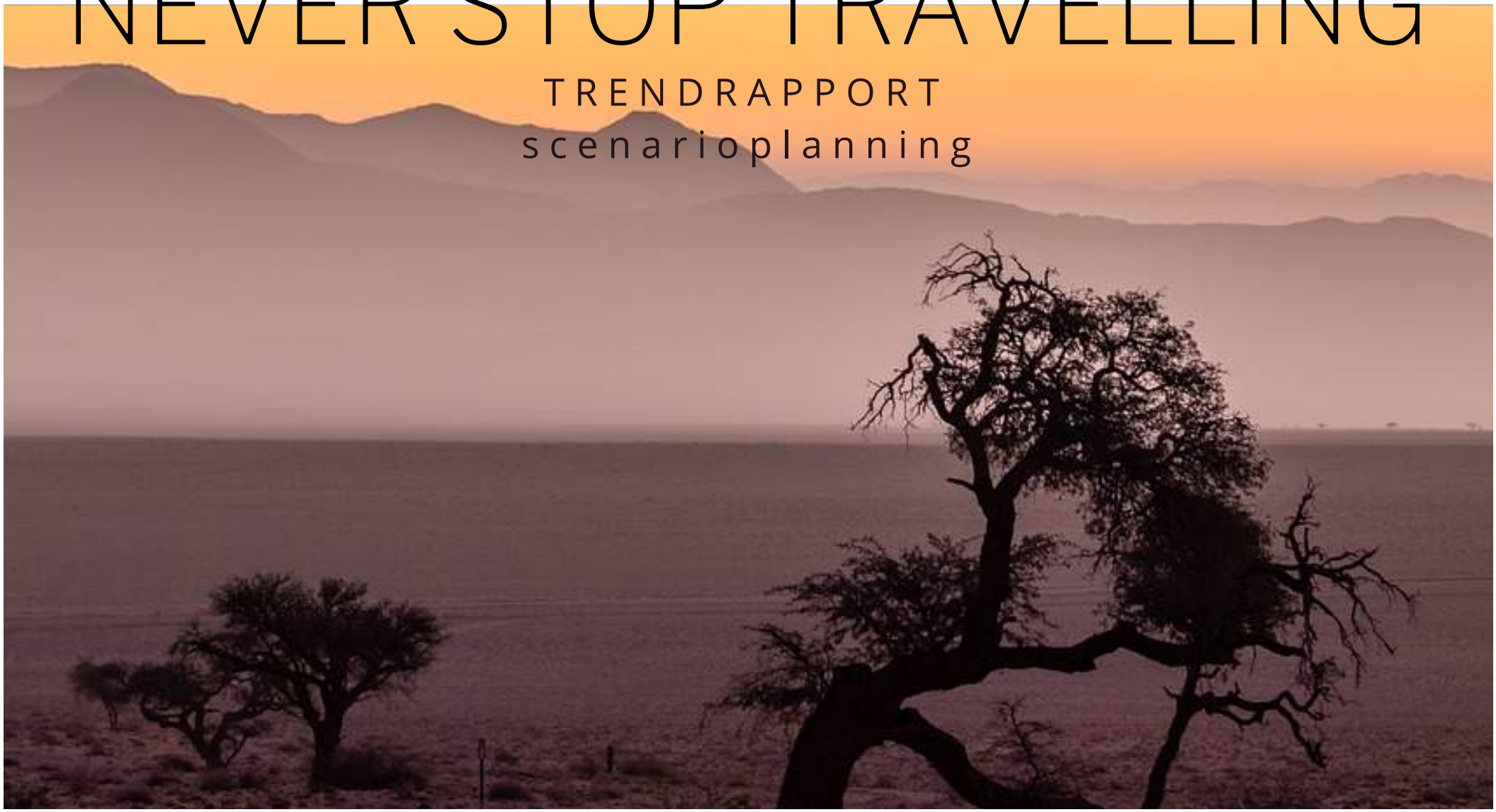
NEVER STOP TRAVELLING

TRENDRAPPORT

scenarioplanning



Lotte van Uden

24 januari 2022

VOORWOORD

In dit trendrapport heb ik onderzoek gedaan naar trends in de reisbranche om zo een advies te kunnen geven aan Never Stop Travelling. Door middel van trendresearch en scenarioplanning ben ik verschillende werelden gaan schetsen waaruit een advies tot stand is gekomen.

De reden voor het schrijven van een trendrapport voor Never Stop Travelling is dat er veel ontwikkelingen plaatsvinden in de reissector. De reisbranche biedt daarin veel mogelijkheden en kansen, hierin valt veel toe te passen.

Daarom wil ik Jolanda Verdegaal en Ruud van Empel van Never Stop Travelling bedanken voor de kans om een trendrapport voor hen te schrijven zodat ik deze skill kan ontwikkelen. Daarnaast wil ik Evelien Dielemans bedanken voor de inspirerende lessen, ondersteuning en feedback.

Ik wens u veel leesplezier toe!

Lotte van Uden

24 januari 2022, Tilburg

INHOUD

pagina drie
inleiding

pagina vier
never stop travelling

pagina vijf
trends

pagina acht
ontwikkelingen

pagina elf
scenario's

pagina vijftien
advies

pagina zeventien
bibliografie

INLEIDING

Dit trendrapport gaat over Never Stop Travelling, een reisbureau dat unieke reizen aanbiedt naar wens van de reiziger. Door onderzoek te doen naar trends rondom duurzaamheid, personalisatie, technologisering en andere ontwikkelingen in de reisbranche zijn er scenario's opgesteld. Dit vanwege het feit dat er veel veranderd in de wereld dus ook in de reissector. Er zijn veel bedreigingen en onzekerheden door deze veranderingen maar dit biedt ook veel kansen en mogelijkheden.

Het doel van dit onderzoek is dan ook om in te spelen op deze mogelijkheden met een advies, waarbij de hoofdvraag is; 'Hoe wordt in 2047 gereisd?'.

De toekomst is hierbij belangrijk, dit omdat trendresearch door middel van scenarioplanning gaat om het verkennen van veranderingen om zo hierop in te kunnen spelen zodat een bedrijf zich kan onderscheiden. Scenarioplanning is een methode van onderzoek doen naar deze veranderingen, of ook wel trends en deze te combineren om zo verschillende (extreme) toekomsten te schetsen. Omdat de toekomst niet te voorspellen is, wordt deze verkend om zo te kunnen bepalen wat een bedrijf zou kunnen doen als deze extreme toekomst of delen hiervan waarheid wordt.

