrengt naar de eerste migratiestromen.

Het opzoeken van nieuwigheden heeft een genetische basis. Het gen in kwestie heet DRD4, het allel (de variant van het gen) wordt aangeduid als D4-7. Een snelle zoekopdracht op internet levert namen op als het migratie-gen, het wanderlust-gen en zelfs het expat-gen, maar ook links naar bipolaire persoonlijkheidsstoornis, nicotine- en drugsverslaving en extreem risicogedrag. Niet onlogisch, het gen bepaalt of iemand neigt naar het opzoeken van nieuwigheden en risicogedrag.

Het gen was een evolutionair voordeel voor de migrerende mens. De link van het gen naar migratie en reizen werd gelegd door onderzoekers van de universiteit van Californië. Toerisme is een relatief modern verschijnsel, maar een reis ondernemen is dat zeker niet. De eerste mensen trokken vermoedelijk zo'n 65 000 jaar geleden van het Afrikaanse continent weg en verspreidden zich vervolgens over de rest van de wereld. Vertrekend van de idee dat

migreren een groot risico inhoudt dat niet voor iedereen is weggelegd, werd gezocht naar een antwoord op de vraag of er iets specifiek is aan de personen die als eerste de stap zetten tegenover zij die dat niet doen. Het antwoord bleek ja te zijn. Zij die – al dan niet uit noodzaak – als eerste vertrokken uit hun woonomgeving, op zoek naar betere oorden, blijken een genetisch profiel te hebben dat hen hiertoe doet neigen. Genetici toonden aan dat het gen vaker voorkomt in culturen met een migratiegeschiedenis dan in andere. Deze verschillen worden door de wetenschappers teruggebracht tot de oudste migraties.

...naar een reizen?

De vaststelling dat het gen in bepaalde groepen aanwezig is, heeft tot de nodige creatieve interpretaties, verklaringen en gevolgtrekkingen geleid. Opvallend daarbij zijn de bijna gelijktijdig verschenen werken “The Hypomaniac Edge: The Link Between (A Little) Crazy and (A Lot of) Success in America” en “American Mania: When More is Not Enough”, waarin de auteurs opperen dat zowel de gedrevenheid van Christoffel Columbus als de ondernemingszin van de hele Noord-Amerikaanse volk zou te verklaren zijn vanuit het migratie-gen.

De drang naar avontuur, grenzen verleggen, actie, het onbekende verkennen enz. zou typisch zijn voor zij die afstammen van de eerste reizende avonturiers, die deze ‘gekke’ in hun genen hadden. Hoewel de theorieën behoorlijk wat kritiek oogsten, lijken sterke reisliefebbers er zich wel in te kunnen vinden. Op blogs lijkt een aantal reisliehebbers overtuigd dat hun reisgedrag voortkomt uit een onweerstaanbare, aangeboren drang en ook reisgidsen richten zich in hun promotie op de zelfverkleerde reizen-bezitters.

En u? Bezit u het reizen?

- Deepak Lal, 2006. *Reviving the Invisible Hand: The Case for Classical Liberalism in the Twenty-first Century*. Princeton University Press.
- Peter C. Whybrow (2005). *American Mania: When More is Not Enough* Norton, 338 p. John J. Gartner, Simon & Schuster.
- <http://columbianewsservice.com/2010/01/have-wanderlust-gene-will-travel/>
- <http://expatexpression.blogspot.com/2008/07/d4-7-allele-expat-gene.html>
- <http://www.healthcentral.com/bipolar/c/15/110591/discovery-7-survival>
- <http://www.groene.nm/2006/26/hyperactief-of-zwaar-zuidelijk>

Amsterdams Afval: de ultieme backstage ervaring?

Het Amsterdams Bureau voor Toerisme en Congressen (ABTC) drukte tijdens de Amsterdamse afvalstaking van vorige maand in een [persbericht](#) zijn bezorgdheid uit over de toeristische imagoschade die Amsterdam zou leiden door het niet opgehaalde afval. De beelden van de bergen afval die het stadscentrum ontsierden, zouden inmiddels de hele wereld rondgaan. AT5 pikte het nieuws op en kopte: “Amsterdams vuilnis gaat hele wereld over”. De nieuwssite [Nieuwsuitamsterdam.nl](#) telde daarop na hoeveel beelden er nu werkelijk op Flickr en Youtube te vinden waren over het onderwerp en nuanceerde de boodschap. Hoeveel ‘schade’ toeristisch het imago van de stad zal leiden naar aanleiding van de afvalcrisis is één vraag. Een tweede vraag is of een ‘beschadigd imago’ ook voor minder toeristen zal zorgen eens de afvalcrisis voorbij is...

