



## Jeugd & Watersport

Vier schetsen voor de watersportsector in Fryslân in 2020



Stenden



Europees  
Technisch Financierings  
Instituut

Dit onderzoek is uitgevoerd door het European Tourism Futures Institute in opdracht van Het Friese Merenproject van de Provincie Fryslân.

**Contact:**

Contact: Provincie Fryslân – Het Friese Merenproject

Telefoon: 058 - 292 5862

E-mail: [secrfriesemeren@fryslan.nl](mailto:secrfriesemeren@fryslan.nl)

Website: [www.friesemeren.nl](http://www.friesemeren.nl)

**Copyright © 2012, European Tourism Futures Institute**

Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan, mits bronvermelding.

Bij het samenstellen van dit rapport is de grootste zorgvuldigheid betracht.

Het European Tourism Futures Institute is echter niet aansprakelijk voor enige direct of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie uit deze publicatie.

De teksten van het kopje 'Trends en ontwikkelingen in vakantiegedrag van jongeren' zijn zijn overgenomen uit: Waterrecreatie Advies (2012). *Jongeren en watersport: op zoek naar gegevens*. Lelystad: Waterrecreatie Advies.

ISSN: 2212-9804

**Voor meer informatie:**

European Tourism Futures Institute

E-mail: [info@etfi.eu](mailto:info@etfi.eu)

Website: [www.etfi.eu](http://www.etfi.eu)

## Voorwoord

De jeugd heeft de toekomst! Een uitspraak die al decennia lang gebruikt wordt door verschillende generaties. Elke generatie verschilt weer van de vorige. Hoe kun je hier als ondernemer of overheid het beste mee omgaan? Watersportondernemers stelden deze vraag aan de provincie Fryslân. Jongeren zijn voor de watersportbranche namelijk niet alleen nu een belangrijke doelgroep, het zijn ook de senior watersporters van de toekomst.

In Fryslân hebben we op het gebied van watersport veel te bieden. Van IJsselmeer en Waddenkust tot de ruime meren en gezellige steden en dorpen. Ook in de verschillende takken van sport is er voor ieder wat wils; van zeilen tot kitesurfen en van kanoën tot waterskiën. Er is de laatste jaren veel geïnvesteerd in een goede infrastructuur en faciliteiten. We willen graag dat iedereen zich welkom voelt in Fryslân. Gastvrij zijn voor zowel jong als oud is daarbij erg belangrijk. Dus wat is het probleem?

Het Friese Merenproject liet Waterrecreatie Advies onderzoek doen. Daaruit blijkt dat de interesse van tieners en jonge volwassenen voor watersport terugloopt. Dit heeft verschillende oorzaken en schept ook kansen. Omdat in de toekomst kijken lastig blijft, hebben we het European Tourism Futures Institute (ETFI) in Leeuwarden gevraagd om de verschillende marktkansen te onderzoeken. Niet vanachter een bureau, maar samen met jongeren en watersportondernemers.


Aan de hand van de uitkomsten van de diverse onderzoeken, kunnen we nu gezamenlijk stappen bepalen om de kansen te verzilveren. Dit vraagt om vernieuwing en samenwerking tussen ondernemers uit diverse branches, kennisinstellingen en overheden. Zoeken naar verbindingen waar iedereen baat bij heeft.

Jonge mensen kijken anders naar de wereld, laat je door hen inspireren!

*Jannewietske de Vries*

*Gedeputeerde provincie Fryslân*


## Managementsamenvatting

 Jongeren reizen veel. Tegenwoordig kunnen ze kiezen uit een enorm en aantrekkelijk geprijsd aanbod. Een watersportvakantie in Fryslân staat niet meer hoog op hun lijstje. Dit is geen probleem van voorbijgaande aard: het is reëel te veronderstellen dat jongeren die niet aan watersport hebben gedaan, ook in de toekomst niet meer voor Fryslân zullen kiezen.

Bij hun vakantiekeuze kijken jongeren wat er op een plaats te doen valt. Het merendeel wil uitgaan, feestvieren en anderen ontmoeten. Dit is het “kernproduct”; als ze overdag ook nog spannende, nieuwe dingen kunnen ervaren is dat meegenomen. Op zich leent de watersport zich daar prima voor. Maar in Fryslân is er de afgelopen periode niet voor gekozen om deze groep aan de regio te verbinden.

Willen we jongeren trekken, dan moeten we keuzes maken. Aantrekkelijke uitgaans- en “chill”-mogelijkheden zijn keuzebepalend. Daarvoor zijn acties en innovaties nodig bij zowel overheden als bij ondernemers. Ook het watersportaanbod zelf moeten we kritisch bekijken. Jongeren komen niet meer in de eerste plaats om zeilkampioen te worden, maar om een spannende en/of gezellige vakantie te beleven. Dat vereist creativiteit, variatie en flexibiliteit bij ondernemers, en openstaan voor nieuwe initiatieven bij overheden.

In dit rapport schetsen wij vier verschillende scenario’s waarin met de unieke sterkten van Fryslân een aantrekkelijk watersportaanbod voor jongeren kan worden gecreëerd. De mogelijkheden die wij suggereren sluiten elkaar overigens niet uit. Het European Tourism Futures Institute heeft hiermee een bijdrage willen leveren aan de discussie over de vernieuwing van de sector in Fryslân.

 De jongerein reizget in soad. Hjoed de dei kinne sy in kar meitsje út in hiel grut oanbod mei oantreklike prizen. In wettersportfakânsje yn Fryslân stiet net mear heech op harren list. Dat is gjin tydlik probleem: it is oannimlik dat jongerein dy’t net oan wettersport dien hat, yn de takomst ek net mear foar Fryslân kieze sille.

As de jongerein in kar foar in fakânsje makket, dan sjogge sy wat der op in plak te dwaan falt. It meastepart fan harren wol útgean, it feest yn of oaren moetsje. Dat is it “kearnprodukt; as sy oerdei ek noch spannende, nije dingen ûnderfine kinne is dat meinaam. Op himsels is wettersport dêr hiel geskikt foar. Mar yn Fryslân is yn de ôfrûne perioade der net foar keazen om dizze groep oan de regio te ferbinen.


Wolle wy jongerein lûke, dan moatte wy in kar meitsje. Oantreklike útgeans- en ferdivedaasjemoglikheden binne hiel wichtich foar jongerein by it meitsjen fan in kar. Dêrfoar binne aksjes en ynnovaasjes fanneden by likegoed oerheden as by ûndernimmers. Wy moatte sels ek it wettersportoanbod kritysk besjen. De jongerein komt net mear yn it foarste plak om kampioen silen te wurden, mar om in spannende en/of in noflike fakânsje te belibjen. Foar soks wurdt kreativiteit, fariaasje en fleksibiliteit by ûndernimmers en in iepen hâlding fan oerheden foar nije inisjativen easke.

Yn dit rapport hawwe wy fjouwer ûnderskate senario’s beskreaun, dêr’t mei de unike sterke punten fan Fryslân in oantreklik wettersportoanbod foar jongerein opsetten wurde kin. De mooglikheden dy’t wy oanjouwe slute inoar fierdersoan net út. It ETFI hat dêrmei in bydrage oan de diskusje oer de fernijing fan de sektor yn Fryslân leverje wold.

Young people are active and frequent travellers. They nowadays can choose from an enormous and attractively priced offer. A water sports holiday in Fryslân is no longer on the top of their list. This is not just a temporary problem: it can be expected that young people who have not been active water sporters, will not return to Fryslân in the future either. When choosing a holiday destination, young people look at what they can do at a certain location. The majority want to go out, party and meet others. This is the “core product”: if during the day they can engage in exciting, new experiences, that will be a plus. Water sports could create an excellent environment for this excitement. But Fryslân, during the past years, has chosen not to attract this type of visitor.

If we want to attract young visitors, we will have to make choices. Attractive possibilities to go out and to “chill” determine the choice of a holiday destination. That requires initiatives and innovations both by public bodies and by entrepreneurs. We should also critically examine the water sports offer. Youngsters are no longer here in the first place because they aspire to become sailing champions, but because they want to have an exciting and/or pleasant holiday. Entrepreneurs will need creativity, variety and flexibility, and governmental bodies will need to be open to new initiatives.

In this report we outline four scenarios in which with the unique strengths of Fryslân an attractive water sports offer for young people can be created. The options we suggest are not mutually exclusive, by the way. With this report the European Tourism Futures Institute aims to contribute to the discussion on the innovation of the sector in Fryslân.

 Jugendliche reisen viel. Heutzutage stehen den Jugendlichen viele günstige Angebote zur Auswahl. Ein Wassersporturlaub in Fryslân steht nicht mehr an erster Stelle. Dies ist kein vorübergehendes Problem: Wir können davon ausgehen, dass Jugendliche, die keine aktiven Wassersportler sind, sich auch in ihrer Zukunft nicht für einen Wassersporturlaub in Fryslân entscheiden werden.

Bei der Urlaubsentscheidung von Jugendlichen spielen die lokalen Vergnügungsmöglichkeiten eine wichtige Rolle. Die Mehrheit will ausgehen, feiern und andere Jugendliche treffen. Dies ist das Hauptprodukt, ein Tagesprogramm ist eher zweitrangig und gilt eher als Extra. An sich eignet sich der Wassersport ausgezeichnet hierfür, jedoch wurde in Fryslân in den letzten Jahren nicht darauf eingespield um diese Zielgruppe an die Region zu binden.

Um das Interesse jugendlicher zu wecken muessen Entscheidungen getroffen werden. Reizvolle Ausgeh- und „Chillmöglichkeiten“ sind notwendig. Um dies zu verwirklichen sind Initiativen und Innovationen, sowohl in der Politik als auch bei Unternehmen, nötig. Auch die Wassersportangebote an sich müssen in Acht genommen werden. Jugendliche kommen nicht mehr in die Region um Segelchampion zu werden sonder um einen spannenden und unterhaltsamen Urlaub zu erleben. Unternehmer brauchen Kreativität, Variation und Flexibilität und Behörden müssen offen sein für neue Initiativen.

In diesem Report werden vier verschiedene Szenarien dargestellt in denen, mit als Ausgangspunkt die einzigartigen Stärken von Fryslân, reizvolle Wassersportangebote für Jugendliche zusammengestellt werden. Die durch das European Tourism Futures Institute (ETFI) ausgearbeiteten Möglichkeiten schließen sich gegenseitig nicht aus. Das ETFI will mit diesen Szenarien und Empfehlungen einen Beitrag liefern zur Diskussion über die Erneuerung des Sektors in Fryslân.

