

De impact van vakanties op het welzijn van vakantiegangers



Ondrej Mitas (NHTV)
Deborah Kerstetter (PSU)
Herman Lier (NHTV)
Peter Beulink (NHTV)
Herman Mensink (NHTV)
Claudia Erdkamp (NHTV)
Mary Stansfield (PSU)

Rapportage door
Penn State University en
NHTV Breda University of
Applied Sciences ten behoeve van
Reiswerk Opleidingen

“Vakantie is goed voor je”; wie kent deze uitdrukking niet? Zowel de vakantiegangers als de professionals uit de reisindustrie gaan uit van het feit dat vakanties een positieve invloed uitoefenen op het welzijn van mensen.

Het effect van vakantie op welzijn trekt ook in toenemende mate de aandacht van onderzoekers en heeft ertoe geleid dat er in het verleden diverse studies en onderzoeken op dit gebied zijn gedaan. Nog nooit is er echter een compleet onderzoek gedaan naar de duur van de effecten van vakantie op het welzijn van mensen.

Een team bestaande uit onderzoekers van NHTV Breda University of Applied Sciences (Nederland) en Penn State University (VS) heeft - in samenwerking met Reiswerk - een studie verricht naar het effect van vakanties op het welzijn van mensen. Hierbij is onderzocht wat de verwachtingen van toeristen vooraf zijn, welk welzijnseffect zij direct na de vakantie ervaren en welke positieve effecten er een maand na de vakantie nog resterend zijn. Een centraal element in dit onderzoek bestond uit een serie van drie interviews die persoonlijk met iedere deelnemer werden gehouden en waarbij de impact op het welzijn het leidende thema was.

Uit het onderzoek is overduidelijk gebleken dat vakanties een substantiële, complexe bijdrage leveren aan het welzijn van mensen, zowel op fysiek als mentaal gebied en zowel vóór, tijdens als na de vakanties.

In een tijd waarin we dagelijks ervaren dat het leven (werk) steeds stressvoller is geworden, heeft “het ontsnappen” en op vakantie gaan in toenemende mate een toegevoegde waarde in de levenskwaliteit van mensen.

Onderstaande vragen stonden centraal in het onderzoek om te definiëren welke facetten - ieder in een verschillende fase - een rol spelen in de beleving van de vakantie en het welzijn van de vakantieganger.

- Hoe reageren toeristen op gebeurtenissen die zij gepland hebben, waar ze op hopen, of die onverwacht plaatsvinden?
- Welke impact heeft het uitzoeken van een vakantiebestemming, accommodatie, programma en het “uitkijken naar” op het welzijn van mensen?
- Welke specifieke ervaringen worden tijdens vakanties door mensen als belangrijk, waardevol en soms als uniek ervaren?
- Welke herinneringen aan specifieke vakantiemomenten en ervaringen worden door mensen na terugkeer van de vakantie het meest gekoesterd en hoe lang blijven deze herinneringen “levend”?

Door actief om te gaan met deze vraagstelling en de bevindingen van het onderzoek kan de reisindustrie nieuwe strategieën ontwikkelen waarin het zo goed mogelijk kan inspelen op het welzijn van de vakantieganger en maximaal tegemoet kan komen aan de specifieke wensen en behoeften van de klanten.

De centrale vraag voor de reisindustrie is daarom: welke planning en voorbereiding garandeert de beste vakantiebeleving en hoe leidt dit tot een nog positievere vakantie-ervaring en welzijn van de vakantieganger?

Deze welzijneffecten zouden niet alleen door de reisbranche gepromoot moeten worden met als doel reizen, accommodaties en recreatieproducten te verkopen, maar ook moeten worden aangewend om het bestaan en de groei van vakantiereizen te rechtvaardigen en concreet in te spelen op de veranderende behoefte van de vakantiegangers.

Onze bevindingen leveren verrassende resultaten en interessante mogelijkheden op voor toekomstig onderzoek. In het bijzonder zou het waardevol zijn om te begrijpen hoe planning en besluitvorming leiden tot positieve processen vóór, tijdens en na de vakantie.

Met onderzoek gebaseerd op deze vragen, zullen we voortbouwen op de interessante resultaten uit de huidige studie om de aangetoonde aanbevelingen voor de industrie en de samenleving verder uit te breiden.