In het eerste deel van het rapport is onderzoek gedaan naar trends op verschillende niveaus, namelijk mega-, macro- en microniveau. Het meganiveau staat voor langdurige trends die de gehele wereld aanspreken en die op iedereen invloed hebben. Macroniveau zijn trends op consumentniveau, niet iedereen ervaart dit en dit zijn wat kortere trends. Ten slotte is er ook gekeken naar het microniveau, trends of ook wel signalen die erg nieuw en in ontwikkeling zijn. Dit is nog niet tastbaar en kan zelfs nog moeten komen. Om meer input te kunnen geven aan de scenario's zijn er meerdere ontwikkelingen rondom de reissector beschreven aan de hand van de DESTEP-analyse.
Hierna zijn vier verschillende scenario's gemaakt waarbij een vakantie van fictief persoon 'Tessa' is beschreven in het jaar 2047. Dit specifieke jaartal is over 25 jaar, hiervoor is gekozen omdat er in die tijd veel zal zijn veranderd qua technologie, restricties rondom reizen en de behoeften in omgang. Toch is dit jaartal relatief dichtbij en kunnen er mogelijk sneller al aspecten worden opgepikt om toe te passen. Dit wordt dan ook in het laatste hoofdstuk beschreven, hierbij wordt op korte en lange termijn advies gegeven door middel van het beantwoorden van de probleemstelling.

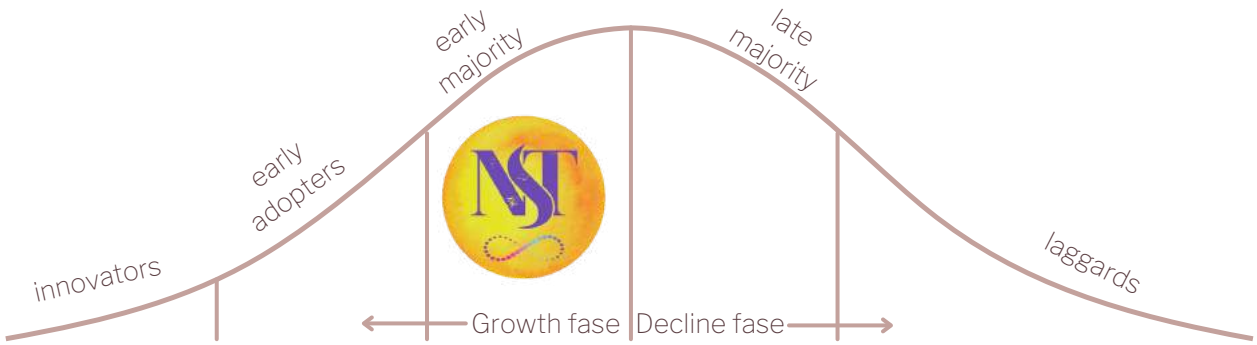
Never Stop Travelling is een reisbureau dat maatwerkreizen aanbiedt en zo veel mogelijk met lokale partijen werkt. Een kleine organisatie die veel reizen gemaakt heeft en hier anderen advies ingeeft. Het Nederlandse bedrijf kan internationaal opereren en biedt dan ook reizen aan die aansluiten op de vraag van een klant. Geheel verzorgde verre reizen maar ook weekendjes weg worden samengesteld voor individuele mensen en groepen maar reisorganisaties kunnen ook informatie verkrijgen van de door Never Stop Travelling gemaakte reizen. Daarmee is de doelgroep erg breed, namelijk mensen die ondersteuning willen bij het boeken van een reis. Verschillende factoren zoals leeftijd, inkomen en behoeften kunnen hiervan bij elkaar verschillen dus spreekt het een grote groep mensen aan en geen bepaald type mens. Never Stop Travelling onderscheidt zich onder andere in haar branche door de beste en flexibele voorwaarden aan te bieden en persoonlijk om te gaan met haar klant (Travelling, 2019).

Dit is ook terug te zien in enkele slogans zoals ‘Never Stop Travelling, because life is short and the world is huge’, ‘Reizen verrijkt je leven…’ en ‘Optimale beleving binnen jouw budget’. Dit zijn dan ook triggers voor het schrijven van een trendrapport, er is namelijk veel veranderd in de reissector. Veel grote reisbureaus vallen door COVID-19 maar juist ook door het ruime onlineaanbod. Ondanks dat mensen graag online kijken, willen mensen mede door COVID-19 steeds meer persoonlijke hulp en zekerheid bij het boeken van een vakantie. Daarnaast worden steeds meer mensen zich bewust van het effect van (vlieg)reizen op de natuur en biedt dit goede kansen voor reisbureaus die maatwerk leveren en kijken naar alternatieven.

NEVER STOP TRAVELLING

Het probleem voor reisbureaus zijn dan ook de concurrerende grote sites zoals Vliegtickets, CheapTickets en Transavia waarbij reizen worden gepresenteerd tegen lage prijzen waar gemakkelijk (last minute) te vergelijken is. Daarnaast wordt het momenteel door Corona moeilijker gemaakt om te reizen.

Het aantal grote ketenreisbureaus neemt af, technologisering kan bijvoorbeeld de prijs drukken door de lagere vaste kosten en last minute is veel mogelijk. Toch neemt de vraag naar persoonlijkheid van reisbureaus toe en lijkt het cyclus zich dan opnieuw af te spelen in de toekomst. In het Adoptiemodel van Rogers, waarbij wordt gekeken naar de verschillende groepen in de levenscyclus van een innovatie, is Never Stop Travelling dan ook te plaatsen in de Growth Fase, dit zegt iets over hoe innovatief het bedrijf is. De huidige situatie rondom de reissector en de behoeftes van mensen vraagt namelijk om expertise en Never Stop Travelling heeft veel kansen en kan zich hierin onderscheiden. Aan de Growth Fase van deze curve past de naam Early Majority het best bij Never Stop Travelling, dit zegt iets over hoe trendsensitief het bedrijf is. Er zijn namelijk al meer maatwerkreisbureaus en het concept is niet door Never Stop Travelling uitgevonden. Wel onderscheidt het zich van onlineaanbieders en neemt het aantal grote reisbureaus af (Mitch Eelants, 2017).



TRENDS

Om scenario's te kunnen schetsen is gekeken naar trends op verschillende niveaus en zijn deze samengebonden in drie clusters. Per 'mega' trend, wat een maatschappelijke trend inhoudt, is een 'macro' trend, ofwel een consumententrend en een 'micro' trend, een signaal beschreven. Het verschil in de trend zitten op de impact op mensen en de duur van de trends.

Mega: Global Responsibility

In de laatste jaren is er veel bekend geworden over klimaatverandering en de gevolgen hiervan. De temperatuur op de aarde stijgt namelijk door de toename van broeikasgassen wat veel effect heeft op de mens, dier en het milieu (Rijksoverheid, z.d.). Door restricties vanuit de overheid vanwege onder andere het klimaatakkoord vinden er wereldwijd veranderingen plaats voor een beter klimaat. Niet dat alleen zorgt voor een drijfveer voor veel mensen om anders om te gaan met het milieu, steeds meer mensen worden zich dan ook bewust van het probleem en hebben de behoefte om een verschil te maken voor de toekomst.