## Inhoudsopgave

1.	Inleiding	6
1.1	Onderzoeksvraag	6
1.2	Onderzoeksopzet	6
1.3	Uitvoerenden	7
2.	Jongeren en recreatie- en vakantiegedrag	8
3.	Trends en ontwikkelingen in vakantiegedrag van jongeren	11
4.	Wat vindt de jeugd?	15
4.1	Jongeren en vakanties	15
4.2	Jongeren en watersport	17
4.3	Jongeren over watersport in Fryslân	23
4.4	Verbeterpunten volgens de jongeren	25
5.	Toekomstscenario's	27
5.1	Scenario 1: 'Bootje varen'	31
5.2	Scenario 2: Après Sail	33
5.3	Scenario 3: Adrenaline Shots	35
5.4	Scenario 4: Regioroute	37
6.	Aanbevelingen	38



### Jeugd & Watersport

European Tourism Futures Report

Project managers en auteurs:

Albert Postma

Stefan Hartman

ISSN:

2212-9804

[www.etfi.eu](http://www.etfi.eu) / [info@etfi.eu](mailto:info@etfi.eu)

## 1. Inleiding

### 1.1 Onderzoeksvraag

Uit de watersportsector in Fryslân komen signalen die wijzen op een teruglopende belangstelling voor het traditionele watersportproduct onder de jeugd. Mogelijke oorzaken daarvoor zijn het grote aanbod van alternatieven in het buitenland en veranderend recreatie- en vakantiegedrag van jongeren aan de ene kant, en een gebrek aan innovatiekracht in de sector aan de andere kant. Omdat de watersportsector van strategisch belang is voor het toerisme in Fryslân als geheel, is bij de provincie de vraag ontstaan welke stappen kunnen worden ondernomen om de watersportsector voor de doelgroep van 15-25 jarigen te herpositioneren. De onderzoeksvraag die hierbij gesteld is luidt: “Op welke punten sluit het huidige watersportaanbod onvoldoende aan bij de vraag en belangstelling van 15-25 jarige jongeren, en welke innovaties zullen de aantrekkingskracht van de watersport voor deze doelgroep op een zodanige manier versterken dat dit leidt tot meer jongeren die het watersportproduct in Fryslân afnemen, een verhoogd herhalingsbezoek aan watersportbedrijven en –voorzieningen, of beide.

### 1.2 Onderzoekopzet

Het onderzoek bestaat uit verschillende fasen. Tijdens de eerste fase van het onderzoek heeft Waterrecreatie Advies de signalen uit de sector die wijzen op een teruglopende belangstelling voor de watersport in Fryslân bij de jeugd nader onderzocht, gespecificeerd en gekwantificeerd. Dit bureau heeft de trends in de afnemende belangstelling voor watersport in kaart gebracht. In het voorliggende boekje worden de belangrijkste bevindingen weergegeven.

Tijdens de tweede fase van het onderzoek heeft het European Tourism Futures Institute een vragenlijst afgenomen onder eerstejaars studenten van Hogeschool Windesheim in Zwolle, die in augustus bij watersportbedrijf Ottenhome Heeg in Fryslân een deel van hun introductieweek doorbrachten, en bij studenten in verschillende leerjaren van Stenden Hogeschool, er is een workshop georganiseerd met een twintigtal jongeren in de leeftijd van 19 tot 25 jaar, en tot slot een workshop met een zestigtal watersportondernemers. De enquêtes richtten zich vooral op het watersportgedrag van de jongeren en hun keuzes, motieven en beoordelingen. Die onder de Windesheim studenten kende 738 respondenten. Die op Stenden 316, maar daarvan zijn 173 meegenomen voor verdere analyse, namelijk de Nederlandse

*Twee enquête afnames, een workshop met een twintigtal jongeren en een workshop met een zestigtal ondernemers maken deel uit van het ETFI onderzoek.*

studenten in de leeftijd tot en met 25 jaar. Doel van het jongerenpanel was om de wensen en ideeën ten aanzien van de ideale watersportbeleving boven tafel te krijgen samen met de beeldvorming rond diverse productkenmerken en de aanwezigheid van faciliteiten. Het ondernemerspanel tenslotte was erop gericht om de sterke punten en potenties van de watersportsector in kaart te brengen en na te denken op welke wijze vandaar uit een brug kan worden geslagen naar de wensen en behoeften van de jongeren. In de laatste fase is

alle informatie bij elkaar gebracht in een viertal scenario's. Deze scenario's zijn beschrijvingen van hoe de toekomst van de watersport in Fryslân er uit zou kunnen komen te zien, met de maatregelen die daarbij passen.

### 1.3 Uitvoerenden

Waterrecreatie Advies is een in Lelystad gevestigd adviesbureau op het gebied van waterrecreatie en watersport dat in opdracht van provincies en Rijkswaterstaat onderzoek doet naar de ontwikkeling van de watersport, gebiedsvisies opstelt, trends in kaart brengt, uitspraken doet over regionale mogelijkheden en kansen, onderzoek doet naar de haalbaarheid, inrichting en exploitatie van jachthavens, en adviseert over de inrichting, kwaliteit en functionaliteit van waterfronten.

Het European Tourism Futures Institute is als kenniscentrum van Stenden Hogeschool gespecialiseerd in toekomststudies. Met behulp van wetenschappers uit verschillende disciplines brengt zij voortdurend de ontwikkelingen in kaart die van invloed zijn op vrijetijd, recreatie en toerisme. Met behulp van hedendaagse scenarioplanningsmethodes gebruikt ze haar kennis om in opdracht van overheden en bedrijven de complexe wereld hanteerbaar te maken en te vertalen in een schetsen van hoe de toekomst er uit zou kunnen zien. Deze schetsen dienen als inspiratiebron voor het ontwikkelen van innovatieve concepten, ideeën en strategieën waarmee geanticipeerd kan worden op onzekere marktontwikkelingen.



## 2. Jongeren en recreatie- en vakantiegedrag

Het recreatie- en vakantiegedrag van jongeren is divers en erg dynamisch. Vervoer is relatief goedkoop en jongeren kunnen kiezen uit een enorm aanbod. Een kampeervakantie in de buurt of een zeilkamp moet concurreren met verre reizen naar de zon, de zee en het strand. Jongeren willen het ene moment relaxen of feesten en op het andere moment een adrenalinesport beoefenen. De concurrentiestrijd om de jeugdige bezoeker is intens. Aansluiten bij de wens van de kritische jongeren is daarom essentieel.

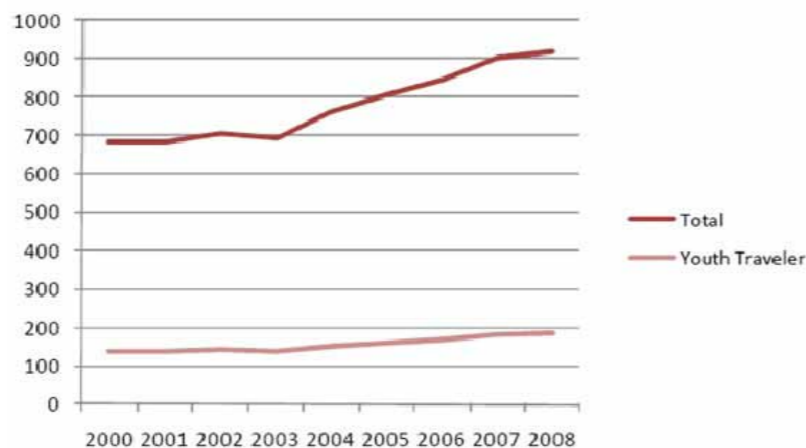
Wat wil de jeugd van tegenwoordig? Boven aan de wensenlijst prijkt gezelligheid en het ontdekken van nieuwe plekken. Als jongeren op vakantie gaan beschrijven ze zich dan ook in termen als ‘chillers’, ontdekkers, actievelingen en feestgangers. Vermaak, gezelligheid, mensen en beleving zijn onmisbare onderdelen van een vakantie of een dagje weg. Wat jongeren kiezen wordt sterk beïnvloed door wat familie, vrienden en kennissen aanraden. Dit gebeurt meestal door het direct uitwisselen van ervaringen, van persoon tot persoon. Sociale media zoals Facebook zijn hierbij in opkomst. Foto's worden snel gedeeld en jongeren stellen elkaar op de hoogte van hun belevingen. Zowel thuis als op vakantie staan ze welhaast non-stop in verbinding met hun vrienden, familie en online ‘followers’.

*De jeugd wil gezelligheid, beleving, en nieuwe plekken ontdekken. Via internet worden belevenissen gedeeld.*

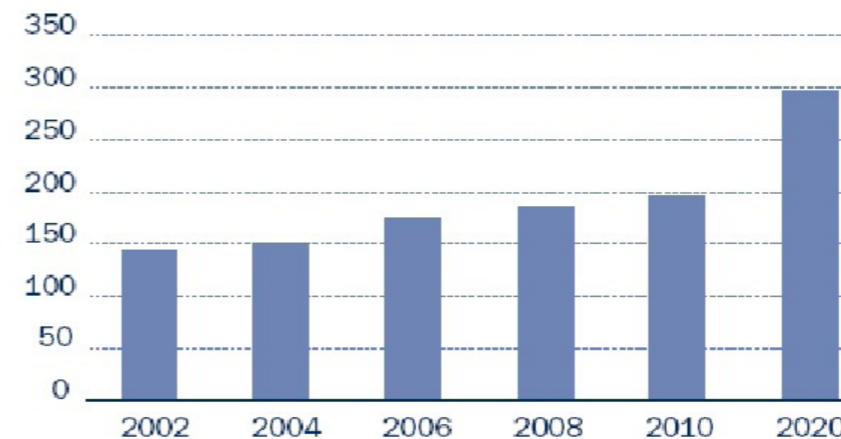
Het internet vormt daarmee een belangrijke informatiebron voor ervaringen en om beoordelingen

te lezen. Dit helpt jongeren om een inschatting te maken of een vakantie of activiteit gaat voldoen aan de verwachtingen die ze hebben. Het medium is nog belangrijker om het aanbod te vergelijken en zo de beste deals te scoren. Een goede prijs is namelijk topprioriteit. Jongeren weten snel hun weg te vinden, spenderen er veel tijd aan en kiezen de juiste reizen of stellen zelf de juiste pakketten samen die naadloos aansluiten bij hun behoefte. Internet schept daarmee ook mogelijkheden om jongeren te bereiken en direct te benaderen.

Jongeren vormen een niet te onderschatten doelgroep. Jongeren staan wereldwijd voor 20% van het totaal aantal toeristen. Op wereldschaal is het de verwachting dat steeds meer jongeren de mogelijkheden hebben om op vakantie te gaan.



Figuur 1: aandeel jongeren ten opzichte van totaal



(Source, UNWTO)

Figuur 2: Vakantiedeelname jongeren in aantal  
Bron: UNWTO (2011) the power of youth travel

### Watersporten

Watersporten is meer dan zeilen, roeien, kanoën of windsurfen. De variatie aan watersporten die op, in of onder water kan worden beoefend is behoorlijk groot. Wat is het referentiekader van watersportonderzoeken? Op de volgende pagina staat een overzicht van alle sporten die als watersporten worden gezien, afzonderlijk of in combinaties. Uiteraard kunnen ze niet alle in Fryslân beoefend worden.

