

Toerisme en 1992

P. Van Impe, Wetenschappelijk medewerker WES

Eind de jaren 80 werden gekenmerkt door sterke toekomstverwachtingen over 1992, de kanaaltunnel en de SST. Geen dag ging voorbij zonder dat prognoses, hypotheses of studies dienaangaande werden gepubliceerd. En terecht, want elk van bovenstaande items heeft nu reeds en zal nog een grote impact hebben op het Europese gebeuren.

Anderzijds dient eveneens de vraag gesteld of de implicaties van bovenvermelde factoren soms niet worden overschat en of andere belangrijke verschuivingen in de schaduw komen te staan van het post-1992-syndroom.

Onderhavig artikel probeert vooreerst de impact van 1992 summier in te schatten en vervolgens nog een aantal andere factoren te belichten die het klimaat binnen de toeristische sektor in de 90-er jaren zullen beïnvloeden. Uiteraard zijn deze factoren niet exhaustief opgenomen.

1992

Aan de vooravond van 1992 gaan nogal wat euforische stemmen op. Sommige bronnen beweren dat de vorming van de Europese markt een sterke groei van het aantal vakantiegangers zal bewerkstelligen. Of dit zo zal zijn valt ons inziens nog sterk te betwijfelen. Welke impact zal de Europese integratie dan wel hebben?

Algemeen wordt aanvaard dat de vorming van de interne markt zal resulteren in een daling van de prijzen, een hogere werkgelegenheid, een hogere vraag en een uitgesproken economische groei. Dit positief economisch klimaat zal via de inkomenselasticiteit zeker een positieve invloed hebben op de vakantieparticipatie.

De toeristische vraag wordt immers sterk bepaald door het economisch klimaat in het algemeen en door de hoogte van het besteedbaar gezinsinkomen in het bijzonder. In vele gevallen worden het al dan niet op vakantie gaan en de aard van de vakantie zelf bepaald door financiële omstandigheden, en het vakantiebudget is een van de posten welke het snelst wordt ingeperkt. Een positief economisch klimaat echter leidt tot een hoger gezinsinkomen per capita, tot een stijging van de bestedingen en dus eveneens tot een toename van de toeristische activiteit.

Anderzijds werken het positieve economisch klimaat en de tendenzen tot internationalisering en concentratie (zie verder) eveneens het zakentoeurisme in de hand: internationale meetings, vergaderingen, zakenreizen en dergelijke meer zullen noodzakelijkerwijs ook een stijging kennen.

Toeroperators

De grootste weerslag mag evenwel verwacht worden op de aanbodzijde van de toeristische sektor. De impact hiervan is trouwens reeds geruime tijd voelbaar: bedrijven op zoek naar schaalvoordelen en een sterkere concurrentieprijs pogen hun thuisbasis te verruimen door concentratiebewegingen en internationalisering. Binnen de toeristische sektor vormt het Westvlaamse Sun International hier een goed voorbeeld van: de overname van het Franse Voyages Conseil – een filiaal van de Franse bank Crédit Agricole – en de samenwerking van Sun International met de Duitse Kaufhofgroep getuigen hiervan.

Toch zal men volgens de Economist Intelligence Unit¹ waarschijnlijk na 1992 nog geen wederzijdse overspoeling van toeroperators op elkaars thuismarkten meemaken. De verschillen binnen elk land zijn van die aard dat een buitenlands concurrent met een bestaand doch aangepast produkt het relatief moeilijk zal hebben om dit produkt te verkopen binnen een land voor hetwelk het oorspronkelijk niet werd gekoncipieerd.

De Britse International Leisure Group en de Franse toeroperators Nouvelles Frontières en Club Méditerranée zijn er bijvoorbeeld niet in geslaagd om de vooropgestelde streefcijfers op de Westduiste markt te behalen omdat hun produkt niet was aangepast aan de specifieke eisen van deze markt. Wat men waarschijnlijk wel zal mogen verwachten is dat toeroperators zullen proberen hun seizoenschommelingen te milderen via verkopen in de buurlanden.

Anderzijds zullen toeroperators gekonfronteerd worden met een strengere reglementering die hun vrijheid sterk aan banden zal leggen: onverwachte prijsverhogingen, het jongleren met vertrekkende vluchten of logiesakkomodatie en het opleggen van annulatievergoedingen zullen sterk gereguleerd worden.