Macro: Sustainable Travel

Reizen is steeds, met uitzondering van COVID-19, toegankelijker geworden. Er is meer geld te besteden en reizen zijn ook vaak tegen zeer lage prijzen te boeken wat heeft geleid tot veel massatoerisme. Ook hier worden restricties opgelegd zoals in Dubrovnik waar een limiet is gesteld op het aantal mensen dat wordt toegestaan in de stad en een eiland in de Filipijnen dat afgesloten is vanwege de vervuiling van toeristen (Yara Dragt, 2020). De behoefte in een duurzamer leven uit zich dan ook bij veel mensen in reizen, uit een onderzoek is gebleken dat reizigers steeds een sterkere wens hebben om de wereld duurzamer te ervaren (Nicola Donovan, 2021). Er zijn veel verschillende opties om duurzaam te reizen, zoals 'Bleisure Travel' en 'Spartaanse vakantie' (Laurens, 2021). De trend die hierbij is ontstaan is CO_2-neutraal reizen, per saldo geen CO_2-uitstoot hebben veroorzaakt door activiteiten te laten of te compenseren zodat het geen of minder gevolgen heeft op het klimaat (Anne-Christien Vrieling, 2021).

Micro: Slow Travel

Er zijn veel manieren van duurzaam reizen, één daarvan is Slow Travel. Het is hierbij van belang om de tijd te nemen om te reizen maar ook de reis een onderdeel van de ervaring laten worden. Bij Slow Travel wordt gekeken naar alternatieven op bijvoorbeeld milieubelastende vliegtuigen en auto's. Bij dit soort reizen hoeft de eindbestemming niet zo snel mogelijk met stress te worden bereikt maar wordt er bijvoorbeeld gebruikgemaakt van een elektrische auto, boot of vliegtuig. Ook door middel van de trein, fiets of te voet worden landen verkend (Fire, 2021). Drukke, toeristische plekken worden vermeden en er wordt meer contact gemaakt met het land, de cultuur en haar mensen. Doordat er plekken worden bezocht waar geen massa toerisme plaatsvindt, krijgen de andere lokale bewoners meer werk en inkomsten. Door deze duurzame manier van reizen hoeven geen grote resorts aangelegd worden maar kan er een persoonlijke reis ontstaan (reis, 2021).

Mega: One size doesn't fit all

Bij personalisatie gaat het niet meer om een nummertje zijn maar om het kijken naar het individu. Aandacht voor de mens gaat hierbij voor wat er uit het industriële tijdperk is voortgekomen, een omgangsvorm waar mensen allemaal hetzelfde worden behandeld. Op veel vlakken wordt er meer een menselijke maat gewaardeerd, het echt kijken naar een persoon staat hierbij centraal op welke manier dan ook. Ook gelijkwaardigheid hoort hierbij, er ontstaan steeds meer informele omgangsvormen waardoor hiërarchieën minder worden. Daarnaast wordt de technologie steeds menselijker, bijvoorbeeld robots die niet meer van de mens te onderscheiden zijn. Maar er worden juist ook producten gemaakt die de mensen intuïtief begrijpt in plaats van wat een techneut kan bouwen. Technologie zal daarbij ingezet worden voor iets wat de aarde en mens wil in plaats van andersom (Beekhoff, 2020).

Macro: Your own journey

Een trend die mede door COVID-19 meer gaande is, is personalisatie bij het boeken van reizen. Mensen verwachten steeds meer een persoonlijke benadering en verwachten maatwerk. Er ontstaat steeds meer behoefte aan het voeren van regie met de daarbij benodigde ondersteuning. De reiziger heeft steeds vaker meer de touwtjes in handen door het grote aanbod, digitale mogelijkheden en zijn kennis en ervaring. De Country Manager bij WebLoyalty stelt hierbij dat klanten voortaan alleen een persoonlijke benadering verwachten en bedrijven die de klant centraal stelt, de enige zijn die de juiste keuze maken. "Want waar reisorganisaties lang in de lead zijn geweest, is het nu de reiziger die bepaalt" (Sofie Fest, z.d.). De behoefte voor hulp van een reisbureau bij het boeken van een vakantie is mede door COVID-19 gestegen. Voor reizigers worden alle geldende regels uitgezocht en zullen zij hier persoonlijk bij worden begeleid wanneer dit op eventuele onverwachte of last minute momenten nodig is (Bregje Kop, 2021).

Micro: Sustainable Volunteering

Steeds meer mensen willen een connectie maken met een land en daar iets voor doen. Bijvoorbeeld een tour door een lokale gids of plaatselijk kleine restaurants bezoeken zodat de bevolking direct geld verdiend (reis, 2021). Daarnaast spreekt het steeds meer mensen aan om echt zelf iets te betekenen voor een land door middel van vrijwilligerswerk, projecten zoals Justdiggit waar een steentje wordt bijgedragen in een vakantie (reis, 2021). Een trend daarin is duurzaam vrijwilligerswerk, een periode werk uitvoeren voor duurzame ontwikkelingsdoelen. In verschillende sectoren zoals gezondheidszorg en onderwijs zijn er projecten die gesteund kunnen worden tijdens een vakantie (Strange, Volunteer Abroad Alliance: vrijwilligerswerk, z.d.). Een tegenhanger hiervan is Voluntourism. Dit is een samenvoeging van volunteer en tourism, ook buitenlands vrijwilligerswerk tijdens een vakantie. Het is veel negatief in het licht gekomen omdat organisaties hieraan verdienen in plaats van dat zij daadwerkelijk een land of project te steunen (Strange, Voluntoerisme vs. duurzaam vrijwilligerswerk: wat is het verschil?, z.d.).

Mega:Tech breakthroughs

Technologisering staat voor digitalisering, robotisering, virtualisering en kunstmatige intelligentie. Technologie is een normaal aspect geworden in het dagelijks leven, mensen zijn zich wel van bewust dat de wereld hierdoor transparanter wordt en dat privacy wordt vervaagd. De gevaarlijke kant van technologisering wordt steeds duidelijker. Hier gaan wel veel veranderingen in plaatsvinden, er zal bijvoorbeeld meer taken worden overgenomen door robots maar dit zal wel meer dienend worden aan de menselijkheid (Beekhoff, 2020). Maar de trend neemt ook veel mooie mogelijkheden mee zoals ontwikkelingen in de zorg en oplossingen tegen het klimaatprobleem.

Macro: Digital Nomad

Het is tegenwoordig niet meer standaard om op één plek te werken, al voor COVID-19 zijn er meer flexibele werkplekken waarbij mensen niet in hetzelfde land als hun werk hoeven te wonen. Door digitale ontwikkelingen is het mogelijk om reizend over de wereld te kunnen werken voor een bedrijf of als zelfstandige. Maar mede door COVID-19 zijn meer mensen bewust geworden van de voordelen van 'bleisure travel', zakenreizen gecombineerd met vrije tijd reizen (Laurens, 2021). De trend die daarbij hoort is 'Digital Nomads', ondernemers, freelancers of remote workers die geen vaste werkplek nodig hebben om hun werk te kunnen uitvoeren. Dit kan namelijk online en over de gehele wereld, dus geen vaste thuisbasis maar een leven als nomaden. Banen zoals grafisch vormgever, marketeer en SEO specialist zijn goed te combineren met een leven vol met reizen (Annemarie, 2021). Zeker door COVID-19 hebben meer mensen geleerd om niet meer op locatie te werken maar hierin flexibeler te zijn, niet alle banen zullen dan ook teruggaan zoals dit vroeger ingericht was.