Op het water	In het water	Onder het water
Surfing	Swimming	Sub-aqua diving (scuba)
Barefoot water skiing	Triathlon	Finswimming
Boating	Modern pentathlon	Underwater hockey
Bodyboarding	Rescue swimming	Underwater rugby
Canoeing	Water polo	Underwater oriëntering
Fishing	Synchronized swimming	Underwater target shooting
Flowboarding	Water aerobics	Spearfishing
Jet Ski	Water gymnastics	Freediving
Kayaking	Snorkeling	Underwater ice hockey
Kite surfing	Divingoff springboard	Underwater football
Kiteboating	Synchronized diving	Aquathlon
Paddle boarding	Waboba	Speed Lifesaving
Parasailing		
Rafting		
Rowing		
Sailing		
Sit-down hydrofoiling		
Skimboarding		
Stand up paddle surfing		
Surfing downhill		
White Water Rafting		
Wakeboarding		
Wake skating		
Wakesurfing		
Water skiing		
Windsurfing		
Yachting		

Tabel 1: Watersporten

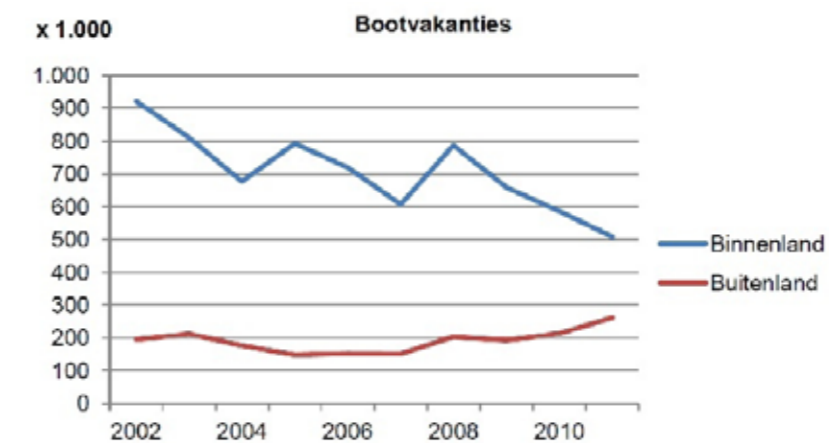
Met een aantal van de genoemde watersporten kan aan de behoeften van jongeren worden voldaan. Jongeren zijn “hongerig naar opwindende ervaringen” en ze willen de adrenaline door hun lichaam voelen stromen. Watersport combineert emotie met lichamelijke inspanning en de behoefte om te presteren, zaken waar jongeren tegenwoordig naar op zoek zijn. Watersport kan in deze behoeften voorzien. Ze doet een beroep op behendigheid en lichaamsbeheersing, vooral in situaties met onrustig water als gevolg van bijvoorbeeld slechte weersomstandigheden.

### 3. Trends en ontwikkelingen in vakantiegedrag van jongeren

Waterrecreatie Advies constateert dat er al geruime tijd veranderingen plaatsvinden in het gedrag van watersporters in Nederland. Uit diverse statistieken blijkt dat er minder wordt gevaren. Dat heeft enerzijds met het weer te maken, en anderzijds met de economische recessie.

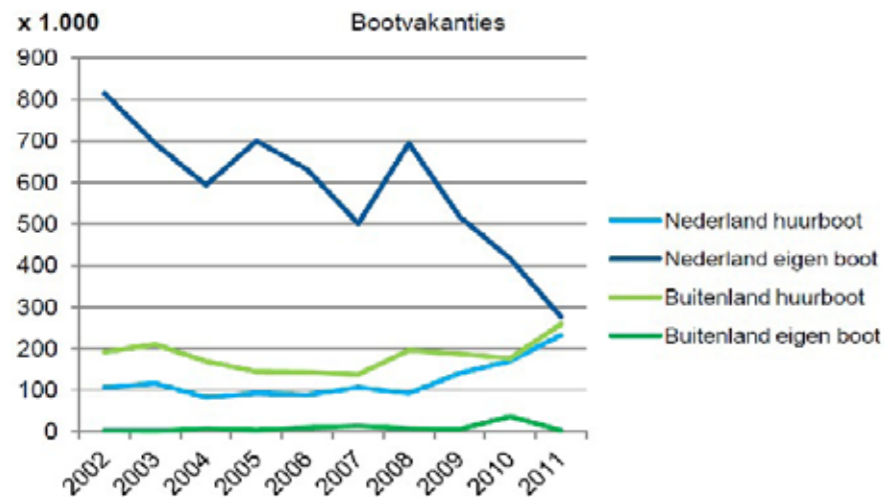
*Het weer en de economische recessie zijn belangrijke factoren voor het teruglopen van de watersport.*

Ten eerste laat het aantal bootvakanties in Nederland sinds 2002 een schommelende maar duidelijk dalende trend zien. Vooral de vakanties met eigen boot. Sinds het begin van de economische recessie in 2008 zien we een sterke daling van het aantal binnenlandse vakantie met eigen boot, terwijl het aantal binnenlandse vakanties met een huurboot vanaf dat moment juist toeneemt (Waterrecreatie Advies, 2012).



Figuur 3: Bootvakanties in binnen- en buitenland  
Bron: CVO en NBTC-NIP Research, bewerking Waterrecreatie Advies





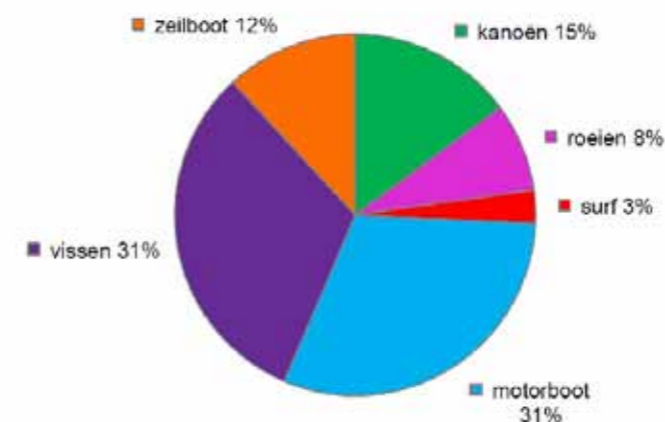
Bron: CVO en NBTC-NIP Research, bewerking Waterrecreatie Advies

Figuur 4: Bootvakanties binnen- en buitenland met huurboot of eigen boot

Wanneer wordt gekeken naar de afzonderlijke watersporten, dan blijkt de daling bij vissen (nu 31% van alle watersportactiviteiten), kanoën (15%), zeilen (12%), en in mindere mate windsurfen (3%), evident. Roeien (8%) lijkt na een periode van daling nu een stabiele ontwikkeling te vertonen. Als enige watersport blijkt varen met motorboten (31%) daarentegen duidelijk in de lift te zitten (Waterrecreatie Advies, 2012).



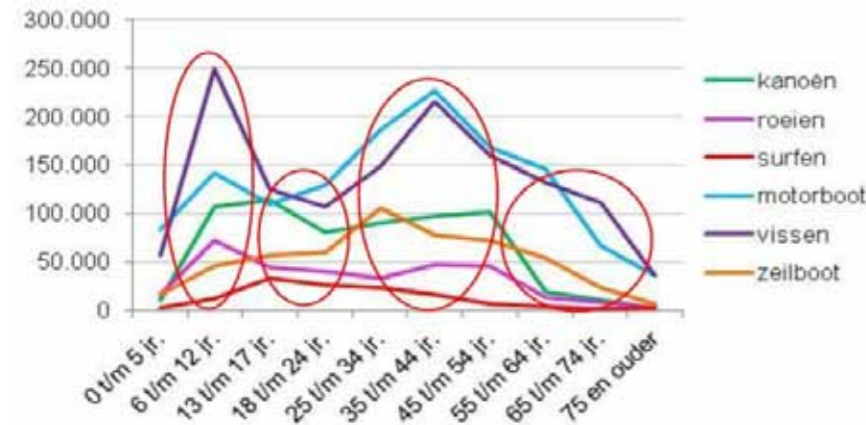
Figuur 5: Ondernomen dagactiviteiten van Nederlanders buiten de vakantie om  
Bron: Waterrecreatie Advies (2012)



Figuur 6: Ondernomen dagactiviteiten van Nederlanders buiten de vakantie om (in percentages)  
Bron: Waterrecreatie Advies (2012)

Waterrecreatie Advies onderscheidt op grond van haar analyse vier fasen in de interesse en betrokkenheid van de Nederlandse jeugd bij de watersport.

- Fase 1 (tot ca. 12 jaar) wordt gekenmerkt door enthousiasme, vooral voor vissen.
- In fase 2 (ca. 13-24 jaar) valt het enthousiasme sterk terug. De belangstelling bij de jeugd om er een week op uit te trekken met een Valk of een 16m2 is verleden tijd. Een argument dat een aantal op de Waddenzee water sportende jongeren desgevraagd noemt is dat het steeds moeilijker wordt om locaties te vinden waar je 's avonds op een leuke manier met gelijkgestemden flink feest kunt vieren.
- Tijdens fase 3 (ca. 25-55 jaar) zijn er 'herintreders' en nieuwe watersporters die ervoor zorgen dat het enthousiasme weer toeneemt, vooral voor varen met de motorboot en vissen. Bij deze groep is het de vraag of ze in stand blijft of de komende jaren eveneens kleiner zal gaan worden.
- Maar tijdens fase 4 tenslotte (55+) zakt de interesse voor watersport definitief in. Gedurende deze vier fasen kent het motorbootvaren en vissen het meest grillige verloop. Vissen kent een piek in de lagere schoolleeftijd van 6-12 jaar en in de leeftijd van 25-54 jaar. Motorboot varen vooral in de leeftijdsgroep 25-54 jaar. Surfen en roeien laten het minst grillige patroon zien. Ook zeilen toont een betrekkelijk vlak verloop, maar is het populairst in de leeftijd van ca. 18-44 jaar. Kanoën en roeien zijn het populairst tussen ongeveer het 12e en 54e levensjaar (Waterrecreatie Advies, 2012).



Figuur 7: Gemiddelde participatie per leeftijdscategorie van genoemde watersportactiviteiten in 4 CVTO onderzoeken  
Bron en bewerking: Waterrecreatie Advies (2012).

