

De Kust: één grote onderneming

Dr. N. VANHOVE, *Adjunkt-Direkteur WER-WES*

Deze bijdrage is geïnspireerd door een voordracht in maart van dit jaar van de auteur van deze bijdrage in het raam van een seminarie georganiseerd door het Vormingsinstituut van Brugge, op initiatief van het schepkollege van Knokke-Heist. Als thema werd behandeld: 'Welke gezamenlijke belangen hebben de middenstandsbedrijven in verband met het toerisme'?

Om op deze wijdstrekkende vraag te antwoorden, hebben wij het nodig geacht een achttal beschouwingen naar voren te brengen.

1. Stuwende en verzorgende sectoren in het kusttoerisme ?

In de eerste plaats willen we in de toeristische sektor een onderscheid maken tussen stuwende en verzorgende bedrijven. Dit onderscheid heeft een wezenlijke betekenis voor het onderwerp dat aan de orde komt. Een verzorgende activiteit is lokaal of streekgebonden en inkomens- en bevolkingsvolgend. Hiermede wordt bedoeld dat een verzorgende activiteit slechts reden van bestaan heeft indien er in de stad of het gewest voldoende inkomen en/of bevolking aanwezig is. Daarenboven strekt de aktieradius in wezen niet verder dan de stad of het gewest. Als voorbeeld kan gelden een wijk-school, een winkelzaak of een warenhuis in een bepaalde gemeente of stad. De omvang van een stuwende activiteit daarentegen is niet afhankelijk van de koopkracht en/of bevolkingsomvang van een stad of gewest. Zij is een schepper van inkomen en haar afzet ter plaatse maakt meestal slechts een marginaal deel uit. Dit betekent dat een stuwende activiteit voor de stad of het gewest een exportbedrijvigheid uitmaakt.

Uiteraard gaat het hier om een gesimplificeerde voorstelling van de economische begrippen stuwende en verzorgende bedrijvigheid. De begrippen stuwende en verzorgende activiteit houden weliswaar een relatief karakter in. Een voorbeeld zal dit verduidelijken. Een modezaak kan ten aanzien van het territorium van een verzorgend centrum als stuwende activiteit doorgaan. Op gewestelijk vlak evenwel gaat het om een verzorgende bedrijvigheid. Dit wijst erop dat de grootte van het gebied waarin een bedrijvigheid wordt geplaatst een essentiële betekenis heeft.

Op deze bijzonderheid gaan we niet verder in. Voor ons geldt enkel de vraag: 'Wat is stuwend in de toeristische

sektor?'. Vooraf willen we stellen dat de toeristische sektor als stuwende activiteit dient aanzien. Het gaat om een diensten-export ten aanzien van de Kust, waarbij de omvang van de lokale bevolking in wezen niet de dimensie van de sektor bepaalt. Uitgaande van deze stelling volgt een tweede vraag, waarvan het antwoord een precisering inhoudt van de eerste vraag: 'Om welke bedrijvigheid in de toeristische sektor gaat het?'. Kunnen wij ons beperken tot de logiesvormen? In de toeristische sektor is elk bedrijf stuwend, dat in direkt contact komt met de uitgaven van de toerist. Vermits deze uitgaven meerdere componenten tellen, gaande van transport over logies, maaltijden, ontspanning, uitstappen, souvenirs, tot verkopen van allerlei goederen, zijn meerdere soorten toeristische bedrijven als stuwend te katalogeren. Hiertoe behoren vervoerbedrijven, de logiesvormen, de restaurants, de souvenir-zaken, vele winkelbedrijven, de vermakelijkheids- en ontspanningsbedrijven, de agentschappen, enz...

Al deze activiteiten zijn onder te brengen in de groep stuwende bedrijvigheden. Zij roepen twee soorten verzorgende bedrijvigheden in het leven. In de eerste plaats zijn meerdere bedrijvigheden afhankelijk van het spenderen van het verdiende inkomen in de stuwende activiteiten in de badplaats of de streek: de vrouw van een hotelier koopt voedings- of kledingswaren. Een tweede verzorgende activiteit ontstaat door de toelevering aan de stuwende activiteiten: een bierhandelaar levert drank aan de hotels, de restaurants, de café's.

