



Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016

Colofon

Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016

Samenstelling: NRIT Media, Centraal Bureau voor de Statistiek, NBTC Holland Marketing en CELTH, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality

Redactieraad:

Kim de Bruijn – NRIT Media, voorzitter

Ton Vermeulen – NRIT Media

Diana Korteweg Maris – CELTH, Hogeschool Zeeland

Margo Rooijackers – CELTH, NHTV

Kees van der Most – NBTC Holland Marketing

Nico Heerschap – CBS

Luuk Schreven – CBS

Koen Breedveld – Mulier Instituut

Stefan Hartman – CELTH, Stenden

Kees van Wijk – Gastvrij Nederland

Bestelinformatie:

Titel: Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016

ISSN: 1569-609X

ISBN: 978-90-5472-384-4

Foto's:

Shutterstock, Rudmer Zwerver/Shutterstock.com, www.hollandfoto.net/Shutterstock.com, Mauvries/Shutterstock.com, lazyllama/Shutterstock.com, Pawel Kazmierczak/Shutterstock.com, VanderWolf Images/Shutterstock.com, ingehogenbijl/Shutterstock.com, Inge Schepers/Shutterstock.com

© NRIT Media (delen 1 en 3) en CBS (deel 2) 2016

Deze editie is redactioneel afgesloten op 31 augustus 2016. Met uitzondering van deel 2 mag niets van deze uitgave op enigerlei wijze worden overgenomen zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. De auteurs hebben de grootst mogelijke zorgvuldigheid betracht bij het maken van deze publicatie. Desalniettemin kunnen fouten niet altijd worden uitgesloten. NRIT Media, CBS, CELTH en NBTC Holland Marketing zijn niet verantwoordelijk voor eventuele schade die daaruit kan voortvloeien.



Deel 2 Statistieken

Voorwoord

De toerismesector wordt steeds belangrijker voor de Nederlandse economie. In 2015 was de sector goed voor bijna 73 miljard euro aan toeristische bestedingen en 3,8 procent van het bruto binnenlands product, vijf jaar eerder was dat nog 3 procent. Vooral het inkomend toerisme is gegroeid. De 15 miljoen buitenlandse toeristen gaven in 2015 bijna 20 miljard euro in ons land uit, ruim 13 procent meer dan in 2014. Het binnenlands toerisme is nog steeds een stuk groter dan het inkomend toerisme maar groeit minder sterk: de bestedingen namen met 2,6 procent toe en het aantal overnachtingen met 1,4 procent.

Nederlanders zijn een reislustig volk. Net als het jaar ervoor ging 80 procent van de Nederlanders in 2015 op vakantie, vaak meer dan één keer. De vakantieparticipatie zit daarmee in de Europese top. Iets minder dan de helft van de vakanties wordt in eigen land doorgebracht. De populairste bestemming voor lange buitenlandse vakanties was Frankrijk, in 2014 was Duitsland nog nipt favoriet.

Deze cijfers zijn terug te vinden in deze publicatie, die het tweede deel vormt van het 'Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016'. De ontwikkeling en staat van het Nederlandse toerisme en de economische betekenis ervan worden beschreven aan de hand van onder meer de internationale trends, het vrijetijdsgedrag en de vakanties van Nederlanders, en het zakelijk en inkomend toerisme. Daarnaast is er aandacht voor duurzaamheid, bijvoorbeeld door het in kaart brengen van de carbon footprints van vakanties.

Dit statistische deel van het Tendrapport wordt afgesloten met een tweetal artikelen in de Capita selecta. Dit zijn bijdragen van auteurs van het Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH). Aandacht krijgen: de toeristische druk op stedelijke bestemmingen en de bruikbaarheid van cijfers voor de toerismebranche in Zeeland.

Dit is het tweede jaar dat het 'Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd' wordt gemaakt in samenwerking met NRIT Media, NBTC Holland Marketing en het kenniscentrum CELTH. Onze dank gaat uit naar allen die hebben bijgedragen aan deze publicatie. Het brede spectrum aan onderwerpen levert een actueel en diepgaand inzicht in de ontwikkelingen in het Nederlandse toerisme. Samen met de andere delen van het Tendrapport 2016 vormt deze overzichtspublicatie een waardevolle informatiebron voor de branche, beleidsmakers, het onderwijs en alle andere geïnteresseerden.

Directeur-Generaal,

Dr. T.B.P.M. Tjin-A-Tsoi

Den Haag/Heerlen, oktober 2016

Inhoud

	Voorwoord	5
1.	Inleiding	8
	1.1 Doel en opzet	9
	1.2 Het kader	11
2.	Internationale ontwikkelingen	22
	2.1 Wereldwijde ontwikkelingen	24
	2.2 Ontwikkelingen binnen Europa	35
3.	Vrijtijdsgedrag van Nederlanders	48
	3.1 Vrijtijdsparticipatie	51
	3.2 Het volume van vrijetijdsactiviteiten	54
4.	Vakanties van Nederlanders	58
	4.1 Vakantieparticipatie	61
	4.2 Vakanties in Nederland	66
	4.3 Vakanties in het buitenland	74
	4.4 Vakantiebestedingen	83
5.	Inkomend toerisme in Nederland	92
	5.1 Aantal buitenlandse bezoekers en overnachtingen	94
	5.2 Herkomst van buitenlandse toeristen	96
	5.3 Bestemmingen van buitenlandse toeristen	104
	5.4 Inkomend toerisme naar accommodatietype	105
	5.5 Bezoekmotieven	107
	5.6 Vervoermiddelen	110
	5.7 Ondernomen activiteiten	112
	5.8 Bestedingen van buitenlandse toeristen	115
6.	Zakelijk toerisme	118
	6.1 Inleiding	120
	6.2 Zakelijk toerisme in Nederland	123
	6.3 Zakenreizen van Nederlanders	128
	6.4 Inkomend zakelijk toerisme	132
	6.5 Internationale positie van Nederland als congresbestemming	135
7.	Aanbod en gebruik van logiesaccommodaties	138
	7.1 Aanbod van logiesaccommodaties in Nederland	140
	7.2 Gebruik van Nederlandse logiesaccommodaties	149
	7.3 Bezettingsgraden	161

8.	Toerisme in macro-economisch perspectief	168
8.1	Toerisme en de nationale rekeningen	170
8.2	Toeristische bestedingen	172
8.3	Toeristische toegevoegde waarde	176
8.4	Toeristische werkgelegenheid	177
8.5	De reisverkeersbalans	180
9.	Toerisme en duurzaamheid	186
9.1	Inleiding	188
9.2	De 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger	190
9.3	Toeristische druk op de omgeving	201
10.	Capita selecta	208
10.1	Toeristische druk op stedelijke bestemmingen	208
10.2	Toeristische cijfers bruikbaar maken	213

Aanvullende informatie en geraadpleegde bronnen treft u online aan op www.nritmedia.nl/trendrapport2016.



1 Inleiding

Dit hoofdstuk begint met een paragraaf die het doel en de opzet van de publicatie beschrijft. Deze paragraaf bevat ook een beknopte leeswijzer. Het tweede deel van dit hoofdstuk behandelt het theoretische kader van toerisme. Daarbij komen definities van begrippen aan bod die in deze publicatie veelvuldig terugkomen. Enkele schematische figuren illustreren daarbij de samenhang tussen deze begrippen.



1.1 Doel en opzet

In 2015 maakte de toerismepublicatie van CBS voor het eerst deel uit van het 'Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd' dat NRIT Media jaarlijks uitgeeft. Deze samenwerking is in 2016 voortgezet. Het Tendrapport vormt hét toonaangevende naslagwerk over toerisme, recreatie en vrije tijd in Nederland.

Dit tweede deel van het drieluik waaruit het Tendrapport bestaat, legt de nadruk op het beschikbare cijfermateriaal. Dit cijfermateriaal is voor een belangrijk deel afkomstig van CBS. Daarnaast komen ook cijfers aan bod uit andere bronnen, zoals Eurostat, de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO), de Wereld Toerisme Organisatie (UNWTO) en NBTC-NIPO Research. CBS heeft de eindredactie van dit tweede deel van deze publicatie verzorgd en is voor dit deel eindverantwoordelijk.

Doel van de publicatie

Het Tendrapport heeft als doel een actueel, gedegen en samenhangend overzicht te geven van toerisme, recreatie en vrije tijdsbesteding in Nederland. Cijfers over het toerisme zijn het belangrijkste aandachtsgebied in dit deel van het Tendrapport. De doelgroep bestaat uit een breed spectrum van geïnteresseerden: beleidsmakers op lokaal en landelijk niveau, studenten, professionals in het onderwijs, ondernemers en brancheorganisaties in de toerisme, recreatie en vrije tijdssector.

Opzet van de publicatie

Dit tweede deel van de publicatie benadert het toerisme in grote lijnen vanuit twee standpunten: de vraagzijde en de aanbodzijde. Vanaf hoofdstuk 3 zijn deze beide thema's duidelijk te onderscheiden. De eerste twee hoofdstukken zijn algemeen van karakter. Hoofdstuk 1 geeft een inleiding en een omschrijving van het theoretische kader van toerisme. In hoofdstuk 2 volgt een overzicht van de internationale ontwikkelingen die van invloed zijn op het toerisme wereldwijd en op het toerisme in Europa in het bijzonder. Deze ontwikkelingen zijn daarmee ook relevant voor het toerisme in Nederland.

In de hoofdstukken 3 tot en met 6 staat de vraag in het toerisme centraal. Hierbij geldt dan ook overwegend het perspectief van de toerist en zijn gedrag. Hoofdstuk 3 beschrijft hoe Nederlanders hun vrije tijd doorbrengen. Daarna gaat hoofdstuk 4 uitgebreid in op het binnenlandse en het uitgaande toerisme, dat wil zeggen Nederlanders die in Nederland respectievelijk het buitenland op vakantie gaan. Het gaat daarbij niet alleen om het aantal toeristen en vakanties in hotels, vakantiehuizen, groepsaccommodaties of op campings, maar ook om bijvoorbeeld Nederlanders die in een tweede woning verblijven. Het hoofdstuk maakt daarbij onder meer onderscheid naar de duur van de vakantie, de gebruikte transportmiddelen, de vakantiebestemming en de uitgaven. Hoofdstuk 5 gaat vervolgens in op het vakantiegedrag van buitenlandse toeristen in Nederland: het inkomende toerisme. Hoofdstuk 6 schenkt aandacht aan een specifiek segment van het toerisme, namelijk het zakelijke toerisme in Nederland. Het gaat daarbij zowel om Nederlanders als buitenlanders die in Nederland met zakelijke doeleinden op reis zijn.

