ONDERSTEBOVEN

Tv & Marketing; Duiken in Zeeland

30-1-2012
Onderzoeksplan
Boom, Ilse van den & Nolten, Melissa

SCALDIS ACADEMY

Smart Services Boulevard
BROEDPLAATS VOOR TOPPERS!

ONDERSTEBOVEN

Tv & Marketing; Duiken in Zeeland

Boom, Ilse van den 00047756
Nolten, Melissa 00047542

Roosendaal, Rosa van
Rosa.v.Roosendaal@hz.nl
0118-489756

Mathijssen, Bastian
info@duikwrak.nl
0111-671913 / 06-22234675

Heinen, Marieke
Mariekheinen@gmail.com
06-44161685

Semester 5, 2011/2012
30 Januari 2012
Minor Kusttoerisme deel II
Versie 1

Vlissingen
Hogeschool Zeeland

Management samenvatting

Aanleiding en doel
Dit onderzoeksplan is geschreven voor de opdrachtgever B. Mathijssen in samenwerking met het NOB en de Smart Services Boulevard. Op dit moment is het duiken in Nederland en dan vooral in Zeeland nog niet heel bekend onder veel mensen. Men is vaak niet op de hoogte wat voor unieks de onderwaterwereld van Nederland en dan vooral Zeeland allemaal te bieden heeft en denkt nog steeds dat je ver moet reizen om te kunnen duiken. Dit is niet geheel onterecht, aangezien er via de nationale media nog geen aandacht aan besteed is. In dit onderzoeksplan word gekeken of het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven haalbaar is. Het uiteindelijke doel van het onderzoek is tot een advies voor het realiseren van het programma Ondersteboven te komen.

Onderzoeksvraag
De vraag die in dit onderzoeksplan centraal staat is: Hoe kan de onderwaterwereld van Zeeland bekend worden door middel van het televisieprogramma Ondersteboven. Om tot een antwoord op deze centrale vraag te komen word er allereerst gekeken naar de unieke onderwaterwereld van zeeland. Vervolgens wordt er dieper ingegaan op de doelgroep, wat hun behoeftes zijn en hoe de doelgroep bereikt kan worden. In dit onderzoeksplan is een voorbeeldaflevering geschreven om een duidelijk beeld van het televisieprogramma te krijgen. Ook wordt er gekeken wat de aandachtpunten zijn bij het realiseren van een televisieprogramma. Verder wordt er gekeken welke effecten het televisieprogramma Ondersteboven heeft voor zowel de onderwaterwereld van Zeeland als voor de sponsors.

Resultaten en Conclusie
Uit het verrichte onderzoek blijkt dat het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven erg moeilijk is. Financieel kost het er veel geld, hiervoor moeten sponsors gevonden worden en daar gaat er veel tijd overheen. Ook is het op dit moment erg moeilijk om sponsors te vinden. Er zijn een aantal aanbevelingen tot stand gekomen na het uitwerken van de deelvragen;
- Het onderwerp duiken onder meerdere bestaande televisieprogramma's onderbrengen.
- De reisafstand verkorten door korte vakanties aan te bieden.
- Duiken in combinatie met andere toeristische activiteiten een beleving vormen.

Inhoudsopgave

Inleiding 5
Aanpak, Methoden en middelen 6
1. De Zeeuwse wateren: een paradijs voor onderwatersporters 7
1.1 Grevelingen 7
1.2 Oosterschelde 8
1.3 Veerse Meer 9
1.4 Samenvattend: Wat is er uniek aan de Zeeuwse onderwaterwereld wat uiteindelijk voor meer bekendheid kan zorgen? 9
2. De onderwaterwereld van Zeeland is aantrekkelijk voor iedereen 10
2.1 De doelgroep 10
2.2 Behoeften 10
2.3 Media 11
2.4 Samenvattend: Wie is de doelgroep en hoe kan de provincie Zeeland inspelen op de doelgroep? 12
3. Het onderste naar boven halen 12
3.1 Voorbeeldaflevering 12
3.1.1 Intro 12
3.1.2 Divespot 12
3.1.3 Wrakverhaal 12
3.1.4 Actualiteit 12
3.1.5 Producteninformatie 13
3.1.6 Wrakverhaal 13
3.1.7 Afsluiter 13
3.2 Samenvattend: Hoe kan het televisieprogramma Ondersteboven ingedeeld worden zodat het de doelgroep aanspreekt? 13
4. Je bent er Ondersteboven van 13
4.1 Kosten 13
4.2 Sponsors 13
4.3 Productiemaatschappijen 14
4.4 Tijd 14
4.5 Samenvattend: Wat zijn de aandachtspunten bij het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven? 14
5. Niets anders dan positief 15
5.1 Onderwaterwereld van Zeeland 15
5.2 Effecten sponsors 15
5.3 Samenvattend: Welke effecten heeft het televisieprogramma Ondersteboven? 16
6. Conclusie 16
7. Aanbevelingen 17
Literatuurlijst 18
Bijlage I: Sponsors 19

Inleiding

Duiken is voor veel mensen niet alleen een sportieve bezigheid, het is vaak een ware passie. Het is dan ook een populaire watersport. Vooral landen als Egypte, Nederlandse Antillen en Indonesië zijn favoriet bij de 600.000 Nederlanders die hun duikbrevet hebben. Deze mensen zijn vaak niet op de hoogte van wat de onderwaterwereld van Nederland en dan vooral Zeeland allemaal te bieden heeft.

In dit onderzoeksplan wordt er gekeken naar de mogelijkheden die er zijn om een televisieprogramma over de unieke onderwaterwereld van Zeeland te maken. Er zal een duidelijk beeld geschetst worden van wat men tegen kan komen bij het maken van een televisieprogramma. Het doel van het onderzoek is tot een advies voor het realiseren van het programma Ondersteboven te komen.
De centrale vraag luidt dan ook als volgt: Hoe kan de onderwaterwereld van Zeeland bekend worden door middel van het televisieprogramma Ondersteboven?
Om tot een oplossing voor deze centrale vraag te komen zijn er een aantal deelvragen opgesteld.

- Wat is er uniek aan de Zeeuwse onderwaterwereld wat uiteindelijk voor meer bekendheid kan zorgen?
- Wat is de doelgroep en hoe kan de provincie Zeeland inspelen op de doelgroep?
- Hoe kan het televisieprogramma Ondersteboven ingedeeld worden zodat het de doelgroep aanspreekt?
- Wat zijn de aandachtspunten bij het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven?
- Welke effecten heeft het televisieprogramma Ondersteboven?

De eerste deelvraag geeft algemene informatie over de unieke onderwaterwereld van Zeeland. In de tweede deelvraag wordt er verder ingegaan op de doelgroep, wat hun behoeftes zijn en hoe de doelgroep bereikt kan worden. In de volgende deelvraag is een voorbeeldaflevering geschreven zodat er een duidelijk beeld ontstaat over de invulling van het programma en hoe het de doelgroep aanspreekt. Bij het ontwikkelen van een televisieprogramma komen veel dingen kijken. Het gaat namelijk niet alleen over de inhoud en het filmen van het programma. De aandachtpunten die er zijn bij het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven worden dan ook uitgewerkt. In de daarop volgende deelvraag wordt er gekeken welke effecten het televisieprogramma Ondersteboven heeft voor zowel de onderwaterwereld van Zeeland als voor de sponsors. Ten slotte wordt er een conclusie beschreven en de daaruit komende aanbevelingen.