Hieruit volgt onmiddellijk dat het toerisme aan de basis ligt van een direkte en een indirekte band tussen de verschillende ondernemingen in een toeristische zone. Welke de verhouding is tussen stuwend en verzorgend is moeilijk te bepalen. Veel hangt af van de mate waarin goederen worden betrokken van buiten de stad of gewest, de mate waarin het verdiende inkomen afvloeit naar andere steden of gewesten en last but not least de grootte van de streek die in beschouwing wordt genomen.

2. De toeristische multiplier is een relatief begrip

Op basis van deze gedachtingang en inhakend op de makro-economische terminologie, is in de toeristische wereld het begrip toeristische inkomensmultiplier ge-

groeid. Een inkomensmultiplier in de economie drukt steeds een verhouding uit van de inkomensstijging ten gevolge van een aangroei van een inflatoir element in de economische kringloop (investering, export of overheidsgave) tot de aangroei van het inflatoir element. Wiskundig wordt dit geformuleerd als :

$$\frac{\Delta y}{\Delta x} = k$$

waarin Δy de aangroei van het inkomen voorstelt en Δx de groei van de export (hier toeristische diensten-export) ; k symboliseert de multiplier.

In enkele buitenlandse publikaties wordt deze multiplier vrij hoog gesteld, schommelend tussen 3 en 4¹. Dit betekent dat de stijging van de uitgaven van toeristen in een toeristische streek een inkomensverhoging meebrengt die het drie- of het viervoudige van de oorspronkelijke meeruitgave bedraagt. Latere onderzoeken hebben aangetoond dat deze multiplier overschat werd. Feit blijft dat de resultaten van de eerste onderzoeken ophef maakten in de toeristische wereld en vaak werden aangewend om het belang van de sektor aan te tonen.

Rekening houdend met de factoren die aan de basis liggen van de berekening van de toeristische inkomensmultiplier, ligt de k -faktor vrij laag op het vlak van een badplaats. Hiermede wordt echter niet ontkend dat deze faktor op streekniveau hoger ligt en mogelijkwijze hoger dan voor andere economische sectoren. Aansluitend met hetgeen boven werd gesteld is de hoogte van k mede afhankelijk van de grootte van de streek. Hoe kleiner de streek hoe groter de importlek en hoe lager de multiplier. Rekening houdend met de hoogte van de importlek wordt het meteen duidelijk dat de inkomensmultiplier afwijkt van logiesvorm tot logiesvorm. Omwille van de ongelijke structuur van de bestedingen wijkt hij eveneens af van klantengroep tot klantengroep. In geen enkele economische sektor is de spreiding van de uitgaven over de verschillende subbranches zo groot als in de toeristische sektor: reiskosten, logies, ontspanning, souvenirs en andere aankopen. Deze spreiding is verschillend van klantengroep tot klantengroep.

3. Het toeristisch aanbod in meer dan het 'horeca-aanbod'

Hiermede is gesteld dat het toeristisch aanbod meer is dan een horeca-aanbod (hotel, restaurant en café). Op een totale logieskapaciteit van 281.000 bedden maakt de logiesvorm hotel-pension 38.000 bedden uit of 13%. Het grootste aanbod is vervat in de logiesvorm huurappartement en huurvilla. Op basis van de cijfers van het WES wordt het aantal bedden in deze logiesvorm geraamd op 154.000 of 55% van het logiesaanbod. Het hotelwezen in zijn brede betekenis wordt eveneens voorafgegaan door het kampingwezen met een normale capaciteit van 52.000 eenheden of 19%. Andere belangrijke logiesvormen zijn verder de vakantiehuizen (12.000 bedden) en kinderhomes (24.000 bedden).

De restaurants en de cafés zijn eveneens slechts een klein onderdeel van de gehele handels- en dienstverlenende sektor. De Kust telde in 1972 1.013 herbergen naast 4.555 winkelbedrijven in de enge beteke-

nis van het woord. Er moet worden toegegeven dat niet al deze inrichtingen werken in dienst van de toeristische sektor. Niettemin is het typisch dat de winkeloppervlakte per inwoner er bijzonder hoog ligt, nl. 1,31 m² per capita. Nochtans hebben de Kustgemeenten, Oostende uitgezonderd, slechts een bescheiden achterland te verzorgen.