Waarom vakantie-ervaringen bestuderen

Vakantie-ervaringen zijn enorm belangrijk in het leven van mensen. Individuen anticiperen op hun aankomende vakantie, sparen maanden om deze te betalen, en keren verfrist, blij en soms zelfs getransformeerd terug naar huis. Dus, vakanties spelen een fundamentele rol in menselijk welzijn en uiteindelijk in de gezondheid van de samenleving als geheel. In dit rapport presenteren we de bevindingen van een studie die werd uitgevoerd door een team bestaande uit onderzoekers van NHTV Breda University of Applied Sciences (Nederland) en Pennsylvania State University (VS). Het onderzoek verklaart hoe vakantie-ervaringen een unieke set van positieve welzijnseffecten opleveren voor reizigers. De samenwerking tussen de twee instellingen ondersteunt de toepassing van deskundigheid op het gebied van wetenschappelijk onderzoek (PSU) en de specifieke expertise op het gebied van de actuele ontwikkelingen in de reisindustrie (NHTV).

Het onderzoeksproject werd uitgevoerd onder auspiciën van en in samenwerking met Reiswerk. Reiswerk heeft een belangrijke rol gespeeld bij de werving van de personen die hebben deelgenomen aan dit project en heeft de NHTV-onderzoekers toegang gegeven tot 20 volwassen toeristen (in de leeftijd tussen de 45 en 60 jaar) die bereid waren gesprekken te voeren en gevoelens op papier te zetten voordat zij op vakantie gingen en nadat zij terug waren van die vakantie. De gepresenteerde resultaten in dit rapport zijn gebaseerd op de ervaringen van deze 20 personen.



Wat weten we al op het gebied van vakanties en welzijn?

Het effect dat vakantie heeft op persoonswelzijn heeft in toenemende mate de aandacht getrokken van onderzoekers¹. Daarnaast bevestigen andere onderzoeksprojecten dat vakanties een burn-out verlichten², de risico's op hart-en vaatziekten en diabetes verkleinen³, geluk vergroten⁴ en bijdragen aan de tevredenheid van het leven⁵. Deze bevindingen zijn echter verre van compleet. Het is onduidelijk hoe lang de gemeten effecten van vakantie duren. Daar waar anderen wijzen op de mentale en emotionele gevolgen die snel verdwijnen als de vakantie voorbij is⁶, tonen de onderzoeken van bijvoorbeeld Eaker, Pinsky & Castelli, 1992, langdurige effecten aan. Enkele onderzoeken rapporteren helemaal geen effect. Omdat studies zijn uitgevoerd onder verschillende leeftijdsgroepen en/of reizigers van verschillende nationaliteiten, is het moeilijk om deze te vergelijken of de bevindingen te generaliseren over verschillende groepen. Kortom, bestaande onderzoeken naar de welzijnseffecten van vakantie zijn onvoldoende en niet consistent.

De inconsistentie is gedeeltelijk te wijten aan beperkte metingen van welzijn. Bestaande onderzoeken maken doorgaans gebruik van een enkele constructie om op kwantitatieve wijze (bijvoorbeeld d.m.v. een score op een schaal) het welzijn te meten, zoals de tevredenheid over het leven of levensgeluk. Ze leggen echter niet vast hoe ingewikkeld het individuele welzijn - met inbegrip van lichamelijke en geestelijke gezondheid, tevredenheid over het leven, positieve en negatieve emoties - echt is. Verder is het onvoldoende om personen slechts te vragen om hun welzijn te beoordelen via een vragenlijst, omdat de specifieke formulering van de vragen (bijvoorbeeld: Hoe waardeert u de kwaliteit van uw leven?) niet kan aangeven hoe die persoon denkt en praat over zijn of haar welzijn. Om daadwerkelijk de gevolgen van een vakantie op het welzijn te begrijpen is het noodzakelijk om -naast het invullen van vragenlijsten- diepgaande gesprekken met de deelnemers te houden, zowel vóór als ná hun vakantie.