Aanpak, Methoden en middelen

Aanpak/activiteiten
Er moeten verschillende stappen genomen worden om het televisie programma Ondersteboven te kunnen realiseren. Voorafgaand hebben er gesprekken plaatsgevonden met de opdrachtgever Dhr. B. Mathijssen en Mevr. M. Heinen. Dit heeft ervoor gezorgd dat onze verwachtingen en ideeën goed op elkaar afgestemd zijn. Iedere deelvraag heeft een andere aanpak nodig. De activiteiten die in dit onderzoek vooral gebruik worden zijn; brainstormen, website van het NOB en kenniscentrum kusttoerisme raadplegen, onderzoeken over duiken zoeken.

Methoden/ referenties
Het onderzoek kan op veel verschillende manieren uitgevoerd worden. Er zijn zowel kwantitatieve methoden als kwalitatieve methoden. Bij kwalitatieve methode wordt er gekeken naar meningen, opinies of kennis over een bepaald onderwerp. Bij kwantitatieve methoden gaat het vooral om cijfermatig inzicht in de probleemstelling. Van beide methoden zullen er in dit onderzoek een aantal onderzoeksmethoden gebruikt worden om de probleemstelling in kaart te brengen, te analyseren en uiteindelijk tot een oplossing te komen. In eerste instantie was het de bedoeling om een enquête onder de doelroep te houden. Dit is uiteindelijk niet gedaan aangezien dit veel tijd in beslag neemt en er een goed onderzoek is gevonden over de doelgroep.
Aangezien er al een begin gemaakt is met het opstarten van dit project, zullen deze ervaringen meegenomen worden in het verdere onderzoek. Ook zullen er verschillende bezoeken aan andere bedrijven plaatsvinden. Hierdoor zal de probleemstelling duidelijker worden, waardoor het makkelijker is om een oplossing te vinden. Voor het krijgen van een duidelijk beeld van de doelgroep zal er gebruik gemaakt worden van verschillende vakliteratuur en bestaande onderzoeken.

Middelen/ informatie
Om de voorgaande activiteiten en methodes te kunnen realiseren zijn er verschillende middelen nodig. Er worden onderzoeken toegepast, deze informatie hieruit is te vinden uit eerdere HPI-projecten. Ook kunnen verschillende websites geraadpleegd worden, zoals het kenniscentrum kusttoerisme en het NOB. Dhr. B. Mathijssen is in het bezit van een eigen duikschool waardoor hij beschikt over kennis en ervaring met betrekking tot de doelgroep. Mevr. M. Heinen is werkzaam bij Deltawerken en heeft al verscheidene ervaring met het produceren van een televisieprogramma. Hierdoor heeft zij meerdere contacten opgebouwd die voor het realiseren van dit project zeer bruikbaar zijn. Het kenniscentrum kusttoerisme heeft een drietal workshops verzorgd, door deze bij te wonen wordt de kennis vergroot met betrekking tot de doelgroepen en hoe hierop in te spelen.

1. De Zeeuwse wateren: een waar paradijs voor onderwatersporters.

Duiken is voor veel mensen niet alleen een sportieve bezigheid, het is vaak een ware passie. Deze passie kan in het Grevelingenmeer, de Oosterschelde en het Veerse Meer naar hartenlust worden beleefd. In dit hoofdstuk zal de vraag: 'Wat is er uniek aan de Zeeuwse onderwaterwereld wat uiteindelijk voor meer bekendheid kan zorgen?' uitgewerkt worden.

1.1 Grevelingen

Zeeland was vroeger een open overgangsgebied tussen land en water. Het was destijds nog niet heel interessant voor duikers. Na de grote watersnoodramp in 1953 werd besloten om de Zeeuwse delta voor eens en voor altijd veilig te maken voor de dreiging van de Noordzee. Met het Deltaplan werd een grootschalig project in werking gezet waarbij dijken werden verhoogd en/of zeearmen werden afgesloten. Voor de Grevelingen betekende dit een volledige afsluiting. In 1964 werd de verbinding met de rivieren de Maas en de Rijn verbroken door de Grevelingendam en later in 1971 de verbinding met de Noordzee door de Brouwersdam. Hierdoor was een groot afgesloten zoutwatermeer ontstaan. Door het stilstaande water zijn de klei- en zanddeeltjes naar de bodem gezakt zodat het water meestal helder is. Na verloop van tijd werd het water steeds zoeter door de aanvoer van regenwater uit de polders. Dit had een negatieve invloed op de flora en fauna.
Sinds 1979 staat het Grevelingenmeer weer in verbinding met de Noordzee door middel van een sluis in de Brouwersdam. Hierdoor wordt het water permanent ververst met Noordzee water en is er weer een vrije toegang voor planten en dieren waardoor het Grevelingenmeer onder water een zeer gevarieerd planten- en dierenleven heeft. Buiten de verandering van de waterkwaliteit hebben de deltawerken ook verandering gebracht in de aard van de bodem. Oorspronkelijk bestond de bodem alleen maar uit zand en klei. Maar met alle dijkversterkingen die de laatste tientallen jaren zijn aangebracht, waarbij enorme hoeveelheden stortsteen zijn afgezonken, bestaat de bodem nu voor een aanzienlijk deel uit harde substraten. Het substraat is begroeid en kent meer biodiversiteit dan bijvoorbeeld de Middellandse Zee of het Atlantische water. De dijken zorgen er ook voor dat het Zeeuwse duikwater goed beschut is. Voordeel voor duikers is de bij de Grevelingen zo goed als afwezigheid van stroming, zodat er 24 uur per dag kan worden gedoken. In 2001 zijn er zo'n driehonderd reefballs (in grootte variërende holle betonnen bollen) afgezonken op drie locaties in het Grevelingenmeer. Deze reefballs zijn inmiddels prachtig begroeid met allerlei soorten anemonen, sponzen, zakpijpen, wieren en schelpdieren. Bovendien bieden de reefballs een goede schuilgelegenheid voor kreeften en krabben. De reefballs en de stortstenen onder aan de dijk herbergen ook verschillende vissoorten zoals botervisjes, groene en zwarte grondels en palingen. Op de bodem komen de bekende platvissen schol, schar en bot voor. Deze vissen zijn overigens zo goed gecamoufleerd dat ze nauwelijks van de bodem zijn te onderscheiden en alleen te zien zijn als ze zich bewegen.