Micro: Metaverse Holiday

Metaverse is het onlinenetwerk van virtuele 3D werelden van de toekomst, hierbij lijkt het alsof je door middel van een avatar werkelijk een locatie bijwoont met andere mensen. Deze wereld is voor iedereen synchroon en speelt in realtime af. Veel aspecten lijken hetzelfde als met de echte wereld, online kan er worden gewerkt, mensen worden ontmoet en er kan deelgenomen worden aan een virtuele economie (Duursma, 2021). Waarbij een Metaverse nu nog niet zo er ontwikkeld is, zal dit later ook gaan functioneren als vakantie of andere uitstapjes zoals concerten of een bezoek aan de dierentuin. In deze wereld kunnen bestemmingen worden gecreëerd waar gemakkelijk heen te reizen is en daarbij kan eventueel een verdienmodel aan worden gehangen. De combinatie van augmented reality en livebeelden kan ervoor zorgen dat je als avatar mee kan reizen op een safari in Afrika of zonnen in Spanje. Ook kan het ingezet worden bij het boeken van een reis met een VR-bril, een rondblik in een hotel of bij het tonen van enkele activiteiten (Lokhoff, 2021).

ONTWIKKELINGEN

Aan de hand van de DESTEP-methode wordt een analyse gemaakt van kansen en bedreigingen voor de reissector. Verschillende ontwikkelingen en onzekerheden worden hier onder verschillende factoren verdeeld namelijk demografische, economische, sociaal-culturele, technologische, ecologische en politiek-juridische (Verhage, 2018).

D

Steeds meer mensen willen een minimalistische vakantie, het hoeft allemaal niet zo duur en uitgebreid. Er zijn dan ook meer soloreizigers en wat daarbij in opmars is, is 'co-living'. Hierbij deel je met andere mensen het verblijf van je reis, waardoor de kosten lager zijn en waar je gemakkelijk mensen kan leren kennen. Het verblijf is niet tijdelijk van de reiziger zoals bij een hostel of Airbnb's maar je deelt tijdelijk een compleet huis tegen lagere kosten (Laurens, 2021).

E

Door de tariefexplosie van Schiphol worden vliegtickets een stuk duurder, de tarieven verhogen in ergernis van vliegmaatschappijen. De ticketprijzen zullen erg gaan stijgen vanwege het feit dat Schiphol de komende drie jaar de havengelden met 37% wil verhogen. Dit komt volgens de luchthaven door de financiële schade door COVID-19, 1,6 miljard hebben zij verloren waarvan 1,2 miljard aan havengelden. Eigenlijk wilde Schiphol het bedrag nog meer verhogen maar door de kritiek van de vliegmaatschappijen is dit bijgesteld (Herman Stil, 2021).

S

Steeds meer mensen geven de voorkeur aan een persoonlijke vakantie waarbij massa's worden vermeden. Reizigers gaan steeds meer op zoek naar onontdekte plekken waar zij alleen verblijven bijvoorbeeld in the middle of nowhere. De behoeften naar social distancing groeit, ook op reis dus tiny houses of kamperen wordt populairder. Unieke ervaringen en onderscheidend zijn van andere mensen zijn waardes die daar bij horen (Anita Boon, 2020).

T

De Hyperloop is een ontwikkeling van Elon Musk, een nieuwe manier van vervoeren waarbij door middel van vacuümkracht stukken sneller gereisd kan worden dan met bijvoorbeeld een vliegtuig. De hyperloop is een buizensysteem die 'pods' vervoerd zonder luchtweerstand en op magneten zweeft. Deze manier van vervoeren kan snelheden van boven de 1000 kilometer per uur bereiken waardoor bijvoorbeeld een reis van Amsterdam naar Berlijn een halfuur wordt. Steeds meer projecten zijn bezig met de ontwikkeling van dit product om dit zo toe te kunnen gaan passen (Limited, 2018).

E

In de reissector vinden veel ontwikkelingen plaats rondom duurzaam reizen, bijvoorbeeld voor vliegreizen wordt er gekeken naar andere duurzame brandstoffen zoals biokerosine, synthetische kerosine en elektrisch vliegen (Anne-Christien Vrieling, 2021). Ook komen juist oudere methodes van vervoeren weer naar voren, steeds meer mensen maken gebruik van de trein omdat het goedkoper is en minder belastend. Er worden meer nachttreinroutes in Europa gemaakt, veel landen springen hierop in met lokale slaaptreinen en verschillende routes (Laurens, 2021).

P

Frankrijk is het eerste land dat een wetsvoorstel heeft aangenomen dat korte vluchten verbiedt. De Franse regering is akkoord gegaan met een verbod op vluchten naar bestemmingen die ook te bereiken zijn met een treinreis van maximaal 2,5 uur. Steeds meer landen hebben interesse in deze ontwikkelingen en willen dit zelf ook doorvoeren. Er worden steeds vaker toeslagen op korte vliegroutes gelegd en treinreizen worden gepromoot. Ook Nederland houdt zich bezig met deze ontwikkelingen, enkele partijen zetten zich sterk in voor het verminderen van vliegreizen (Flo, 2021).

SCENARIO'S

Om advies te kunnen geven wordt er gekeken naar verschillende assen om daarmee een scenario te kunnen schetsen. Aan de hand van trends en ontwikkelingen worden deze ingevuld om context te kunnen geven aan mogelijkheden voor de toekomst.

Assen

Vanuit de verschillende clusters en de DESTEP-analyse zijn extremen van twee assen bepaald om zo vier verschillende scenario's te kunnen creëren. Deze assen zijn compleet tegenovergestelde van elkaar, de ene is negatief en de ander positief. Doordat deze elkaar kruizen kunnen extreme toekomstscenario's worden geschetst.

Tourism footprint

Het eerste as staat voor de uitstoot van CO_2, hierbij is het ene uiterste een CO_2-positieve reis waarbij juist iets gedaan wordt tegen het broeikaseffect. Het andere uiterste is een CO_2-negatieve reis, een soort doemscenario waarbij in de toekomst het klimaat zwaar belast wordt door reizen. De keuze van deze uiterste komt doordat er zich veel afspeelt rondom het klimaat, er worden restricties opgelegd vanuit de overheid en mensen willen graag uit zichzelf een verschil maken. Dit gaat grote gevolgen hebben voor de reissector, negatief door verboden worden van aspecten van de huidige manier van reizen maar dit brengt ook veel positieve mogelijkheden en kansen met zich mee.