1 Sonmez & Apostolopoulos, 2009

2 Westman & Etizon, 2002

3 Strauss - Blasche et al., 2004

4 Nawijn, 2009

5 Gilbert & Abdullah, 2002

6 De Bloom et al., 2010

Er is onderzoek gedaan onder 20 Nederlandse volwassenen om de bestaande kennis over de wijze waarop vakanties bijdragen aan het welzijn uit te bouwen en uit te breiden. De 20 deelnemers werden geselecteerd door touroperators met een ANVR-lidmaatschap met behulp van twee criteria: (a) leeftijd van 45 jaar of ouder en (b) een geboekte vakantiereis in augustus of september 2010. Met iedere deelnemer aan het onderzoek zijn drie interviews gehouden: één interview vlak voor de vakantie, één vlak na de vakantie, en één een maand na de vakantie. In elk van deze afspraken werd niet alleen gevraagd naar de antwoorden op een aantal vastgelegde welzijnsschalen (kwantitatief), maar zijn de personen ook in detail geïnterviewd over hun vakantie, reisgedrag en ervaringen. Voor een studie met een dergelijke langdurige, diepgaande betrokkenheid van de deelnemers, is een steekproef van 20 voldoende⁷. Onze studie heeft ook voldaan aan het criterium van theoretische verzadiging⁸; bij nadering van onze 20e (en laatste) respondent in elke ronde van de gegevensverzameling, kregen we geen nieuwe ideeën of informatie (dit wil zeggen, niet genoemd door eerdere deelnemers).

Interviews werden semigestructureerd uitgevoerd volgens een schema van open vragen over verwacht reisgedrag (vóór de vakantie) en daadwerkelijk reisgedrag (ná de vakantie) en specifieke ervaringen (tijdens de vakantie). Bij het uitvoeren van de interviews is afgeweken van de onderwerpen en is - waar nodig- verder doorgevraagd om de deelnemers aan te moedigen om hun ervaringen in detail te beschrijven en hun gevoelens te delen. De interviews zijn digitaal opgenomen en daarna integraal uitgeschreven. Een aantal interviews is in het Engels vertaald zodat collega's bij Penn State University de analyse konden controleren en verifiëren.

Met behulp van een inductieve codering⁹ (codering vanuit interviews, dit in tegenstelling tot deductieve codering die gebaseerd is op specifieke onderzoeksvragen¹⁰) zijn de uitgeschreven interviews geanalyseerd om te komen tot thema's. Dit proces bestaat uit drie stappen: open codering, gerichte codering en theoretische synthese. Open codering vereist het in detail lezen van de uitgeschreven interviews om zo de meest relevante informatie te isoleren; de gevoelens van de deelnemers over hun reis, veranderingen die zij hebben opgemerkt in hun welzijn of ervaringen die tijdens de vakantie

7 Henderson, 2007

8 Creswell, 2007

9 Braun & Clarke, 2005

10 Charmaz, 2006

bijzonder veel indruk hebben gemaakt. In deze fase is prioriteit gegeven aan de eigen woorden van de deelnemers. In de gerichte coderingsfase zijn vervolgens de citaten en ideeën van de open codering gegroepeerd in meest relevante en zinvolle thema's. Deze analyses vonden plaats om de patronen van vakantiegedrag- en ervaringen die relevant waren voor veel of alle deelnemers, aan te tonen. Tenslotte zijn er, teneinde een theoretische synthese van deze thema's te maken, citaten verzameld die elk thema uit de uitgeschreven interviews illustreren. Tevens is er een schema gemaakt om inzichtelijk te krijgen hoe de thema's betrekking hebben op de onderzoeksresultaten. In dit stadium zijn de bevindingen vergeleken met eerder uitgevoerd onderzoek (zoals eerder besproken in dit document) zodat deze konden worden geplaatst binnen de bestaande kennis over toerisme en welzijn.



Teneinde de betrouwbaarheid van de bevindingen te toetsen zijn tijdens de gegevensverzameling en bredere analyse verificatieprocedures uitgevoerd die zijn aanbevolen door Creswell (2007). Tijdens het verzamelen van gegevens zijn de waardevolle beschrijvingen en de ervaringen van de deelnemers verzameld door uitnodigende, open vragen te stellen, waarop vervolgens dieper werd ingegaan¹¹. Om de volledige omvang en diepgang van vakantiebeschrijvingen van de deelnemers vast te leggen, zijn de interviews met een recorder opgenomen en in detail uitgeschreven. Vervolgens zijn de interviews herhaaldelijk herlezen gedurende het opvolgende analyseproces. Daarnaast is gedurende het

hele proces uitgebreid gebruik gemaakt van “peer debriefing” (het delen van de bevindingen met de leden van het NHTV onderzoeksteam en met de collega's van Penn State University) zoals gesteld door Creswell (2007). Op basis van de feedback die werd ontvangen zijn de bevindingen aangepast en verduidelijkt.

