

# Kusttoerisme voor 50-plussers: match of mismatch?

Karel Ooms, lector en onderzoeker bij Hogeschool VIVES, Toerisme en Recreatiemanagement

Dankzij een hogere levensverwachting groeit de groep 50-plussers in onze maatschappij. De Europese Commissie verwacht dat in 2060 één op de drie Europeanen ouder dan 65 zal zijn. Nu al is 34% van de Belgische bevolking ouder dan 50. Deze evolutie heeft ongetwijfeld een grote invloed op de wereld van toerisme en recreatie, niet alleen met betrekking tot het buitenlandse toerisme maar zeker ook voor het binnenlandse toerisme.

Een praktijkgericht wetenschappelijk onderzoeksproject (PWO) van **VIVES**, in samenwerking met **Roularta Research**, ging na of de toeristische sector in West-Vlaanderen voldoende op de hoogte is van de verwachtingen en noden van de 50-plusser en of de toeristische producten en dienstverlening daarop inspelen. Het onderzoek bevroeg **1.700** 50-plussers over hun reis- en vakantiegedrag, in het bijzonder met de **Kust** en het **Brugse Ommeland** als bestemmingen.

De vragen gingen onder meer over de frequentie van hun daguitstappen, weekends of langere reizen en over het al dan niet meenemen van kinderen en/of kleinkinderen op vakantie. Tegelijk werd geïnformeerd naar het multimediagebruik (smartphone, tablet, apps...) en peilde men naar de mate waarin er voor en/of tijdens het verblijf informatie over de bestemming wordt opgezocht.

## Algemene vaststellingen

Bijna de helft van de 50-plussers neemt de kleinkinderen mee op daguitstap, weekend of vakantie. Multigeneratievakanties zijn dus een realiteit en vragen om aangepaste logiesvormen. Criteria als netheid, de aanwezigheid van natuur en de betaalbaarheid van de bestemming blijken het meest doorslaggevend bij de keuze van een reisbestemming. Deze beslissingscriteria veranderen niet veel met de leeftijd van de 50-plusser. Wel vermindert

met het ouder worden het belang dat men hecht aan de actieve aspecten van een verblijf (bv. de beschikbaarheid van uitgestippelde wandel- en fietsroutes). Geleidelijk aan vindt deze doelgroep de beschikbaarheid van een degelijk (medisch) zorgaanbod en de toegankelijkheid van de bestemming voor mensen met een (fysieke) beperking belangrijker. Bovendien blijkt dat het goed gesteld is met de digitale geletterdheid van de bevrageden: 80% van de 50-plussers bezit een smartphone, 60% een tablet. Het gebruik ervan verschilt wel: de offline bevrageden maken eerder recreatief gebruik van hun toestel terwijl de online bevrageden hun mobiel toestel vooral gebruiken om informatie te verzamelen.

## De Kust: blijvend populair bij jong en oud

De Belgen kennen de Kust goed en komen er vaak. Twee derde van de respondenten komt er graag, op daguitstap, op weekend of met vakantie. Ongeveer 80% kwam er in het voorbije jaar. Ook na hun 75ste blijven toeristen trouw aan de Kust als reisbestemming. Dit zijn hoge cijfers, zeker omdat de tweedeverblijvers niet in de cijfers werden meegerekend. Respondenten die de Kust recent niet meer bezochten, geven als reden aan graag thuis te blijven, geen specifieke interesse voor de Kust te hebben of de Kust te druk te vinden. De bevragede doelgroep apprecieert de Kust zeer sterk vanwege het ruime en gastvrije restaurantaanbod, de natuur en



de vele fiets- en wandelmogelijkheden. De parkeermogelijkheden, de toegankelijkheid voor mensen met een fysieke beperking en het aanbod aan toeristische attracties daarentegen, beoordeelt men als minder goed. Opvallend is dat ongeveer twee derde van de ondervraagden tijdens hun verblijf één of meerdere diensten voor toerisme bezocht. De kwaliteit en de kwantiteit van de verkregen informatie via de toeristische diensten scoorden erg hoog.

### Het Brugse Ommeland: te weinig bekend, te weinig bemind

Vergeleken met de Kust is het Brugse Ommeland iets minder populair als reisbestemming. Van de bevroagden geeft vier op de tien aan al vaker in het Brugse Ommeland te zijn geweest. Wie er al is geweest, apprecieert de streek meestal ook erg. De mindere populariteit is vooral te wijten aan de mindere bekendheid van de regio bij

het ruimere publiek en – zoals blijkt uit deze bevraging – ook bij de 50-plussers. Zo geeft 25% van de respondenten aan het Brugse Ommeland helemaal niet te kennen. 10% beweert het Brugse Ommeland te kennen maar er nog nooit te zijn geweest. Wie de regio al geruime tijd niet meer bezocht, wijt dit voornamelijk aan het gebrek aan interesse voor de regio, het gevoel dat er weinig te doen is en het feit dat men niet weet wat men van de streek



kan verwachten. Voor deze regio is er dus duidelijk nog potentieel, zowel wat betreft bekendmaking als groei in toeristische aantallen.

De bezoekers van Het Brugse Ommeland prijzen de goede bereikbaarheid met de auto, het heersende veiligheidsgevoel en de uitgebreide fiets- en wandelmogelijkheden. Werkpunten voor de regio zijn dan weer de bereikbaarheid met het openbaar vervoer, het gebrek aan toeristische attracties en de toegankelijkheid voor mensen met een fysieke beperking.

Slechts een derde van de bezoekers van het Brugse Ommeland maakte gebruik van een toeristische dienst ter plaatse. Dat is een stuk minder dan aan de Kust. Dit heeft wellicht te maken met het beperktere aantal toerismebureaus in de regio. Maar net zoals aan de Kust scoren ook in het Brugse Ommeland zowel de kwaliteit als de kwantiteit van de beschikbare toeristische informatie (online zowel als offline) erg hoog.

### Memorandum

Het PWO-rapport van VIVES besluit met een memorandum, bedoeld voor het helpen vormgeven van het toeristische beleid van de Kust en het Brugse Ommeland. Naast de goede punten bracht de bevraging ook werkpunten aan het licht die aandacht verdienen als de provincie wil inzetten op de 50-plusser als toeristische doelgroep. Bovendien bleek dat beide regio's kunnen leren van elkaars sterktes, zwaktes en aanpak. Het memorandum vat de analyse van VIVES samen in tien punten. Het zal in de loop van het najaar gepresenteerd worden aan de gedeputeerde voor toerisme en recreatie van de Provincie West-Vlaanderen en aan de betrokken toeristische diensten.