## 4. Wat vindt de jeugd?

### 4.1 Jongeren en vakanties

Om te achterhalen op welke punten het huidige watersportaanbod onvoldoende aansluit bij de vraag en belangstelling van jongeren, is een vragenlijst afgenomen bij 750 studenten van Hogeschool Windesheim in Zwolle en bij 175 studenten van Stenden Hogeschool en is er een workshop georganiseerd waarin jongeren met elkaar in gesprek gingen. Deze onderzoeken onder jongeren geven een beeld van:

- Hun vakantiegedrag
- Hun watersportgedrag in vrijetijd en tijdens vakanties
- Hun opvattingen over watersport in Friesland
- Hun wensen en behoeften ten aanzien van watersport in Friesland

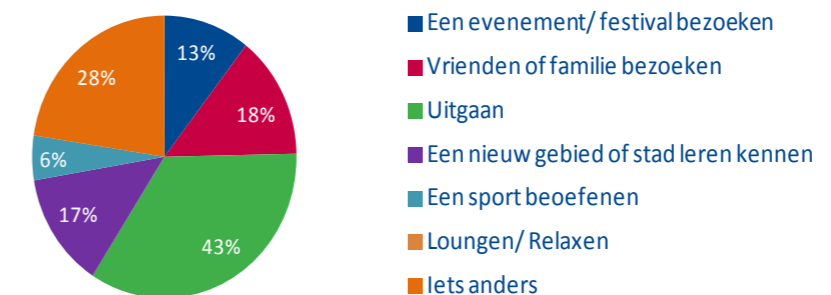
#### Participatie korte vakanties

Jongeren reizen veel. Vooral de korte vakanties bieden mogelijkheden voor de watersport. Gemiddeld gaan jongeren 1,62 keer (13-17 jarigen) of 1,69 keer (18-25 jarigen) per jaar op korte vakantie (bijv. een lang weekend). Bij de 13-17 jarigen vindt 74% van die korte vakanties in Nederland plaats, bij de 18-25 jarigen is dat afgenomen naar 63% (CBS, Vakanties van Nederlanders 2011).

#### Doel van de vakantie

Wat is het belangrijkste doel voor jongeren om op vakantie te gaan? Bij de ondervraagde eerstejaars studenten van Windesheim steekt uitgaan met kop en schouders uit boven alle andere doelen. Bezoek aan familie en vrienden is ook belangrijk, zij het wat minder, net als een nieuw gebied of stad leren kennen. Het beoefenen van een sport is maar voor weinig jongeren het hoofddoel van hun vakantie.

#### Belangrijkste doel om op vakantie te gaan

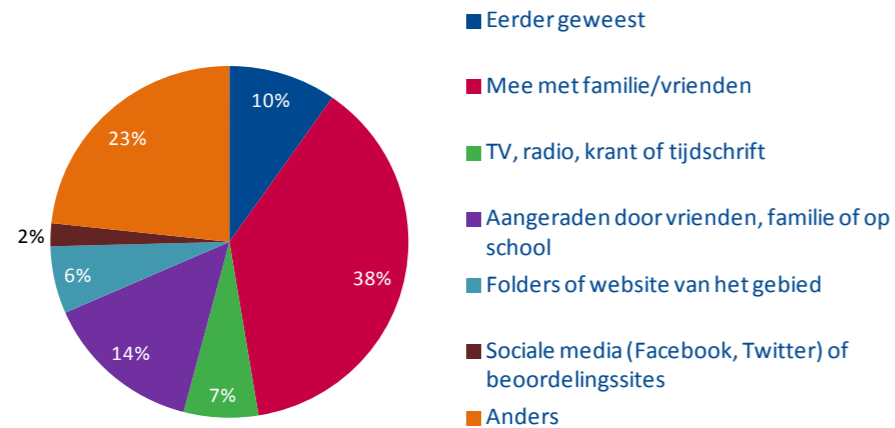


Figuur 8: Belangrijkste doel om op vakantie te gaan

### Keuze vakantiebestemming

Hoe kiezen jongeren dan vervolgens waar ze op vakantie gaan? Bij deze vraag komt bij de studenten van Windesheim opnieuw een duidelijk beeld naar voren. Dat beeld is traditioneel: familie en vrienden zijn bepalend. Ofwel omdat ze meegaan met familie of met een groep, ofwel omdat ze advies krijgen van vrienden of vrienden. Dat is veel belangrijker dan de traditionele of nieuwe media. Tegen de verwachting in scoren sociale media nog laag; hoewel jongeren wel afgaan op het oordeel van hun vrienden, lijken ze dus niet veel te letten op algemene berichten of promotie op de sociale media.

#### Waarop keuze vakantiebestemming voornamelijk gebaseerd is



Figuur 9: Keuze vakantiebestemming

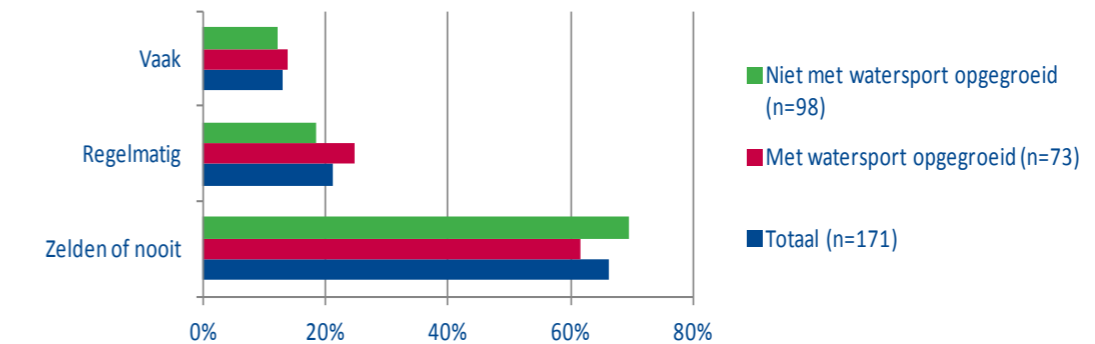
Niet verrassend is dat bij het boekingsgedrag van de Windesheimstudenten internet essentieel is. De overgrote meerderheid informeert zich op het internet voor ze boeken. Voor bijna de helft van hen is kunnen boeken op de website zelfs een voorwaarde; kan dat niet, dan boeken ze ergens anders!

### 4.2 Jongeren en watersport

#### Watersportparticipatie in verleden, heden en toekomst

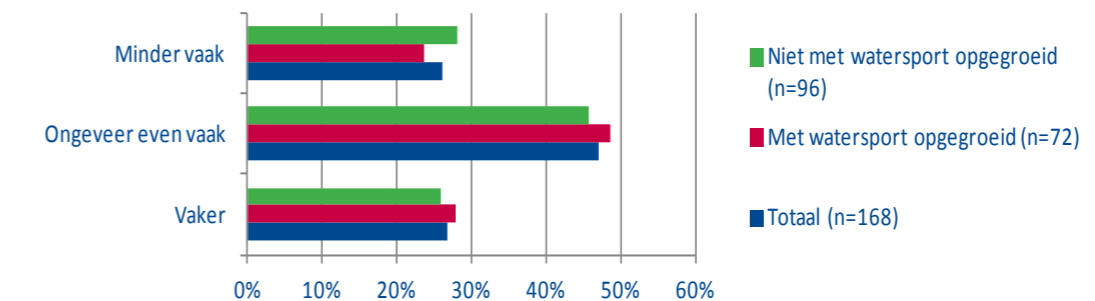
Aan de studenten van Stenden is gevraagd hoeveel zij aan watersport doen en hoe de frequentie daarvan de afgelopen 5 jaar is veranderd. Van de Nederlandse studenten tussen 18 en 25 jaar zegt tweederde (66,1%) zelden of nooit te watersporten. Degenen die met watersport opgegroeid zijn doen in hun vrijetijd vaker aan watersport. De frequentie van watersporten in de vrijetijd is de afgelopen 5 jaar betrekkelijk stabiel gebleven. Wel lijkt er een lichte indicatie dat degenen die met watersport zijn opgegroeid wat vaker zijn gaan watersporten en degene die er niet mee zijn opgegroeid wat minder vaak.

#### Hoe vaak watersport je in je vrije tijd?



Figuur 10: Enquêtevraag - Hoe vaak sport je in je vrije tijd?

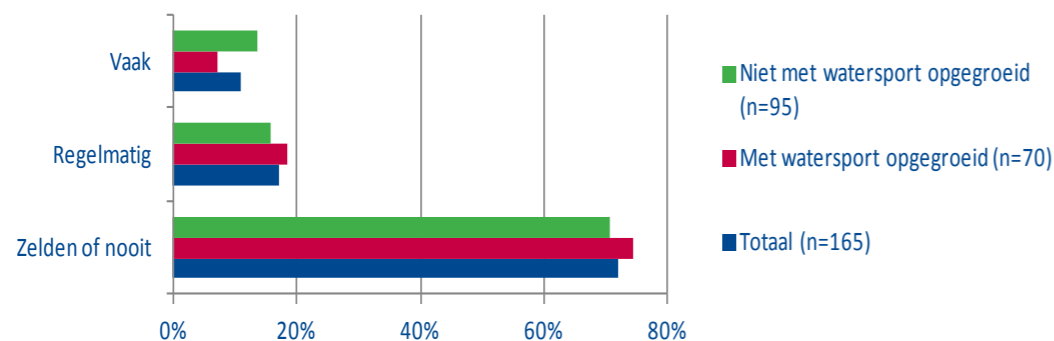
#### Ben je de afgelopen 5 jaar vaker gaan watersporten in je vrije tijd?



Figuur 11: Enquêtevraag - Ben je de afgelopen 5 jaar vaker gaan watersporten in je vrije tijd?

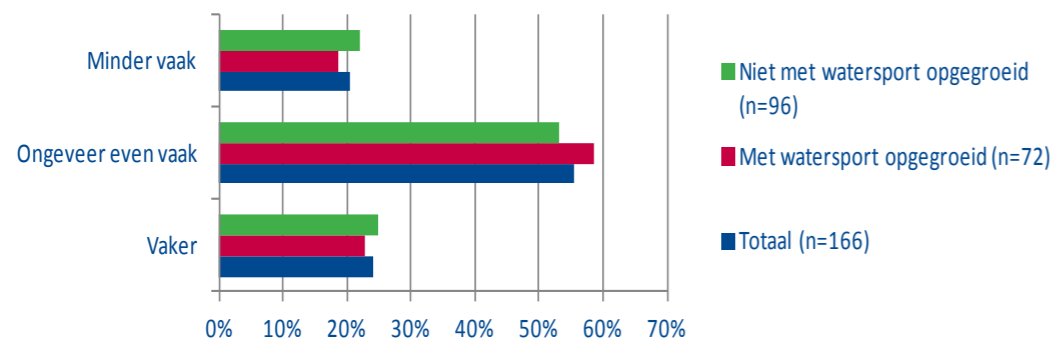
Ruim 70% van de ondervraagde Nederlandse studenten op Stenden tussen 18 en 25 jaar is zelden of nooit op watersportvakantie geweest (72,1%). Opvallend is dat het lijkt alsof de ondervraagden die niet met watersport zijn opgegroeid vaker op watersportvakantie zijn geweest dan de jongeren die er wel mee zijn opgegroeid. Bij beide groepen lijkt een lichte toename te zijn in de deelname aan watersportvakanties gedurende de afgelopen 5 jaar.

### Hoe vaak ga je op watersportvakantie?



Figuur 12: Enquêtevraag - Hoe vaak ga je op watersportvakantie?

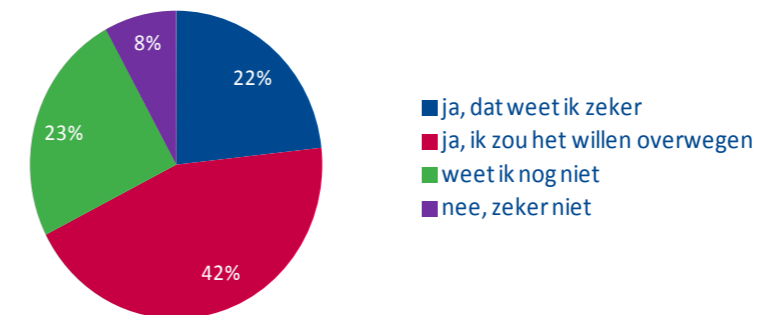
### Ben je de afgelopen 5 jaar vaker op watersportvakantie geweest?