De hoofdstukken 7 en 8 stellen de aanbodzijde van het toerisme centraal. Hoofdstuk 7 is het overgangshoofdstuk van vraag naar aanbod. Het hoofdstuk beschrijft hoeveel hotels, vakantieparken, campings en groepsaccommodaties (logiesaccommodaties) in Nederland actief zijn, hoeveel slaapplekken zij aanbieden en hoeveel gasten zij ontvangen. De ontwikkeling in de bezettingsgraad van deze bedrijven vormt een belangrijke indicator voor de prestaties van Nederlandse logiesaccommodaties. Dit hoofdstuk biedt cijfermateriaal over verschillende typen accommodaties, zoals hotels en kampeerterrainen, en over provincies en belangrijke toeristische steden en gebieden in Nederland. Dit hoofdstuk maakt een expliciete vergelijking tussen het binnenlands en inkomend toerisme mogelijk. Hoofdstuk 8 beschrijft de macro-economische betekenis van toerisme voor Nederland. Dit gebeurt onder meer met gegevens uit de Nationale rekeningen, die een schatting mogelijk maken van de bijdrage van het toerisme aan het Nederlandse bruto binnenlands product (bbp), toeristische bestedingen en werkgelegenheid. Daarnaast komt de reisverkeersbalans aan bod; een belangrijke indicator die de internationale toeristische ontvangsten en uitgaven van landen op macroniveau weergeeft.

In hoofdstuk 9 staan duurzaamheidsaspecten in relatie tot toerisme centraal. Dit hoofdstuk beschrijft ontwikkelingen in de omvang van de 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger en de eco-efficiëntie van vakantiebestemmingen. Ook is er in dit hoofdstuk aandacht voor de toeristische druk op de omgeving.

Hoofdstuk 10 bevat de capita selecta: twee aanvullende artikelen die dieper ingaan op enkele specifieke aspecten van toerisme. Deze artikelen zijn verzorgd door auteurs van het Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH). Albert Postma en Ko Koens behandelen in hun bijdrage het bewonersperspectief op de toeristische druk in enkele steden en geven vier scenario's voor de toekomst van het stedelijk toerisme. De bijdrage van Diana Korteweg Maris en Anton Bil presenteert toepassingen van gecombineerde lokale gegevens waarmee toeristische cijfers beter bruikbaar worden voor de provincie Zeeland.

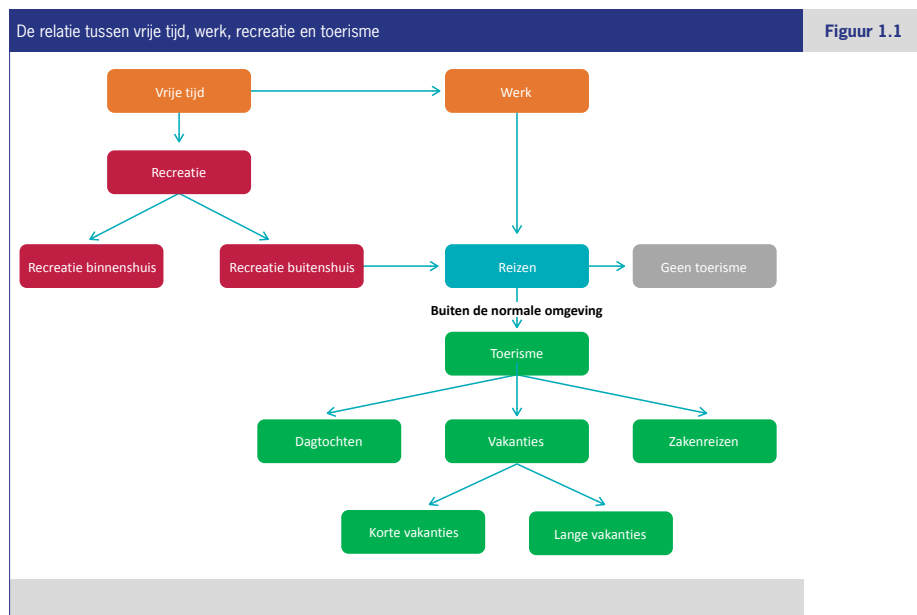
Een beschrijving van de sectoren, die aan het toerisme zijn gerelateerd, kan worden teruggevonden in deel 3 van deze publicatie of in een set tabellen, die als bijlage is toegevoegd aan deel 2. Naast de CBS-cijfers die in deze publicatie aan bod komen, stelt CBS een grote hoeveelheid aanvullend cijfermateriaal gratis ter beschikking op zijn online database StatLine. Deze databank is te raadplegen via <http://statline.cbs.nl>.

1.2 Het kader

Deze paragraaf schetst het theoretische kader van toerisme. Definities en kernbegrippen komen aan bod. Enkele figuren geven grafisch weer hoe deze begrippen met elkaar samenhangen.

Wat is toerisme?

Toerisme wordt door World Tourism Organization van de Verenigde Naties (UNWTO) gedefinieerd als: ‘de activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken, en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht’ (UNWTO, 2015a). In deze internationaal geaccepteerde definitie staat de vraagzijde centraal, namelijk de toerist als consument. Het begrip ‘normale omgeving’ maakt de definitie subjectief. De normale omgeving van een persoon bestaat immers uit de directe nabijheid van zijn of haar woning, plaats van werk of studie, en andere locaties die hij of zij regelmatig bezoekt.



Wat tot de 'normale omgeving' behoort, is dus afhankelijk van de toerist zelf en verschilt per persoon. De definitie gebruikt geen objectief meetbare kenmerken, zoals afstand, frequentie of duur, om de normale omgeving af te bakenen.

Vakantie / trip: motief en duur

Bij toerisme gaat het niet alleen om mensen die in hun vrije tijd voor hun plezier reizen. Het gaat ook om mensen die reizen om andere redenen, zoals voor hun gezondheid, voor sport, voor studie, of voor bezoek aan familie en kennissen. Ook zakenreizigers tellen mee als toeristen, op voorwaarde dat zij niet betaald worden vanuit de plaats van bestemming.¹ Mensen die forenzen, vracht vervoeren of als verkoper reizen, tellen niet mee als toerist. Zij bevinden zich immers in hun 'normale (werk)omgeving'.

Doordat er sprake is van verschillende motieven om te reizen, bestaan er ook verschillende vormen van toerisme, zoals strandtoerisme, cultuurtoerisme, wintersportvakantie, zakelijk toerisme, natuurtoerisme en familiebezoek. Deze verschillende subdomeinen van toerisme hebben allen hun eigen kenmerken en verschillen in hun profiel van de toerist. Naast de toerist, is een ander belangrijk element van toerisme de vakantie of trip.² Daarbij gaat het niet alleen om vakanties waarbij er wordt overnacht in een accommodatie (verblijfstoerisme) maar ook om dagtochten of excursies waarbij de toerist niet langer dan een etmaal op pad is (dagtoerisme). Vakanties met een overnachting worden meestal ingedeeld in korte vakanties en lange vakanties. Een korte vakantie duurt één, twee of drie overnachtingen en een lange vakantie duurt ten minste vier overnachtingen, tot maximaal een jaar.

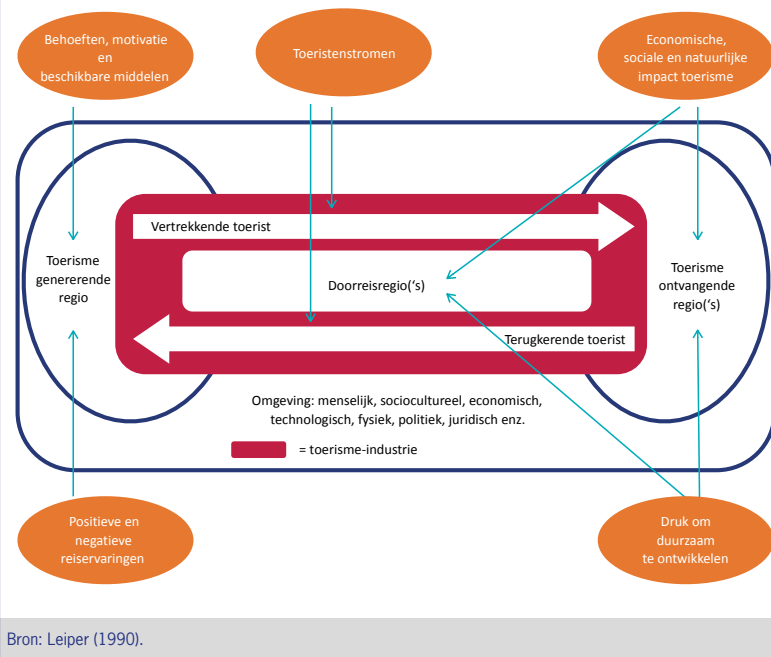
Toerisme als een cyclisch proces

Toerisme behelst niet alleen de reis en het verblijf van de toerist. Het omvat ook de handelingen die voorafgaan aan de reis: informatie verzamelen, besluiten nemen en voorbereidingen treffen zoals de benodigde goederen aanschaffen. Ook nadat de reis is afgelopen, blijft deze van invloed op het toekomstige reisgedrag van de toerist. Een toerist neemt immers positieve en negatieve reiservaringen mee terug, die weer hun invloed hebben op besluiten die de toerist neemt over een nieuwe reis. Al deze elementen hangen met elkaar samen en vormen een cyclisch proces. Het 'systeem van toerisme' van Leiper (1990) beschrijft deze samenhang (figuur 1.2).