Figuur I: Reefballs. *Foto: R. Offermans Bron: www.grevelingen.nl*

Een al jaren bestaand plan is in 2011 werkelijkheid geworden. In de Grevelingen zijn drie wrakduiken afgezonken van 9, 14 en bijna 60 meter. De twee kleinste wrakken zijn stalen casco's en liggen op een diepte van circa 12 meter wat betekent dat het bereikbaar is voor iedere duiker. Le Serpent is het grootste wrak en ligt met het dek op een diepte van 23 meter. Het komt uit de Oosterschelde waar het decennia op de bodem lag. Daar is het drijvend en schoon gemaakt en naar het Grevelingenmeer in Scharendijke vervoerd. Het plan was om dit wrak af te laten zinken op een

stenen bed in een waterdiepte van 12 meter wat al eerder was aangelegd. Maar het wrak zonk wat dieper, wel gezegd naar de bodem op een diepte van 30 meter. Hierdoor is het wrak alleen bereikbaar voor gevorderde duikers. Dit was een reden om nog twee kleine wrakcasco's bij te kopen. (*www.wrakscharendijke.nl*)

Figuur II: Le Serpent. Bron: *www.schalkseduikers.be*

1.2 Oosterschelde

De Oosterschelde staat in tegenstelling tot de Grevelingen door middel van de Oosterschelde kering direct in verbinding met de Noordzee. De Oosterschelde kering is in 1986 gebouwd en kan bij slecht weer gesloten worden maar meestal staat de Oosterschelde via de stormvloedkering in open verbinding met de Noordzee. Dit zorgt ervoor dat de Oosterschelde twee keer per dag laag water heeft en twee keer per dag hoog water. Door deze getijde werking ontstaan er stromingen die behoorlijk heftig kunnen zijn. De Oosterschelde is hierdoor geen water voor beginnende duikers. Door de open verbinding met de Noordzee en de getijdenbeweging vindt er voldoende aanvoer van voedsel plaats. Dit zorgt ervoor dat er duizenden vogels naar de Oosterschelde komen om te rusten, eten en te broeden. Niet alleen boven water is er veel te zien en te beleven, ook onderwater heeft de Oosterschelde veel te bieden. Tussen de rood- en bruin wieren direct onder de waterlijn is een ongelooflijke hoeveelheid aan leven zoals zeenaaktslakken en anemonen. Ook zijn er verschillende soorten garnalen te zien. Op de zanderige bodem van de Oosterschelde zijn er allerlei soorten krabben; kleine strandkrabben, maar ook schuwere Noordzeekrab met dreigend uitziende zwarte scharen. Uiteraard zijn er ook kreeften die het hele jaar door onder water zijn te bewonderen. Aan vissoorten is eveneens geen gebrek in de Oosterschelde. Een voorbeeld zijn de grondels, ze kunnen niet zo goed zwemmen en bewegen zich daarom sprongsgewijs vooruit. Andere vissen die veel voorkomen zijn de platvissen zoals; tong, bot, schar en schol. Een hoogtepunt van duiken in de Oosterschelde is een bezoek aan de sepia's. Deze inktvisachtigen trekken jaarlijks na de winterperiode de Oosterschelde op om er hun eieren af te zetten. Dit is een bijzonder en indrukwekkend verschijnsel.

Figuur III: Sepia's. *Foto: J. Stalenburg Bron: www.onderwatersport.org*

Door de temperatuurverschillen van het water kent de Oosterschelde verschillende onderwaterseizoenen. Hierdoor is de belevenis elke keer weer anders. In 2002 heeft de

Oosterschelde als waardevol natuurgebied de status van Nationaal Park gekregen. Het Nationaal Park Oosterschelde is met een oppervlakte van 370 km² het grootste nationale park van Nederland.

1.3 Veerse Meer

Het Veerse Meer is ontstaan in 1961 toen het Veerse Gat na de watersnoodramp als eerste onderdeel van het Deltaplan werd afgesloten van de Noordzee en Oosterschelde. Het Veerse Meer was aanvankelijk zout, maar de aanleg van de twee dammen had tot gevolg dat er geen vers zout water meer werd aangevoerd. Dit in combinatie met de lozing van zoet voedselrijk polderwater resulteerde erin dat het Veerse Meer steeds minder zout en meer voedselrijk werd. Zowel het zicht onder water als de soortenrijkdom van het onderwaterleven waren daardoor erg beperkt. Voor sportduikers was het altijd een goede locatie om te oefenen vanwege het ontbrekende tij. Echter was de kwaliteit van het water eind jaren negentig zo verminderd dat er op de bodem een dikke schimmellaag lag en er nauwelijks meer iets te zien was.
Sinds de ingebruikstelling in 2004 van het doorlaatmiddel de 'Katse Heule' in de Zand -kreek dam, stroomt er bij hoog water vers zout Oosterscheldewater in het Veerse Meer. Door deze instroom van Oosterscheldewater en de uitstroom van het brakke water is het Veerse Meer zouter en schoner geworden en is er zelfs weer een klein beetje getij teruggekomen. Het verschil tussen hoog- en laagwater bedraagt nu om en nabij de tien centimeter. Het zicht onder water is daarom enorm verbeterd zodat in de winter een zicht van ruim tien meter geen uitzondering meer is. En het onderwaterleven heeft zich eveneens snel aangepast aan de nieuwe situatie. Kreeften, zeenaalden, platvissen, zakpijpen, sponzen, mosselen en anemonen zijn inmiddels weer volop aanwezig. Het Veerse Meer is voor sportduikers dus een stuk interessanter geworden.

Figuur IV: Anemonen. *Foto: A. Palache Bron: www.onderwatersport.org*

De twee grote verschillen tussen duiken in Zeeland en in het buitenland zijn temperatuur en zicht. Het water is kouder dan in de tropen. Hier is heel gemakkelijk een oplossing voor te vinden, namelijk dikke pakken die voldoende bescherming bieden. In Zeeland is het zicht ook minder, dit betekend niet dat er niks te zien is. Het betekend dat je anders moet gaan kijken, maar naar de vierkante meter onder je dan ergens in de verte. Ook dit is geen nadeel, een eventuele ontmoeting onderwater wordt hierdoor alleen maar verrassender.

1.4 Samenvattend: Wat is er uniek aan de Zeeuwse onderwaterwereld wat uiteindelijk voor meer bekendheid kan zorgen?

Zeeland heeft een veelzijdige onderwaterwereld. De Oosterschelde staat bijvoorbeeld bekend om de schitterende en unieke planten en dieren die onder water leven, maar ook in het Grevelingenmeer en het Veerse Meer kunnen fantastische duiken worden gemaakt. Niet alle plaatsen zijn geschikte voor iedere soort duiker, zo is er een verschil tussen gevorderd en beginner. Wat de Zeeuwse onderwaterwereld nou echt uniek maakt, is het diverse aanbod wat zich onderwater aanbiedt. De Zeeuwse onderwaterwereld blijft interessant door bijvoorbeeld het laten zinken van wrakduiken in de Grevelingen. De twee grote verschillen tussen duiken in Zeeland en in het buitenland zijn temperatuur en zicht.

2. De onderwaterwereld van Zeeland is aantrekkelijk voor iedereen.

De onderwaterwereld van Zeeland heeft veel bijzonderheden aan te bieden waardoor het aantrekkelijk is voor iedereen. Maar niet heel Nederland weet van deze ongelofelijke wereld die zich onderwater bevindt. In dit hoofdstuk wordt daarom antwoord gegeven op de vraag: 'Wie is de doelgroep en hoe kan de provincie Zeeland inspelen op de doelgroep?'