Luchtvaartmaatschappijen

In de luchtvaartindustrie laten concentratiebewegingen zich eveneens gelden: fusies, overnames en samenwerkingsverbanden blijken een sleutelrol te spelen in de overlevingsstrategie binnen deze sektor. De deelname voor 40% in het kapitaal van Transavia en de overname van Netherlines, beiden van de Nederlandse KLM zijn daar slechts een voorbeeld van.

(1) The Economist Intelligence Unit, *Travel and Tourism Analyst*, nr. 3, 1988, p. 66 e.v.



Foto Patrick Hölzl, Korrige

Maar daarnaast worden luchtvaartmaatschappijen gekonfronteerd met een aantal voor hen specifieke problemen. Vanaf 1993 zullen zij hun monopolie of semi-monopoliepositie verliezen via de prijsderegulatie en de gemakkelijker toetreding tot de nationale markt; ook zouden ze verplicht zijn de duty free shops te sluiten voor vluchten binnen de EG en zullen ze waarschijnlijk onderworpen worden aan een uniform BTW-tarief voor vluchten binnen de gemeenschap.

Dat dit de prijzen van de vliegtickets zal beïnvloeden is evident. De opkomst van de vrije concurrentie zal logischerwijs in eerste instantie een sterke neerwaartse druk uitoefenen op de luchtvaarttarieven, voor zover uiteraard de vrije concurrentie niet tot gevolg heeft dat de opheffing van het wettelijk monopolie uitmondt in een economisch oligopolie, waarin een paar zeer grote luchtvaartmaatschappijen vrij spel krijgen op de markt².

Anderzijds echter zou de afschaffing van de duty free shops de luchthavens en luchtvaartmaatschappijen beroven van een zeer lukratieve nevenactiviteit. Dit verlies aan inkomsten zal dan hoogstwaarschijnlijk worden afgewenteld op de consument. Dat de BTW-heffing ook leidt tot een prijsverhoging van het vliegticket hoeft geen betoog. Toch ligt hier eveneens een adder verschoolen onder het gras, namelijk de buurlanden van de Europese gemeenschap.

Vluchten naar deze landen zullen immers niet onderhevig zijn aan de nieuwe BTW-heffing en tijdens deze vluchten zal men wel duty free-produkten kunnen verkopen. In plaats van een rechtstreekse vlucht Parijs-Kopenhagen te boeken, zou het dus interessanter kunnen worden naar bijvoorbeeld Malmö (Zweden) te vliegen en via het baantransport de reis naar Kopenhagen verder te zetten. Op die manier omzeilt men immers de BTW-heffing en kan men duty free kopen.

Toch kan men vermoeden dat het gezamenlijk effect van deze maatregelen positief zal uitvallen voor de consument, met andere woorden: een prijsdaling van de nu zeer dure intra-Europese luchtvaarttarieven ligt in de lijn van de verwachtingen. Dit is zeker het geval indien men volgend voorbeeld onder ogen neemt. In juni 1984 werd tussen Nederland en Groot-Brittannië een eind gemaakt aan de overheidscontrole op de maatschappijen die het transport over het Kanaal verzorgen. Deze maatschappijen mochten hun tarieven vrij bepalen en zelf hun transportcapaciteit en bestemmingen vastleggen. Op een jaar tijd groeide het aantal passagiers met 70.000 eenheden, werden er acht nieuwe lijnen gecreëerd en daalde de prijs van een vliegticket met 49%³.

Reisbureaus

Voor reisbureaus is de toestand anders. Zij zullen het moeilijker krijgen, gekneld tussen toeroperators die rechtstreeks verkopen op de markt en grotere reisbureauketens.

Bovendien hangen mogelijke prijzenoorlogen, die aan hun commissies vreten, als een zwaard van Damocles boven hun hoofd. Zij zullen zich voornamelijk moeten in stand houden via kostenbeheersing, een sterk gepersonaliseerde service en investeringen in informatica in het algemeen, computer-reservatie-systeem (CRS) zoals Amadeus en Galileo in het bijzonder.