Het systeem van Leiper geeft de drie belangrijkste onderdelen van toerisme als cyclisch systeem weer: de activiteiten van de toerist (de vraag), het reizen naar en van de bestemming (doorreisgebieden), en het toerisme als industrie (het aanbod). In het vervolg van deze paragraaf komen deze drie onderdelen en hun kenmerken achtereenvolgens aan bod.

1 Hoofdstuk 6 over zakelijk toerisme omschrijft precies welke zakenreizigers wel en niet als toerist meetellen.

2 Ook de zakenreis of de bedevaart.



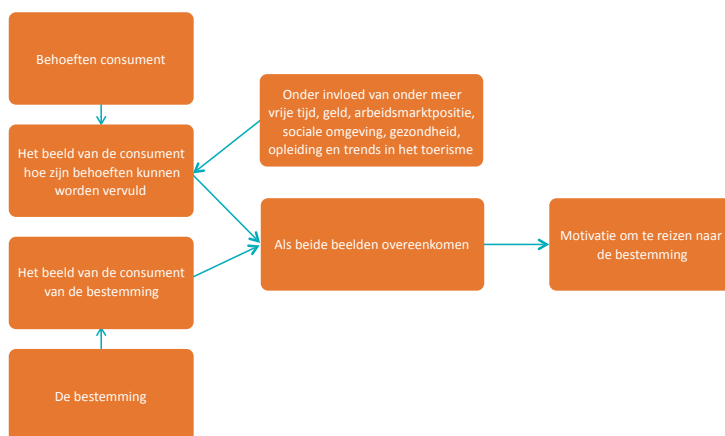
Leiper's systeem geeft ook de invloed van de externe omgeving op het toerisme weer. Tot deze omgeving behoren bijvoorbeeld de demografische, technologische en politieke ontwikkelingen. Ook de economische situatie is van invloed op het toerisme, waaronder ontwikkelingen in het besteedbare inkomen en de prijsniveaus. Het systeem van toerisme van Leiper is dus geen geïsoleerd en losstaand systeem. Externe gebeurtenissen zoals een terroristische aanslag, een orkaan of een sterke koersdaling van een munt kunnen immers grote invloed hebben op het toerisme.

Kenmerken van de toerist en de vakantie

Toerisme is bovenal een menselijke ervaring. Op vakantie gaan is een vast deel van ons hedendaagse consumptiepatroon geworden. Daarmee is de toerist de centrale actor in het systeem van Leiper. Bij de toerist ontstaat immers de vraag naar toerisme. De toerist ervaart de motivatie, neemt besluiten en heeft de tijd en middelen ter beschikking. Bij zijn besluitvorming wordt hij beïnvloedt door onder meer de sociale omgeving, marketing en geldende vakantietrends. In toenemende mate vindt deze beïnvloeding plaats via kanalen zoals internet en sociale media.

Toeristen vormen een heterogene groep, met verschillende persoonlijkheden, ervaringen, levensstijlen, en verschillende sociale en economische kenmerken. Om de toeristische vraag statistisch in kaart te brengen, is het allereerst dan ook van belang om inzicht te krijgen in de achtergrondkenmerken van toeristen, zoals leeftijd,

Figuur 1.3 De motivatie om te reizen



Bron: Holloway (2009)

inkomen, gezinssamenstelling, geslacht en de arbeidsmarktpositie.³ Vervolgens kunnen verschillende waar te nemen kenmerken worden gehangen aan de vakantie of dagtocht van een toerist, zoals:

- het doel: de motivatie van de toerist,
- de duur van de dagtocht of de vakantie,
- de woonplaats van de toerist⁴ en de bestemming van de dagtocht of vakantie, waarbij minimaal het onderscheid wordt gemaakt tussen binnenland en buitenland,
- de tijdsperiode waarin de dagtocht of vakantie heeft plaatsgevonden,
- de verschillende bestedingen die de toerist heeft gedaan,
- het type accommodatie waarin de toerist eventueel heeft overnacht,
- het transportmiddel dat de toerist heeft gebruikt,
- de activiteiten die de toerist heeft ontplooid,
- en de wijze van boeken.

Vanuit economisch perspectief zijn vooral de bestedingen van toeristen belangrijk. Daarbij gaat het niet alleen om bestedingen tijdens de reis en het verblijf, maar ook om gerelateerde bestedingen die toeristen voor en na de reis doen.

³ Inclusief studeren, pensioen of werkloosheid.

⁴ Het gaat bij toerisme niet zozeer om de nationaliteit, maar om de woonplaats van de toerist. De term 'Nederlanders' betekent in deze publicatie inwoners van Nederland (ingezetenen). De term 'buitenlanders' of 'buitenlandse toeristen' staat voor niet-ingezetenen van Nederland. Ter verduidelijking: iemand met de Duitse nationaliteit die in Nederland woont, is een inwoner van Nederland en wordt daarmee in deze publicatie als 'Nederlandse' beschouwd. Anderzijds is iemand met de Nederlandse nationaliteit die in België woont in dit verband een 'buitenlander'. Deze persoon wordt als Belgisch toerist beschouwd.

Op nationaal niveau worden, ten slotte, ook indicatoren gepresenteerd over de vakantieparticipatie van de bewoners van een land: welk deel van de Nederlanders neemt deel aan welk type vakantie en welk deel niet en waarom niet.

Toeristen vertegenwoordigen de vraagzijde van het toerisme. De vraagzijde komt vooral aan bod in de hoofdstukken 3 tot en met 6 van deze publicatie, en deels in hoofdstuk 8 dat de macro-economische betekenis van toerisme beschrijft.

Regio's van herkomst, doorreis en bestemming

Leiper onderscheidt drie geografische regio's in zijn model, waartussen toeristen reizen:

- **Toerisme genererende regio('s):** Dit is de plaats of de regio waar de (potentiele) toeristen wonen en waar hun reis begint en meestal ook eindigt. Hier zoeken toeristen hun informatie en boeken ze hun reis. Op deze locatie ontstaan de behoefte en motivatie om te reizen, ook wel bekend als de 'push-factor';
- **Doorreisregio('s):** Dit is de plaats of de regio waar het reizen van de toerist plaatsvindt om van zijn woonplaats op zijn eindbestemming te komen. Ook de plaatsen die de toerist onderweg bezoekt, horen bij de doorreisregio;
- **Toerisme ontvangende regio('s):** Dit is de plaats of regio waar de toerist zijn eindbestemming heeft en waar hij of zij verblijft.⁵ De eindbestemming vormt de zogenaamde 'pull-factor', en creëert mede de vraag naar toerisme. Bepalende factoren zijn onder meer de aanwezigheid van natuur, cultuur en attracties of het klimaat. Ook zakelijke overwegingen en de woonplaats van familie of kennissen kunnen bepalend zijn voor de bestemming die een toerist kiest. Vooral op de doorreisregio's en de eindbestemming kan de impact van het toerisme groot zijn. Hier vinden de effecten, zowel positief als negatief, plaats op de bevolking, de economie, de gebouwde en de natuurlijke omgeving: het milieu.

Stromen van toerisme

In het toerisme zijn verschillende stromen te onderscheiden, die te maken hebben met de onderscheiden regio's. Figuur 1.4 geeft deze stromen grafisch weer. Het gaat om de volgende toeristische stromen:

- **Inkomend toerisme:** Dit behelst alle dagtochten en vakanties van buitenlandse toeristen in een land. Het gaat hierbij om bezoeken van personen die niet wonen in het land van bestemming, en dus geen ingezetenen zijn van het bezochte land. Het perspectief van het ontvangende land is hierbij leidend. Een voorbeeld is de vakantie van een Duitse ingezetene in Nederland, vanuit Nederlands perspectief.

⁵ De toerisme ontvangende regio kan ook de eindbestemming zijn van een dagtocht, dus zonder dat er een overnachting plaatsvindt.

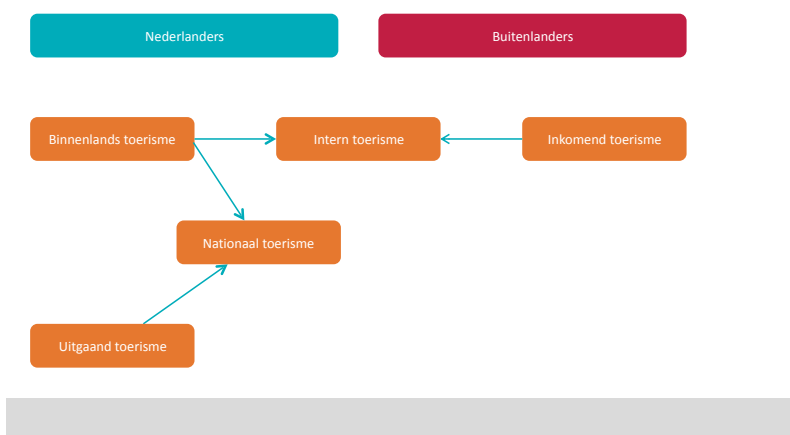
- **Binnenlands toerisme:** Dit betreft alle dagtochten en vakanties die toeristen in hun eigen land doorbrengen. Een voorbeeld is een gezin dat woont in Limburg, en op vakantie gaat in Noord-Holland.
- **Uitgaand toerisme:** Dit omvat alle dagtochten en vakanties van toeristen naar een ander land dan het land waarin zij wonen. Voor het land dat de toerist bezoekt, behoort hij of zij tot het inkomende toerisme. Een voorbeeld van uitgaand toerisme is de vakantie van een Nederlandse ingezetene in Duitsland, die vanuit het Nederlandse perspectief dus behoort tot het uitgaande toerisme en vanuit het Duitse perspectief tot het inkomend toerisme.