2.1 De doelgroep

De doelgroep in dit onderzoeksplan is: geïnteresseerden in duiken uit Nederland en België (met duikervaring/ zonder duikervaring) die nog niet bekend zijn met de unieke onderwaterwereld van Zeeland. Het televisieprogramma Ondersteboven heeft als doel de doelgroep duikers te verbreden, door nog meer mensen te laten zien dat de duiksport erg aantrekkelijk is. En dan voornamelijk duiken in Nederland. Uiteindelijk zal het aantal geïnteresseerde in de duiksport stijgen, maar ook ontstaan er meer duikers die daadwerkelijk de sport gaan beoefenen. 40% van de Nederlandse en Belgische duikers is niet bekend met de duikmogelijkheden in Zeeland, en daarom behoren zij tot de doelgroep. Jaarlijks komen vele tienduizenden sportduikers naar de provincie Zeeland toe. Hierbij gaat het niet alleen om Nederlanders, maar ook om duikers uit België, Duitsland en Frankrijk. Samen maken zij circa 800.000 duiken per jaar in Zeeland. De Nederlandse duikers nemen ongeveer de helft hiervan voor hun rekening en de Belgen een derde deel. De algemene persoonskenmerken van de duikers uit de verschillende landen vertonen veel overeenkomsten; grootste vertegenwoordiging in de leeftijdscategorie 40-50 jaar, meeste tweepersoons huishoudens zonder inwonende kinderen, circa 80% van de duikers is man, circa driekwart van de duikers werkt fulltime, meestal in de hogere inkomensklassen. (*NOB; Creative Marketing Results 2011*)

Van de mensen die op dit moment al de duiksport beoefenen zijn er op basis van ervaring/uitgaven vijf typen duikers te onderscheiden.

- *Luxe duikliefhebbers*

Deze groep duikers hebben veel ervaring en een hoge uitgaven. Luxe duikliefhebbers zijn niet erg frequente duikers in Zeeland. Opvallend is dat deze groep op zoek is naar kwaliteit en toegevoegde waarde. Omdat ze verder weg wonen, komen ze vaak voor meerdere dagen naar Zeeland.

- *Sportieve duikrecreanten*

Sportieve duikrecreanten besteden gemiddeld veel aan de duiksport en dat terwijl duiken slechts één van de sporten is die ze beoefenen, zij hebben dan ook niet veel ervaring met duiken.

- *Startende duikers*

Voor deze groep duikers geldt dat ze alleen kansrijk zijn al ze duiken als sport belangrijker gaan vinden en meer ervaring opdoen in Zeeland.

- *Fanatieke 'low budget' duikers*

Deze duikers hebben al veel opleidingen gevolgd, kennen de weg in Zeeland en geven relatief weinig geld uit. Fanatieke 'low budget' duikers hebben dan ook een klein groeipotentieel.

- *Incidentele vakantieduikers*

Incidentele vakantieduikers zijn het minst kansrijk voor Zeeland. Over het algemeen hebben deze duikers weinig interesse om in Zeeland te komen duiken. Duiken is voor hen gekoppeld aan exotische locaties. Het televisieprogramma Ondersteboven kan het beeld van deze groep duikers over duiken in Nederland maar vooral Zeeland veranderen.

(Kenniscentrum Kusttoerisme 2011, *Dutch Divers' Delta Zeeland: een duikregio met groeipotentieel*)

2.2 Behoeftes

Als je de doelgroep splitst in mensen die duiken en mensen die nog niet duiken, kom je verschillende behoeftes tegen. Te beginnen bij mensen die duiken. Er is behoefte aan het ontdekken van nieuwe duiklocaties en wrakduiken, zeker bij buitenlandse duikers. In hoofdstuk 1 is er dieper op ingegaan waarom Zeeland zo een bijzondere onderwaterwereld heeft. Tussen de 70% en 80% van de duikers die nu al in Zeeland duikt, zou vaker willen duiken in Zeeland. Gebrek aan tijd en de reisafstand zijn

reisafstand zijn de belangrijkste drempels die dit tegenhouden. Ook hebben de meeste duikers interesse in toeristische activiteiten tijdens bezoek aan Zeeland. De voorkeur voor toeristische activiteiten zijn zeer divers. Bezoek aan het strand, stad en Zeeuwse bezienswaardigheden scoren het hoogst (*NOB; Creative Marketing Results 2011).* Uit het onderzoek Dutch Divers' Delta van het NOB blijkt dat duikers behoefte hebben aan actuele informatie over duiklocaties. Hier kan het televisieprogramma Ondersteboven goed op inspelen. Zo kunnen duikers in het programma hun ervaringen uitwisselen, wat bijdraagt aan de bekendheid van duiklocaties in Zeeland. De beleving van het duiken is cruciaal, zowel voor ervaren duikers als geïnteresseerde die kennis willen maken met duiken. Voor de mensen die nog niet bekend zijn met duiken, is alles nog uniek omdat zij geen verdere ervaringen hebben. Zij hebben dus andere behoeftes met betrekking tot geïnteresseerd raken. Daarom zal het televisieprogramma ook de simpele, maar toch bijzondere, dingen van de onderwaterwereld in Zeeland weer moeten geven.

2.3 Media

Om de gehele doelgroep te informeren over het televisieprogramma Ondersteboven zal er gebruik gemaakt worden van verschillende soorten media. Om de mensen die de duiksport beoefenen te bereiken, kan er via mailinglijsten van duikscholen en andere bedrijven gerelateerd aan duiken, informatie verstrekt worden over het televisieprogramma Ondersteboven. Hierbij weet je dat zij al geïnteresseerd zijn in het duiken, en kun je er van op aan dat zij een televisieprogramma over hun vakgebied interessant vinden. Duikers die overwegen een duikvakantie te boeken, zien internet als belangrijkste informatiebron. Er zal dus ook een internetpagina online komen waar alle informatie over het televisieprogramma Ondersteboven te vinden is. Door middel van een forum kunnen duikers hun ervaringen delen, aanbevelingen van 'vrienden' zijn namelijk erg belangrijk. Ook zullen er verschillende artikelen geplaatst worden in specifieke magazines. De 'HISWA' en 'Zeeland' zijn hier goede voorbeelden van. Zij kunnen informatie over duiken in Zeeland publiceren, waardoor er free publicity ontstaat. Want de onderwaterwereld heeft net zo veel te bieden als boven water.
Om de rest van de doelgroep te bereiken zal er gebruik gemaakt worden van social media. Via Twitter, Facebook en LinkedIn kan er een speciaal account aangemaakt worden voor het televisieprogramma Ondersteboven. Hier kan informatie over het programma, de medewerkers, de sponsors en de onderwaterwereld van Zeeland vermeld worden. Ook kunnen er prijsvragen opgesteld worden. Bijvoorbeeld bij twitter, de 500ste retweet die geplaatst wordt krijgt een cadeau en ook wanneer er 10.000 followers zijn ontvangen zij allemaal iets. Het doel van social media is om informatie aan heel veel mensen te gelijk over te kunnen brengen. Tegenwoordig maakt iedereen gebruik van social media en kan het netwerk gemakkelijk vergroot worden doordat je het netwerk van alle followers/vrienden kunt toepassen.
Er kan een begin gemaakt worden met het televisieprogramma Ondersteboven bij de publieke omroep, zoals Omroep Zeeland. Door het televisieprogramma eerst bij een lokale omroep uit te zenden bereik je een deel van de doelgroep. Als het programma aanslaat zal een grotere zender zoals RTL 4 het televisieprogramma Ondersteboven eerder overnemen. Als het televisieprogramma op deze zender uitgezonden wordt bereik je de hele doelgroep.
Ook in dagbladen en kranten worden advertenties geplaatst om het televisieprogramma te promoten. Het doel van het toepassen van de media is niet alleen om het duiken aantrekkelijk te maken, maar het televisieprogramma Ondersteboven. Want het televisieprogramma Ondersteboven heeft als doel de duiksport in Nederland, en dan voornamelijk Zeeland bekend te maken en mensen er van overtuigen hoe uniek Zeeland als onderwaterbestemming is.