11 Henderson, 2006

Het beleven van vakanties is fundamenteel voor het welzijn van de deelnemers aan het onderzoek. Vóór de vakantie genoten de deelnemers bijvoorbeeld van positieve gevoelens zoals het anticiperen op de vakantie en het te verwachten contrast met het dagelijkse leven. Onmiddellijk na hun vakantie, herinnerden de deelnemers zich de voordelen van de ondernomen activiteiten, de verbetering van de lichamelijke gezondheid, ontspanning, en nog veel meer. Een maand later waren deze voordelen overgegaan in waardevolle herinneringen, de planning van toekomstige vakanties, en het oppakken van de dagelijkse routine.

Vóór de vakantie

Vóór aanvang van hun vakantie beschreven de deelnemers vijf verschillende manieren waarop hun vakantie kon bijdragen -of reeds had bijgedragen- aan hun welzijn.

Uitkijken naar

Ten eerste gaven de deelnemers aan positieve verwachtingen te hebben ten aanzien van hun vakantie, zij uitten gevoelens van “uitkijken naar” de naderende vakantie en het voorbereiden op de vakantie door de vakantieselectie en het boeken.

Psychologische verwachtingen

Ten tweede lieten de deelnemers zich positief uit over de psychologische verwachtingen van hun reis; ze gaven aan uit te kijken naar contacten met de lokale bevolking, het “niets doen”, het “verblijf in de zon de hele dag” en de ontspanning, evenals het “iets doen”, zoals het bezoeken van bezienswaardigheden.

Fysieke verwachtingen

Ten derde lieten de deelnemers zich positief uit over de fysieke gevolgen voor hun gezondheid in relatie tot het verblijf in een warmer en zonniger klimaat. Eén deelnemer was bijvoorbeeld geadviseerd om naar Turkije te gaan, “omdat de temperatuur van het water goed is voor mijn spieren”, terwijl een andere uitkeek naar “minder problemen met mijn artritis” vanwege het warme klimaat.

Ontsnappen aan drukte en spanning

Een belangrijke vierde constatering was dat de deelnemers uitkeken naar het contrast met het dagelijkse leven, vooral in termen van ontsnapping aan de dagelijkse drukte en spanningen. Op vakantie kunnen ze “hun hoofd leegmaken”, “zich ontdoen van alle stress”, en “volledige ontspanning ervaren”. Tot slot spraken

de deelnemers enthousiast over onverwachte ervaringen zoals ongeplande of spontane activiteiten en ontmoetingen die hun vakantie zouden beïnvloeden en verbeteren. Eén deelnemer zei bijvoorbeeld: “we houden van het onverwachte; dingen die niet genoemd worden in de catalogus”.

Onmiddellijk na de vakantie

Onmiddellijk na hun vakantie noemden de deelnemers vijf positieve factoren die hebben bijgedragen aan hun welzijn.

Herinneringen

Ten eerste hadden ze positieve herinneringen aan hun vakantie die zij gebruikten om “te proberen het vakantiegevoel zo lang mogelijk vast te houden”. Sommige van deze herinneringen waren zeer algemeen (“Het was geweldig”, “We zijn helemaal tevreden”), andere herinneringen richtten zich op zeer specifieke hoogtepunten van de reis, zoals bijvoorbeeld “het spotten van de dolfijnen tijdens onze boottocht”, “mooie wandelingen langs het strand” en “eindeloos dobberen in de zee op een luchtbed”. Eén deelnemer had het over een begeleide fietstocht die “me altijd bij zal blijven”, terwijl een ander meldde: “Wat me het meest is bijgebleven, is dat scheepswrak op 26 meter [onderwater] ... Voor mij was die duik naar dat wrak echt geweldig!”. Herinneringen aan dit soort ervaringen, evenals algemene herinneringen aan het genieten van de vakantie, leiden tot positieve gevoelens van vreugde en tevredenheid, die lang kunnen duren, volgens sommige deelnemers “het hele jaar lang”.