CO_2-positief

CO_2-negatief

Humanising

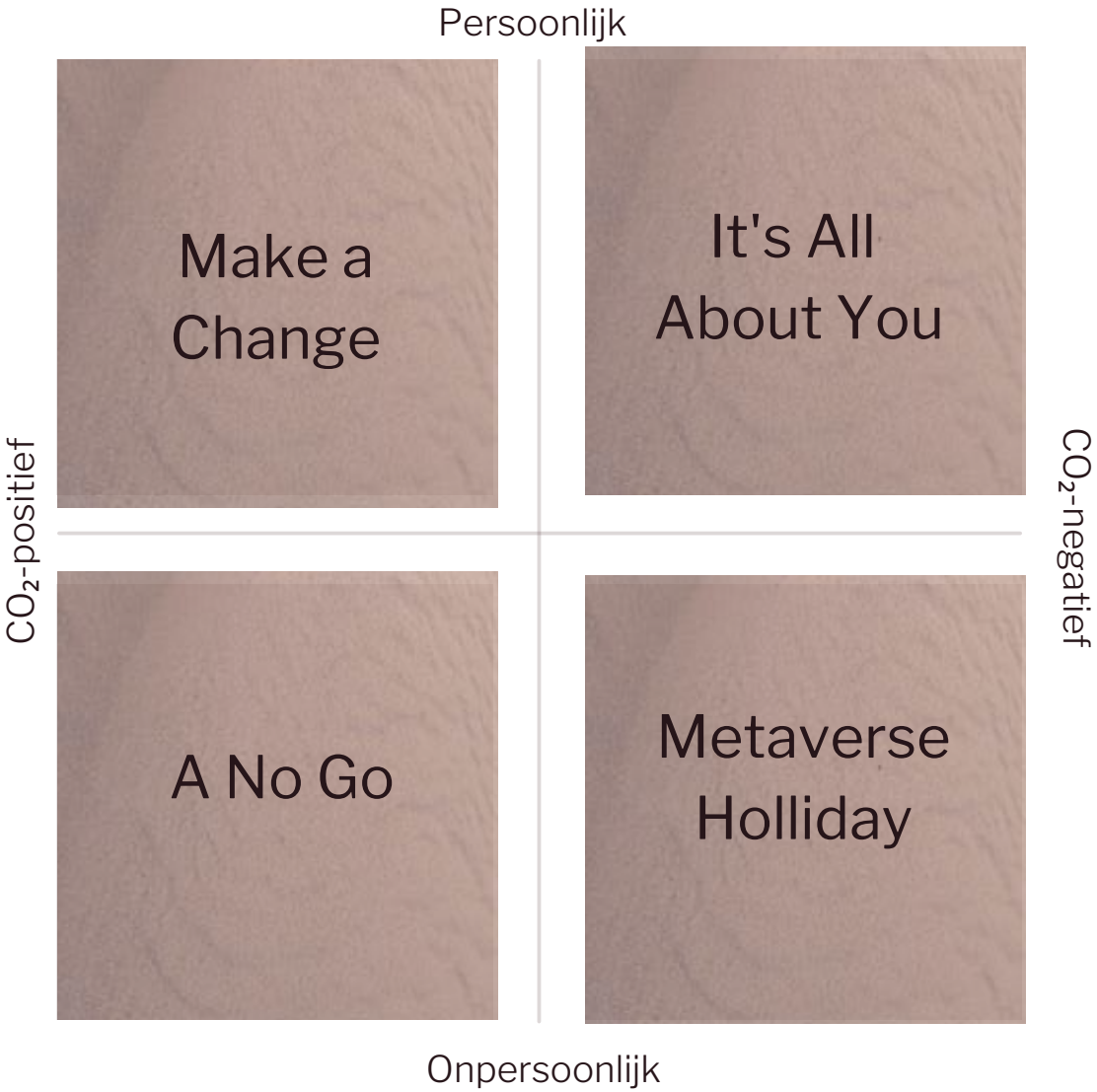
De verticale as staat voor de manier hoe persoonlijk de wereld ingericht is, in bijvoorbeeld de manier van omgang of communiceren. Het positieve uiterste is persoonlijk, hierbij wordt alles menselijker en is er veel aandacht voor de individu. Het ander negatieve uiterste is onpersoonlijk, hierbij is alles juist minder gehumaniseerd en wordt de mens meer als een nummer beschouwd. Deze as is bepaald doordat er veel technologische verschuivingen plaatsvinden die doorgevoerd worden naar het dagelijkse leven. Buiten het technologische aspect vinden er veranderingen plaats in de manier hoe mensen met elkaar omgaan. Ook bij deze scenario's ontstaan er onzekerheden en kansen voor de reissector waarop ingespeeld kan worden in de toekomst.

Persoonlijk

Onpersoonlijk

Scenario's

De kruisende assen laten een bepaalde wereld zien, ook wel de vier verschillende scenario's. Middels storytelling wordt de vakantie van een fictief persoon, 'Tessa', over 25 jaar uitgelegd. Tessa maakt hierbij extreme schetsen mee van de toekomst van vakanties.



Tessa

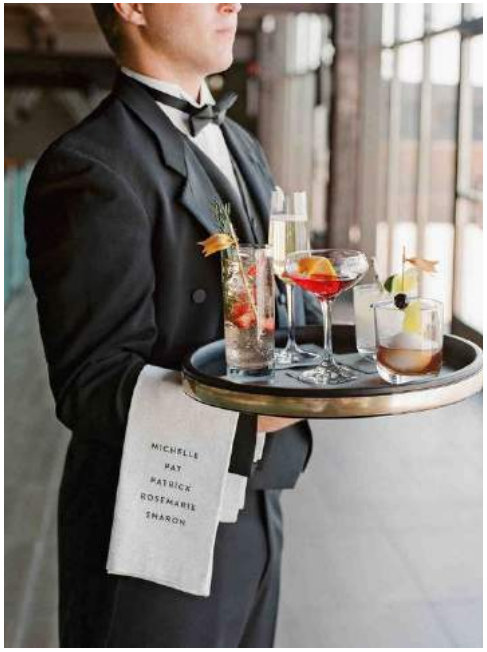
Tessa is een 28 jarige vrouw die graag veel op reis gaat, ze wil het liefst alle landen van de wereld gezien hebben. Daarom woont ze in een kleine huurwoning in het centrum van Utrecht en heeft zij een flexibele baan waar ze veel online kan werken. Energiek, geïnteresseerd en enthousiast zijn eigenschappen die haar vrienden bij haar vinden passen. Tessa kan zich aanpassen aan situaties en staat open voor veel avonturen.

Make A Change: CO_2-positief - Persoonlijk

Tessa heeft besloten dat het weer eens tijd is voor een grote reis, ze heeft immers genoeg energie opgewekt volgens de nieuwe regels van de overheid om verschillende vervoersmiddelen te nemen. Deze keer wil ze een reis maken naar een nieuw land, namelijk Kenia. Ze heeft al veel gereisd in 2047 daarom wil ze geen milieubelastende reis maken en moet ze juist energie op gaan wekken. Haar reis moet dus CO_2-positief zijn en ze wil de locals leren kennen en hen helpen voor een unieke ervaring. Daarom gaat zij naar een onlinereisbureau waarbij er speciaal voor haar een duurzame vakantie wordt uitgestippeld. Het reisbureau heeft voor haar een ontwikkelingsproject gevonden in Kenia waarmee ze Tessa persoonlijk hebben gematcht zodat ze een week mee kan werken.

