

# ONDERZOEKSAGENDA REISBRANCHE



# ONDERZOEKSAGENDA REISBRANCHE

**De Onderzoeksagenda Reisbranche laat zien wat de thema's en onderwerpen voor (wetenschappelijk) onderzoek zijn waar de reisbranche behoefte aan heeft. De agenda is ontwikkeld door Reiswerk, in samenwerking met ANVR, reisbedrijven en het toeristisch onderwijs. De Onderzoeksagenda Reisbranche vormt de basis voor alles wat Reiswerk en de ANVR doet op het gebied van onderzoek naar het uitgaande toerisme.**

## “Een spoorboekje voor de toekomst van de reissector”



**De reissector wordt al sinds jaar en dag gekenmerkt door een grote dynamiek. Werd deze in het verleden vooral veroorzaakt door groei van de welvaart en van het besteedbaar inkomen, de laatste jaren staan ontwikkelingen als de**

**veranderende consument, de toegenomen IT/internet mogelijkheden, duurzaamheid, globalisering en internationalisering garant voor een snel veranderende markt.**

Dat vereist niet alleen een grote mate van flexibiliteit van reisonderningen, maar maakt ook dat zij - meer dan in het verleden - “kleur moeten bekennen.” Bedrijven worden - als zij er zelf al niet mee bezig zijn - welhaast gedwongen om keuzes te maken, zich te focussen, zich te differentiëren en op zoek te gaan

naar nieuwe toegevoegde waarde. Dat zijn behoorlijke uitdagingen die makkelijker aan te gaan zijn als je je keuzes kunt baseren op facts and figures, op toekomstscenario's, op studies van gerenommeerde instanties. Ik ben ontzettend blij met het initiatief om te komen tot een nationale onderzoeksagenda voor de reissector. Een onderzoeksagenda die in heel nauwe samenwerking tussen ANVR en Reiswerk, het onderwijsveld en het reisbedrijfsleven tot stand gekomen is. Die samenwerking heeft er toe geleid dat we met elkaar hebben bepaald wat we onderzocht willen hebben en waar de prioriteiten horen te liggen.

Ik dank alle deelnemende partijen voor de tijd en de energie die zij hierin hebben gestoken. Ik ben trots op datgene wat nu voor u ligt. Een “spoorboekje” voor de toekomst van de reissector. We kunnen de komende jaren hiermee vooruit. Aan de slag!

**Frank Oostdam**  
Voorzitter Reiswerk

We hebben de onderzoeksagenda gemaakt, omdat we de focus van het onderzoek naar het uitgaande toerisme willen leggen op de thema's die de toekomst van de branche gaan bepalen. De Branchevisie 2025 (te vinden op [www.reiswerk.nl/branchevisie2025](http://www.reiswerk.nl/branchevisie2025)) ligt dan ook als stevige basis onder de Onderzoeksagenda Reisbranche. De onderzoeksagenda vormt de basis voor de subsidiering van promovendi door Reiswerk (in samenwerking met CELTH) en voor de Reiswerk Onderzoeksbeurs voor hbo-studenten. Ze vormt ook de basis voor de bijzondere leerstoel Innovatie in Toerisme van de ANVR. Reiswerk of ANVR subsidiëren dus alleen onderzoek dat bijdraagt aan de ontwikkeling van kennis binnen de Onderzoeksagenda Reisbranche. De onderzoeksresultaten die voortkomen uit de onderzoeksagenda helpen de reisbranche om sterk, stevig en met de juiste bepaking klaar te staan voor de toekomst.

### Leeswijzer

Eerst kijken we naar de basis van de onderzoeksagenda: de bouwstenen waaruit ze is opgebouwd. Daarna

laten we zien hoe die bouwstenen zich verhouden tot de Branchevisie 2025 die we al in 2012 hebben gemaakt. Dan komt de agenda zelf in beeld met de hoofdthema's en vragen waar onderzoek naar gedaan kan worden. Tot slot leggen we uit hoe je onderzoeksvorstellen kunt indienen bij Reiswerk om in aanmerking te komen voor de Reiswerk Onderzoeksbeurs of voor de subsidie voor promovendi.