2.4 Samenvattend: Wie is de doelgroep en hoe kan Zeeland inspelen op de doelgroep?
Geïnteresseerden in duiken uit Nederland en België (met duikervaring/ zonder duikervaring) die nog niet bekend zijn met de unieke onderwaterwereld van Zeeland zijn de doelgroep. De onderwaterwereld van Zeeland zal bekender worden door gebruik van marketing via de kanalen televisie, social media, radio en bladen. Maar wanneer de doelgroep de onderwaterwereld van Zeeland gaat ontdekken moet Zeeland alsnog blijven inspelen op de doelgroep. Er moeten verschillende toeristische activiteiten aangeboden worden, want de doelgroep heeft daar behoefte aan bij het bezoek aan Zeeland. Zo zal Zeeland aantrekkelijk zijn voor iedereen.

3. Het onderste naar boven halen.

In het televisieprogramma Ondersteboven wordt het onderste boven gehaald. Het programma moet de doelgroep kunnen bereiken vandaar het ontstaan van de vraag: 'Hoe kan het televisieprogramma Ondersteboven ingedeeld worden zodat het de doelgroep aanspreekt?'
Elke week gaat de presentator op pad door heel Nederland. Hij ontmoet duikers met allemaal een eigen verhaal. De één heeft een wrak ontdekt dat al jaren verborgen bleef, de ander heeft een huwelijksaanzoek gedaan tussen de sepia's. Alle verhalen van onder water worden naar boven gehaald. De duiker vertelt zijn verhaal, legt zijn gevoel erin en samen met de presentator gaan ze opnieuw naar beneden om de herinneringen op te halen. Bij iedere plek wordt ook uitgebreid aandacht besteed aan de faciliteiten. Hoeveel parkeerplaatsen zijn er, waar is het dichtstbijzijnde vulstation, waar kan je slapen en is er een mogelijkheid om een brevet te halen? Daarnaast wordt er aandacht besteed aan ontwikkelingen op het duikgebied. Hierbij wordt gedacht aan wrakken die verscheept worden, natuurlijke riffen die aangelegd worden, etc. Natuurlijk komen ook de nieuwste trends op duikgebied aan de orde; nieuwste pakken, nieuwste apparatuur en nieuwste gadgets.

3.1 Voorbeeldaflevering
De presentator introduceert het programma en vertelt in het kort wat er in deze aflevering aan de orde komt.
3.1.1 intro wrakverhaal, 5 minuten
Vandaag beginnen we in de Westerschelde. Begin 2010 werd er hier een wrak gevonden door een stel duikers. Groot vraagteken: waar komt het wrak vandaan? Een van die duikers is.... en wij ontmoeten hem vandaag (overgaan op interview met duiker vertelt over die bewuste dag dat zij het schip vonden).
Vertel eens: hoe ging het, wat zag je opeens…Enig idee wat het zou kunnen zijn….etc.
3.1.2 divespot, 4 minuten
Presentator 2, jong, fris iemand komt aanrijden, ontmoet de duiker en samen gaan ze een duik maken ergens in de wateren van Nederland. Wat laten we zien: parkeergelegenheid, trappetjes, omkleden, restaurants, etc. Daarnaast vertelt geïnterviewde meer over de plek waar we gaan duiken. Wat is zijn gevoel bij deze plek, wat heeft hij daar meegemaakt, waar ligt het, wat zien we (flora en fauna)? We nemen een duik in het water en beleven de onderwaterwereld.
Prijsvraag / Commercial Break
3.1.3 wrakverhaal, 3 minuten
We halen maritiem historicus Cor Heijkoop erbij. Wat kan hij ons vertellen van dit wrak. Dit nemen we op in een museum, researchcentrum, archief. Daarna vertrekken we naar die bewuste locatie. Na onderzoek bleek het de vermist Groningse boot ´de Globe´te zijn. Maar wat is het verhaal achter dit wrak. Geschiedenis ophalen d.m.v. oude foto's beelden, boeken, etc.
3.1.4 actualiteit, 3 minuten
Actualiteit: wat wordt er aan gedaan om het duikleven interessant en mooier te maken. Bijvoorbeeld wrakken die worden afgezonken, betonnen palen die worden gestort. Rijkswaterstaat die natuurlijk breuksteen heeft gestort als 'vergoeding' voor de staalslakken. Hoe staat het met de Oosterschelde na de Oosterscheldekering, enz.

3.1.5 producteninformatie, 2 minuten
Winkelitem, testitem, productitem. Wat zijn de trends met betrekking tot duikpakken, flippers, etc.
Prijsvraag
3.1.6 wrakverhaal, 3 minuten
Hoe ziet het wrak van vroeger er nu uit? Presentator en duiker gaan samen het water in en gaan het wrak bezichtigen. Vooral veel mooie onder waterbeelden.
3.1.7 Afsluiter, 1 minuut
Duo komt water uit, geeft nog reactie en programma wordt afgesloten waarnaar er ook een vooruitblik wordt gegeven naar de volgende aflevering.

Om Zeeland bekender te maken is gezamenlijke inspanning van verschillende betrokken organisaties belangrijk; zowel (duik) ondernemers als (lokale) overheden en instanties. Het televisieprogramma Ondersteboven laat zien wat de duikmogelijkheden voor duikers en toeristen zijn, zodat de totale bekendheid en marktvraag vergroot kan worden.

3.2 Samenvattend: Hoe kan het televisieprogramma Ondersteboven ingedeeld worden zodat het de doelgroep aanspreekt?
Er moeten verschillende aspecten naar voren komen in het televisieprogramma Ondersteboven. Zo moet er een verhaal in zitten over een bepaald onderwerp of ervaring in de onderwaterwereld van Zeeland, zoals een wrak. Vervolgens zal actualiteit een rol spelen in het televisieprogramma Ondersteboven. Mensen vinden het interessant om te weten wat er hedendaags gebeurt (op duikgebied). En als laatste zal producteninformatie aan bod komen. Hierbij worden de nieuwste trends besproken met betrekking tot duikpakken en flippers etc. Al het onderste zal naar boven gehaald worden.

4. Je bent er Ondersteboven van.

Bij het ontwikkelen van een televisieprogramma komen veel dingen kijken. Het gaat namelijk niet alleen over de inhoud en het filmen van het programma. Om te zorgen dat het programma Ondersteboven ook daadwerkelijk op de nationale televisie bij de zenders RTL 4 of RTL 7 gedraaid wordt, moet er gekeken worden naar verschillende punten. Er zal een antwoord ontstaan door middel van de vraag: 'Wat zijn de aandachtspunten bij het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven?'

4.1 Kosten
Het maken van een televisieprogramma brengt kosten met zich mee. Gemiddeld kost een aflevering van een televisieprogramma €30.000 (*Interview Mevr. M. Heinen, 2011*). Dit betekent dat er bij een geringe 10 afleveringen die uitgezonden worden de kosten al snel oplopen naar €300.000.