Door bovengenoemde stromen te combineren, is het mogelijk nog twee andere stromen te onderscheiden:

- **Intern toerisme:** Dit betreft alle dagtochten en vakanties van buitenlandse en binnenlandse toeristen die in een bepaald land plaatsvinden. Het interne toerisme is dus een samenvoeging van het inkomende toerisme en het binnenlandse toerisme.
- **Nationaal toerisme:** Dit behelst alle binnenlandse en buitenlandse dagtochten en vakanties van de inwoners van een bepaald land. Het nationale toerisme is dus een samenvoeging van het binnenlandse en het uitgaande toerisme.

Figuur 1.4

Stromen van toerisme



De verschillende stromen van toerisme komen terug in de diverse hoofdstukken van deze publicatie. De hoofdstukken 3 en 4 gaan bijvoorbeeld over het binnenlandse en het uitgaande toerisme van Nederlanders. Hoofdstuk 5 beschrijft het inkomende toerisme vanuit Nederlands perspectief. De doorreisregio's hebben te maken met doorgaand toeristisch verkeer. Deze stroom van toerisme komt alleen in hoofdstuk 4 in beperkte mate terug als het gaat om het uitgaand toerisme van Nederlanders.

De toerisme-industrie

Naast de toerist als actor en het reizen van toeristen tussen geografische regio's, vormt de toerisme-industrie het derde element van Leiper's model. De toerisme-industrie vertegenwoordigt de aanbodzijde en omvat de bedrijven en instellingen die aan toeristen goederen en vooral diensten leveren om in hun behoeften te voorzien. Het gaat daarbij om zowel private als publieke bedrijven of instellingen. Centraal staan de (economische) interacties tussen toeristen enerzijds en de toerisme-gerelateerde bedrijven of instellingen anderzijds, waarbij de activiteiten en bestedingen van toeristen altijd het uitgangspunt vormen.

Het aanbod van toeristische diensten heeft een aantal specifieke kenmerken. Zo zijn toeristische diensten niet van te voren tastbaar. Het gaat om ervaringen, zoals het reizen met een vliegtuig, het verblijf in een hotel, plezier en ontspanning en het zien van een beroemde stad. Toeristische diensten worden op hetzelfde moment geconsumeerd als ze worden geproduceerd. Toeristische diensten kunnen niet worden 'opgeslagen' om later nog een keer te worden aangeboden. Denk bijvoorbeeld aan een niet verkochte vliegtuigstoel, een lege tafel in een restaurant of een onbezette hotelkamer. De verschillende toeristische diensten zijn complementair aan elkaar. Ze vervullen verschillende behoeften van de toerist tijdens zijn vakantie, zoals vervoer, logies en eten en drinken. Het gaat bij toerisme dan ook niet om het aanbod van één product, maar er is sprake van een samengesteld product, waarbij verschillende bedrijfstakken zijn betrokken. Tabel 1.1 geeft aan welke bedrijfstakken volgens de UNWTO tot de kern van de toerisme-industrie behoren (UNWTO, 2015a).

Kernsectoren van de toerisme-industrie	Tabel 1.1
Verschaffen van accommodatie	
Eet- en drinkgelegenheden	
Personenvervoer per spoor	
Personenvervoer over de weg	
Personenvervoer over het water	
Personenvervoer door de lucht	
Verhuur van transportmiddelen	
Reisbureaus, reisorganisaties, reserveringsbureaus en aanverwante activiteiten	
Kunst en cultuur, waaronder musea en podiumkunsten	
Sport en recreatie, waaronder recreatie instellingen en toeristische attracties	
Detailhandel (o.a. toerisme-gerelateerde goederen)	
Andere toerisme-gerelateerde activiteiten die specifiek zijn voor een land	

Bron: UNWTO 2015a.

Er is een aanwijsbaar verband tussen bepaalde bedrijfstakken in de toerisme-industrie en de geografische regio's die het model van Leiper onderscheidt. Zo zijn bijvoorbeeld reisbureaus vooral gesitueerd in de toerisme genererende regio's. Toeristische attracties en logiesaccommodaties bevinden zich voornamelijk in toerisme

ontvangende regio's. Bedrijfstakken die personenvervoer verzorgen, bewegen zich ten slotte voor een belangrijk deel in de doorreisregio's.

De afhankelijkheid van toerisme verschilt per bedrijfstak. Enerzijds zijn er branches die volledig afhankelijk zijn van toeristen, zoals logiesaccommodaties, reisbureaus en toeristische attracties. Anderzijds zijn er bedrijfstakken die wel producten en diensten leveren aan toeristen, maar hier niet volledig afhankelijk van zijn. Zij bedienen naast toeristen ook de lokale bevolking. Voorbeelden hiervan zijn de detailhandel en het personenvervoer. Van dergelijke bedrijfstakken heeft slechts een deel van de economische activiteiten en dus waarde betrekking op toerisme.

Bij het bepalen van de economische betekenis van toerisme binnen de Nederlandse economie, is het van belang om te weten in welke mate bedrijfstakken afhankelijk zijn van de bestedingen van toeristen. Anders is er sprake van overschatting. Het economisch belang van het toerisme wordt op macroniveau bepaald in de zogenaamde Toerismerekeningen. Deze Toerismerekeningen komen uitgebreid aan bod in hoofdstuk 8 van deze publicatie.

In deel drie van het Trendrapport worden de belangrijkste sectoren in de toerisme-industrie besproken. Voor andere sectoren die aan toerisme gerelateerd zijn, maar niet in deel 3 zijn opgenomen, stelt CBS cijfers beschikbaar via StatLine.⁶

Hoofdstuk 7 beschrijft het aanbod en gebruik van een specifieke branche in de toerisme-industrie: de logiesaccommodaties (hotels, huisjesterreinen, campings en groepsaccommodaties). Dit hoofdstuk combineert het aanbod en het gebruik van logiesaccommodaties, en schetst daarmee een beeld van hun bezettingsgraden. De ontwikkeling in de bezettingsgraad van deze bedrijven vormt een belangrijke indicator voor de prestaties van Nederlandse logiesaccommodaties.

Factoren bij vraag en aanbod

Figuur 1.5 toont de belangrijkste factoren die een rol spelen bij het aanbod van en de vraag naar toeristische goederen en diensten. In deze figuur is de centrale rol toebedeeld aan de markt die vraag en aanbod op elkaar afstemt via de prijs.

Opkomst van de deeleconomie

Een trend die steeds belangrijker wordt in het aanbod van toeristische goederen en diensten is de zogenaamde 'sharing economy', ofwel 'deeleconomie'. Deze term heeft betrekking op mensen die beschikbare middelen met elkaar delen, en daarover communiceren via internet. Bij toerisme gaat het bijvoorbeeld om particuliere huizen of andere verblijfsruimtes die de eigenaren aanbieden aan toeristen. Andere voorbeelden zijn particulieren die in hun eigen auto toeristen vervoeren of die toeristen in hun woning een maaltijd aanbieden. De omvang en de structuur van deze deeleconomie voor toerisme komt vooralsnog niet terug in de statistische gegevens.

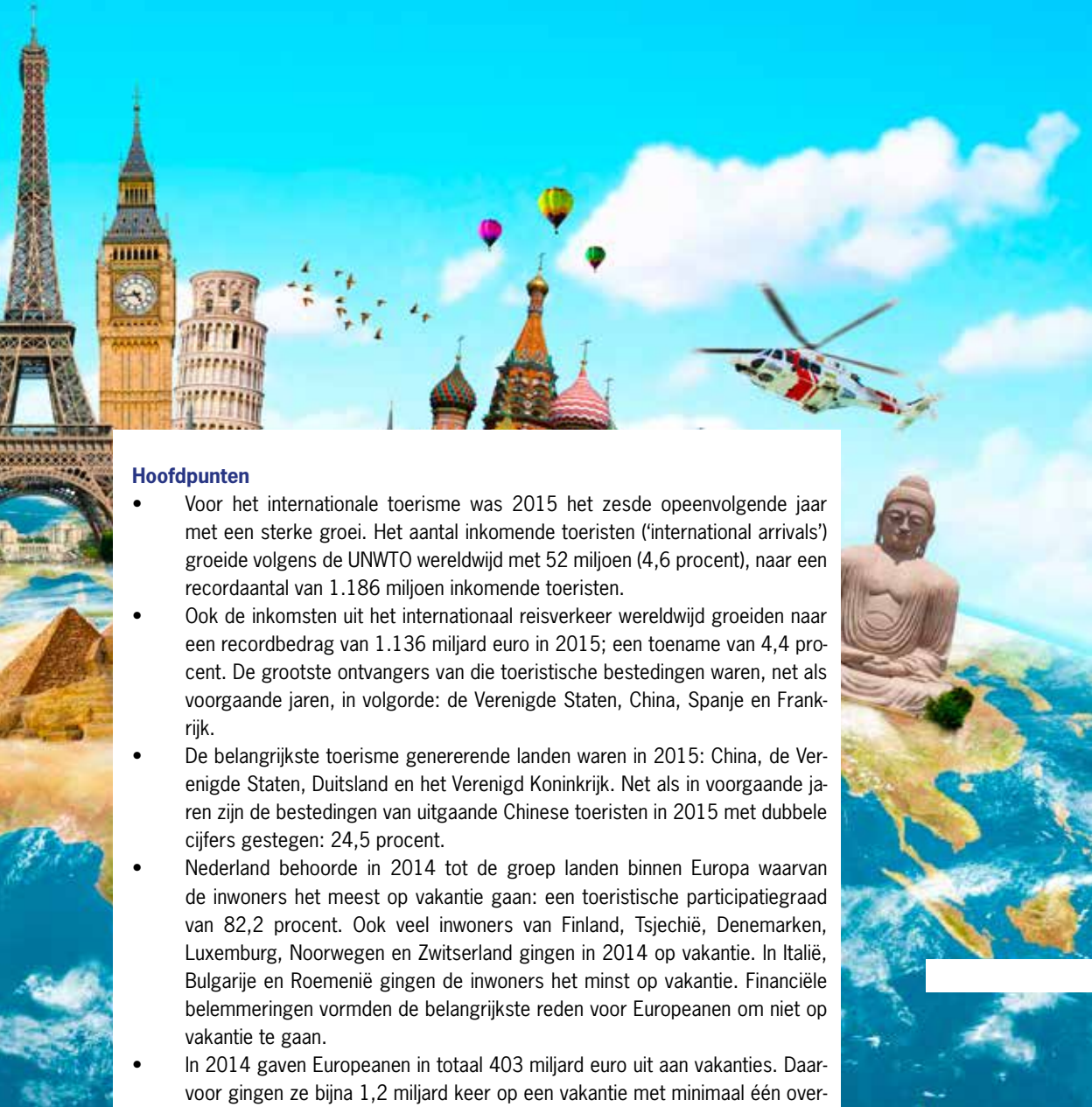
⁶ Via <http://statline.cbs.nl> is deze online database van CBS beschikbaar.

ernaar dat vooral de lokale bevolking in economische zin de vruchten plukt. In hoofdstuk 9 wordt op duurzaamheidsaspecten met betrekking tot de 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger en de eco-efficiëntie van vakantielanden ingegaan. Daarnaast wordt ingegaan op de toeristische druk die wordt veroorzaakt door de verblijfsrecreatie. Het aspect toeristische druk komt ook terug in de capita selecta.