Beleving

Ten tweede profiteerden de deelnemers van de warmte van zon en water tijdens hun vakantie. Ze genoten ervan op een plaats te zijn waar “als je omhoog kijkt, je altijd denkt: “het is weer helder weer”.” Voor mensen met gezondheidsproblemen was een warm of vochtig klimaat op vakantie bijzonder gunstig. Een vrouw die lijdt aan koude rillingen als neveneffect van haar medicatie gaf bijvoorbeeld aan: “wanneer de buitentemperatuur 37 graden is, kun je daar niet afkoelen. Voor mij is dat erg fijn”. De warmte verschaftte de deelnemers ook de mogelijkheid deel te nemen aan gezonde fysieke activiteiten zoals zwemmen, wandelen en hardlopen in een aangename omgeving.

Mentale ontspanning

Een derde positief effect van vakantie was het “fantastische, heerlijke gevoel” van ontspanning. Deelnemers gaven aan dat deze “staat van ontspanning” een gevoel van “niets doen” of van “niet veel doen” met zich meebracht. Ontspanning had ook betrekking op mentale processen zoals “ons hoofd leeg maken” en het

ontsnappen aan stressvolle banen of de thuissituatie. Eén deelnemer die leed aan werkstress had het “nodig om weg te komen van het werk”, en was “zo moe van mijn werk dat ik overwerkt was. Dus had ik een paar dagen van niets doen nodig, alleen maar acclimatiseren”. Volgens andere deelnemers was “het gevoel van geen zorgen, geen verplichtingen hebben, fantastisch”. Als gevolg van dit gevoel, hielp de vakantie-ervaring deelnemers onaangename aspecten van hun dagelijkse leven thuis te vergeten of naar de achtergrond te verplaatsen. Eén deelnemer zei bijvoorbeeld, “ik vergat -zonder bewust te proberen- al het gedoe in Nederland”, terwijl een ander zei “ik voelde me zo ontspannen dat ik alle nare dingen die vorig jaar gebeurd zijn, was vergeten”.



Sociale interactie

Ten vierde noemden de deelnemers een verscheidenheid aan positieve sociale interacties. Sommigen hebben groei in de relatie met hun familie en vrienden ervaren door “gewoon samen weg te zijn”, “elkaar plezier te zien hebben”, en door “het aangaan van betekenisvolle gesprekken”. Anderen profiteerden van interacties met “aardige en vriendelijke locals die je bijvoorbeeld gewoon uitnodigen om naast hen te komen zitten en je een drankje en eten geven”. Nog andere deelnemers “genoten zeer van de contacten met andere toeristen”, genoten ervan andere Nederlanders of “andere internationale gasten” te leren kennen op de bestemming.

Deze interacties hebben bijgedragen aan het plezier en aangename herinneringen aan de vakanties van de deelnemers. Contacten met de lokale bevolking leidden deze deelnemers ook vaak naar interessante plaatsen waar ze in staat waren om, bijvoorbeeld, te eten “van de traditionele gerechten”.

Zin in volgende vakantie

Ten slotte hebben veel deelnemers zich tijdens het reizen uitgeleefd met het plannen van hun volgende vakantie, met inbegrip van het overwegen van zowel bestemmingen als accommodaties. Slechts een paar dagen na terugkeer verklaarde een deelnemer trots, “hebben we onze volgende vakantie al geboekt”. Veel deelnemers gaven aan uit te kijken naar het plannen van de vakantie voor het volgende jaar: “Na thuiskomst heb ik al het formulier ingevuld om de nieuwe brochure voor komend jaar te ontvangen” en “Volgend jaar zullen we opnieuw naar de Algarve gaan, het was fantastisch”. Voor sommige deelnemers was de planning van de volgende vakantie ook een gelegenheid om op basis van hun opgedane ervaringen verbeteringen door te voeren zoals bijvoorbeeld, “een verblijf in het dorp in plaats van in een resort”, of door een andere bestemming te proberen: “We zullen zeker terugkeren naar Griekenland, maar op dit moment zijn we uit aan het zoeken of het mogelijk is om naar Bali gaan”. In zekere zin verhoogden deze planningsactiviteiten voor een volgende reis het vakantiegenot. Daarnaast kozen sommige deelnemers ervoor om de mogelijkheden te verkennen om voor langere tijd of zelfs permanent naar hun favoriete bestemming terug te keren.

Een maand na de vakantie

Een maand na thuiskomst, blijft de vakantie op meerdere manieren bijdragen tot het welzijn van de deelnemers.