Derde luik van het receptief aanbod vormt het recreatief apparaat samengesteld uit twee luiken. Het eerste luik wordt gevormd door het natuurlijk recreatief apparaat bestaande uit strand (1.798 ha, bij laag water), duinen (2.193 ha, inclusief beboste duinen) en de twee natuurreservaten: De Westhoek (340 ha) en Het Zwin (125 ha). Het tweede luik van het recreatief apparaat is samengesteld uit deze elementen die men gewoonlijk brengt onder de gemeenschappelijke titel 'man-made' recreatief apparaat. Het is onbegonnen werk hiervan een opsomming te geven. Die rubriek bestaat uit circa 40 verschillende componenten. Algemeen kan worden gesteld dat de Kust, in verhouding tot vele andere kustzones, vrij goed voorzien is inzake 'man-made' recreatieve uitrusting. Daarenboven zijn deze recreatievormen beter gespreid over de drie kustzones dan algemeen wordt voorgehouden. Dit beduidt evenwel niet dat er zich terzake geen problemen stellen. In functie van het toeristisch produkt dat moet worden uitgebouwd om de internationale mededinging het hoofd te bieden, moet de sport- en recreatieve infrastructuur in aanzienlijke mate worden opgedreven. Verder is een concentratie van allerlei recreatieve elementen op één enkele plaats, waar alle leden van het gezin hun gading kunnen vinden, hoogst wenselijk. In deze optiek werden de toeristische recreatieparken gekoncipieerd.

4. Het toeristisch aanbod is een geheel van vele aanbiedingen

Zodoende wordt het voor elkeen duidelijk dat het toeristisch produkt een geheel is van vele aanbiedingen. Een van de uitgangspunten vormt het klimaat. Dit is een exogeen gegeven waarmede dient gewerkt. Dit gegeven determineert gedeeltelijk de andere aanbod-elementen zoals de logiesvormen, het natuurlijk recreatief apparaat, de recreatiemogelijkheden en de sportmogelijkheden. Het toeristisch produkt wordt verder aangevuld door het handels- en dienstenapparaat. Tot dusver werd het aksent gelegd op de kwantiteit. Ook kwalitatieve elementen moeten in beschouwing worden genomen. Tot deze laatste zijn vooral te rekenen het onthaal (o.m. de vriendelijkheid van de bevolking jegens de toeristen), de uitrusting van de logiesvorm, de netheid van de badplaatsen, de keuken, de vigerende prijzen, enz...

5. De kust één onderneming met duizende moleculen

Het is aldus geenszins overdreven te stellen dat de Kust een grote onderneming is met duizende moleculen die een sterk stuwende kracht uitoefent. Dit uit zich op een aantal sociaal-economische kengetallen zoals het inkomen, de seizoenarbeid, de werkloosheid, de winkeldensiteit, de bevolkingsevolutie en de gemeentelijke financiën. We willen ons hier gaarne beperken tot een tweetal punten, namelijk het inkomen en de gemeentelijke financiën.

Het kusttoerisme als een 'grote onderneming' met een sterk stuwende kracht op de ganse kuststreek, uit zich vooral in de inkomenspolarisatie. Het is opvallend hoe sterk het fiscaal inkomen per capita in de kustgemeen-

¹ H.L. Clement: 'The future of Tourism in the Pacific and Far East' Washington, 1961.

R. Baretje: 'Des équilibres économiques entraînés par le tourisme dans un contexte d'expansion économique', 1965.



Foto : L. Van Rafelghem, Brugge

ten afwijkt van het gelijkaardig cijfer van de achterliggende gebieden van de Kust. Onderstaande tabel illustreert dit zeer goed.

1. Het fiscaal inkomen per capita in de kustgemeenten, dienstjaar 1968.

Gemeente	Inkomen per capita (x 1.000 F)	Andere gebieden	Inkomen per capita (x 1.000 F)
Knokke	52,7	Arr. Brugge (a)	37,9
Heist	39,1	Arr. Diksmuide	26,1
Blankenberge	44,1	Arr. Ieper	28,9
Wenduine	46,3	Arr. Kortrijk	36,8
Vlissegem	35,6	Arr. Oostende (a)	39,3
Klemskerke	39,6	Arr. Roeselare	34,9
Bredene	34,6	Arr. Tielt	30,3
Oostende	47,8	Arr. Veurne (a)	35,2
Middelkerke	38,6		
Westende	33,5	Prov. West-Vl. (a)	35,3
Lombardsijde	27,7		
Nieuwpoort	38,3		
Oostduinkerke	33,3		
Koksijde	44,8		
De Panne	42,6		
De Kust	44,0	Het Rijk	40,0