### Voorstel indienen

**Studenten en wetenschappers die onderzoek willen doen naar één van de thema's uit de onderzoeksagenda kunnen hun onderzoeksvorstel indienen bij Reiswerk ([www.reiswerk.nl/onderzoeksagenda](http://www.reiswerk.nl/onderzoeksagenda)). Studenten en promovendi worden bij hun onderzoek begeleid door hun eigen docent aan de toeristische hogescholen of universiteiten.**



1

# **BOUWSTENEN** VOOR DE ONDERZOEKSAGENDA REISBRANCHE

De Onderzoeksagenda Reisbranche is opgebouwd uit vijf bouwstenen.  
Dit zijn de thema's die de toekomst van onze branche gaan bepalen.  
Deze thema's vormen de basis voor verder onderzoek:

- 1. Maatschappelijke betekenis
- 2. Duurzaamheid en ethiek
- 3. Nieuwe consumenten en werknemers
- 4. Innovaties in de toeristische keten
- 5. Governance



# BOUWSTENEN VOOR DE ONDERZOEKSAGENDA REISBRANCHE



## 1. Maatschappelijke betekenis

Wat is het maatschappelijk belang van toerisme? Als de reisbranche dat weet, kan zij haar producten en diensten aansluiten op dat maatschappelijk belang. Op microniveau is het belangrijk te weten wat de bijdrage van toerisme is op het welzijn van het individu, ook als het gaat om zijn persoonlijke ontplooiing en ontwikkeling.

Op macroniveau gaat het om de bijdrage van toerisme op maatschappelijke sectoren, zoals bijvoorbeeld de gezondheidszorg (healthy ageing).

Maar het gaat ook om de maatschappelijke betekenis van toerisme als economische sector en haar invloed op de arbeidsmarkt in Nederland, maar ook op de regionale ontwikkelingen van de buitenlandse bestemmingen van dat uitgaande toerisme uit Nederland. Tot slot is de vraag wat het economisch belang van toerisme is als we kijken naar de ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen binnen de branche.

**Het gaat ook om de maatschappelijke betekenis van toerisme als economische sector**

## 2. Duurzaamheid

Een focus op duurzaamheid leidt tot innovaties, zowel binnen een individueel reisbedrijf als in de toeristische keten als geheel. Het is voor iedereen in de branche duidelijk dat toerisme en duurzame ontwikkeling nauw met elkaar samenhangen en waarom dat zo is. Onduidelijk is hoe duurzaamheid leidt tot innovaties en omzetsijging. Ook is onduidelijk op welke manier duurzaamheid volledig geïntegreerd kan worden in bedrijfsprocessen en ketens (ketenverantwoordelijkheid).

Essentiele hulpbronnen (water, voedsel, energie en brandstof) worden schaars, waardoor de prijzen stijgen. Dat leidt tot belangrijke economische, technologische, politieke en ethische vragen voor de toeristische sector, waarvan de antwoorden bepalend zijn voor de toekomst van de sector.

## 3. Nieuwe consumenten, studenten en medewerkers

De wereld om ons heen verandert sterk. Traditionele opvattingen en grenzen tussen bijvoorbeeld groepen of sectoren in de maatschappij vervagen. Er ontstaat een vloeibare en dynamische samenleving (liquid society).

**Het werk in de reisbranche verandert mee met de toerist en de samenleving**

Ook de toeristische sector moet zich voorbereiden op en aanpassen aan een wereld die zo aan het veranderen is. De sector voelt die veranderingen direct op drie niveaus: die van de toerist, de student toerisme en de medewerker in de reisbranche.

### De toerist

Steeds meer gebieden in de wereld zijn ingericht om toeristen te ontvangen en te vermaken. Daarom zoeken toeristen steeds vaker naar 'authentieke' ervaringen.

Deze paradox zal leiden tot een zoektocht naar nieuwe betekenissen van toerisme, reizen en mobiliteit. Hierbij spelen natuurlijk ook ethische vragen rond 'burger-schap' en verantwoord consumeren een rol. Onderzoek moet inzicht geven in deze nieuwe betekenissen, maar moet de sector ook nadrukkelijk inzicht geven in de consequenties van deze nieuwe betekenissen voor de toeristische sector en het onderwijs.

### De student

Het werk in de reisbranche verandert mee met de toerist en de samenleving. Hoe vinden afgestudeerde studenten in de toekomst werk in de reisbranche? En welk werk is dat? De competenties die nodig zijn voor het werken in de reisbranche krijgt een student niet alleen via het traditionele onderwijs, maar ook via werkervaring, een 'gap year' of reizen.

### De werknemer

Het verloop onder werknemers in de toeristische sector is groot, werkgevers hebben te maken met afnemende

## **BOUWSTENEN** VOOR DE ONDERZOEKSAGENDA REISBRANCHE

loyaliteit en werknemers vragen de flexibiliteit om meer in te kunnen spelen op de mogelijkheden en beperkingen die de verschillende levensfasen met zich meebrengen. Deze drie processen vragen om onderzoek naar nieuwe businessmodellen en vormen van ondernemerschap, waarin creativiteit een grotere rol speelt dan tot nu toe het geval is.