Blijvende herinneringen

Ten eerste bleven de deelnemers aanhoudend genieten van positieve vakantieherinneringen en deelden deze met familie en vrienden. Zoals ook in reacties die werden opgetekend onmiddellijk na de vakantie, hadden sommige deelnemers een maand na de vakantie zeer algemene herinneringen aan een “super, super, super” of “fantastische” vakantie. Eén deelnemer verwoordde het algemeen belang van de herinnering aan de vakantie als volgt:

“Gezien onze situatie, is de beste herinnering ‘het feit dat’. Dat is de beste herinnering... Gewoon het feit dat we in staat waren om samen op vakantie te gaan. Dat is het allerbelangrijkste. En toevallig was het een vakantie naar Chios. Het had net zo goed Lathum kunnen zijn, aan de andere kant van de IJssel”.

Andere deelnemers genieten nog steeds van herinneringen aan specifieke zintuiglijke details of ervaringen zoals bezienswaardigheden, kennissen, en de genoten goede service. Eén maand na de vakantie werd het delen van deze herinneringen met vrienden en familie een manier om deze herinneringen vers in hun geheugen te houden. Een deelnemer zei bijvoorbeeld: “als ik praat over mijn laatste vakantie, dan komen de herinneringen terug”.

Plannen volgende vakantie

Ten tweede waren de deelnemers nog steeds bezig met het plannen van hun volgende vakantie. Ze spraken over “al op zoek zijn” naar goede deals en verleidelijke bestemmingen. Velen benadrukten dat ze familieleden (meestal de kinderen) hierin wilden betrekken. De deelnemers gebruikten de keuzes die zij in het verleden hadden gemaakt om voor de toekomst een nog plezieriger vakantie te kiezen - korter, langer of met een grotere “mentale uitdaging”. Sommige deelnemers overwogen zelfs om voor langere tijd of permanent te vertrekken naar de bestemming die zij hadden bezocht.

Terugkeer naar dagelijkse leven

Tenslotte bespraken de deelnemers hun terugkeer naar het dagelijkse leven. Voor sommigen was dit een terugkeer naar het leven van voor de vakantie, terwijl anderen voor lange tijd waren getransformeerd door hun ervaringen. Deelnemers haalden herinneringen op aan hoe goed ze zich voelden tijdens de vakantie en door na te denken over verlichting van hun kwalen of het vergeten van hun werk en dagelijkse besommeringen. Deze herinneringen waren vaak gericht op het contrast met het dagelijkse leven of op het uitleggen hoe zij waren veranderd als gevolg van hun vakantie. Sommige deelnemers gaven aan dat de positieve effecten van vakantie op de lichamelijke gezondheid en stress snel verbleekten na terugkeer naar het leven “met de klok”. Eén deelnemer zei bijvoorbeeld: “Helaas is het lichamelijke gezondheidsvoordeel dat ik direct na mijn vakantie voelde, alweer verdwenen”.

Kortstondig- en langdurige effecten

De kortstondige aard van de effecten op de lichamelijke gezondheid en stress van bepaalde deelnemers verschilde sterk met langdurige persoonlijke transformaties die werden ervaren door andere deelnemers. Sommigen veranderden bijvoorbeeld hun houding ten opzichte van de culturen die ze bezochten. Andere deelnemers meldden veranderingen in hun houding ten opzichte van hun werk: “Het was zelfs zo dat ik, na mijn terugkeer van vakantie, mijn wachtwoord van mijn werk vergeten was. Dit is waarschijnlijk een teken dat je een heleboel dingen hebt losgelaten. En ik denk dat je in staat bent meer aan te kunnen dan voordat je op vakantie ging”.

Een aantal deelnemers ging zelfs nog verder; overweegt zelfs “hun leven drastisch te veranderen zoals het veranderen van baan, te verhuizen, en in het algemeen meer het moment te waarderen met als leuze: geniet ervan: je leeft slechts één keer”.