Figuur 13: Enquêtevraag - Ben je de afgelopen 5 jaar vaker op watersportvakantie geweest?

Gelet op de reactie van de Nederlandse studenten van Stenden hogeschool tussen 18 en 25 jaar op de vraag of ze de komende 5 jaar overwegen voor het eerst te gaan watersporten is er een markt te winnen. Ruim 35% wil het overwegen en ruim 18% weet het zeker!

### Zou je de komende 5 jaar overwegen voor het eerst te gaan watersporten?

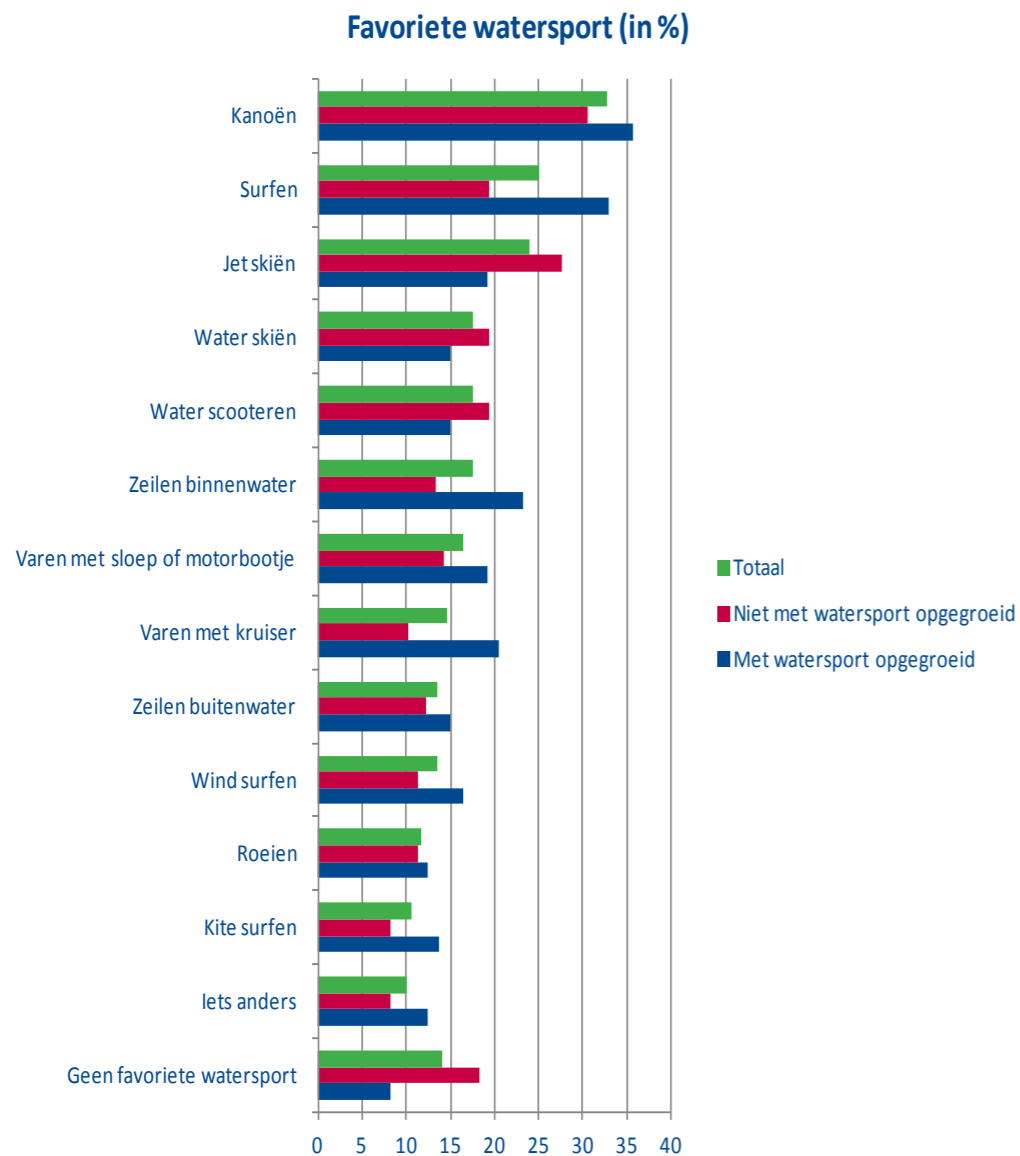


Figuur 14: Enquêtevraag - Zou je de komende 5 jaar overwegen voor het eerst te gaan watersporten?

Van de Stenden studenten (Nederlands, 18-25 jaar) die de komende jaren overwegen te gaan watersporten, geeft een aantal aan dit iets nieuws is dat ze gewoon een keer willen proberen. Ze doelen dan vooral op surfen, kite surfen en jet skiën.

### Favoriete watersport

Bij de ondervraagde Nederlandse studenten tussen 18 en 25 jaar aan de Stenden hogeschool zijn kanoën, surfen, jet skiën de meest favoriete watersporten. Er zijn wel duidelijke verschillen tussen de studenten die wel en niet met watersport zijn opgegroeid. Favoriet bij de eerste groep zijn dat kanoën en surfen veruit favoriet. Bij de anderen zijn dat kanoën en jet skiën.



Figuur 15: Enquêtevraag - Wat is je favoriete watersport?

**Belangrijk bij watersport**

De eerstejaars studenten van Windesheim is in een enquête de vraag voorgelegd wat Fryslân moet bieden om hen tot een weekendbezoek te verleiden.

**Kernproduct:**

Watersport, watersporten en accommodaties worden door 65 van de 738 ondervraagde studenten op Windesheim genoemd.

**Afgeleid product:**

Een bijzonder grote groep eerstejaars studenten van Windesheim (233x) noemt faciliteiten en voorzieningen die op zich niets met watersport van doen hebben, maar daar wel aan gekoppeld kunnen worden. De drie belangrijkste zijn

- Disco/ Pub/ Café/ Restaurants (73x)
- Uitgaansgelegenheden (69x)
- Feesten (42x)

Maar ook evenementen/festivals en winkelmogelijkheden worden door meerdere studenten genoemd.

**Sfeer en omgeving:**

Tot slot noemt een nog grotere groep studenten kenmerken van de omgeving die hen tot een weekendbezoek kunnen verleiden. Verreweg het allerbelangrijkst daarbij zijn gezelligheid (156!) en mooi weer (68x). Opvallend is dat prijs maar door 13 van de ruim 700 studenten als lokkertje wordt benoemd.

In een workshop hebben de jongeren verwoord wat zij belangrijk vinden tijdens een watersportvakantie. Ze hebben de voor hen meest ideale watersportbeleving beschreven en daaruit de zaken gehaald die zij het belangrijkst vinden bij het watersporten. Van de vijf meest genoemde kenmerken hebben maar liefst drie te maken met uitgaan. Andere zaken die de deelnemers belangrijk vinden in deze categorie zijn bijvoorbeeld loungeplaatsen, festivals, cafe's, restaurants, shops en party boats.

**Top 5 van de meest belangrijke aspecten van een watersportvakantie**

- Betaalbaar
- Uitgaansgelegenheden
- Schoon
- Feesten
- Terras

Van deze zaken zijn het vooral betaalbaarheid en uitgaansgelegenheden waarvan de jongeren in het panel denken dat die in Fryslân niet aanwezig zijn.

Naast de categorie uitgaan blijken de jongeren tijdens het panel de met ‘gebiedskennmerken’ aangeduide categorie het belangrijkste te vinden. Voorbeelden van kenmerken die ze daarbij belangrijk vinden zijn schoon, levendig, natuur, rust en veiligheid, gezellig, gemoedelijk, sfeervol, mooi weer en zon.

Uit de gegevens van het panel en uit de enquête komt dus duidelijk een beeld naar voren dat niet de watersport de primaire trekker zal kunnen zijn, maar horeca, uitgaan, feesten en gezelligheid. Watersport zelf komt op de tweede plaats.

### Opvattingen over watersport

De jongeren op Stenden is onder meer gevraagd naar hun associaties met watersport.

Met watersport opgegroeid	Niet met watersport opgegroeid
Zomer	Weersonafhankelijk
Weersafhankelijk	Snel
Natuur	Trendy
Duur	Cultuur
Trendy	Duur
Snel	Toeschouwer
Jongeren	Platteland/natuur
Platteland/natuur	Jongeren
Vrienden	Hele jaar
	Gezin

Tabel 2: Belangrijkste associaties met watersport (in volgorde van belangrijkheid)

Bron: studenten van Stenden, uit Nederland, tussen 18 en 25 jaar oud

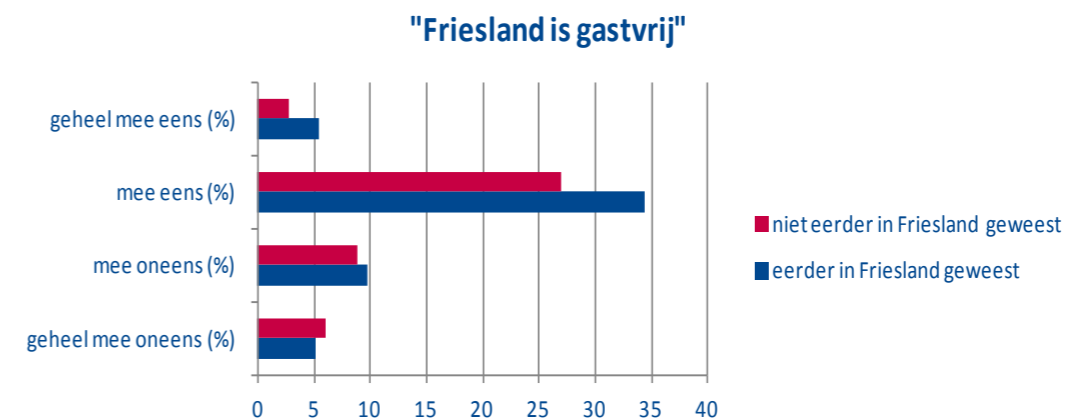
De grootste verschillen in associaties tussen jongeren die wel en niet met watersport zijn opgegroeid blijken te zitten in de seizoensgebondenheid, regiogebondenheid, materiaalgebondenheid, weersgebondenheid en betrokkenheid. Jongeren die wel met watersport opgegroeid zijn koppelen watersport meer aan de zomer, aan Nederland, aan eigen materiaal, aan weersafhankelijkheid en aan zelf beleven. Jongeren die niet met watersport zijn opgegroeid neigen meer naar hele jaar, buitenland, gehuurd materiaal, weersonafhankelijkheid en toeschouwer.