#### **4. Innovaties in de toeristische keten**

Technologische veranderingen, de komst van nieuwe spelers die zich een deel van de vakantiemarkt (leisure, toerisme, horeca, mobiliteit) toe-eigenen en consumenten die steeds meer gebruik maken van sociale media en mobile devices bij hun belevingen en ervaringen tijdens vakanties veranderen de traditionele toeristische ketens snel. Onderzoek moet de reisbranche inzicht geven in de innovatieprocessen in de toeristische keten en de rol die de technologie en de komst van nieuwe spelers daarbij spelen.

#### **5. Governance**

De reissector wordt sterk beïnvloed door geopolitieke ontwikkelingen, bestuurlijk-politieke processen op onder andere Europees niveau en internationale wetgeving. Al deze ontwikkelingen, processen en wetgeving bepalen ook mede de (on)mogelijkheden voor het ondernemerschap en de ontwikkeling in de branche.

### **Onderzoek moet de reisbranche inzicht geven in de innovatieprocessen in de toeristische keten**

Onderzoek moet de reisbranche inzicht geven in de invloed van deze processen op de toeristische sector en hoe de sector sturing kan geven aan deze politiek-economische en bestuurlijk-juridische veranderingen. Ook moet onderzoek duidelijk maken hoe de 'sturingskracht' van de sector georganiseerd en versterkt kan worden.





# “Help mee om de reisbranche klaar te stomen voor de toekomst”

‘De Onderzoeksagenda Reisbranche is het spoorboekje voor de toekomst van de reisbranche. Het onderzoek dat voortvloeit uit de onderzoeksagenda helpt de reissector om sterk en gezond de toekomst in te gaan. Het zijn interessante thema’s waar je als afstuderende bachelor of master of als promovendus je kennis en kunde in kwijt kunt.’

‘De onderzoeksagenda is opgesteld door reisbedrijven en onderwijs samen. Met een keuze voor een onderzoeksvraag uit de onderzoeksagenda weet je dat er behoefte is aan jouw onderzoek en dat de kans groot is dat de resultaten van jouw onderzoek gebruikt zullen worden door de reisbranche. Uitdagend onderzoek dat maatschappelijk en bedrijfsmatig nuttig is en hoogst waarschijnlijk zeer gewaardeerd zal worden: die prachtige kans laat je toch niet liggen? Bovendien maak je met jouw onderzoek ook nog kans

op de Reiswerk Onderzoeksbeurs of een subsidie op je promotieonderzoek. De Reiswerk Onderzoeksbeurs kennen we toe aan excellente studenten van een toeristische hogeschool die op basis van de onderzoeksagenda onderzoek doen naar ontwikkelingen in de reisbranche. Samen met CELTH financiert Reiswerk ook fundamenteel en breed promotieonderzoek naar één van de thema’s uit de Onderzoeksagenda Reisbranche.

Pak jij één van de onderzoeksvragen uit de Onderzoeksagenda Reisbranche op? Dien dan je onderzoeksvoorstel in bij Reiswerk! Kijk op [reiswerk.nl/onderzoeksagenda](http://reiswerk.nl/onderzoeksagenda) hoe je dat het beste kunt doen. Maak van ons werk jouw werk en help mee om de reisbranche klaar te stomen voor de toekomst!’

**Shannon Yska**  
manager Reiswerk

## 2

# SAMENHANG MET BRANCHEVISIE 2015

De vijf bouwstenen of thema’s van de Onderzoeksagenda Reisbranche hebben uiteraard een (zeer nauwe) relatie met de factoren die we al in 2012 als bepalend voor de toekomst van de reisbranche hebben beschreven in de Branchevisie 2015.

In onderstaande tabel is deze relatie weergegeven, waarbij **XXX** een (zeer) sterke relatie aangeeft en **XX** en vooral **X** een relatief minder belangrijke relatie weergeeft. Deze matrix hebben we gebruikt om de onderzoeksthema’s te clusteren en de prioriteit aan te geven.

	Consument	Politiek/ economie	Technologie	Milieu/ ethiek	Arbeidsmarkt
<b>Maatschappelijke betekenis</b>	XXX	XXX	X	X	XXX
<b>Duurzaamheid</b>	XX	XXX	XX	XXX	X
<b>Consument/ burger</b>	XXX	X	XX	XXX	XXX
<b>Innovatie-keten</b>	XX	X	XXX	X	XXX
<b>Governance</b>	X	XXX	X	XXX	X



3

## HOOFDTHEMA'S ONDERZOEKSAGENDA

Op basis van de bouwstenen uit hoofdstuk 1 en de matrix uit hoofdstuk 2 hebben we vijf hoofdthema's voor de onderzoeksagenda geselecteerd:

1



### Maatschappelijke betekenis

De maatschappelijke betekenis van toerisme voor consumenten (welzijn; gezondheid) en de maatschappij (economie en arbeidsmarkt).