4.2 Sponsors
Om alle bijkomende kosten te kunnen dekken, is het hebben van sponsors noodzakelijk. Om de juiste sponsors aan te trekken en dat zij ook geïnteresseerd raken, moet er een sponsorplan opgesteld worden. Een sponsorplan opstellen is geen eenvoudige klus. De opstelling van een sponsorplan vraagt heel wat tijd en energie. Maar hoe beter voorbereid, hoe eenvoudiger het zal zijn om in contact te komen met mogelijke sponsors. Een sponsorplan opstellen gaat aan de hand van de verschillende stappen:
Stap 1: het vaststellen welke activiteit de organisatie gaat organiseren
Stap 2: een lijst opmaken van mogelijke sponsors
Stap 3: zet de lijst met de sponsors in volgorde van prioriteit
Stap 4: wat kan de organisatie de sponsor bieden
Stap 5: uitwerken van de geïnventariseerde tegenprestaties

Stap 6: maak een sponsordossier
Stap 7: hoe gaat de organisatie de sponsors benaderen, maak een actieplan
Stap 8: bereid uzelf voor op een gesprek met de sponsor
Stap 9: het afsluiten van een sponsorcontract (www.g-o.be)
In *bijlage I: Sponsors* staat een lijst met de mogelijke sponsors voor het televisieprogramma Ondersteboven.

4.3 Produceren
Het idee voor het televisieprogramma Ondersteboven is stap voor stap duidelijk beschreven. Aan de hand van dit script kan het televisieprogramma uitgewerkt worden. Maar voordat het daadwerkelijk uitgewerkt kan worden zal er een productiemaatschappij bereid moeten zijn om mee te werken. De productiemaatschappij legt het idee bij een zender neer. Als ze bij een publieke omroep akkoord gaan, krijgt de maatschappij geld om het programma te maken. Het format moet in dit geval wel passen in de huidige uitzending. Bij goedkeuring van een commerciële zender moet er gezocht worden naar sponsoren die het programma deels gaan betalen. Als dit het geval is kan het programma geproduceerd worden. Redacteuren kunnen meerdere afleveringen gaan schrijven. Vervolgens zorgt de producer voor de benodigde faciliteiten, materialen en mensen. Een cameraman, geluidsman en presentator zullen door heel Nederland en vooral Zeeland gestuurd worden om de mensen te interviewen over hun speciale ervaringen op de verschillende duikplekken.

4.4 Tijd
Voordat het televisieprogramma Ondersteboven daadwerkelijk op de televisie te zien is, zijn er al heel veel stappen aan vooraf gegaan. De tijd tussen het brainstormen over de invulling van het televisieprogramma en het uitzenden van het programma zit soms wel drie jaar. *(Interview Mevr. M heinen, 2011)* Het is vooral afhankelijk hoe snel men sponsors en een productiemaatschappij voor het televisieprogramma Ondersteboven vindt. Ook de economische situatie speelt een belangrijke rol. Omroepen en sponsors zijn op dit gebied veel voorzichtiger om nieuwe uitdagingen aan te gaan. Dit kan ervoor zorgen dat de tijd tussen het brainstormen en het daadwerkelijk uitzenden van het televisieprogramma nog langer wordt.

4.5 Samenvattend: Wat zijn de aandachtspunten bij het realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven?
Er zijn verschillende aandachtspunten aan bod gekomen. Om het televisieprogramma Ondersteboven te kunnen realiseren zijn er erg veel kosten die alleen met sponsors gedekt kunnen worden. Om voor zulke bedragen sponsors te vinden is erg lastig, want er moet een goede tegenprestatie zijn voor de bedrijven die investeren. Tijd is ook een lastig aspect voor iedere belangstellende. Het voorbereiden van een televisieprogramma kost veel tijd waardoor er een lange periode overheen gaat eer dat het gerealiseerd is. Maar voor de sponsors duurt het dan natuurlijk ook lang tot dat zij er een voordeel uithalen dat zij geïnvesteerd hebben in het televisieprogramma. Er zal ook een productiemaatschappij gevonden moeten worden om uiteindelijk het televisieprogramma Ondersteboven daadwerkelijk te kunnen realiseren. Maar wanneer het er uiteindelijk is ben je er Ondersteboven van.

5. Niets anders dan positief.

Wanneer het televisieprogramma Ondersteboven van start is gekomen, worden er positieve gevolgen verwacht. Daarom zal in dit laatste hoofdstuk de vraag worden beantwoord: 'Welke effecten heeft het televisieprogramma Ondersteboven?'

5.1 Onderwaterwereld van Zeeland

Het doel van het televisieprogramma Ondersteboven is uiteindelijk de onderwaterwereld van Zeeland bekender te maken. Dit is dan ook het eerste en belangrijkste effect wat bereikt zal worden. Mensen zullen (meer) belangstelling hebben in de duiksport, en dan voornamelijk in Zeeland. Wat uiteindelijk voor meer toerisme zal zorgen. De duiksport in Zeeland is geschikt voor langdurig toerisme maar ook voor dagtoerisme. Dagtoerisme houdt in; verblijf buiten de woning voor recreatieve doeleinden zonder dat er een overnachting elders mee gepaard gaat (*Dikke van Dale*). Bij de duiksport spreek je voornamelijk over dagtoerisme, maar in combinatie met verschillende hotels en campings kan er toerisme voor langdurige tijd ontstaan. Er kunnen arrangementen opgesteld worden die hotels en campings aanbieden waarbij de gast de mogelijkheid krijgt om de duiksport te ondervinden. Zo wordt het toerisme in Zeeland en de duiksport bevorderd. De reisafstand is een belangrijk aspect voor de keuze bij een duik. Door er een vakantie of in ieder geval een langdurig verblijf van te maken wordt de reisafstand naar het duiken toe korter, wat positief is voor de duiker. Als er gekeken wordt naar het aantal dagtrips in het afgelopen jaar is te zien dat Belgische duikers het vaakst een dagtrip maken naar Zeeland. Bij de Belgische duikers is Zuid-Beveland een populaire verblijfsregio. Het is opvallend dat het grootste deel van de duikers telkens naar dezelfde plaats gaat bij een bezoek aan Zeeland. Als de meest gebruikte accommodaties door duikers op duikvakantie in het algemeen vergeleken wordt met het verblijf in Zeeland dan zijn er grote verschillen. Tijdens een duikvakantie verblijft 35%- 50% van de duikers in een hotel, in Zeeland verblijft slechts 5% - 12 % in een hotel. Bij campings is het precies omgekeerd. In Zeeland is de camping de meest gebruikte accommodatievorm. Vanuit het huidige aanbod van accommodaties in Zeeland is dit beeld goed te verklaren. Er zijn in Zeeland verreweg de meeste verblijfsplaatsen op campings. Voor de hotelsector zijn hierin mogelijkheden om in te spelen op de duikersdoelgroep. Het is dan wel van belang dat er specifieke faciliteiten voor duikers aanwezig zijn. De hotels en campings kunnen er dus voordeel uit halen dat de onderwaterwereld van Zeeland bekender wordt. Arrangementen met een duidelijk belevingsaspect zijn erg populair onder duikers. Meer dan 75% van de duikers is geïnteresseerd in het arrangement bootduiken. Bij niet duikers scoren de arrangementen met de echte onderwaterbeleving het hoogst. Meer dan 90% heeft interesse in snorkelen in de Oosterschelde of een proefduik in de Grevelingen. Daarom zouden bedrijven die deze arrangementen aanbieden ook uitstekende sponsors kunnen zijn voor het televisieprogramma Ondersteboven. Horecabedrijven, winkels met duikspullen en andere omliggende bedrijven ondervinden ook positieve effecten wanneer er meer toeristen (duikers) naar Zeeland komen. Want meer duikers, wat toeristen zijn, betekent meer omzet. (*NOB; Creative Marketing Results 2011*)