Hotels en autoverhuurbedrijven

Hotels en autoverhuurbedrijven zullen minder problemen kennen ten gevolge van de interne markt, aangezien zij reeds jaren sterk internationaal opereren. Het vrij verkeer van arbeid en kapitaal enerzijds, een kleiner verschil tussen BTW-tarieven anderzijds, maken hen het leven wel gemakkelijker.

Hierbij dient echter wel de bedenking gemaakt dat de huidige BTW-tarieven sterk uiteenlopend zijn van land tot land. Daar waar in België bijvoorbeeld slechts een heffing van 6% wordt geheven op het hotelwezen, is dit in Groot-Brittannië 15% en in Denemarken 22%. Huurwagens ondergaan in België een heffing van 25%, in Luxemburg 12% en in West-Duitsland 14%. Bij de harmonisering van de BTW-tarieven kan men veronderstellen dat de belastingvork zich tussen het huidige hoogste en laagste tarief zal situeren. Dit zal voor België waarschijnlijk meebrengen dat de prijs van de hotels duurdert en die van huurwagens goedkoper wordt met alle gevolgen van dien.

Wat de hotelindustrie betreft, deze zal bovendien nog moeten rekening houden met een aantal nieuwe reglementeringen waarvan bijvoorbeeld een Europese hotelklassifikatie en nieuwe vormen inzake brandbeveiliging er slechts enkele zijn.

Andere beïnvloedende factoren

Het Europa van de jaren '90 wordt echter niet alleen beïnvloed door de Europese integratie. Naast de tunnel en de SST (die Londen bijvoorbeeld in slechts 3 uur naar Eurodisney en in 2,5 uur naar Brussel brengt), kan men nog een aantal andere trends onderkennen.

WOOPies

Een eerste belangrijk fenomeen dat zich reeds een aantal jaren laat opmerken, maar dat belangrijker wordt naarmate men de tijdshorizon verlegt, is de groeiende veroudering van de Europese bevolking⁴. Neemt men België als voorbeeld, dan kan men vaststellen dat in 1988 ongeveer 20,1% van de bevolking 60 jaar of ouder was; tegen het jaar 2000 zal dit percentage reeds opgelopen zijn tot 22,3%. Prognoses voor het jaar 2040 tonen aan dat in dat jaar maar liefst één Belg op drie 60 jaar of ouder zal zijn. Koppelt men deze trend aan de konstataaties van een algemene gezondheidsverbetering, een sterke koopkracht en een vroegere pensionering, dan blijkt hieruit dat de derde leeftijd het komende decennium een zeer belangrijke groeimarkt zal vormen voor de toeristische sektor. Na de yuppies en de dinkies wordt nu gesproken van de WOOPies (Well Off Older People), de TOAF's (Too Old At Fifty), de PIPPies (People Inheriting Parents Properties) of GRAMPIES (Growing Retired Active Monied People In Excellent State).

(2) Zie The Economist Intelligence Unit, *Travel and Tourism Analyst*, nr. 4, 1989.

(3) A. De Raes, *De luchthaven van Oostende, een economisch-financiële analyse en behoeften*, (onuitgegeven) GOM-West-Vlaanderen, juli 1987, p. 35.

(4) Cijfers ontleend uit de prognoses van het NIS voor de periode 1988-2040.

Andere markten

Een tweede konstatacie is dat men binnen de EG een groeiend aantal toeristen van buitenuit mag verwachten. Niet enkel uit de VS, maar ook en vooral uit Azië, België, Frankrijk en Italië ontvangen sinds een drietal jaar een groeiende toeristenstroom vooral uit Japan, waar de vakantieparticipatie enorm is toegenomen. Daar waar in 1981 minder dan 4 miljoen Japanners hun land verlieten, waren er dit reeds 8 miljoen in 1987. Men schat dit aantal op ruim 11 miljoen in 1992. Dit is nog een flink stuk beneden de 30 miljoen Amerikanen die elk jaar hun land verlaten, maar vormt toch een niet te verwaarlozen markt voor de EG⁵. Daarnaast mogen andere, nu nog weinig belovende contreien niet uit het oog verloren worden. Daar waar bijvoorbeeld in Afrika momenteel minder dan 1 vakantie­ganger op 1000 weer te vinden valt, kunnen dit er 100 zijn binnen enkele jaren⁶.