De eerste dag van haar vakantie begint al in Utrecht, waar zij met de Hyperloop naar Afrika reist om vervolgens per elektrische trein en bus in Kenia beland. Eenmaal aangekomen is ze bij haar complex, dit is een plek waar ze met verschillende reizigers gezamenlijk woont. Het wordt gerund door het dorp waardoor er veel banen zijn ontstaan. Na een dag acclimatiseren trekt ze haar werkkleding aan en gaat ze een week vrijwilligerswerk verrichten door mee te doen aan het project van Justdiggit om zo een steentje bij te dragen het dorp. 's Avonds wordt gezamenlijk gegeten in het lokale restaurant of wordt gekookt met streekproducten. Zo leert ze het land en haar mensen kennen maar heeft zij ook een unieke ervaring.

Na een week werken gaat Tessa nog andere delen van Kenia verkennen. Met de gids nemen zij de fiets, boot en bewandelen zij delen van het land die anders nauwelijks te bereiken zijn. Met elk vervoersmiddel en met andere activiteiten wekt zij energie op dat ze kan inruilen voor haar terugreis en het dorp. 50 kilometer fietsen wekt bijvoorbeeld de energiekosten van een week op. Omdat Tessa's vakantiedagen op zijn heeft zij besloten om haar laptop mee te nemen en een paar dagen online te werken. Na een maand heeft ze genoeg gespaard om de Hyperloop terug te nemen naar Utrecht.



It's All About You: CO_2-Negatief – Persoonlijk

Na een druk jaar bij haar leuke, nieuwe baan heeft Tessa weer zin in veel herinneringen maken op vakantie. Eventjes twee weken er tussenuit om nieuwe momenten in haar eentje te beleven. Waar precies heen maakt haar niet uit, of ze nu ver moet reizen of niet, zij wil een unieke reis. Omdat Tessa een speciale reis wil, vraagt ze om de expertise van een reisbureau. Ze laat hen een complete reis uitstippelen zodat ze nergens over na hoeft te denken. Als de dag van haar vakantie is aangebroken hoeft ze alleen maar de route op haar telefoon te volgen naar de juiste gate en in het vliegtuig te stappen naar Bali. Hier staat een persoonlijke gids haar op te wachten die haar de gehele vakantie begeleid met zijn taxi.

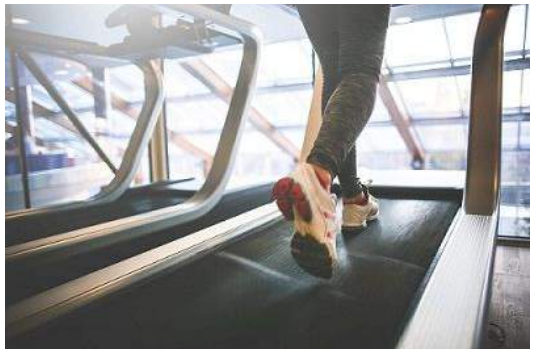
Delen hoeft Tessa niet, het is haar vakantie en die moet verlopen zoals zij dat wil. Een excursie gezamenlijk doen of een taxi delen wil ze niet. Het land en haar mensen leren kennen hoeft ook niet per se, alleen als dit voor haar vermaak goed is. Ondanks dat Tessa veel eist, mag het allemaal niet veel kosten. Waardoor een vakantie zo goedkoop is, daar denkt ze niet over na. Ze houdt zich meer bezig met de gave activiteiten, de mooie stranden en het lekkere eten. De armoede in Bali boeit haar niet en ze vindt dit dan ook niet haar verantwoordelijkheid. ''Dan moeten ze maar meer werken'' denkt Tessa, ''ze kunnen bijvoorbeeld ook als mijn persoonlijke hulpjes komen werken, scheelt mij moeite en ben ik weer geëntertaind''.

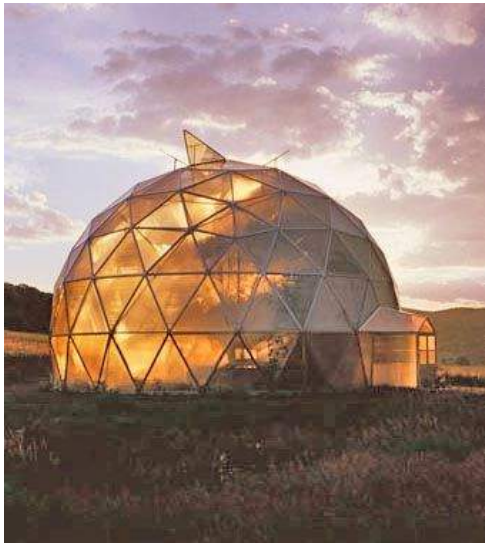
Helaas is het weer tijd om naar huis te gaan, Tessa heeft super genoten van haar unieke vakantie en wil dit dan ook met iedereen delen. Gelukkig heeft ze veel foto's en video's gemaakt van de speciale accommodaties, verborgen plekken en het onbekende eten. In het vliegtuig naar huis zoekt ze alvast uit wat ze als eerste gaat posten.

A No Go: CO_2-Positief - Onpersoonlijk

Omdat Tessa al veel reizen heeft gemaakt, zijn haar reispunten op en heeft zij niet meer de mogelijkheid om de Hyperloop of elektrische vliegtuig te nemen. Deze punten zijn online te sparen door activiteiten uit te voeren die CO_2-uitstoot tegengaan. Ze vindt het ook wel prima dat ze niet meer op vakantie kan, een vakantie overslaan voor het milieu is zo erg nog niet. Toch kriebelt het idee om lekker op vakantie te gaan om zo eventjes van alle mensen te ontsnappen. Daarom zet ze haar Virtual Reality bril op om sneakpreviews te kunnen kijken van verschillende vakantiebestemmingen. Na een paar opties komt ze zelf uit op een eiland waar ze weinig mensen hoeft tegen te komen. Nadat ze de beschikbaarheid heeft bekeken, heeft ze gekozen voor 3 dagen voor € 250,-. Dit geld wordt besteed aan de echte bewoners van het eiland zodat zij dit in projecten kunnen steken die de uitstoot van CO_2 tegen gaan.

Toch moet zij energie opwekken, je wordt namelijk gestraft door de overheid als je CO_2-neutraal bent, laat staan CO_2-negatief. De overheid ziet iedereen namelijk toch als nummertje en kan harde straffen uitdelen want ze zijn toch niet empathisch. Daarom is ze afgelopen tijd bezig geweest met activiteiten zoals lopen op een loopband en fietsen om zo energie op te wekken. Eenmaal op online bestemming geniet Tessa van de rust die ze heeft en waant zij zich heerlijk aan het strand onder de zon. Rustig leest zij een boekje en om de paar uur gaat ze even terug naar de realiteit waarbij ze eventjes eet en andere dagelijkse taken uitvoert. Hoe realistisch de vakantie ook lijkt, Tessa neemt er mee genoegen dat het geen echte is. Ze kan zich immers even goed afsluiten van haar werk en maakt alsnog fijne herinneringen. Na drie dagen is ze weer helemaal opgeladen en stapt weer volledig terug in de realiteit zonder extra CO_2 te hebben uitgestoten.