5.2 Effecten sponsors

Dat brengt ons bij het effect voor de sponsors. Om te investeren in een televisieprogramma moet het betreffende bedrijf er ook een voordeel aan hebben. Allereerst zal door het sponsoren van het televisieprogramma Ondersteboven de naamsbekendheid van iedere sponsor vergroot worden. Hierdoor zal het netwerk van het bedrijf ook worden vergroot. Een voorbeeld hiervan is Delta. Zij hebben het televisieprogramma 'Klus je rijk' gesponsord. Voordat zij hier in mee gingen hebben zij onderzoek verricht naar het televisieprogramma maar ook naar Delta zelf. Zo hebben zij onderzocht wat de naamsbekendheid van Delta is vóór het televisieprogramma. Na het televisieprogramma zullen zij dezelfde onderzoeken verrichten om zo te zien wat het televisieprogramma opgeleverd heeft.

5.3 Samenvattend: Welke effecten heeft het televisieprogramma Ondersteboven?
Het televisieprogramma Ondersteboven zorgt voor meer bekendheid van de onderwaterwereld van Zeeland. Hierdoor komen er meer toeristen naar Zeeland die geïnteresseerd zijn in duiken. Toerisme zorgt voor omzet bij de betrokken bedrijven; zoals hotels, campings, (duik)winkels, duikscholen en horecagelegenheden. Daarom zal het bekender maken van de unieke onderwaterwereld van Zeeland niets anders dan positieve effecten hebben.

6. Conclusie.

De centrale vraag in dit onderzoeksplan is: 'Hoe kan de onderwaterwereld van Zeeland bekend worden door middel van het televisieprogramma Ondersteboven?'. Om antwoord te kunnen geven op deze vraag zijn er in dit onderzoeksrapport vijf deelvragen uitgewerkt. De belangrijkste conclusie uit deze deelvragen zijn hieronder te lezen.

Zeeland heeft een veelzijdige onderwaterwereld. De Oosterschelde staat bijvoorbeeld bekend om de schitterende en unieke planten en dieren die onder water leven, maar ook in het Grevelingenmeer en het Veerse Meer kunnen fantastische duiken worden gemaakt. De doelgroep in dit onderzoeksplan is geïnteresseerden in duiken uit Nederland en België (met duikervaring/ zonder duikervaring) die nog niet bekend zijn met de unieke onderwaterwereld van Zeeland. Uit onderzoekt blijkt dat 40% van de Nederlandse en Belgische duikers nog niet bekend is met Zeeland. De algemene persoonskenmerken van de duikers uit de verschillende landen vertonen veel overeenkomsten; grootste vertegenwoordiging in de leeftijdscategorie 40-50 jaar, meeste tweepersoons huishoudens zonder inwonende kinderen, circa 80% van de duikers is man, circa driekwart van de duikers werkt fulltime, vaakst in de hogere inkomensklassen.
Tussen de 70% en 80% van de duikers die nu al in Zeeland duikt, zou vaker willen duiken in Zeeland. Gebrek aan tijd en de reisafstand zijn de belangrijkste drempels die dit tegenhouden. Ook hebben de meeste duikers interesse in toeristische activiteiten tijdens bezoek aan Zeeland. De interesses voor toeristische activiteiten zijn zeer divers. Bezoek aan het strand, stad en Zeeuwse bezienswaardigheden scoren het hoogst. De beleving van het duiken is cruciaal, zowel voor ervaren duikers als geïnteresseerde die kennis willen maken met duiken. Uit het onderzoek Dutch Divers' Delta van het NOB blijkt dat duikers behoefte hebben aan actuele informatie over duiklocaties. Hier kan het televisieprogramma Ondersteboven goed op inspelen. (*NOB; Creative Marketing Results 2011)*

Het doel van het televisieprogramma Ondersteboven is uiteindelijk de onderwaterwereld van Zeeland bekender te maken. Mensen zullen (meer) belangstelling hebben in de duiksport, en dan voornamelijk in Zeeland. Wat uiteindelijk voor meer toerisme zal zorgen. De hotelsector kan inspelen op de behoefte van de doelgroep om meer duiken te maken door de drempel van reisafstand weg te halen. Het is dan wel van belang dat er specifieke faciliteiten voor duikers aanwezig zijn. De hotels en campings kunnen er voordeel uit halen dat de onderwaterwereld van Zeeland bekender wordt. Hierdoor zijn zij ook goede mogelijke sponsors voor het televisieprogramma Ondersteboven.

In deelvraag 4 is te lezen dat er veel geld en tijd zit in het daadwerkelijk realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven. Er zullen veel sponsors gezocht moeten worden om het te kunnen financieren. De economische situatie speelt hier ook een belangrijke rol in. Omroepen en sponsors zijn op dit gebied veel voorzichtiger geworden om nieuwe uitdagingen aan te gaan. De conclusie na het uitwerken van alle deelvragen is dan ook dat het daadwerkelijk realiseren van het televisieprogramma Ondersteboven moeilijk is. Het advies is daarom het onderwerp duiken onder te brengen in een bestaand televisieprogramma. Hiervoor zijn namelijk al sponsors gevonden en de tijd om het onderwerp duiken op de nationale televisie te krijgen wordt hierdoor erg verkort. Hierbij kan gedacht worden aan televisieprogramma's die gaan over reizen of over een sport beoefenen.

7. Aanbevelingen

Don't: 1 TV programma

Na dit verrichte onderzoek blijkt dat de kosten voor een televisieprogramma over duiken hoog zijn. Er zullen veel sponsors gezocht moeten worden om het te kunnen financieren. De economische situatie speelt hierbij een belangrijke rol. Omroepen en sponsors zijn op het gebied van investeren veel voorzichtiger geworden om nieuwe uitdagingen aan te gaan.

Do: Meerdere programma's

Het advies is daarom het onderwerp duiken onder te brengen in bestaande televisieprogramma's. Hiervoor zijn namelijk al sponsors gevonden en de tijd om het onderwerp duiken op de nationale televisie te krijgen wordt hierdoor erg verkort. Hierbij kan gedacht worden aan televisieprogramma’s die gaan over vakantie of over een sport beoefenen.

Don't: Reisafstand

Gebrek aan tijd en de reisafstand zijn de belangrijkste drempels die regelmatig duiken tegenhouden. Men wilt geen grote reisafstanden afleggen voor een dagje duiken.

Do: Overnachtingen

Door er een vakantie of in ieder geval een langdurig verblijf van te maken wordt de reisafstand naar het duiken toe korter, wat positief is voor de duiker. Voor de hotelsector zijn hierin mogelijkheden om in te spelen op de duikersdoelgroep. Het is dan wel van belang dat er specifieke faciliteiten voor duikers aanwezig zijn.