2 Internationale ontwikkelingen

Dit hoofdstuk beschrijft ontwikkelingen in het toerisme vanuit een internationaal perspectief. De vraag die centraal staat is: hoe ontwikkelt het toerisme zich, wereldwijd en binnen Europa? Aan bod komen onder meer de ontwikkeling van het aantal inkomende toeristen en hun uitgaven, uitgedrukt in ontvangsten en bestedingen van de reisverkeersbalans. Daarnaast is er aandacht voor de belangrijkste bestemmingslanden en toerisme genererende regio's. Bij de ontwikkelingen binnen Europa komen onder meer de participatiegraad en de kenmerken van vakanties van Europeanen aan de orde, alsmede het gebruik van logiesaccommodaties.



Hoofdpunten

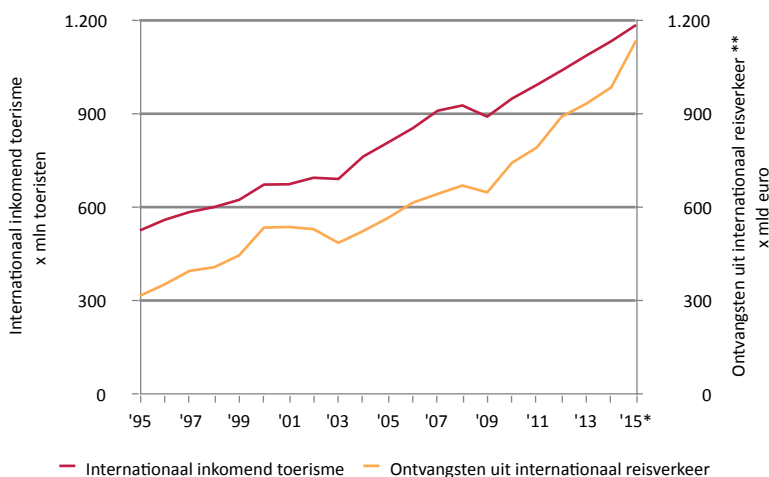
- Voor het internationale toerisme was 2015 het zesde opeenvolgende jaar met een sterke groei. Het aantal inkomende toeristen ('international arrivals') groeide volgens de UNWTO wereldwijd met 52 miljoen (4,6 procent), naar een recordaantal van 1.186 miljoen inkomende toeristen.
- Ook de inkomsten uit het internationaal reisverkeer wereldwijd groeiden naar een recordbedrag van 1.136 miljard euro in 2015; een toename van 4,4 procent. De grootste ontvangers van die toeristische bestedingen waren, net als voorgaande jaren, in volgorde: de Verenigde Staten, China, Spanje en Frankrijk.
- De belangrijkste toerisme genererende landen waren in 2015: China, de Verenigde Staten, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Net als in voorgaande jaren zijn de bestedingen van uitgaande Chinese toeristen in 2015 met dubbele cijfers gestegen: 24,5 procent.
- Nederland behoorde in 2014 tot de groep landen binnen Europa waarvan de inwoners het meest op vakantie gaan: een toeristische participatiegraad van 82,2 procent. Ook veel inwoners van Finland, Tsjechië, Denemarken, Luxemburg, Noorwegen en Zwitserland gingen in 2014 op vakantie. In Italië, Bulgarije en Roemenië gingen de inwoners het minst op vakantie. Financiële belemmeringen vormden de belangrijkste reden voor Europeanen om niet op vakantie te gaan.
- In 2014 gaven Europeanen in totaal 403 miljard euro uit aan vakanties. Daarvoor gingen ze bijna 1,2 miljard keer op een vakantie met minimaal één overnachting. Circa 75 procent van die vakanties vond plaats in het eigen land. Dat waren vooral korte vakanties van 1 tot 3 nachten. Voor 88,6 procent van de vakanties gold een persoonlijk voor de resterende 11,4 een zakelijke motief.
- Het aantal overnachtingen door binnenlandse en buitenlandse toeristen in geregistreerde logiesaccommodaties groeide in Europa (EU-28) in 2015 met 3,5 procent naar 2,8 miljard overnachtingen. Het inkomende toerisme droeg meer bij aan deze groei dan het binnenlands toerisme: respectievelijk 3,7 en 3,4 procent. De groei van het aantal overnachtingen vond zowel plaats bij hotels (3,3 procent) en huisjesterreinen (5,2 procent) als bij kampeerterreinen (2,2 procent).

2.1 Wereldwijde ontwikkelingen

Deze paragraaf bespreekt wereldwijde ontwikkelingen binnen het toerisme en het belang van toerisme voor de wereldeconomie. In het eerste deel komen ontwikkelingen op wereldniveau aan bod. In het tweede deel wordt ingezoomd op verschillende regio's in de wereld. Daarbij komen ook de belangrijkste bestemmingslanden en toerisme genererende regio's aan bod. Vervolgens gaat de paragraaf in op enkele kenmerken van internationale toeristen. Ten slotte volgt een beschrijving van de ontwikkeling van de toeristische ontvangsten en bestedingen, van regio's en landen. De gebruikte cijfers zijn vooral afkomstig van de World Tourism Organization (UNWTO) en de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO).

Figuur 2.1

Ontwikkeling internationaal inkomen toerisme en ontvangen uit internationaal reisverkeer, 1995-2015



Bron: World Tourism Organization (UNWTO).

* 2015: Voorlopige cijfers.

** De ontvangsten uit het internationaal reisverkeer omvatten naast de inkomsten uit het internationaal inkomen toerisme ook de inkomsten uit het inkomen dagtoerisme en grensverkeer.

Zesde jaar op rij met sterk groei van het toerisme wereldwijd

Ondanks enkele perioden waarin het iets minder goed ging, is het toerisme over de jaren heen wereldwijd sterk blijven groeien. Volgens de UNWTO (UNWTO, 2015) waren er in 1950 wereldwijd 25 miljoen inkomende toeristen ('international arrivals'). Dit aantal was in 1980 toegenomen tot 278 miljoen en in 2000 tot 674 miljoen. In 2015 bereikte het aantal inkomende toeristen wereldwijd een recordaantal van 1.186 miljoen (figuur 2.1).¹ De gemiddelde jaarlijkse groei over de laatste 10 jaar was ruim 4

¹ Dit betreft alleen het inkomende verblijfstoerisme ('overnight visitors'). Dit zijn toeristen die ten minste één overnachting verblijven in een ander land dan waarin zij wonen, dus exclusief dagtoeristen en het binnenlandse toerisme.

procent. In 2015 groeide het aantal inkomende toeristen met 4,6 procent. In absolute termen ging het om 52 miljoen meer inkomende toeristen in 2015 dan in 2014. In 2014 bedroeg de groei van het aantal inkomende toeristen 4,2 procent.

De sterke groei van het aantal inkomende toeristen heeft zijn weerslag in de toenemende economische betekenis van het toerisme als sector. De inkomsten van landen uit het internationale reisverkeer groeiden in 2015 wereldwijd tot een recordbedrag van 1.136 miljard euro (figuur 2.1).² Dit bedrag omvat onder mee ook de inkomsten uit inkomend dagtoerisme en grensverkeer. Een groei van 4,4 procent ten opzichte van 2014, rekening houdend met wisselkoersen en inflatie. Toerisme is daarmee één van de belangrijkste sectoren geworden van de wereldeconomie. De Wereld Handelsorganisatie (WTO) schat dat het toerisme 30 procent uitmaakt van de wereldwijde exportwaarde van diensten in 2015 en 7 procent van de totale exportwaarde in de wereld. Als exportproduct komt toerisme nu op de derde plaats na brandstof en chemicaliën en nog voor voedsel (UNWTO, 2016).

Volgens de OESO was toerisme in 2014 goed voor gemiddeld 4,1 procent van het bruto binnenlands product (bbp) en 5,9 procent van de werkgelegenheid in de bij haar aangesloten landen (OESO, 2016). Als ook de indirecte en geïnduceerde effecten van het toerisme meetellen, dan gaat het naar schatting om 9 procent van het bbp en de werkgelegenheid (OESO, 2014).³ Dat betekent dat bijna 1 op de 10 banen gerelateerd is aan het toerisme. Een aanzienlijk deel daarvan betreft banen aan de onderkant van de arbeidsmarkt; toerisme is een arbeidsintensieve bedrijfstak.

Trends in het internationaal inkomend toerisme analyseren

Om trends in het internationaal inkomend toerisme te analyseren, worden meestal drie indicatoren gebruikt:

- *het inkomende toerisme,*
- *de toeristische ontvangsten en*
- *de toeristische bestedingen.*

Het inkomende toerisme is vooral van belang voor kortetermijnanalyses. De toeristische ontvangsten en bestedingen hebben vaak de voorkeur bij langetermijnanalyses. Voor deze laatste twee indicatoren vormt de reisverkeersbalans de basis.