Metaverse Holiday: CO_2 Negatief – Onpersoonlijk

Het is weer zomer dus Tessa moet op vakantie, dat is immers wat iedereen doet. Ze wil in de Metaverse wereld ook kunnen laten zien dat zij op reis is geweest en haar socials zijn al erg lang niet geüpdatet. Bij andere mensen heeft zij gezien dat er weer een groot land in Roemenië is ontbost voor een mega vakantiedome, een plek waar een subtropisch vakantieoord is nagemaakt. Zelf zoekt zij hier informatie over en kijkt wanneer zij het voordeligst hier naartoe kan gaan. Ze gaat namelijk niet veel betalen, iemand anders betaald maar de prijs voor haar goedkope vakantie. Dat er weer een groot stuk land is ontbost laat haar ook koud, zij wil namelijk even ontspannen en kan niet achterlopen.

Per vliegtuig reist ze naar Roemenië, direct door naar de dome waar zij een eigen huisje krijgt. Zodra ze haar VR lenzen en oortjes in doet stapt ze de Metaverse wereld in en merkt ze niet meer dat ze de ‘zee’ moet delen met andere vakantiegangers. Liggend op haar bedje besteld zij cocktails en hapjes, even later gaat ze zwemmen en wanneer ze terugkomt staat het volgende maal al op tafel. Natuurlijk gaat het bij een vakantie ook om herinneringen maken daarom gaat ze online bungeejumpen en beklimt ze nog een berg. De dome is zo ingericht dat er soms een briesje komt en de temperaturen verschillen, zo lang het maar aansluit wat iedereen ziet. Ze is nu al een paar dagen op vakantie dus het wordt tijd om content te maken voor haar socials, gelukkig is er overal de mogelijkheid om foto’s en video’s te schieten.

Na twee weken van op haar wenken bediend te zijn, veel content gecreëerd en veel momenten hebben gemaakt is het tijd om weer naar huis te gaan. Haar licentie loopt af dus de VR lenzen en oortjes kunnen uit. Tessa hoeft de rest van Roemenië niet meer te zien en wil zo snel mogelijk weer naar het vliegveld om gauw naar Utrecht te vliegen. Dan beseft ze weer hoe fijn het is dat voortaan elke stad een vliegveld heeft en dat taxi’s altijd klaarstaan in Nederland.

ADVIES

In dit laatste hoofdstuk wordt het advies beschreven wat voortkomt uit de hoofdvraag van dit onderzoek. Vanuit de scenario's worden op korte en lange termijnadviezen geschreven om zo te kunnen voorbereiden op een eventuele toekomst. Dit zodat een bedrijf flexibeler kan zijn met veranderingen en hierop juist kunnen inspelen.

Strategie

Om tot de scenario's te komen, zijn kort strategieën beschreven bij elk kwadrant die Never Stop Travelling kan inzetten. Ook bij onwenselijke scenario's is dit beschreven om zo duidelijker aan te kunnen geven welke scenario's wel wenselijk zijn in de toekomst van de reisbranche.

Beantwoording hoofdvraag

Het onderzoek komt voort uit de hoofdvraag 'Hoe wordt in 2047 gereisd?'. Door middel van het onderzoek dat tot de scenario's heeft geleid, kan hier een verwachting bij worden gemaakt. De reizen van 2047 kunnen namelijk meerdere kanten ingaan, namelijk een doemscenario waar niet meer gereisd wordt door restricties vanuit de overheid omdat reizen te belastend is voor het klimaat en daarom niet meer mogen. Of dat mensen door technologische mogelijkheden niet eens meer gaan maar thuis in een metaverse wereld door middel van virtual reality op reis gaan.
Het kan juist ook een andere positieve kant ingaan waarbij wordt gekeken naar de mogelijkheden om klimaatbewust te kunnen reizen en hier oplossingen voor zijn bedacht. Mogelijk wil de mens juist meer hulp bij het boeken van reizen en het contact leggen met het land van bestemming, het volk en de natuur wat leidt tot speciale en unieke reizen.

Korte termijn advies

Als de behoeften van mensen blijft stijgen om duurzame reizen te maken, is het aan te raden om hierop in te spelen. Dit kan Never Stop Travelling doen door reizen samen te stellen waarbij meer duidelijkheid wordt gecreëerd voor de reizigers. Het grote onlineaanbod kan namelijk voor veel onduidelijkheid zorgen waardoor reizigers niet weten waar ze moeten beginnen met het plannen van een reis. Juist omdat de vraag naar persoonlijke hulp toeneemt heeft Never Stop Travelling hier veel kansen. Zo kunnen duurzame vakanties zoals 'Slow Travel' reizen worden samengesteld waarbij Never Stop Travelling al bedrijven heeft gevonden die elektrische vervoersmiddelen aanbieden of duurzame accommodaties. Routes met de trein of die gemakkelijk te reizen zijn met een elektrische auto kunnen hierbij al zijn uitgestippeld zodat het ook een unieke ervaring is.

Niet iedereen heeft de behoefte om duurzame reizen te maken maar mensen hebben wel steeds meer de behoefte om een unieke reis te maken die op hen is afgesteld in plaats van een massareis. Het is belangrijk dat Never Stop Travelling zich voorbereidt op het feit dat mensen geen 'standaard' reis meer willen gaan maken maar een reis die niemand eerder heeft gedaan. Dit wordt bijvoorbeeld door sociale media en het onlineaanbod steeds lastiger, een kans is dan ook voor Never Stop Travelling om deze mensen te helpen met de ervaring om mensen met reizen zich te kunnen laten onderscheiden. Door de persoonlijke hulp die ze kunnen bieden en connecties met lokale partijen, kan Never Stop Travelling mensen laten reizen naar unieke en onontdekte plekken met speciale activiteiten. Met deze lokale partijen kan ook worden ingespeeld op de behoeften naar persoonlijkheid, reizigers kunnen hierdoor meer binding krijgen met een land en haar mensen.

Lange termijn advies

Never Stop Travelling kan zich op langer termijn voorbereiden op het feit dat er steeds meer restricties gelegd gaan worden op vliegreizen vanwege de uitstoot van CO_2. Reizen zoals mensen dat nu gewend zijn zal lastiger worden, het is hierbij dan ook aan te raden om te kijken naar de mogelijkheden voor alternatieven op bijvoorbeeld de luchtvaart zoals de Hyperloop of elektrische vliegtuigen. Ook kan er rekening gehouden worden met het combineren van reizen en werken. Waar mensen nu op reis of vakantie gaan, kan het leven tegen die tijd een grote reis zijn waarbij mensen over de hele wereld werken zodat er geen korte vluchten gemaakt hoeven worden.