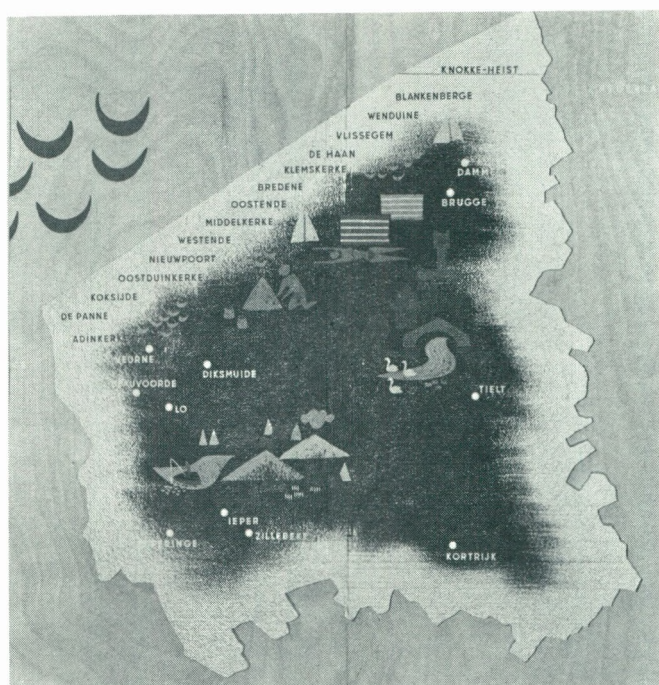
(a) Inclusief de kustgemeenten.

Benevens de toeristische bedrijvigheid is er geen enkele economische activiteit die dit relatief hoog welvaartspeil kan verklaren. Het inkomen per capita overtreft met 10 % het Rijkspeil en met circa 25 % het Westvlaams peil. Dit beduidt niet dat elkeen in deze welvaartoptrekkende functie van het kusttoerisme deelt. In de kuststreek is er weliswaar een grote inkomensdispariteit. De hoogste en de laagste inkomensklassen zijn er sterker bezet dan in andere streken.

De gemeentelijke financiën zijn eveneens een typisch verschijnsel in de kustgemeenten. De uitgaven — en uiteraard ook de inkomsten — per capita liggen er beduidend hoger dan in gelijkaardige referentie-gemeenten. Tabel 2 is hiervoor illustratief².

2. De gemeentelijke uitgaven per capita in de kustgemeenten, dienstjaren 1969 en 1970.

Kustgemeenten	Bedrag in F	Referentie-gemeenten	Bedrag in F
Oostende	14.595	Kortrijk	8.465
Knokke	9.667	Torhout	3.725
Blankenberge	13.308	Poperinge	4.538
Nieuwpoort	15.115	Diksmuide	5.043
Bredene	5.031	Meulebeke	5.083
Koksijde	9.778	Gullegem	3.759
De Panne	7.420	Gistel	3.929
Wenduine	10.881	Alveringem	2.505
Westende	5.160	Gits	2.409
Oostduinkerke	7.859	Sijsele	4.349



Kart Westtoerisme - Brussel 1972

Deze hogere uitgaven zijn in hoge mate en veelal uitsluitend te herleiden tot de posten van de gemeentelijke begroting die verband houden met het kusttoerisme. De hogere uitgaven worden gecompenseerd door drie extra-inkomensbronnen :

- het transfert-inkomen via het Gemeentefonds ;
- bijdragen van de toeristen of hogere inkomsten in de posten met een toeristisch karakter ;
- de brede basis van de opcentiemen inzake onroerende voorheffing. De waarde van een opcentiem bedraagt in 1972 te Oostende 113.000 F en te Knokke 83.000 F tegenover 66.000 F te Kortrijk en 9.000 F te Torhout.

Hieraan moet worden toegevoegd dat de gemeentelijke belastingen op de lokale bevolking niet lager liggen dan in de referentiegemeenten.

Hieruit volgt dat de kustgemeenten niet in staat zijn om een belangrijk gedeelte van de noodzakelijke supplementaire publieke toeristische infrastructuur te dragen. Rekening houdend met de nationale rol van de Kust, zowel inzake verblijfstoerisme als ééndagstoerisme, alsmede de toenemende eisen die worden gesteld om de internationale competitie aan te kunnen, dringt zich een aanpassing van het statuut van de kustgemeenten in het Gemeentefonds op.

