



▲ Annemarie Rook

## Toerisme: nieuwe wensen, nieuwe banen

**Annemarie Rook**

De wensen van de hedendaagse toerist veranderen. Ze zappen van de ene beleving naar de andere. De toerist gaat niet meer twee keer per jaar uitgebreid op vakantie alleen om te relaxen en uit te rusten. Hij gaat vaker, korter, dichterbij huis en goedkoper op pad. Doel: een ervaring op het gebied van gezondheid, spiritualiteit, natuur, duurzaamheid, cultuur of sport. Deze nieuwe trend leverde Nederland nieuwe werkgelegenheid op.

Groningen lijkt in het bijzonder te beantwoorden aan deze vormen van

vrijtijdsbesteding. Het aantal banen in de sector toerisme en recreatie groeide in deze provincie in de periode 2008-2013 ver boven gemiddeld met 8,8 procent, of wel 1454 banen.

In Drenthe hield de groei met 4,9 procent (729 banen) gelijke tred met het landelijk gemiddelde van 4,9%, of wel ruim 26.000 banen. Opmerkelijk zijn de negatieve cijfers die Friesland noteert: een afname met 2 procent, ofwel 372 banen. De klappen vielen vooral in de horeca en de logiesverstrekking. Delen van de sector die in Groningen fors groeiden.

De vooruitzichten voor Gronin-

gen en Drenthe zijn blijvend positief, voor Friesland gloort wellicht herstel. Dat het Noorden relatief meer 65-plussers telt dan gemiddeld in Nederland, biedt de sector in het Noorden extra kansen. De groeiende groep 65-plussers met veel vrije tijd en een hoger besteedbaar inkomen, onder meer als gevolg van dubbele pensioenen, vormen een interessante doelgroep. De ouderen zullen zich met name laten verleiden door een verblijf of activiteit die ook voorziet in zorg en verzorging.

Een andere kans is de groeiende behoefte aan kunst en cultuur. De aandacht voor muziek, theater, to-

neel en beeldende kunst levert niet alleen artiesten werk op, maar ook allerlei dienstverleners op het gebied van bijvoorbeeld techniek en podia hebben het er druk mee. Met de toewijzing van Leeuwarden als Culturele Hoofdstad doet zich een unieke kans voor om Friesland en het Noorden nog nadrukkelijker op de kaart te zetten.

Een belangrijke vorm van recreëren verdient bijzondere aandacht: het winkelen. De consument doet steeds meer inkopen online. Vooral boeken, elektronica, reizen en multimedia worden via internet gekocht. Door de opkomst van het thuiswin-

kelen is het winkelbeeld in de afgelopen jaren sterk veranderd. De resterende winkels moeten zich onderscheiden om klanten te trekken door een specialisme of de klant een 'uitje-gevoel' te bezorgen zoals bijvoorbeeld IKEA dat doet.

Het Noorden heeft daarbij een extra probleem: het winkelaanbod is per inwoner relatief groot. Dat betekent dat er mogelijk 'lucht' in de markt zit. Vooral op het platteland waar de bevolking krimpt, staat de detailhandel onder toenemende druk. Winkelcentra dreigen daardoor te verschromelen en aan attractiviteit te verliezen. Zonder maatregelen

wordt leegstand een steeds groter probleem. Horeca en culturele voorzieningen kunnen ervoor zorgen dat de winkelcentra voldoende hebben te bieden om de recreërende consument langere tijd te vermaken. Dat geldt voor grote plaatsen als Leeuwarden, Emmen, Groningen en Assen, maar ook voor de kleinere en toeristische kernen waarvoor het winkelcentrum altijd een belangrijke economische pijler is geweest.

Annemarie Rook is adviseur bij het bureau E & E advies

**Verandering aantal banen in het toerisme (2008 - 2013)**