### 4.3 Jongeren over watersport in Fryslân

#### Opvattingen (beeldvorming en beleving)

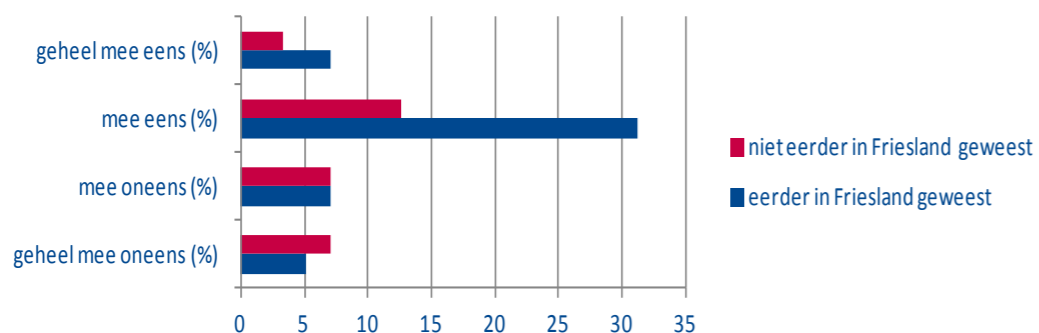
De eerstejaars studenten van Windesheim kregen een aantal stellingen voorgelegd waarvan ze konden aangeven in hoeverre zij het met die stellingen eens zijn.

Fryslân wordt gezien als gastvrij. De jongeren vinden de watersportgebieden niet saai, maar ook niet gezellig. Daarbij zien we wel een verschil tussen de beeldvorming en de werkelijke beleving. Jongeren die Fryslân al kennen vinden Fryslân gezelliger, de jongeren die hier nog niet geweest zijn zijn minder positief. Iets soortgelijks zien we bij de gastvrijheid: degenen die uit ervaring spreken zijn positiever.



Figuur 6: Stelling - Fryslân is gastvrij

### "De Friese watersportgebieden zijn gezellig"

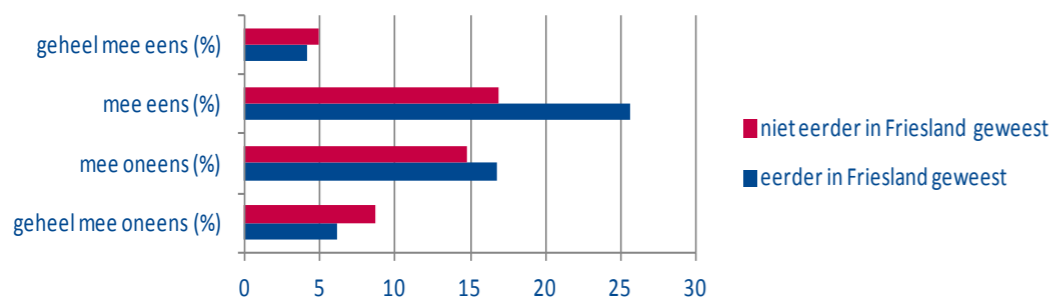


Figuur 17: Stelling - De Friese watersportgebieden zijn gezellig

De op Windesheim ondervraagde jongeren zijn te spreken over de beschikbaarheid van informatie, over het relaxte karakter van Fryslân en over hoe up-to-date de voorzieningen zijn. Bij de laatste twee punten geldt opnieuw: jongeren die eerder in Fryslân zijn geweest zijn positiever.

Wanneer het tot slot gaat om het 'overall' oordeel van de Windesheim studenten over de aantrekkelijkheid van de Friese watersportgebieden voor jongeren dan blijkt opnieuw: onbekend maakt onbemind. Degenen die de provincie al kennen zijn daarover een stuk positiever.

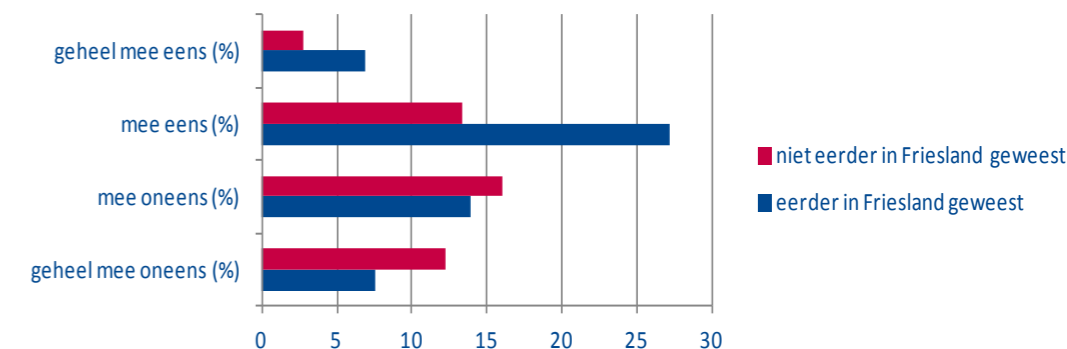
### "De Friese watersportgebieden vormen een aantrekkelijke bestemming voor jongeren"



Teleurstellend is dan misschien wel dat liefst 51 van de ruim 700 studenten hun vrienden zouden afraden een weekend naar Fryslân te gaan. Degenen die dat hun vrienden wel aanraden adviseren vooral te gaan zeilen (78x), of naar de Sneekweek (29x), naar Leeuwarden (24x), naar Heeg (22x) of naar Sneek (13x) te gaan. Anderen zouden adviseren te gaan watersporten (18x) dan wel kennis te maken met zee, meren en kanalen.

De belangrijkste vraag is misschien: "Zie je je later nog wel eens terugkomen?" Veruit de grootste groep antwoordt positief. En weer zien we: degenen die hier eerder zijn geweest zijn duidelijk positiever en dus vaker bereid tot een herhalingsbezoek.

### "Ik zie me later wel eens terugkomen"



Figuur 19: Stelling - Ik zie me later wel eens terugkomen

#### 4.4 Verbeterpunten volgens jongeren

Op Stenden hogeschool is de studenten gevraagd aan te geven hoe de watersport in Fryslân aantrekkelijker kan worden gemaakt. Van de 173 Nederlandse Stenden studenten tussen 18 en 25 jaar oud die de vragenlijst hebben ingevuld geven ruim 20 suggesties om het product te verbeteren, ruim 30 om de promotie aan te scherpen en 20 geven prijsgerelateerde suggesties

##### Product gerelateerd

Aantrekkelijkheid van product:  
Verschillende studenten stellen voor het product voor hen moderner en aantrekkelijker te maken. Het kan daarbij gaan om meer spektakel, nieuwe vormen van watersport (zoals kite surfen of zeilen in snelle smalle boten). Maar anderen stellen voor om de watersport leuker en gemakkelijker te maken. Jonge instructeurs passen in dit beeld.

**Koppeling aan onderwijs:**

Een aantal jongeren van Stenden stellen voor meer samen te werken met het onderwijs, zodat de jeugd met de watersport kan kennismaken. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan workshops of cursussen voor basisscholen, middelbare scholen of voor studenten in het tertiair onderwijs, of aan schoolreisjes.

**Verbindingen:**

Volgens de ondervraagde jongeren kan de watersport ook aantrekkelijker worden gemaakt door arrangementen respectievelijk door koppeling aan andere activiteiten (zoals feesten of evenementen) of koppeling aan watersportmogelijkheden op andere locaties (strand, Elf Steden, watersporttocht door Fryslân). Ook zijn er twee studenten die het idee lanceert jeugdkampen te organiseren voor de wat oudere jeugd (20+).

**Randvoorwaarden:**

In de randvoorwaardelijke sfeer wordt door een aantal studenten de bereikbaarheid genoemd van watersportlocaties en de veiligheid.

**Promotie gerelateerd**

Opvallend genoeg geeft een groep studenten aan dat watersporten al aantrekkelijk is voor de jeugd. Maar blijkbaar is het beeld dat ervan bestaat anders: onbekend maakt onbemind. Het is dan ook niet raar dat ruim 30 van de 173 studenten aangeven dat de watersport beter gepromoot moet worden en, zoals een student zegt, 'te laten zien hoe cool het is'. Ze geven voor een betere promotie verschillende suggesties:

- Meer (free) publicity in de media en sociale media,
- Promotie en advertenties in dagelijkse media zoals TV e.d., in jongerenmagazines, e.d.,
- Promotie en advertenties in sociale media, zoals facebook,
- De advertenties moeten zich ook richten op de huurmogelijkheden in de provincie,
- Speciale acties, zoals kortingsacties, een eerste gratis kennismakingscursus of –workshop zeilen voor studenten (tijdens schooljaar of tijdens vakantie),
- Meer informatie en faciliteiten in wijken/buurtten.

**Prijsgelateerd**

20 van de 173 studenten zeggen dat de watersport aantrekkelijker wordt als het goedkoper is. Suggesties die zij daarbij geven zijn bijvoorbeeld pasjes zoals de OV-kaart of een sportpas, of het afschaffen van de bruggelden. Een **lagere prijs** vergroot de toegankelijkheid van de watersport zo zeggen twee van hen.

**5. Toekomstscenario's voor Jeugd en watersport**

In het voorgaande wordt duidelijk welke wensen en eisen de jeugd stelt aan watersport. Maar wat zijn de gevolgen voor de watersportsector en hoe kunnen ondernemers inspelen op de behoeften van de jeugd? Om deze vragen te beantwoorden is op 4 oktober 2012 in het Atrium in Sneek een scenariosessie gehouden met voornamelijk ondernemers uit de watersportsector. Het doel van de sessie was drieledig.

Ten eerste, het onderscheiden van de kracht van de watersportsector. De ondernemers zijn gevraagd om te benoemen waar is de sector goed in is en op welk vlak potenties liggen voor verdere ontwikkeling. Ten tweede, het onderscheiden van die van invloed kunnen zijn op de ontwikkeling van de watersportsector. De ondernemers is gevraagd om te benoemen welke factoren van invloed kunnen zijn en om aan te geven welke van de genoemde factoren het meest onzeker zijn.