6. Gevolgen voor de kustbevolking

Indien we vertrekken van de vaststelling dat de Kust één grote onderneming is met duizende componenten, rijst de vraag : ' Welke zijn de gevolgen hiervan voor de kustbevolking ' ? De konsekventies zijn menigvuldig. Enkele voorbeelden zullen dit onmiddellijk verduidelijken :

² Studex : Studie van de toeristische infrastructuur van de gewesten Westkust-Veurne, Middenkust-Oostende en Brugge-Oostkust. Tweede deel, sectie I : ' Onderzoek naar de invloed van de toeristische activiteit op de omvang van de inkomsten en uitgaven van de kustgemeenten ' 1972.

a) een goed onthaal of een aktie ten voordele van een goed onthaal, zoals deze die dit jaar door Westtoerisme wordt gevoerd onder het motto ' Gastvrij West-Vlaanderen ' naar aanleiding van het 35-jarig bestaan van dit toeristisch promotieorgaan, richt zich niet enkel tot de horecasektor, doch wel tot elkeen die in kontakt komt met de toerist. De beschaafde omgangstaal en de behulpzaamheid van de politie, de vriendelijkheid van de bediende van de RTT, de NMVB of de garagehouder dragen evenveel bij tot een goed onthaal als een verzorgde bediening van de kelner van een hotel of restaurant.

De mening over de heersende prijzen aan de Kust wordt niet enkel bepaald door de toegepaste hotelprijzen. Hoezeer de juiste prijszetting in de hotels ook van belang is, zowel voor de klant als voor de hotelier, het algemeen prijsbeeld wordt in hoge mate mede bepaald door de prijzen toegepast in andere logiesvormen en vooral de vigerende prijzen in de handels- en dienstensektor. Oneerlijke praktijken toegepast door een winkelier schaden het kusttoerisme evenzeer als een slechte keuken in een logiesverstreckende inrichting.

Een zwakke schakel in een van de logiesvormen is schadelijk voor de andere. Niemand kan ontkennen dat de ongeordende uitbreiding en de veelal onesthetische vormgeving van de kampeerterrainen aan de Kust, een nadelige invloed heeft op de aantrekkingskracht van de Kust in het algemeen en de verschillende andere logiesvormen in het bijzonder. Het algemeen prestige van de Kust lijdt momenteel onder een laattijdige sanering van het kampingwezen.

Hetgeen geldt op het vlak van de logiesvormen is eveneens waar voor de onderscheiden badplaatsen. Hier willen we evenwel bijzonder de nadruk leggen op de wenselijkheid van een standing-eenvormigheid van alle aanbod-elementen binnen een zelfde badplaats. Dit verhoogt de homogeniteit van de badplaats en versterkt het typische.

Meteen is het duidelijk dat de urbanisatie in een badplaats een beleidsaspect is dat elkeen rechtstreeks aanbelangt. Zij kan een verrijking of een verarming van de badplaats inhouden. Kan hetzelfde niet worden gezegd van de vakantiespreiding? Een betere spreiding van de vakanties is niet enkel een aktieveld voor het Kommissariaat-Generaal van Toerisme of Westtoerisme. Hoe doelmatig ook hun akties mogen zijn, zij zijn gedoemd tot inefficiëntie indien de hotelhouder en de winkelier



Foto : L. Philippe - Archief CGT

hun deuren laattijdig openen en vroegtijdig sluiten en wanneer de lokale overheid haar toeristische initiatieven enkel richt op het hoogseizoen. Vakantiespreiding is enkel te bereiken door een langdurige gekoncerteerde aktie van hogere en lokale overheid, de logiesverstreckende inrichtingen, de handels- en dienstensektor, kortom de ganse kustbevolking.

Last but not least is de samenwerking tussen de badplaatsen als een 'gebod' te aanzien. De kust is een geheel van individuele badplaatsen die elkaar ondersteunen. De factoren die aan de basis liggen van deze samenwerking zijn de mobiliteit van de toerist, de lange verblijfsduur en de eisen die worden gesteld door de toerist in de jaren zeventig. Deze samenwerking moet zich uiten op velerlei vlakken. We willen er slechts enkele vermelden als daar zijn : de publiciteit in het buitenland, de grotere toeristische infrastructuur, feestelijkheden, milieubeheer (water, lawaai, netheid), politie, brandweer, de wegeninfrastructuur, de verkeersfaciliteiten, enz...