De toerist

Een laatste, doch moeilijk meetbare trend valt eveneens reeds een aantal jaar⁷ op te merken, namelijk een verandering in de houding van de consument, die een steeds grotere bezorgdheid voor de kwaliteit van het leven aan de dag legt. Dit uit zich in een grotere belangstelling voor gezondheid, fitheid, fysieke en mentale ontwikkeling, meer betrokkenheid en aandacht voor het leefmilieu. De konsument van de nabije toekomst zal beter opgeleid, kritischer en veeleisender zijn en zal bijvoorbeeld tijdens zijn vakantie meer verlangen dan het Solo-moment op een wit kiezelstrand. Gilbert Trigano, de 67-jarige stichter en bezieler van het Club Méditerranée-imperium ziet het als volgt: 'Les congés sont vus désormais comme un moyen d'échapper à son milieu, de communiquer et d'apprendre. Ils permettent de découvrir un livre, un sport, un art, une langue et même un métier. De contemplatives, les vacances sont devenues actives et formatrices.'

Konklusie

Uit bovenstaande bespreking kan men besluiten dat 1992 zich noch zo vlug noch zo hevig zal laten gevoelen in de toeristische sektor als algemeen werd verwacht. Het grootste effect van 1992 zal hoogstwaarschijnlijk een versterking zijn van de bestaande trends, waarbij de konsument waarschijnlijk de grootste winnaar zal zijn, niet alleen door de te verwachten prijsdalingen, maar eveneens door een hernieuwde en strengere wetgeving.

Anderzijds zal men binnen de toeristische sektor onder andere eveneens dienen rekening te houden met een sterk vergrijzende bevolking, de potentiële kansen die andere, nu minder sterk toerisme-minded, landen zullen bieden en tenslotte een wijziging in de mentaliteit van de konsument, in casu de toerist.

Specifiek voor de Belgische situatie kan men veronderstellen dat de impact van 1992, net zoals in de rest van toeristisch Europa eveneens relatief beperkt zal zijn. De licht gestegen vraag te wijten aan 1992 zal waarschijnlijk gecompenseerd worden door de impact van de kanaaltunnel, waardoor de rol van België in het passagiersvervoer zal afnemen, wat eveneens een daling van het

aantal overnachtingen betekent. Het globaal effect van 1992 en van de tunnel zal waarschijnlijk uitdraaien rond een status quo.

Alhoewel een toeroperator als Neckerman bijvoorbeeld nu reeds met beide voeten is ingeplant op onze toeristische markt, lijken echte invasies van buitenlandse toeroperators op de Belgische markt ons weinig waarschijnlijk, daarvoor is onze toeristische markt te klein en te goed georganiseerd.

De kleinschaligheid van de Belgische reisbureauwezen hoeft a priori geen zwak punt te zijn, mits het juiste beleid wordt gevoerd. Vooral een sterk doorgedreven gepersonaliseerde service is in dit opzicht zeer belangrijk.

De wijzigingen die zich voordoen in de luchthavenindustrie bieden eveneens betere perspectieven voor de luchthaven van Oostende. De vraag rijst hier echter wel of die luchthaven haar plaats zal weten op te eisen met name in het passagiersvervoer. De kansen daartoe zijn echter reëel bestaande.

Net zoals de hotellerie zullen andere deelnemers aan het toeristisch gebeuren rekening dienen te houden met wijzigingen in de Europese reglementeringen, niet enkel op korte, maar eveneens op langere termijn.

Tot slot moet hier nog gesteld dat zowel de Kust als de kunststeden naast de reeds geciteerde factoren waaronder de waarschijnlijke prijsverhogingen in de hotellerie, eveneens zullen dienen rekening te houden met de kwalitatieve wijzigingen in de toeristische vraag.

(5) Zie tevens de *Financieel-Economische Tijd* van 16/3/89.

(6) Zie tevens *Le Vif-L'express*, 10-16/6/88, p. 62 e.v.

(7) Zie tevens P. Boerjan, *Het Belgisch toerisme op naar het jaar 2000. Ontwikkelingen en toekomstverwachtingen, West-Vlaanderen werkt*, nr. 3, 1985.