² De inkomsten van landen worden uitgedrukt in ontvangsten van de reisverkeersbalans. Hoofdstuk 9 van deze publicatie gaat dieper in op de reisverkeersbalans. De UNWTO telt zowel de ontvangsten uit de reisverkeersbalans als de ontvangsten uit het internationale passagiersvervoer.

³ Bij indirecte effecten gaat het om de interacties tussen toeristische sectoren en andere sectoren. Een voorbeeld is de landbouw die voedsel levert aan de horecasector. Bij geïnduceerde effecten gaat het om de uitgaven van personen die in het toerisme hun geld verdienen.

De World Tourism Organization (UNWTO) verzamelt gegevens over deze indicatoren bij landen, en publiceert ze in samenhang. Dit zijn de enige beschikbare gegevens over regio's en landen op wereldniveau. Ondanks internationale standaarden, bestaan er wel enkele belemmeringen om deze cijfers over verschillende landen met elkaar te vergelijken. Het inkomende toerisme wordt bijvoorbeeld niet in elk land even goed gemeten. Daarnaast gebruiken landen verschillende onderzoeksmethoden. Het inkomen- de toerisme wordt in het ene geval bijvoorbeeld bij de grens gemeten en in het andere geval bij de logiesaccommodaties waar toeristen verblijven. De eerste methode neemt zowel de inkomende toeristen die overnachten als de toeristen die alleen voor een dag verblijven mee. Bij de tweede methode tellen alleen de toeristen mee die in een geregistreerde accommodatie overnachten. Verder kunnen de geografische eigenschappen van een land een stempel drukken op de cijfers. Zo bestaat Europa uit veel verschillende landen. Als een toerist door Europa reist, telt hij of zij bij het passeren van elke grens opnieuw mee als inkomende toerist. Een toerist die door bijvoorbeeld de Verenigde Staten reist, telt slechts één keer als inkomende toerist mee.

De ontvangsten en bestedingen van de reisverkeersbalans ondervinden de invloed van wisselkoersen en inflatie. Daarom wordt de ontwikkeling bepaald aan de hand van de lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Hierdoor wijkt de ontwikkeling van ontvangsten en bestedingen in die termen af van de ontwikkeling in de volumecijfers op basis van euro's, die in dit hoofdstuk aan bod komen. Toeristische ontvangsten en bestedingen omvatten de uitgaven en bestedingen van zowel de toeristen die overnachten als de toeristen die een dagtocht maken. Ten slotte komen de data over ontvangsten en bestedingen later beschikbaar dan de data over het aantal inkomende toeristen. De cijfers in dit hoofdstuk moeten dan ook gezien worden als indicatie van de orde van grootte. Belangrijker dan de niveaus, zijn de ontwikkelingen in de cijfers.

“Voor het zesde jaar op rij een sterke groei van het internationaal inkomend toerisme: 4,6 procent groei in 2015”

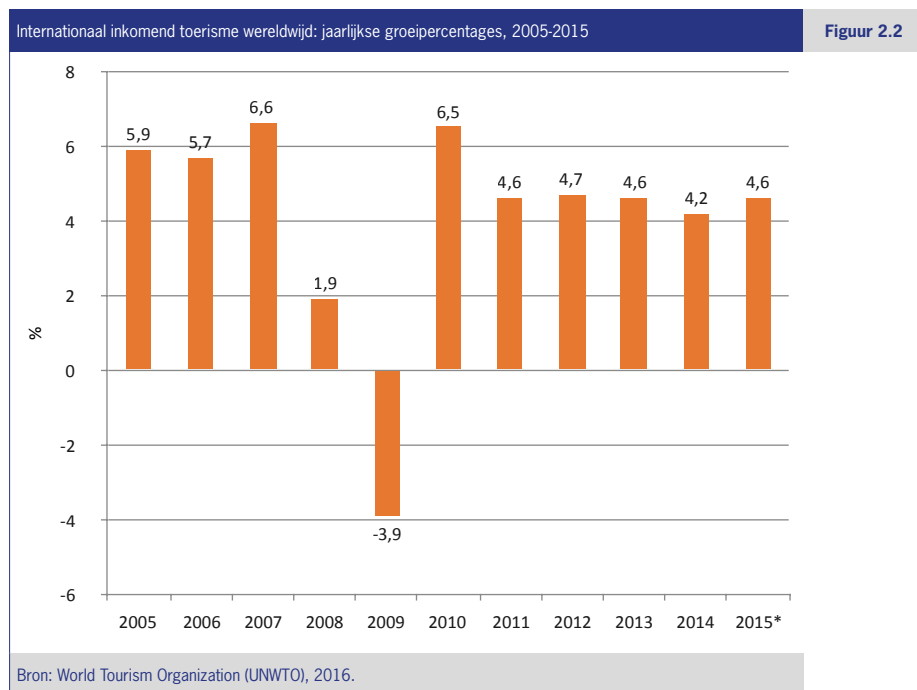
De komst van meer toeristen stimuleert niet alleen de werkgelegenheid, maar zorgt ook voor meer inkomsten, nieuwe investeringen, culturele uitwisseling en een betere infrastructuur.⁴ In minder ontwikkelde regio's wordt het stimuleren van toerisme dan

⁴ Het kan ook gaan om het behoud van de infrastructuur, zoals vervoer en voorzieningen, als er sprake is van leegloop van een regio, stad of dorp.

ook gezien als katalysator voor economische groei. Voor veel van die regio's is het toerisme vaak de belangrijkste inkomstenbron. Daar tegenover staat dat toenemende toeristenstromen ook negatieve gevolgen voor regio's en steden kunnen hebben. Het kan onder meer leiden tot milieuverontreiniging, een verminderde 'leefbaarheid' en hogere lokale prijzen doordat de vraag toeneemt. Er is dan ook steeds meer oog voor een duurzame ontwikkeling van het toerisme. Dit onderwerp komt uitgebreider aan bod in hoofdstuk 9 en in de Capita Selecta (paragraaf 10.1).

Daadwerkelijke groei van het toerisme overtreft de verwachtingen

In veel landen groeit het toerisme sneller dan de totale economie (Verenigde Naties, 2015). De verwachting is dat deze groei zich de komende jaren zal voortzetten. Zo voorspelt de UNWTO in haar langetermijnvisie 'Tourism towards 2030' een gemiddelde jaarlijkse wereldwijde groei van het aantal inkomend toeristen van 3,3 procent tot 2030 (UNWTO, 2012). De groei neemt in de loop van de tijd wel geleidelijk af van 3,8 procent in de eerste jaren naar 2,9 procent in 2030. In absolute termen gaat het om een voorspelde toename van gemiddeld 43 miljoen inkomende toeristen wereldwijd per jaar. De UNWTO verwacht dat het totale aantal inkomende toeristen in 2020 rond de 1,4 miljard ligt, en in 2030 rond de 1,8 miljard.



* 2015: Voorlopige cijfers.

De groei van het wereldwijde toerisme met 4,6 procent in 2015 was het zesde opeenvolgende positieve jaar met groeipercentages van meer dan 4 procent (figuur 2.2).⁵ Deze groeipercentages overtroffen de voorspelde groei van 3,8 procent per jaar van de UNWTO ruimschoots. De bovengemiddelde groei zet zich ook in 2016 voort. In het eerste kwartaal van 2016 groeide het inkomend toerisme wereldwijd met 5,3 procent ten opzicht van dezelfde periode in 2015.⁶ Dit gebeurde ondanks het toenemende aantal conflicten in de wereld en terroristische aanslagen.

Tabel 2.1 Internationaal inkomend toerisme naar regio, 2010-2015

	Aantal inkomende toeristen						Ontwikkeling	Aandeel
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2014-2015*	2015*
	x mln						%	%
Wereld	950	994	1.040	1.088	1.134	1.186	4,6	100,0
Europa	489	521	541	567	580	608	4,7	51,2
Azië en Oceanië	206	218	234	250	264	279	5,6	23,5
Noord-, Midden- en Zuid-Amerika	150	156	163	168	182	193	5,9	16,2
Afrika	50	50	52	55	55	54	-3,3	4,5
Midden-Oosten	55	50	51	49	52	53	1,7	4,5

Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2016.

* 2015: Voorlopige cijfers.

** Doordat de aantallen inkomende toeristen zijn afgerond op miljoenen, wijken de percentages bij de ontwikkeling 2014-2015 soms iets af.

Bijna alle regio's vertonen groei in 2015

Behalve in Afrika groeide het inkomende toerisme in alle andere onderscheiden regio's in 2015 (tabel 2.1). Vooral naar de regio's Azië en Oceanië (+5,6 procent) en Noord-, Midden- en Zuid-Amerika (+5,9 procent), en Europa (+4,7 procent) kwamen in 2015 meer inkomende toeristen dan in 2014.⁷ De subregio's Caribisch gebied, Midden-Amerika, Zuidoost Azië en Oceanië lieten de sterkste groei zien van in alle gevallen ruim 7 procent. De daling van het aantal inkomende toeristen in Afrika werd vooral veroorzaakt door de sterke terugloop van het aantal inkomende toeristen in Noord Afrika (-11,7 procent). De marktaandeelen van de onderscheiden regio's bleven over de periode 2010-2015 nagenoeg gelijk. Het marktaandeel van de regio Azië en Oceanië groeide licht. Dat ging ten koste van het marktaandeel van het Midden-Oosten en dat van Afrika.

5 De groei van het aantal inkomende toeristen van 4,6 procent sluit goed aan op de cijfers van de World Travel Monitor van IPK (IPK, 2016) www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor/about-world-travel-monitor/. IPK kijkt naar het uitgaande toerisme en komt op een groei wereldwijd van 4,5 procent van het aantal uitgaande vakanties. Het uitgaande toerisme kan tot op zekere hoogte worden gezien als het spiegelbeeld van het inkomende toerisme.