Conclusie: Meerdere- en unieke verbindingen tussen toerisme en welzijn

Het onderzoek heeft aangetoond dat de deelnemers essentiële gevoelens van welzijn hebben ervaren, zowel vóór, tijdens als ná de vakantie. De effecten van een vakantie op het welzijn van personen zijn complex en diepgaand. Deze kunnen zich wellicht na verloop van tijd ontwikkelen tot een blijvende verandering in levensopvatting en levensstijl. Het belang voor de toeristische sector in het algemeen en Reiswerk in het bijzonder, blijkt uit het feit dat de kennis van welzijn en het reageren en inspelen op de behoefte van cliënten hierin kan resulteren in het verdiepen van bestaande klantrelaties en het uitbouwen van nieuwe marktsegmenten!


Aanbevelingen

Hieronder volgen enkele voorbeelden van hoe de bevindingen van het onderzoek rechtstreeks kunnen worden toegepast door de reisindustrie.

1. Voorafgaand aan de vakantie “kijken mensen uit naar” en “anticiperen mensen op” een zinvolle ontsnapping aan hun dagelijkse routine. Reisbureaus / touroperators moeten weten waar deze personen naar uitkijken, en voorafgaand aan de reis “aanwijzingen” of “tips” geven die aansluiten op datgene waarnaar klanten zeggen op zoek te zijn tijdens de vakantie. Bijvoorbeeld, als ze zeggen dat ze ernaar uitkijken om contact te hebben met de lokale bevolking, dient het reisbureau / de touroperator informatie te verstrekken omtrent de mogelijkheden ter plaatse.
2. Herinneringen aan specifieke vakantie-ervaringen zijn heel belangrijk voor de deelnemers. Reisbureaus / touroperators zouden derhalve een website kunnen ontwikkelen waarop hun klanten foto's of blogs kunnen plaatsen; een plek om meer informatie over hun vakantie kwijt te kunnen of te delen. Ook kunnen deze vakantie-ervaringen worden gebruikt voor toekomstige reclame- of marketingcampagnes.
3. Foto's zijn vooral belangrijke handvatten voor herinneringen. Reisbureaus / touroperators zouden kunnen overwegen de foto's van hun cliënten te gebruiken voor interactie na de vakantie. Ze zouden bijvoorbeeld een samenwerkingsverband kunnen aangaan met fotobewerkingsdiensten om zo individuele producten als foto boeken en kalenders, die de favoriete vakantieherinneringen van de cliënten weergeven, aan te bieden met als doel de relatie tussen de cliënt en het reisbureau / touroperator te versterken.
4. Met het gegeven dat mensen al beginnen met het plannen van hun volgende vakantie tijdens de vakantie, zouden de reisbureaus / touroperators via e-mail of een andere vorm van communicatie met hun cliënten tijdens hun vakantie in contact kunnen blijven. Ook zouden pakketten (Apps) gecreëerd kunnen worden die de cliënten kunnen gebruiken om te documenteren wat ze wel en niet leuk vonden tijdens hun vakantie. Dit kan dan als basis dienen bij de planning van hun volgende vakantie.

De bevindingen dragen ook op twee belangrijke manieren bij aan de bestaande kennis over de welzijnseffecten van vakantie. In de eerste plaats wordt aangetoond dat de vastgestelde kwantitatieve metingen van welzijn (bijvoorbeeld tevredenheid met het leven¹²) niet de complexiteit en de verscheidenheid van vakantie-gerelateerde welzijnseffecten ondervangen. Eenvoudige psychologische of medische variabelen

12 Pavot & Diener, 2008



zijn onvoldoende toereikend voor het samenbrengen van zulke uiteenlopende domeinen als familierelaties, werkstress, lichamelijke gezondheid en positieve emoties, zoals onze deelnemers deze hebben ervaren.

In de tweede plaats hebben de onderzoekers verschillende meningen over de duur van welzijnseffecten van vakantie; sommigen suggereren dat de effecten snel verdwijnen¹³ en anderen beweren dat de effecten een leven lang duren¹⁴. Er is aangetoond dat de welzijnseffecten zich in de loop der tijd verder ontwikkelen en veranderen. Emoties worden herinneringen, ontstane keuzes worden toekomstplannen en conversaties leiden tot relaties. Bovendien is er een interactie tussen deze processen, met name wat betreft de herinneringen. Het delen van herinneringen draagt bij aan de ontwikkeling van relaties met anderen.

Op hun beurt vergroten deze relaties de waarde van vakantieherinneringen. Onze deelnemers zien hun welzijn niet als een statisch resultaat op een bepaald moment, maar als een complex, zich ontwikkelend proces. Een proces waarin vakantie een onmisbare en positieve factor is.