2



### Duurzaamheid

Integratie van duurzaamheid in de bedrijfsprocessen en ketens (ketenverantwoordelijkheid).

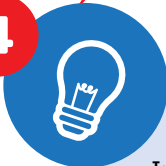
3



### Consument

De belangrijkste sociaal-culturele veranderingen in de samenleving en de consequenties hiervan voor het toerisme, het toeristisch onderwijs, de werknemers in de reissector en de bestaande businessmodellen in de reisbranche.

4



### Innovatie

Innovaties in de traditionele toeristische ketens als gevolg van technologische veranderingen en de komst van nieuwe spelers.

5



### Governance

De invloed van politiek-economische en bestuurlijk-juridische veranderingen op de toeristische sector en de manier waarop de sector sturing kan geven aan deze veranderingen.

## “Bijdragen aan een duurzame toekomst voor de reisbranche”



Meike Niebuhr is de eerste student aan wie Reiswerk in mei 2014 een Reiswerk Onderzoeksbeurs toekende. Meike kreeg de beurs voor haar onderzoek naar Corporate Social Responsibility en

hoe dat bijdraagt aan het financiële resultaat van een reisbedrijf (thema Duurzaamheid in de Onderzoeksagenda Reisbranche).

Meike: 'In mijn onderzoek ga ik dieper in op de vraag of het voldoen aan de ideologische behoeften en denkwijze van medewerkers op het gebied van Corporate Social Responsibility bijdraagt aan het financiële succes van reisondernemingen. Ik hoop met mijn studie bij te dragen aan een duurzame toekomst voor de reisbranche.'

4

## REISWERK ONDERZOEKSBEURS EN PHD

**Excellente studenten aan een toeristische hogeschool of universiteit die onderzoek doen naar één van de thema's uit de Onderzoeksagenda Reisbranche kunnen in aanmerking komen voor de Reiswerk Onderzoeksbeurs of een subsidie voor hun promotieonderzoek.**

### Reiswerk Onderzoeksbeurs

Voor hbo-studenten die onderzoek doen in het kader van de Onderzoeksagenda Reisbranche stelt Reiswerk jaarlijks maximaal vier onderzoeksbeurzen van € 750,-- per maand voor maximaal vier tot zes maanden ter beschikking. De beurs is bedoeld voor de beste kandidaten, de toekomstige reisprofessionals waar we nog veel van gaan horen in de branche. Je moet daarom voldoen aan strenge selectiecriteria. Deze kun je vinden op [www.reiswerk.nl/onderzoeksbeurs](http://www.reiswerk.nl/onderzoeksbeurs).

Ben jij een topstudent die het beste uit zichzelf haalt en wil jij net als Meike de reisbranche helpen klaarstomen voor de toekomst? Meld je dan aan voor de Reiswerk Onderzoeksbeurs! Op [www.reiswerk.nl/onderzoeksbeurs](http://www.reiswerk.nl/onderzoeksbeurs) lees je hoe je dat kunt doen.

### PhD

Reiswerk financiert in samenwerking met CELTH wetenschappers die fundamenteel en breed promotieonderzoek willen doen naar één van de thema's van de Reisbranche Onderzoeksagenda. Ook hier geldt dat jouw onderzoeksvoorstel aan strenge eisen moet voldoen. Elk jaar doet Reiswerk een Call for Proposals, waarbij jij je onderzoeksvoorstel kunt indienen.

Die Call for Proposals staat ook open voor reisprofessionals uit het bedrijfsleven die promotieonderzoek willen

doen. Reiswerk, CELTH, de participerende hogescholen en de Wageningen Universiteit werken samen in het selectieproces en de toekenning van de subsidies op de voorgestelde promotieonderzoeken.

## Meer weten?

[www.reiswerk.nl/branchevisie2025](http://www.reiswerk.nl/branchevisie2025)  
[www.reiswerk.nl/onderzoeksagenda](http://www.reiswerk.nl/onderzoeksagenda)  
[www.reiswerk.nl/onderzoeksbeurs](http://www.reiswerk.nl/onderzoeksbeurs)  
[www.reiswerk.nl/phd](http://www.reiswerk.nl/phd)





## Colofon

Een uitgave van Reiswerk  
(Eind)redactie: Reiswerk  
Vormgeving: Beter ID  
April 2015