6 UNWTO World Tourism Barometer volume 14, juli 2016, World Tourism Organization, Madrid.

7 De regio Noord-, Midden- en Zuid-Amerika is inclusief het Caribisch gebied.

In absolute aantallen uitgedrukt, groeide het inkomende toerisme in Europa het sterkst. In 2015 kwamen een kleine 28 miljoen inkomende toeristen meer naar Europa dan in 2014. Dat resulteerde in een marktaandeel van 51,2 procent van het totale aantal inkomende toeristen wereldwijd. Procentueel gezien, groeide Europa met 4,7 procent. Duidelijk meer dan in 2014: 2,3 procent. Noord-Europa groeide het sterkst met 7,3 procent. Naar Centraal- en Oost-Europa en Zuid-Europa kwamen in 2015 respectievelijk 5,3 en 4,8 procent meer toeristen dan een jaar eerder. West-Europa groeide het minst met 3,2 procent in 2015.

Top 10 van belangrijkste vakantiebestemmingen naar het aantal inkomende toeristen en toeristische ontvangsten, 2015*

Tabel 2.2

	Aantal inkomende toeristen	Groei aantal inkomende toeristen 2014-2015*	Ontvangsten
	<i>x miljoen</i>	%	<i>x miljard euro</i>
1 Frankrijk	84,5	0,9	41,4
2 Verenigde Staten	77,5	3,3	184,3
3 Spanje	68,2	5,0	50,9
4 China	56,9	2,3	102,8
5 Italië	50,7	4,4	35,6
6 Turkije	39,5	-0,8	24,0
7 Duitsland	35,0	6,0	33,2
8 Verenigd Koninkrijk	34,4	5,6	41,0
9 Mexico	32,1	9,4	16,0
10 Rusland	31,3	5,0	7,6

Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2016.

* 2015: Voorlopige cijfers.

Frankrijk, Verenigde Staten en Spanje trekken de meeste buitenlandse toeristen

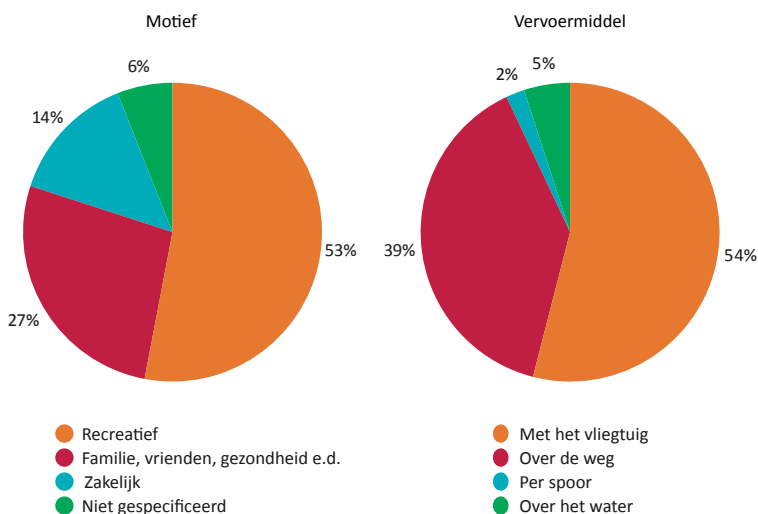
Ook in 2015 is Frankrijk nog steeds het belangrijkste bestemmingsland in de wereld, met 84,5 miljoen inkomende toeristen in 2015. De Verenigde Staten en Spanje volgen met respectievelijk 77,5 miljoen en 68,2 miljoen inkomende toeristen (tabel 2.2). Op de vierde en vijfde plaats komen China en Italië. Buiten de top tien vertoonden onder meer Thailand, Japan, Hongarije, Indonesië en de Filipijnen in 2015 een sterke groei in het aantal inkomende toeristen.

Inkomende toeristen hebben vooral een persoonlijk motief om te reizen

De laatst beschikbare cijfers van de UNWTO over motieven van toeristen, geven aan dat de meeste inkomende toeristen reizen met een recreatief doel: 53 procent in 2014 (figuur 2.3). Zakenreizen maakten een aanzienlijk kleiner deel uit van het inkomende toerisme: 14 procent. Het overige deel reisde bijvoorbeeld om gezondheidsredenen, of om familie en kennissen te bezoeken.

Het grootste deel van de internationale toeristen reisde volgens de UNWTO in 2014 per vliegtuig: 54 procent. Ook vervoer over de weg, zoals met de auto of een bus, had een groot aandeel: 39 procent. Minder belangrijk waren het vervoer over het water en het spoor: respectievelijk 5 en 2 procent in 2014. Aangezien de verhoudingen tussen de verschillende soorten vervoer en de doelen om te reizen over de jaren heen maar weinig zijn veranderd, mag verwacht worden, dat deze verhoudingen ook opgaan voor 2015.

Figuur 2.3 Internationaal inkomend toerisme naar motief en vervoermiddel, 2014*



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2015.

* Percentage van alle inkomende toeristen, wereldwijd.

Toeristische ontvangsten en bestedingen

Het voorgaande deel van deze paragraaf besprak het inkomende toerisme. Naast het aantal inkomende toeristen zijn ook de toeristische ontvangsten en bestedingen van landen relevant bij de analyse van het wereldwijd toerisme. Het restant van deze paragraaf richt zich dan ook op de ontvangsten en bestedingen van het internationaal inkomend toerisme. Het gaat om geld dat toeristen besteden aan onder meer logies, drank en eten, entertainment, en winkelen. De toeristische ontvangsten betreffen alle uitgaven die inkomende toeristen doen, gezien vanuit het bestemmingsland. Dit zijn de ontvangsten van een land uit de export van toeristische producten, of anders gezegd de verkoop van toeristische producten aan buitenlandse toeristen. De toeristische bestedingen hebben een ander perspectief. Dit zijn de uitgaven van inwoners van een land aan toeristische producten in andere landen, gezien vanuit het

herkomstland van de toerist. Bij de bestedingen gaat het dus om de import van toeristische producten. De toeristische ontvangsten zeggen iets over het betreffende land als toeristische bestemming. De toeristische bestedingen geven informatie over het belang van het land als toerisme genererende markt.

De ontwikkeling in de gepresenteerde tabellen is gebaseerd op de lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Dat betekent dat deze afwijkt van de ontwikkeling zoals die is af te leiden uit de waarde van de gepresenteerde ontvangsten in miljarden euro's. De ontwikkeling op basis van de waarde van de ontvangsten in miljarden euro's geeft geen reëel beeld van de werkelijke ontwikkeling.

Toeristische ontvangsten uit het inkomende reisverkeer naar regio, 2014-2015						Tabel 2.3
	Ontvangsten		Ontwikkeling*	Aandeel	Per aankomst**	
	2014	2015***	2014-2015***	2015***	2015***	
	x miljard euro		%	%	euro	
Wereld	986,0	1.136,0	4,4	100,0	960	
Europa	386,6	406,2	3,0	35,8	670	
Azië en Oceanië	316,2	377,0	4,0	33,2	1350	
Noord-, Midden- en Zuid-Amerika	216,8	273,7	7,8	24,1	1420	
Afrika	27,2	29,8	2,4	2,6	560	
Midden-Oosten	38,8	49,0	4,3	4,3	920	

Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2016.

* Ontwikkeling op basis van lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Deze wijkt af van de (onjuiste) ontwikkeling op basis van gepresenteerde volumes.

** De berekening van de toeristische bestedingen gedeeld door het aantal inkomende toeristen moet met de nodige voorzichtigheid worden bekeken, omdat de toeristische bestedingen van de reisverkeerbalans onder meer ook grensverkeer en inkomend dagtoerisme omvatten.

*** 2015: Voorlopige cijfers.

Toeristische ontvangsten wereldwijd 1.136 miljard euro

In 2015 bedroegen de toeristische ontvangsten van landen wereldwijd 1.136 miljard euro. Een jaar eerder was dit 986 miljard euro; een groei van 4,4 procent in 2015 (tabel 2.3).⁸ Deze groei hangt samen met de sterke toename van het aantal inkomende toeristen wereldwijd. In alle onderscheiden regio's groeiden de toeristische ontvangsten in 2015, ook in Afrika. De groei was het grootst in de regio Noord-, Midden- en Zuid-Amerika met 7,8 procent.

Vooral in de subregio's Oceanië (9,9 procent) en Noord Amerika (8,2 procent) namen de ontvangsten flink toe. Ook in Zuidoost-Azië, Zuid-Azië, en Midden- en Zuid-Amerika groeiden de toeristische ontvangsten met meer dan 7 procent in 2015.

8 Ontwikkeling op basis van lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Deze wijkt af van de (onjuiste) ontwikkeling op basis van de gepresenteerde volumes.

In Europa stegen de toeristische ontvangsten minder sterk: met 3 procent tot een bedrag van 406,2 miljard euro in 2015. Vooral Noord-Europa groeide sterk, met 7,6 procent. In West-Europa groeiden de ontvangsten slechts beperkt met 0,2 procent.

De toeristische ontvangsten van Europa beslaan een marktaandeel van 36 procent. Dit aandeel is kleiner dan dat bij het marktaandeel van het aantal inkomende toeristen: 51 procent. De gemiddelde toeristische ontvangsten per inkomende toerist waren in Europa dan ook relatief laag: 670 euro per inkomende toerist in 2015 tegen 960 euro wereldwijd. De berekening van de toeristische bestedingen gedeeld door het aantal inkomende toeristen moet wel met de nodige voorzichtigheid worden bekeken, omdat de toeristische bestedingen van de reisverkeersbalans onder meer ook grensverkeer en inkomend dagtoerisme omvatten.

Verenigde Staten, China, Spanje en Frankrijk hebben hoogste toeristische inkomsten

Tabel 2.4 laat de top 15 zien van landen die in 2015 het meest verdienen aan het internationaal toerisme. De Verenigde Staten voeren de ranglijst aan, met een bedrag van 184,3 miljard euro in 2015. China, Spanje en Frankrijk volgen op afstand.