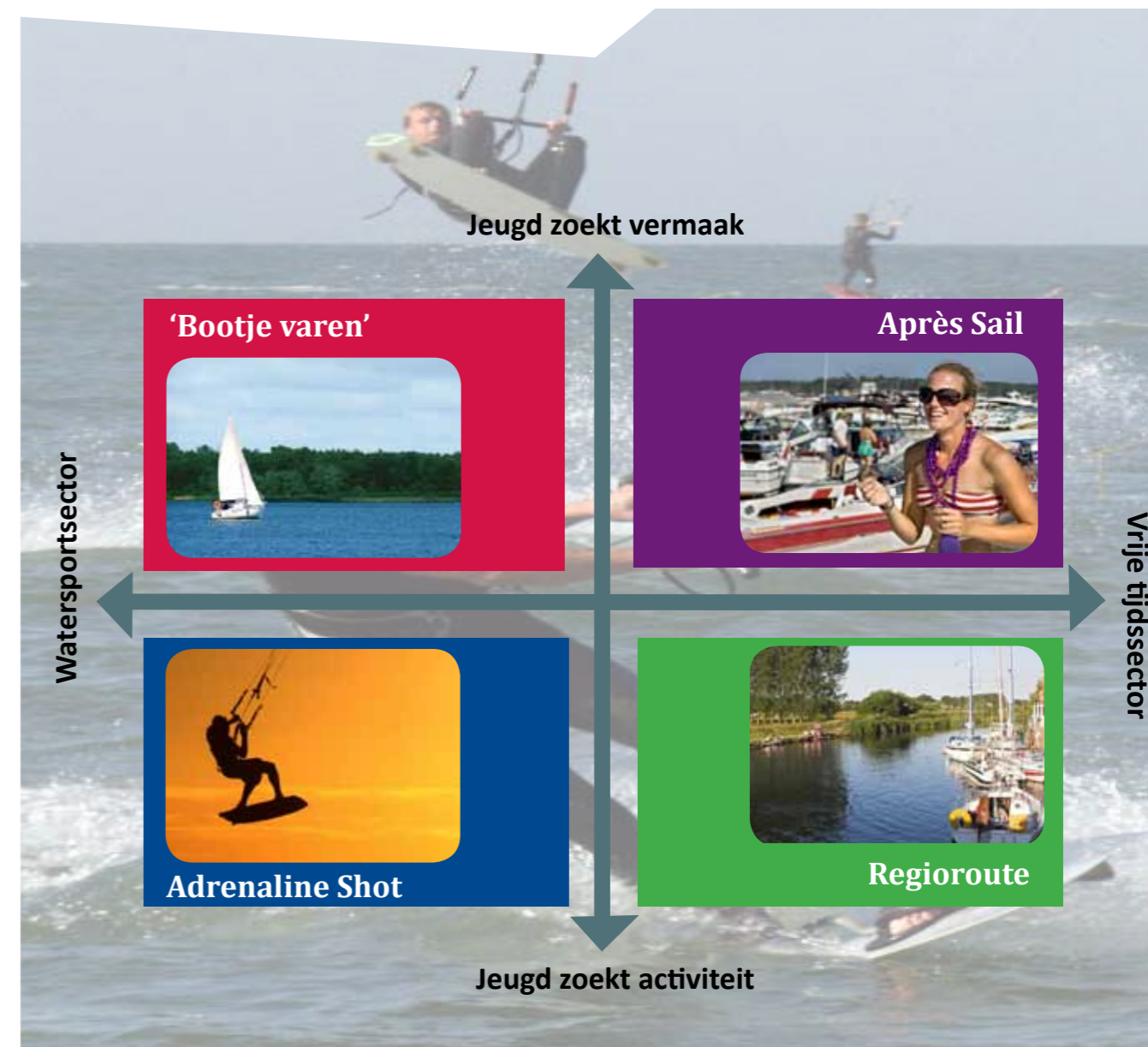
Om de ondernemers te prikkelen voor het derde onderdeel, zijn als intermezzo de bevindingen gepresenteerd van het jeugdpanel, en de enquêtes die zijn gehouden op Stenden Hogeschool, Leeuwarden en Windesheim, Zwolle. Hiermee is een schets gegeven van het imago en de beleving van de Friese watersportsector. Dit diende als opmaat voor het derde onderdeel: het benoemen van acties en innovaties die een brug slaan tussen de krachten en potenties die in de regio aanwezig zijn, en de wensen en eisen die de jeugd stelt aan de watersportsector.

De waardevolle informatie die op deze dag is verzameld is gebruikt om een viertal scenario's te benoemen. Deze scenario's geven een doorkijk naar mogelijke toekomsten: ze geven een aantal mogelijkheden weer van hoe de watersport er in de toekomst mogelijk uit ziet. Het belangrijkste is dat de scenario's daarmee strategisch zijn te gebruiken: welke kansen bieden de scenario's en wat is er nodig om de scenario's te realiseren? Om de scenario's te bepalen is er gekeken naar de factoren die door de aanwezigen als belangrijk en onzeker zijn bestempeld en is er geluisterd naar de discussies die loskwamen naar aanleiding van de presentaties. Een tweetal opvallende aspecten hebben we er uit gelicht. Ten eerste, men vroeg zich af of de jeugd specifiek voor de watersport komt of meer algemeen voor het vermaak. Ten tweede, werd er geconstateerd dat ondernemers in de watersportsector veelal vrij individueel werken en maar beperkt samenwerking aangaat met collega- en horecaondernemers, terwijl de jeugd hier wel nadrukkelijke interesse in heeft. Op basis van deze constatering is het onderstaande assenkruis gemaakt en is een viertal scenario's onderscheiden.



## Wat zijn scenario's

Scenario's zijn kwalitatieve beschrijvingen van hoe de toekomst er uit zou kunnen zien. Ze worden gebaseerd op voor de sector of onderneming belangrijke onzekerheden waarmee ze de komende jaren te maken zullen krijgen. Het kan daarbij gaan om onzekerheden in de bedrijfsomgeving en/of onzekerheden in het bedrijf of organisatie zelf. Bij het vaststellen van deze onzekerheden en de scenario's die daarop gebaseerd zijn, speelt de participatie van verschillende stakeholders een belangrijke rol. Zij bepalen zelf wat zij voor de toekomst van hun bedrijf of organisatie belangrijk vinden om op te anticiperen. Uiteraard worden ze daarbij ondersteund door de medewerkers van het European Tourism Futures Institute (ETFI).



## Scenario 1: 'Bootje varen'



### Jeugd zoekt vermaak, watersportondernemers werken vrijwel individueel

*"Op een mooie dag met vrienden of familie zeilen, lekker hard varen als het waait of gewoon een beetje rondobberen en zwemmen. Picknicken aan boord en genieten van de omgeving is ook leuk, vanaf de boot heb je een heel ander uitzicht. Op het Sneekermeer rondjes zeilen of naar een ander stad varen en daar op een terras zitten, ondertussen sterke verhalen vertellen en genieten van de mooie zonsondergang. Vervolgens met schemering terug naar de haven".*  
(Man, 20 jaar, uit Sneek)

**Kracht.** Het scenario sluit aan bij het grote en diverse aanbod aan watersportmogelijkheden dat in Fryslân is te vinden. Veel steden en dorpen zijn op het water gericht. Water is ruim voor handen, het is toegankelijk, overzichtelijk en bovendien veilig.

**Potenties.** Er is waarde te creëren met vermaak, plezier en gezelligheid. Watersportondernemers kunnen verbreden door zich op meer te richten dan de watersportactiviteit alleen, bijvoorbeeld door extras aan te bieden. Klantvriendelijkheid wordt al gewaardeerd, maar dit kan men verder uitnutten als het in het teken komt te staan van gezelligheid, vermaak en entertainment. Het imago van de watersport kan hierdoor ook een boost krijgen.

**Wat de jeugd wil.** Jongeren komen niet alleen voor de watersportactiviteit. Sterker, gezelligheid is veelal belangrijker. Er moet een prettige, gemoedelijke sfeer hangen waardoor mensen zich comfortabel voelen en kunnen genieten. Daarbij wil de jeugd spraakmakende en vermakelijke activiteiten.

1. Stel het sociale aspect van watersport meer centraal
2. Bied extra's aan zoals workshops, BBQ
3. Vermaakgerichte concepten: partyboten, waterscooters. Blijf nieuwe concepten introduceren
4. Speel in op vraag naar comfort en gemakkelijk varen (Rent & Go, geen lange cursussen)
5. Creëer professionele 'chillplekken' waar watersport, horeca en jeugd worden verbonden
6. Chillplekken ontwikkeling met tender- of prijsvraagstelsel
7. Concepten die year-round kunnen en weatherproof zijn
8. Verbindt de waterportsector en onderwijsinstellingen: zeilkamp als introductieactiviteit
9. Laat watersport zich ontwikkelen in synergie met natuurontwikkeling
10. Watersport kent een 'Nederlands' publiek. Bereik de multiculturele samenleving

**Acties en innovaties**

## Scenario 2: Après Sail



### 5.2 Scenario 2: 'Après Sail'

#### Jeugd zoekt vermaak, ondernemers in de vrijetijdssector werken samen

*"Met vrienden in een boot een week varen door Fryslân met een goedkope organisatie die de aanlegplekken regelt. Het mooist zou zijn om met meer boten te varen en dan kun je 's avonds met z'n allen naar de kroeg. Als je elke dag naar een andere plek gaat dan zie je alles in Fryslân". (Man, 20 jaar, uit Tijnje)*

**Kracht.** Fryslân heeft de infrastructuur liggen voor de verdere ontwikkeling van dit scenario. Het water verbindt dorpen en steden, en reikt veelal tot in het centrum. De reisafstand tussen plekken is relatief kort. De regio is compact en ook veel activiteiten liggen dicht bij elkaar. Tegelijkertijd is de regio divers en afwisselend door de verschillende landschapstypen.

**Potenties.** In de verbindingen tussen watersport, horeca en evenementen schuilt potentie. Hoewel elke sector voet aan de grond heeft in Fryslân, is er waarde te creëren door verbindingen aan te gaan met de watersportsector en de jeugd.

**Wat de jeugd wil.** De jeugd is op zoek naar gezelligheid en vermaak. Overdag op het water en op het terras. 's Avonds en 's nachts het nachtleven verkennen. Jongeren geven aan dat met name het aanbod voor uitgaan, feesten en evenementen beperkt is of niet aansluit bij de wensen. Evenementen worden gezien als toevoeging van een nieuwe, extra dimensie aan de plek en aan de beleving van die plek.

1. Verbinden watersport, horeca en evenementensector
2. Frisian Fun Tour: meerdaagse tocht lang verschillende (evenementen in) dorpen
3. Drijvend podium voor de regio
4. 'Drijf-in' bioscoop, theater, concert, restaurant
5. Loungecafé/club aan het water (referentie: Kaap Hoorn, Groningen)
6. Promoot watersport als lifestyle (referentie: wintersport, golfsurf scene)
7. De combinatie jeugd en watersport oppakken als kans, niet beschouwen als bedreiging

Acties en innovaties

## Scenario 3: Adrenaline Shots



### 5.3 Scenario 3: 'Adrenaline shots'

Jeugd zoekt activiteit, watersportondernemers werken vrijwel individueel

*"Een weekje zeilen met loeiharde wind. Ik heb alle weertypes al wel meegemaakt maar in een zwaardboot stappen als het keihard waait, wow wat een kick is dat! Het liefst ga ik met vrienden zeilen. Iemand aan het stuur in de 470 en ik dan in de trapeze. Die boot schiet over het water en dan hang je daar zo vlak boven, heerlijk. Wat een vrijheid! Helemaal gesloopt kom je weer op 't land. Lekker nakletsen met z'n allen en bijkomen van de spectaculaire dag. En dan de volgende dag weer opnieuw". (Vrouw, 23 jaar, uit Sneek)*

**Kracht.** Jongeren die specifiek voor de watersportactiviteit gaan, komen in Fryslân gemakkelijk aan hun trekken. Het aanbod is groot en divers. De regio beschikt over uitstekende locaties voor kitesurfen, die behoren tot de top van Europa. De opleidingen zijn goed en het materiaal is doorgaans van uitstekende kwaliteit. Zowel de actieve hobbyist als de fanatieke wedstrijdster vindt er een plek.