Er zullen in de komende jaren natuurlijk veel technische mogelijkheden worden ontwikkeld, ook voor de reissector. Het is verstandig om rekening te houden met de kansen en bedreigingen die artificial intelligence zal bieden, bijvoorbeeld door middel van virtual reality en metaverse. Natuurlijk is de wereld 'huge' maar een bedreiging zou kunnen zijn dat unieke plekken eerder worden ontdekt en niet zo verborgen meer zijn. Ook zou het kunnen dat mensen steeds meer op metaverse vakantie gaan of dat zij naar een 'VR dome' zouden gaan. Maar het is ook belangrijk om voor te bereiden om de kansen die deze technologie biedt zoals de mogelijkheid dat mensen thuis al kunnen kijken naar bestemmingen. Waar nu vaak bestemmingen worden bekeken aan de hand van afbeeldingen en video's, kunnen tegen die tijd mensen 'live' een sneakpreview van de reis zien. Zo kan een Never Stop Travelling toch haar expertise in zetten om een reiziger aan een reis te koppelen.

BIBLIOGRAFIE

Anita Boon. (2020, juli 23). 10 reistrends in post-coronatijd: zo ziet het nieuwe reizen eruit. Opgeroepen op januari 12, 2022, van Skyscanner: https://www.skyscanner.nl/nieuws/inspiratie/10-reistrends-in-post-coronatijd

Anne-Christien Vrieling. (2021, februari 10). Vliegen & treinen: Is CO2-neutraal reizen mogelijk? Opgeroepen op januari 11, 2022, van Nederland CO2-neutraal: https://nlco2neutraal.nl/co2-neutraal-reizen/

Annemarie. (2021, december 27). Digital Nomad worden? De beste tips voor locatie=onaghankelijk werken en leven! Opgeroepen op januari 12, 2022, van Ik wil meer reizen: https://ikwilmeerreizen.nl/reistips/digital-nomads-tips/

Beekhoff, C. v. (2020). Megatrends 2020-2050. Opgeroepen op januari 12, 2022, van C-marketingstrategie: http://www.c-marketingstrategie.nl/megatrends.html

Bregje Kop. (2021, augustus 8). Carolien Edam: 'Boeken bij een reisbureau heeft nu méér toegevoegde waarde dan ooit'. Opgeroepen op januari 12, 2022, van Internetbode: https://www.internetbode.nl/regio/etten-leur/342217/carolien-edam-boeken-bij-een-reisbureau-heeft-nu-meer-toegevoeg

Duursma, J. (2021). Wat is de Metaverse? Opgeroepen op januari 12, 2022, van Jarno Duursma: https://jarnoduursma.nl/blog/wat-is-metaverse/

Fire, G. (Producent), Tess Milne, T. D. (Auteur), & Tess Milne, T. D. (Regisseur). (2021). Slow Travel [Film]. Nederland. Opgeroepen op januari 11, 2022, van https://cinetree.nl/korte-films/slow-travel?fbclid=IwAR39w-y9QsfImEVUoItdfqd1KKjAxxrYqtXLyVmmgJUVt0-z3ILI4_WTtx4

Flo. (2021, augustus 18). Korte vluchten in de ban. Opgeroepen op januari 12, 2022, van Voor de wereld van morgen: https://www.voordewereldvanmorgen.nl/artikelen/korte-vluchten-in-de-ban

Herman Stil. (2021, oktober 21). Vliegtickets fors duurder door tariefexplosie Schiphol. Opgeroepen op januari 13, 2022, van Algemeen Dagblad: https://www.ad.nl/binnenland/vliegtickets-fors-duurder-door-tariefexplosie-schiphol~aa98eb69/

Laurens. (2021, februari 3). Top 5 reistrends voor vakanties in 2021. Opgeroepen op januari 11, 2022, van Cheaptickets: https://www.cheaptickets.nl/blog/reistrends-2021

Limited, T. B. (Regisseur). (2018). Hyperloop Explained [Film]. Opgeroepen op januari 11, 2022, van https://www.youtube.com/watch?v=zcikLQZI5wQ

Lokhoff, J. (2021, november 3). Als avatar naar metaverse op vakantie. Opgeroepen op januari 12, 2022, van Lokhoff: https://www.lokhoff.nl/blog/als-avatar-naar-metaverse-op-vakantie/

BIBLIOGRAFIE

Mitch Eelants. (2017, november 14). Adoptiemodel Rogers. Opgeroepen op november 30, 2021, van Strategisch Marketingplan: https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmodellen/adoptiemodel-van-rogers/

Nicola Donovan. (2021, april 15). Nieuw onderzoek laat zien dat mensen graag duurzamer willen reizen. Opgeroepen op januari 11, 2022, van Booking.com Partner Hub: https://partner.booking.com/nl/click-magazine/nieuw-onderzoek-laat-zien-dat-mensen-graag-duurzamer-willen-reizen

reis, 3. o. (Producent), & reis, 3. o. (Regisseur). (2021). CO2-compensatie [Film]. Kenia. Opgeroepen op januari 11, 2022, van https://www.npo3.nl/3-op-reis-specials/29-08-2021/BV_101405522

reis, 3. o. (Producent), & Zegers, C. (Regisseur). (2021, juli 11). Slow Travel [Film]. Rwanda. Opgeroepen op januari 11, 2022, van BNN Vara: https://www.bnnvara.nl/3opreis/videos/566084

Rijksoverheid. (z.d.). Klimaatverandering. Opgeroepen op januari 11, 2022, van Rijksoverheid: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/klimaatverandering

Sofie Fest. (z.d.). Reiziger wil maatwerk, regie en persoonlijke benadering. Opgeroepen op januari 12, 2022, van Meeting Magazine: https://www.meetingmagazine.nl/lees-meer/artikel/5031/reiziger-wil-maatwerk-regie-en-persoonlijke-benadering

Strange, G. (z.d.). Volunteer Abroad Alliance: vrijwilligerswerk. Opgeroepen op januari 12, 2022, van Go Strange: https://www.gostrange.be/organisatie/volunteer-abroad-alliance-vrijwilligerswerk

Strange, G. (z.d.). Voluntoerisme vs. duurzaam vrijwilligerswerk: wat is het verschil? Opgeroepen op januari 12, 2022, van Go Strange: https://www.gostrange.be/praktische-tips/duurzaamheid/voluntoerisme-vs-duurzaam-vrijwilligerswerk-wat-het-verschil

Travelling, N. S. (2019). Over ons. Opgeroepen op november 30, 2021, van Never Stop Travelling: https://neverstoptravelling.eu/over-ons/

Verhage, B. (2018). Grondslagen van de marketing. Utrecht, Utrecht, Nederland: Noordhoff Uitgevers Groningen. Opgeroepen op januari 12, 2022

Yara Dragt. (2020, januari 31). Duurzaam reizen: "Reis niet minder, maar reis bewust". Opgeroepen op januari 11, 2022, van National Geographic: https://www.nationalgeographic.nl/reizen/2020/01/duurzaam-reizen-reis-niet-minder-maar-reis-bewust