Don't: Duiken opzich

De beleving van het duiken is cruciaal, zowel voor ervaren duikers als geïnteresseerde die kennis willen maken met duiken. Daarom is duiken opzich niet meer genoeg.

Do: Beleving

De meeste duikers hebben buiten het duiken ook interesse in toeristische activiteiten tijdens bezoek aan Zeeland. De interesses voor toeristische activiteiten zijn zeer divers. Bezoek aan het strand, stad en Zeeuwse bezienswaardigheden scoren het hoogst. Daarom moet duiken in combinatie met andere toeristische activiteiten een beleving vormen.

Literatuurlijst

Internetbronnen:
www.grevelingen.nl, geraadpleegd op: 5 december 2011
www.g-o.be, geraadpleegd op: 5 januari 2012
www.kenniscentrumkusttoerisme.nl, geraadpleegd op: 12 december 2011, 19 december 2011
www.onderwatersport.org, geraadpleegd op: 5 december 2011, 22 december 2011, 2 januari 2012, 9 januari 2012, 16 januari 2012
www.schalkseduikers.be, geraadpleegd op: 8 december 2011
www.wrakscharendijke.nl, geraadpleegd op: 15 december 2011

Onderzoeken:
NOB; Creative Marketing Results 2011, geraadpleegd op: 8 december 2011, 15 december 2011, 22 december 2011, 5 januari 2012, 9 januari 2012, 16 januari 2012
Kenniscentrum Kusttoerisme 2011, Dutch Divers' Delta Zeeland: een duikregio met groeipotentieel, geraadpleegd op: 15 december 2011, 19 december 2011

Interview:
Mevr. M. Heinen, 2011

Bijlage I: Sponsors

- Kenniscentrum Kusttoerisme
- Provincie Zeeland, Harry van Waveren, h.v.waveren@zeeland.nl
- Kabbelaar, duikhotel in Scharendijke, Bastian Mathijssen
- Duikcentrum de Grevelingen
- Dolphins Dive Center, Brouwershaven, Marloes Otten 06-22409047
- De Witte Bouleverd, Renesse
- Duikcentrum Waterworld, Nieuwerkerk
- Rijkswaterstaat
- Noordhoek Offshore
- Nederlandse Onderwatersport Bond, Veenendaal, beleidsmedewerker Desmond van Santen desmond.vansanten@onderwatersport.org of Anne Schulze, anne.schulze@onderwatersport.org
- Delta Zeeland
- VVV Zeeland
- Nationaal Park de Oosterschelde
- DuikeninBeeld.tv
- Natuur- en recreatieschap de Grevelingen, Pieter Maessen, communicatiemedewerker.
- www.scuba4u.nl

1. 4DiversVeendendaalNederland

2. ABC TravelOldenzaalNederland

3. Aggressor FleetAugustaUnited Statieswebsite

4. Amontillado Beach & Dive ResortOriental NegrosPhilippineswebsitei360

5. Analox- Nitrox Holland BVNederlandwebsitep219

6. Aquatoy.nlLeusdenNederlandwebsitea266

7. Aruba one Happy Dive IslandDen HaagNederlandwebsited201

8. Beaver Sports Ltd.United Kingdom

9. Bonaire & Caribbean Fun TravelbaarnNederlandwebsitei220

10. BonaireHaarlemNederlandwebsitei220

11. Captain Don's HabitatNEDERLANDSE ANTILLENNederlandse Antillenwebsitee230

12. Costa Brava Sub.Lla FrancSpainwebsiteo349

13. Croation Assocation of Diving Touris, ZagrebCroatiawebsiteo360

14. CuraçaoRotterdamNederlandwebsited220

15. DAN EuropeRosetoItalywebsiteL220

16. Deep Divers Hurghadawebsiteq360

17. Desert Roos DuikreizenZutphenNederlandwebsiten352

18. Dive Center Thalassa ManadoNorth SulawesiIndonesiawebsiteo220
19. Dive Together bvZaandamNederlandwebsiteo248
20. Dive WorldEnschedeNederlandwebsited227
21. Diversity DivingPlaya del CarmenMexicowebsiteb353
22. DiveWise Technical DivingBeuningenNederlandwebsiteu255
23. Divine Diving Flores Komodowebsitei231
24. Diving HolidaysNederlandwebsitep220
25. Duiken in beeld.tvAmsterdamNederlandwebsiteo240
26. DuikersgidsRotterdamNederlandwebsitea255
27. Duikkeuring.nlBilthovenNederlandwebsitei263
28. DuikmagazineBestNederlandwebsited254
29. Duikreizen.nlBredaNederlandwebsiteo230
30. Duikteam Thalassa AmersfoortNederlandwebsitek353
31. DutchdiveHASSELTNederlandwebsiteb360
32. Easy Divers Int.HurghadaEgyptwebsiteL263
33. Eigen Wijze Duikreizen B.V.AlmeloNederlandwebsitep201
34. EskoZEISTNederlandwebsitea252
35. Extra Divers WorldwideVaduzLiechtensteinwebsiter345
36. Flora & Fauna PleinLeidenNederlandwebsite h330 Fourth
37. ElementSCHARENDIJKENederlandwebsitep147
38. Gaydiveteamwebsitek350
39. Greece-Yachting.nlNijkerkNederlandwebsiteu265
40. Green ForceErembodegemBelgiumwebsitef127 Hi
41. DiveHoutenNederlandwebsiten339 I
42. ADSamsterdamNederlandwebsitec134
43. IANTD BeneluxHASSELTBelgiumwebsiteu248
44. Instructor Dive Development (IDD)AMSTERDAMNederlandwebsiteA117

45. LazywaveRotterdamNederlandwebsitei246

46. Marine Expedition Services bvbaBelgiumwebsitea148

47. Museum of Diving & Underwater ExplorationNederlandwebsitek152

48. Nederlandse Onderwatersport BondNederlandwebsitei134

49. Nile Travel / Zininduiken.nlAmsterdamNederlandwebsitej350

50. Ocean Reef Nederlandwebsitei240 Onderwaterhuis.nlOud GastelNederlandwebsitej127

51. Onderwatersport Vereniging De GrotRotterdamNederlandwebsite

52. Pharaoh Dive Clubwebsitet355 Procean |

53. Jewels of the SeaLeekNederlandwebsitea117

54. Safari Diving LanzaroteVLAARDINGENNederlandwebsitej226

55. Schox OnderwatersportCapelle aan den IJsselNederlandwebsitea248

56. Scuba Academie VinkeveenVinkeveenNederlandwebsitea223

57. Scuba RepublicZandvoortNederlandwebsitec154

58. Sea Shepherd EuropeBarneveldNederlandwebsiten256

59. Seaguu Hurghada / Naui EgyptVinkeveenNederlandwebsitea203

60. Sealife BeneluxMaassluisNederlandwebsitep125

61. SeaSee TravelBreukelenNederlandwebsitei255 SSI/

62. Sub Gear BeneluxDuivenNederlandwebsitea162

63. St. Eustatius Ned. AntillenNederlandse Antillenwebsitee227

64. Stichting de OosterscheldeZierikzeeNederlandwebsiteL350

65. Stichting IAHDMiddenmeerNederlandwebsiteo263

66. Suunto Benelux bvTholenNederlandwebsitec140

67. Tankdiving.nlNederlandwebsitek160

68. TillyTec / Tigullio / Snh-reizen AlmereNederlandwebsiteu223