**Potenties.** Er is een groeiende vraag naar ruige, stoere watersporten die een kick opleveren zoals kitesurfen, wakeboarden. Dit biedt een beleving die jongeren nog lange tijd bijblijft. De adrenaline sporten zijn in trek, maar ook hype-gevoelig. Continu zoeken naar nieuwe concepten is nodig om de jeugd te interesseren en aan een plek of onderneming te binden.

**Wat de jeugd wil.** De jeugd wil vernieuwing. Nieuwe uitdagende sporten en concepten, die hun raken. Dit kan ook bijdragen aan het imago: de onbekendheid met de watersport in Fryslân maakt onbemind. Bovendien wordt de watersport nogal eens geassocieerd als saai en oubollig.

1. Laat de ruige, stoere kant van Fryslân beter zien. Niet te bescheiden zijn.
2. Benadruk dat er toplocaties zijn voor watersport, relatief dicht bij huis (ook voor Randstad)
3. Organiseer evenementen: als showcase om nieuwe adrenaline sporten te promoten (referentie: de "X-Games")
4. Organiseer competities en wedstrijden om jongeren te binden.
5. Experimenteer met nieuwe watersportconcepten rond adrenaline.
6. Realiseer ruimte en ondersteun (nieuwe) vormen van watersport (referentie: Brouwersdam)
7. Sla en versterk bruggen zodat (top)sport en (top)onderwijs elkaar versterken.
8. Laat watersport zich ontwikkelen in synergie met natuurontwikkeling.
9. Watersport kent een 'Nederlands' publiek. Bereik de multiculturele samenleving.

# Scenario 4: Regioroute



## 5.3 Scenario 4: 'Regionale routes'

Jeugd zoekt activiteit, bedrijven in vrijetijdsector werken samen

*"Mijn ideale watersportbeleving is een week met vrienden naar een levendige watersportbestemming in Fryslân. Deze georganiseerde reis boeken wij online, waarbij verschillende watersporten worden aangeboden. Net als bij buitenlandse reizen kunnen we ter plaatse verschillende watersportexcursies boeken". (Man, 21 jaar, Harlingen)*

**Kracht.** Fryslân is compact, reisafstanden zijn kort, veel plekken zijn toegankelijk en goed bereikbaar. Water reikt tot in alle dorpen, steden en (natuur)gebieden. Met de Friese Meren, de Waddenzee en de Noordzee is het water gevarieerd en is er voor ieder wat wils. Watersport wordt dan ook vrijwel overal bedreven en in vele vormen. De infrastructuur en faciliteiten zijn er voor aanwezig en van goede kwaliteit.

**Potenties.** Het grote en diverse aanbod stellen ondernemers in staat om in te spelen op de uiteenlopende wensen van jongeren. De mogelijkheden zijn er om in te spelen op de 'zap-cultuur' van jongeren, die telkens op zoek zijn naar nieuwe concepten, belevingen en ervaringen.

**Tekortkomingen.** Jongeren vinden watersport duur en willen de beste deals. 'Package deals' worden gevraagd, met een scherp prijs/kwaliteit verhouding. Een pakket kan bijvoorbeeld bestaan uit overnachtingen, vervoer en (keuze uit) verschillende watersportexcursies. Een optie op all-inclusive is gewenst.

1. Verbinden van ondernemers binnen watersportsector: organiseer kennis- en netwerkcafés
2. Biedt gezamenlijk meerdaagse watersportreizen aan: package deals (referentie: wintersportreizen)
3. Creëer boekingssysteem voor package deals
4. Op orde brengen van logistiek om plekken te verbinden
5. Benchmark prijs/kwaliteit verhouding met andere plekken in Nederland en Europa
6. Profileer regio als samenhangend watersportcluster
7. Blijf versterken bereikbaarheid, toegankelijkheid en bovenal verbindingen, zowel fysiek als virtueel

Acties en innovaties

## 6. Aanbevelingen

Het merendeel van de jeugd heeft interesse in watersport vanwege de gezelligheid, het vermaak, het ontmoeten van andere mensen en het meemaken van belevenissen. Dit is een belangrijke uitdaging voor Fryslân, waar op vele fronten waarde is te creëren. Om de jeugd te verbinden aan de watersport en aan de regio, zal men de watersportsector in een breed perspectief moeten plaatsen. Er zijn daarom goede, efficiënte en aantrekkelijke verbindingen nodig tussen watersport, horeca en de evenementensector. Dit kan zich vertalen in aansprekende, hoogwaardige chillplekken aan het water (terras, podium, 'drijf-in'), een meerdaagse Frisian Fun Tour lang verschillende dorpen en steden, presenteren van nieuwe adrenalineconcepten, etc.

Jongeren zijn zappers: ze willen nieuwe concepten uitproberen, actief zijn en chillen, en het liefst allemaal tegelijk. Een flexibel aanbod is daarom nodig. Ondernemers zullen dit aanbod moeten brengen, al dan niet door de handen in een te slaan en (flexibele) pakketten aan te bieden. De fysieke en organisatorische infrastructuur moet toereikend zijn. De virtuele infrastructuur moet ook goed functioneren. Jongeren hebben immers veel keuze en zijn kieskeurig. Vindbaarheid, toegankelijkheid en gemakkelijk boeken zijn daarom van belang.

De regio kan meer waarde creëren door zich slim te profileren als watersportcluster. Juist in de samenhang zit de crux. Niet alleen door te laten zien wat er allemaal is, maar vooral welke belevingen er te halen zijn. Presenteer de watersport bijvoorbeeld sterker als lifestyle. Benadruk enerzijds een zeer actieve en ruige kant en anderzijds een meer ontspannen kant, en laat zien dat die elkaar perfect kunnen aanvullen (referentie: wintersport).

- Besef waar jongeren voor komen; denk niet vanuit het product (ze moeten en zullen varen) maar vanuit de wensen van onze gast.
- Creëer voor de jongere watersporter hoogwaardige, professioneel opgezette "chillplekken". Daarvoor is samenwerking tussen watersport, horeca en de evenementensector nodig, net als ondersteuning vanuit de overheid!
- Watersport moet worden gepresenteerd als een lifestyle: enerzijds actief en ruig, anderzijds relaxed.
- Een flexibel aanbod. Stel jonge bezoekers in staat verschillende ervaringen op te doen. Hou het steeds weer nieuw en spannend.
- Maak het boeken van de vakantie niet tot een sport op zich. Jongeren willen direct kunnen boeken op uw website. Liefst alle informatie bij elkaar!
- Bent u ook altijd goed bereikbaar, of krijgen belangstellenden de voicemail? Ook op deze gebieden ligt samenwerking tussen bedrijven voor de hand.
- Noodig een groep gerenomeerde travel bloggers uit om een week in een representatieve accommodatie te verblijven.



## **Dit onderzoek is ondersteund door:**

### **Onderzoekers en medewerkers European Tourism Futures Institute**

- Stefan Hartman
- Albert Postma
- Jeroen Oskam
- Simona Staffieri
- Ferda van Vaals

### **Studenten BBA Tourism management en BBA Leisure Management**

- Lydia Band
- Laura Hoogenberg
- Birgit Schönfelder
- Rinke Bergsma
- Marcel van der Zalm
- Dirk Sixma
- Daniël Veen

### **Deelnemers jongerenpanel**

- Janneke Laverman
- Miranda Nagelhout
- Moniek Burgers
- Iris Postma
- Sanne Rinzema
- Myrthe Baijens
- Wibe Wassenaar
- Ruben Koek
- Jan Kooijker
- Matthias Bosma
- Lydia Band
- Birgit Schönfelder
- Marcel van der Zalm
- Rinke Bergsma
- Laura Hoogenberg
- Dirk Sixma
- Daniël Veen

Met dank aan Yvette van Dijk van de Friese milieufederatie.



### Vertegenwoordigers van de watersportsector

- Peter Keus, De Ôlepanne
- Niels Keizer, Kitesurfschool Freeriderz
- Ludwig Dirksz, Jachtverhuurbedrijf Yachts4U
- Robert Touissant, VVV Zuidwest Fryslân
- Jacco Bosma, Watersportcentrum Tjeukemeer
- Koen van Bolhuis, Antix Sports
- Marcus Schlüter, Kiteschool Funsport-Makkum
- Manfred Gubbels, Yachtcharter Maran
- Jos Snijders Blok, Vinea Vakanties
- Gijs Ellemers, Beaufort Watersport
- Sacha den Herder, De Marrekrite
- Jan Ijben, Ottenhome Heeg
- Johan Potma, Ottenhome Heeg
- Peter Prins, Sail-Point
- Christophe Meijer, Pean
- Tiny Lagerburg, Trijntje Charter
- Anne Joosse, Trijntje Charter
- Stef de Jong, KiteMobile
- Elisabeth Abels Gorter, Tourist Info Fryslân
- Baukje Venema, Tourist Info Fryslân
- Charles Broman, Nautilus Maritiem
- Roelof Speelman, Camping De Kievit
- Leo Versloot, Heegermeer
- Erwin Schippers, Zeilinstituut De Bird
- Jan Ybema, HISWA
- Taco Hofman
- Vera Meijer
- Renske Henning - Koopmans, Fryslân Charter
- Marcel Terra, Ondernemersplein
- Cobie Harkema, Welgelegen
- Barber de Vries, Skipsmaritiem
- H. Kuiper, Watersportcentrum Kuiper
- Bauke Jonkman, De Twirre Watersport & Villapark Langweer
- Frans Robertus, CIOS Heerenveen
- Cor Zandstra, Zeilschool De Veenhop
- Nienke Zandstra
- Guus Westra, Frisian Yacht Club
- Renze Wiersma, FrisianYacht Club
- Charlotte van Leerdam, Zeilfabriek De Morra
- Remco Hettema, Zeilfabriek De Morra
- Pietie Terpstra, Antix Sports
- Klaas Adema, Antix Sports
- Alexander van Walsum, Yachtcharter Wetterwille
- Gert-Jan Schnieders, Hanzeconnect
- Frits Elema, Hanzeconnect
- Reinier Steensma, Waterrecreatieadvies
- Judith Porsius, Het Friese Merenproject
- Wilma Hooijsma, Het Friese Merenproject
- Jaap Goos, Het Friese Merenproject
- Hanita van der Schaaf, Fryslân Marketing
- Sjoukje Werkman, Fryslân Marketing
- Eric Lansu, Fryslân Beweegt





## European Tourism Futures Institute

Bezoekadres: Rengerslaan 8, 8917 DD Leeuwarden

Postadres: Postbus 1298, 8900 CG Leeuwarden

Telefoonnr.: 0 58 244 1992

info@etfi.eu / www.etfi.eu



Stenden



The European Tourism Futures Institute is part-financed by the European Union, European Regional Development Fund and the Northern Netherlands Provinces (SNN), the provinces of Friesland, Drenthe and the municipalities of Leeuwarden and Emmen.