7. Gevolgen van de toeristische publiciteit

Zojuist werd het woord 'publiciteit' vermeld. Als de Kust één grote onderneming vormt, dan heeft deze stelling grote gevolgen op het vlak van de publiciteit en meer in het bijzonder op de vorming van het publicitair budget.

Wie is de drager van de macro-toeristische publiciteit : de publieke sektor, de private sektor of de publieke en de private sektor samen? Het antwoord dat veelal als voor de hand liggend wordt beschouwd, is gekend. De overheid moet instaan voor de toeristische publiciteit. De gebruikte argumenten zijn meestal de deviezeninbreng en de fiskale opbrengsten, alsof de andere sectoren geen deviezen aanbrengen en de schatkist niet voeden.

Er zijn zeker argumenten die pleiten voor een tussenkomst van de overheid in het geheel van de toeristische publicitaire inspanningen.

De voornaamste zijn :

fierheid van een land of een streek over het eigene. De overheid vervult hier een vorm van public relations ;

betere benutting van het toeristisch patrimonium waarvan een groot gedeelte tot de overheid behoort ;

de toeristische sektor is opgebouwd uit kleine cellen die individueel geen zinvolle aktie kunnen voeren en daarenboven een sterke onderlinge afhankelijkheid vertonen ;

de onderlinge steunverlening van de toeristische plaatsen ;

de stimulerende invloed op de regionale ontwikkeling van de toeristische gewesten.

Deze waardevolle argumenten zijn evenwel onvoldoende sterk om ons te overtuigen dat de publieke sektor als enige drager van de macro-publiciteit moet fungeren. Andere sectoren uit ons economisch leven kunnen gelijkaardige argumenten inbrengen. In het buitenland heeft men de verbreding van de toeristische fondsenvorming sinds lang toegepast. Graag verwijzen wij naar de initiatieven in Nederland en de financiering in de schoot van de 'Office National Suisse de Tourisme' en de 'Deutsche Zentrale für Fremdenverkehr'.

De noodzaak van een verbreding van de toeristische fondsenvorming kreeg tijdens het jongste decennium bijkomende motiveringen. Deze houden verband met de

uitgesproken competitie op de toeristische markt en de stagnatie van het kusttoerisme tijdens het jongste verleden. Het vergroten van de middelen voor de wervingsakties en de toeristische infrastructuur dringt zich op. Hierbij moet de private sektor een veel grotere rol gaan vervullen dan in het verleden het geval was. Wanneer wij het hebben over de inbreng van de private sektor bedoelden wij twee soorten toeristische inrichtingen. De eerste groep wordt gevormd door deze bedrijven, inrichtingen en personen die in directe relatie staan met de toeristische bestedingen. De tweede groep houdt verband met wat wij in het eerste punt van dit artikel hebben genoemd : de afgeleide verzorgende aktiviteiten of m.a.w. al diegenen die moeten toeleveren aan de toeristische inrichtingen die een rechtstreeks contact hebben met de toerist.

8. Inbreng van de private sektor op streekvlak

Gezien de onderlinge afhankelijkheid van de individuele gemeenten van de Kust en het Achterland en de ondoelmatigheid van individuele gemeentelijke akties in het buitenland, zou het weinig zinvol zijn de private inbreng te situeren op het gemeentelijk niveau. We moeten komen tot een inbreng van de private sektor op streekvlak ; dit wil zeggen de Kust en het achterland. Deze inbreng, samen met de inspanningen van de lokale en provinciale overheid, zou moeten leiden tot de oprichting van een 'Provinciaal Fonds voor toeristische publiciteit en toeristische uitrusting'. Een kleine bijdrage per bed, per m² verkoopoppervlakte, per inrichting of welke formule ook, zou zonder veel moeite leiden tot een supplementaire bijdrage van circa 30 miljoen F en tot een meer rechtvaardige verdeling van de lasten. Deze stap zou meteen het beste wapen zijn om bij de centrale overheid meer belangstelling te wekken voor de Kust en het achterland. Indien de toeristische sektor van de Kust en achterland bekommerd is voor 'morgen' moet deze belangrijke stap worden gezet. De Kust staat thans op een keerpunt.

Het gezegde 'to be or not to be' is hier wel van toepassing.

Een grote onderneming met een omzet van 12,4 miljard F, die deze minimale inspanning niet kan opbrengen, treedt de essentiële elementen van de moderne toeristische marketing met de voeten.