Kortom, vakantie levert een substantiële, complexe bijdrage aan het welzijn van mensen. De welzijnseffecten zouden niet alleen door de reisbranche gepromoot moeten worden met als doel reizen, accommodaties en recreatieproducten verkopen, maar ook om het bestaan en de groei van vakantie-reizen te rechtvaardigen. In een tijd waarin is bewezen dat werk steeds stressvoller is¹⁵ en dat technologie een afleiding is die angst vergroot¹⁶, kan “het ontsnappen” en op vakantie gaan een toegevoegde waarde hebben op de levenskwaliteit van mensen.

Onze bevindingen leveren nieuwe, verrassende mogelijkheden voor toekomstig onderzoek.

Het is van algemeen belang om uit te leggen hoe een vakantie ontwikkeld kan worden (door een touroperator) en hoe een vakantie ervaren kan worden (door een toerist) met als doel de welzijnsresultaten te maximaliseren. Het zou in het bijzonder waardevol zijn om te begrijpen hoe planning en besluitvorming leiden tot positieve processen vóór, tijdens en na de vakantie. Hoe reageren toeristen bijvoorbeeld op gebeurtenissen die zij gepland hebben, waar ze op hopen, of die onverwacht plaatsvinden? Hoeveel en welke soort planning zorgt voor de beste vakantie? En hoe leiden nieuwe strategieën van reisbureaus / touroperators, zoals hierboven aanbevolen, tot nog positievere vakantie-ervaringen? Met onderzoek, gebaseerd op deze vragen, zullen we voortbouwen op de interessante resultaten uit de huidige studie om de aangetoonde aanbevelingen voor de industrie en de samenleving verder uit te breiden.

13 De Bloom et al., 2010

14 Eaker, Pinsky & Castelli, 1992

15 American Psychological Association, 2010

16 Naughton, 2010

Referenties

- American Psychological Association. (2010). Stress in America <http://www.apa.org/news/press/releases/stress/index.aspx>.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
- Sonmez, S. & Apostolopoulos, Y. (2009). Vacation travel as preventive medicine. In Bushell, R. & Sheldon, P. (eds.). *Wellness and tourism: Mind, body, spirit, place*. New York, NY: Cognizant Publishers.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- De Bloom, J., Geurts, S. A. E., Taris, T. W., Sonnentag, S., De Weerth, C. & Kompier, M. A. J. (2010). Effects of vacation from work on health and well-being: Lots of fun, quickly gone. *Work & Stress*, 24(2), 196-216.
- Eaker, E. D., Pinsky, J., Castelli, W. P. (1992). Myocardial infarction and coronary death among women: Psychosocial predictors from a 20 year follow-up of women in the Framingham study. *American Journal of Epidemiology*, 135(8), 854-864.
- Gilbert, D. & Abdullah, J. (2004). Holidaytaking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 51(1), 103-121.
- Henderson, K. A. (2006). *Dimensions of choice: Qualitative approaches to parks, recreation, tourism, sport, and leisure research*. 2nd ed. Venture Publishing: State College, PA.
- Naughton, J. (2010). The internet: Is it changing the way we think? Retrieved 6 December, 2001, from <http://www.guardian.co.uk/technology/2010/aug/15/internet-brain-neuroscience-debate>.
- Nawijn, J. (2009). The holiday happiness curve: A preliminary investigation into mood during a holiday abroad. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 281-290.
- Pavot, W. & Diener, E. (2008). The satisfaction with life scale and the emerging construct of life satisfaction. *Journal of Positive Psychology*, 3(2), 137-152.
- Strauss-Blasche, G., Riedmann, B., Schobersberger, W., Ekmekcioglu, C., Riedman, G., Waanders, R., Fries, D., Mittermayr, M., Marktl, W. & Humpeler, E. (2004). Vacation at moderate and low altitude improves perceived health in individuals with metabolic syndrome. *Journal of Travel Medicine*, 11, 300-306.
- Westman, M. & Etzion, D. (2002). The impact of short overseas business trips on job stress and burn-out. *Applied Psychology*, 16(5), 595-606.

Meer informatie:

Ondrej Mitas: Mitas.o@nhtv.nl

Herman Mensink: Mensink.h@nhtv.nl



reiswerk

Baarnsche dijk 10
3741 LS Baarn

Postbus 543
3740 AM Baarn