Het afval ‘doet iets’ met de toeristische scène van het gezellige Amsterdam. Wat gewoonlijk op de achtergrond wordt gehouden, dringt plotseling pijnlijk geurig door tot de keurig georganiseerde podia van het toeristische schouwspel. [MacCannell's theorie](#) uit de jaren zeventig is hier, ondanks [de academische discussie erover](#), van nut. De toerist streeft volgens MacCannell steeds naar het doorbreken van de geënceneerde frontstage van het toerisme en wenst door te dringen tot de “backstage” ervan – het in zijn beleving authentieke en echte leven van de locals. In theorie kan gesteld worden dat afval de ultieme backstage van het toeristische landschap is; de ‘back region’ die geheimen doet vermoeden.

In een tijdperk waarin mensen zich steeds bewuster zijn van de verregaande regie van de ‘front-stage’ binnen toerisme, hoeft het uiteenvallen van deze frontstage niet per se tot verontwaardiging te leiden. Dichter bij “de echte Amsterdammer” dan dit kom je immers niet, meeploeterend in zijn vuil en daarmee dezelfde klachten en hinder belevend dan hijzelf. Elke stinkende berg afval is een toegangspoort tot maatschappelijke thema’s en politiek ongenoegen... Een blik op bovengenoemde sites verraaft bovendien dat de Amsterdammer het hierover best wil hebben; het blijken niet in de eerste plaats toeristen te zijn die de filmpjes en foto’s posten van het vuil. Zouden er toeristen kunnen zijn die net dit écht interessant vinden?

I knew I carried a mutant travel gene, long before I could read a map, but shortly after I could read. I didn't know what it meant, or where it would lead, but the signs were ominous. I was doomed to a life where a suitcase gave me comfort, not stress. Bron

Maar ja, dat vermaledijde reizen is natuurlijk ernstig erfelijk. Leuk! Want nu zit ik als moeder met de gebakken peren. Studeerde zoon Joris vorig jaar een half jaar in Parijs, nu is dochter Rosa naar Valencia, voor een cursus Spaans van drie maanden” Bron

You no longer need to feel ashamed about the excitement you feel over a new addition to your passport stamp collection or feel embarrassed about that lump in your throat that you experience each time you pick up the latest Travel + Leisure magazine. Because you're not crazy, and moreover, you're not alone. Stanford has now confirmed that age-old “travel is in my blood” theory with the discovery of the ‘travel gene’. Yep, your love for travel is not only a natural and innate genetic tendency but it could also mean that you hail from a long line of risk-taking travel-enthusiasts. You could very well be the great-great (to the millionth power) grandchild of the likes of Marco Polo or Ferdinand Magellan. Bron

“Het ultieme reisboek voor iedereen met een reizen: voor doorgewinterde reizigers, voor nieuwelingen, maar ook voor de thuisblijvers die zich afvragen wat reizigers onderweg beleven en wie zij zoal ontmoeten...” Bron

De negatieve reactie op de afvalcrisis is niet verbazend voor de kwetsbare sector die toerisme is. Maar is de bange reflex wel de beste? Er van uitgaand dat crisis ook een uitdaging inhoudt en de vaststelling dat creativiteit vaak bloeit in moeilijkere tijden, lijkt het zinvol ook te zoeken naar andere perspectieven op het afval.

Uw bijdrage aan sectorrelevante kennisontsluiting

Met deze nieuwsbrief hoopt het STeR mee te kunnen werken aan een betere kennisverspreiding over toerisme en recreatie onder de betrokken spelers in dit veld. Ook uw bijdrage is daarbij belangrijk. Indien u onderzoek of nieuws heeft dat u bekend wil maken via onze nieuwsbrief, aarzel dan niet om contact op te nemen met [Marjan Moris](#).

Online publicaties van het Steunpunt



NIEUW

Vakantieparticipatie bij Maatschappelijk Kwetsbare Groepen
Expatriation in Flanders

Toeristische basisdata in Vlaanderen
Over het Kunststedenactieplan

Onze websites

Toerismestatistieken.be

[Steunpunt Toerisme en Recreatie](#)

[K.U.Leuven](#)

[→ Inschrijven](#)

[→ Uitschrijven](#)

[→ Stuur door](#)

[→ Archief](#)

[→ Mail ons](#)



© 2010 Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie - Spoor Toerisme en Recreatie

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT
LEUVEN