

Toerisme op Schouwen-Duivenland

Hoe bereid je je voor op de stroom jongeren in de zomer?

Jaarlijks trekken veel jongeren naar Zeeland voor de zomervakantie. En dat levert werk en geld op voor de middenstand. Wat betekent dat voor ondernemers en hoe bereiden zij zich erop voor?

In Renesse probeert camping eigenaar Gerard Cobussen (camping eigenaar) zoveel mogelijk klanten te trekken.

Cobussen: Zo hebben wij besloten om ons in het hoogseizoen als start alleen op de jeugd te richten. Dus nou is eigenlijk alles, dus deze kant en die kant wat vroeger eigenlijk alleen het jeugdveld was, zijn allemaal jongeren gedurende 8 weken.

“Hij is hier los. Ja. Dat is weer een mooitje hoor.”

Cobussen: Dat is onze doelgroep. Daar moeten wij onze centen mee verdienen. Daar moeten wij ons hard voor maken. Dus daar moet je je uiterste best voor doen om die gasten het zo goed mogelijk naar de zin te maken. Uiteindelijk er toe leidend dat ze na een week zeggen, kamperen, van we hebben het reuze gehad hier en we kunnen het iedereen aanraden.

Gertjan de Bree, campingmedewerker tevens schoonzoon

De Bree: Je wilt toch elk jaar wel weer wat investeren om het voor de jeugd ook weer zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Want ja als je altijd maar hetzelfde blijft ja dan op een gegeven moment ga je achter lopen. Mensen komen aan op de camping, het eerst wat ze zien dadelijk is natuurlijk de palmbomen.

'Kijk eens.. is dat wat!'

Die er hoog bovenuit steken. Ja dat is denk ik een mooi beeld als je zegt van jongens we zijn vlak bij zee. Mooi weer.

Jongeren tussen de 16 en 21 jaar zorgen voor 80 à 90 procent van de inkomsten op de camping.

Cobussen: Het is een verschil tussen meiden en jongens. En ja jongens gemiddeld hier een 3, 350 euro bij zich hebben en meiden ligt daar een 50 euro onder.

'He Gerrit?

ja?

Kan je effe kijken als je wilt?'

Het leuke ervan is, als ze dat bij zich hebben moet het op. Eind van de week gaan ze ook platzak weg.

'Alstublieft.'

Cobussen: Het blijkt dat jongeren gemiddeld op vakantie 2 keer zoveel opmaken als dat gezinnen dat doen. En dat is economisch natuurlijk een hele belangrijke factor voor deze regio.

Sylvia de Geest, directeur VVV Schouwen-Duiveland

De Geest: VVV Schouwen-Duiveland is een stichting. Onze inkomsten kennen eigenlijk drie stromen. Bijna de helft is subsidie van de gemeente. Een ander groot aandeel is een bijdrage van de ondernemers. Ook de bakker en de slager, supermarkt. En dan verder hebben we nog een klein beetje inkomsten uit de verkoop van souvenirs, kaartmateriaal, kaartverkoop voor evenementen en dat soort zaken. Wij promoten Schouwen-Duiveland niet specifiek als een vakantie eiland voor jongeren. Dat hoeft ook niet. De jongeren komen eigenlijk toch wel. Wij benadrukken juist de andere kanten van Schouwen-Duiveland. En richten ons daarbij op andere doelgroepen. Gezinnen met kinderen, natuurgenieters. Dus vooral om die punten extra onder de aandacht te brengen hopen we dat er een gemêleerd gezelschap hier vakantie komt houden.

'Houden zo...'

De Geest: Binnen Zeeland proberen wij natuurlijk Schouwen-Duiveland goed op de kaart te zetten. Toerisme is heel belangrijk voor de werkgelegenheid op het eiland. Een kleine 20 procent van de mensen verdient zijn geld in het toerisme. Enerzijds direct maar indirect heeft dat natuurlijk een heel grote invloed. Een heleboel ondernemers hebben natuurlijk gewoon vaste klanten, de inwoners van het eiland. Maar zouden niet kunnen bestaan zonder de toeristen in de zomer.

.... Alsjeblieft...

Slager met uitjes of de carpaccio?

Nee doe maar gewoon.

gewoon, ja.

Wat heb je nou aan inkomsten van eigen inwoners?

90, 95 procent toerisme en 5 of 10 procent plaatselijke bevolking.

Zo! Dat is echt gigantisch.

Ja.

Nou, goeie zomer gewenst en tot ziens.

Jij ook.

Dankjewel

Oké, dag.

Dag.

Martin Heijboer, eigenaar strandpaviljoen

Heijboer: Nou kijk je hebt nu een heel mooi strand voor jezelf, die moet je straks natuurlijk met een paar honderd of paar duizend man delen. Er leven hier zoveel mensen van het toerisme, ik denk ja, sommige dingen moet je voor lief nemen natuurlijk. Aan de ene kant denk ik, het maakt me niet uit of ze 18 zijn of 40 of 60. Aan de andere kant, gemiddeld wat volwassener publiek heeft ook weer een ander bestedingspatroon. En je hebt er in theorie minder overlast van. Dus daar neigt m'n hart dan eigenlijk wel naartoe. Maar aan de andere kant vind ik iedere betalende klant is er 1.

Marijke van Baarn, receptioniste

Van Baarn: 'Goedemiddag, camping Duin en Strand, met Marijke.'

Wij hebben ongeveer 1600 jongeren in de drukste weken. En zij kunnen vanaf 1 november kunnen zij telkens reserveren voor het jaar daarop.

'En voor welke periode?'

Hier op het scherm is duidelijk te zien, ja vol is rood. Dat betekent we hebben helaas geen plaats meer. En waar nog groen is aangegeven daar hebben we nog wat ruimte.

'Nee, wij verhuren echt uitsluitend maar voor 1 week en de ervaring leert dat een week ook wel genoeg is. Dan willen ze graag allemaal weer naar huis, in d'r eigen bedje bijslapen. Ja? Graag gedaan. Dag.'

Er bent nog wel plekken daar.

Ja.

De Bree: Buiten het seizoen om zijn we eigenlijk met z'n vijven. Tot het hoogseizoen begint, dat is eind juni. En dan zijn we er met ja 50 of 60. Dus dat is in 1 keer tien keer zoveel.

Poeder even loskloppen. Dat zijn blussers die al gecontroleerd zijn en ja dat moet dan nog gebeuren. Tien blussers per jaar wordt toch wel verbruikt of verdwenen. Ja.

Die nemen ze mee?

Nemen ze mee, gooien ze in de sloot, spuiten ze leeg. Ja. Leuk he?

U hebt het er maar druk mee.

Ja, wij hebben het er druk mee en gelukkig.

De Bree: Aan het eind van die 8 weken dan, ik wil niet zeggen dat je blij bent dat ze weg zijn maar dan is het ook wel weer lekker dat de rust weer terug is op de camping.