Tabel 2.4 Ranglijst van landen naar de omvang van ontvangsten uit het internationaal inkomend toerisme, 2013-2015

Positie		Land	Ontvangsten			Ontwikkeling*	
2015**	2014		2013	2014	2015**	2013-2014	2014-2015**
			x miljard euro			%	%
1	1	Verenigde Staten	133,6	144,0	184,3	7,8	6,9
2	2	China	38,9	79,3	102,8	***	8,3
3	3	Spanje	47,2	49,0	50,9	3,9	4,0
4	4	Frankrijk	42,6	43,8	41,4	2,8	-5,4
5	5	Verenigd Koninkrijk	31,3	35,0	41,0	6,2	5,2
6	9	Thailand	31,5	28,9	40,2	-2,7	22,0
7	6	Italië	33,1	34,2	35,6	3,6	3,8
8	7	Duitsland	31,1	32,6	33,2	4,9	1,9
9	10	Hong Kong (China)	29,3	28,9	32,6	-1,5	-5,8
10	8	Macao (China)	32,4	32,0	28,2	-1,1	-26,5
11	11	Australië	23,5	24,0	26,5	9,4	10,5
12	12	Turkije	21,1	22,2	24,0	5,6	-9,9
13	17	Japan	11,4	14,2	22,5	35,3	51,4
14	15	India	13,9	14,8	18,9	14,5	4,9
15	14	Oostenrijk	15,2	15,7	16,5	2,9	5,2
25	23	Nederland	10,3	11,1	11,9	7,0	7,6

Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2016.

* Ontwikkeling op basis van lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Deze wijkt af van de (onjuiste) ontwikkeling op basis van de gepresenteerde volumes.

** 2015: Voorlopige cijfers.

*** Door methodewijziging zijn de jaren 2013 en 2014 niet vergelijkbaar

Deze landen staan ook in de top vier van landen met de meeste inkomende toeristen, maar dan in een andere volgorde. Ook Italië, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk staan bij de eerste tien als het gaat om zowel het aantal inkomende toeristen als de toeristische ontvangsten. Thailand, Hong Kong en Macao vallen buiten de top tien als het gaat om het aantal inkomende toeristen. Vooral Japan heeft de laatste jaren veel meer toeristische inkomsten gegeneerd.

De gemiddelde bestedingen per toerist per dag, en de gemiddelde verblijfsduur van toeristen zijn van invloed op de ranglijst van toeristische ontvangsten van landen. Immers, toeristen die langer blijven en per dag meer besteden, zorgen voor meer toeristische inkomsten. Bij het aantal inkomende toeristen spelen deze factoren geen rol. Dit verklaart de verschillen in de verhoudingen tussen landen, afhankelijk van het standpunt: het aantal inkomende toeristen of de toeristische ontvangsten.

Toeristische bestedingen

Tegenover de toeristische ontvangsten uit het inkomende toerisme staan de toeristische bestedingen. De totale bestedingen van het internationaal uitgaand toerisme bedroegen 1.136 miljard euro in 2015. Dit bedrag is wereldwijd per definitie gelijk aan het bedrag aan toeristische ontvangsten. Iedere euro die een bezoekende toerist besteedt, komt immers als toeristische ontvangst terecht in een bestemmingsland. De toeristische bestedingen geven vooral aan welke regio's grote potentiële markten zijn voor bestemmingslanden.

Groei van het uitgaand toerisme vooral gedreven door China, Verenigde Staten en Verenigd Koninkrijk

Tabel 2.5 laat zien dat China veruit de grootste potentiële toerisme genererende markt ter wereld is met een waarde van 263,4 miljard euro aan bestedingen in 2015; ruim 23 procent van alle toeristische bestedingen wereldwijd en 24,5 procent meer dan in 2014. Deze groei met dubbele cijfer sinds 2004 komt door de sterke ontwikkeling van de Chinese economie en daarmee de toename van het besteedbare inkomen van veel Chinezen. Afnemende beperkingen om te kunnen reizen, de sterke munt (yuan) en de toegenomen vliegverbindingen met het buitenland spelen ook een rol. Hoewel China een belangrijke potentiële markt is voor alle landen ter wereld, gaan volgens de UNWTO veel Chinezen in de regio op vakantie. Daarvan profiteren vooral de regio's Oost en Zuidoost Azië.

De Verenigde Staten komen ver achter China op de tweede plaats als potentiële toeristische markt, met 101,7 miljard euro aan toeristische bestedingen in 2015. Dat betekende een groei van 7 procent in dat jaar, vooral gedreven door een sterke dollar. Duitsland (-0,6 procent) en het Verenigd Koninkrijk (8,9 procent) voltooien de top 4 van de belangrijkste toerisme genererende markten.

Andere landen met een grote groei in hun toeristische bestedingen in 2015 waren onder meer Spanje, Scandinavische landen, Tsjechië, Turkije, Taiwan, Thailand, de Filipijnen, Indonesië, Israël, Argentinië en Zuid-Afrika. De toeristische bestedingen

van deze landen groeiden in 2015 met meer dan 10 procent. De toeristische bestedingen van Brazilië en Rusland, voormalige BRIC-landen⁹, daalden in 2015 fors met meer dan 30 procent. De verslechterde economische situatie en de lagere waarde van de munteenheden van deze landen zullen hieraan waarschijnlijk debet zijn.

De drie belangrijkste toeristische markten voor Nederland bevinden zich allen in de top 15: Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk.

Tabel 2.5 Ranglijst van landen naar de omvang van bestedingen aan het internationaal uitgaand toerisme, 2013-2015

Positie		Land	Bestedingen			Ontwikkeling*	
2015**	2014		2013	2014	2015**	2013-2014	2014-2015**
			x miljard euro			%	
1	1	China	96,8	176,6	263,4	***	24,5
2	2	Verenigde Staten	73,9	79,4	101,7	7,6	7,0
3	3	Duitsland	68,8	70,3	69,9	2,1	-0,6
4	4	Verenigd Koninkrijk	43,2	47,1	57,0	3,5	8,9
5	6	Frankrijk	31,8	36,7	34,6	15,4	-5,6
6	5	Rusland	40,2	38,0	31,5	-5,7	-30,7
7	7	Canada	26,5	25,4	26,5	3,3	0,6
8	14	Zuid Korea	16,3	17,5	22,5	7,1	7,6
9	8	Italië	20,3	21,7	22,0	6,9	1,4
10	9	Australië	21,6	19,8	21,2	-1,3	6,9
11	15	Hong Kong (China)	16,0	16,6	20,8	3,7	4,7
12	11	Singapore	18,5	18,3	19,9	0,7	-1,8
13	12	Saoedi-Arabië	13,3	18,2	18,7	36,6	-14,1
14	13	België	16,5	17,9	16,9	8,9	-5,8
15	16	Nederland	15,6	15,9	16,1	2,0	1,5

Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2016.

* Ontwikkeling op basis van lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Deze wijkt af van de (onjuiste) ontwikkeling op basis van de gepresenteerde volumes.

** 2015: Voorlopige cijfers.

*** Door methodewijziging zijn de jaren 2013 en 2014 niet vergelijkbaar.

9 BRIC staat voor de opkomende economieën Brazilië, Rusland, India en China.

Cijfers van Eurostat over toerisme

De cijfers in deze paragraaf zijn grotendeels afkomstig van Eurostat, het statistiebureau van de Europese Commissie. Dit heeft als voordeel dat de cijfers van alle landen van de Europese Unie goed met elkaar te vergelijken zijn. Dat komt doordat EU-landen afspraken maken over hoe de cijfers worden samengesteld. Eurostat speelt hierin een coördinerende rol.

In deze paragraaf zijn cijfers van 2014 gebruikt voor de toeristische participatiegraad en de kenmerken van vakanties van Europeanen. Dit is het meest recente verslagjaar voor deze gegevens. De data zijn verzameld door personen te ondervragen in alle landen van de Europese Unie. Sommige data worden maar één keer per drie jaar gevraagd. Dat geldt bijvoorbeeld voor de vraag waarom mensen niet op vakantie gaan. Waar mogelijk zijn ook cijfers gepresenteerd van Noorwegen en Zwitserland, die niet tot de EU behoren.

Voor het aantal overnachtingen in logiesaccommodaties zijn de cijfers van 2015 gebruikt. Deze data zijn tot stand gekomen door een uitraag bij logiesaccommodaties in de EU.

2.2 Ontwikkelingen binnen Europa

Deze paragraaf legt de focus op toeristische ontwikkelingen in Europa. Daarbij komen andere indicatoren aan bod dan bij de beschrijving op wereldniveau. Deze paragraaf beschrijft de toeristische participatiegraad in Europese landen en de kenmerken van vakanties van Europeanen. Daarnaast wordt ook ingegaan op het verblijf van toeristen in Europese logiesaccommodaties.

Tenzij anders is aangegeven, zijn alle cijfers in deze paragraaf afkomstig van Eurostat (zie tekstkader 'Cijfers van Eurostat over toerisme'). De laatst beschikbare cijfers zijn van 2014 (participatiegraad en kenmerken van vakanties) en 2015 (logiesaccommodaties). Hier en daar worden de cijfers aangevuld met de resultaten van een jaarlijks onderzoek van de Europese Unie over de vakantievoorkeuren van Europeanen (Flash Eurobarometer). Deze cijfers hebben betrekking op 2015.¹⁰

60 procent van de EU-inwoners ging in 2014 op vakantie

De toeristische participatiegraad geeft aan welk percentage van de bevolking van 15 jaar en ouder ten minste één vakantie van minimaal één nacht heeft gehad. Het zakelijke toerisme telt daarin niet mee. Tabel 2.6 toont de participatiegraad in 2014

¹⁰ Europese Commissie, Flash Eurobarometer, Preferences of Europeans towards tourism (2016). De cijfers van de Flash Eurobarometer zijn maar in beperkte mate gebruikt omdat het aantal respondenten, zeker per land, relatief klein is en de marges dus groot.

van alle 28 EU-landen, plus Zwitserland en Noorwegen. Deze twee laatste landen tellen niet mee voor de berekening van het gemiddelde van de EU-28.

De totale toeristische participatiegraad in 2014 van de EU-28 was 60 procent. Dat is vergelijkbaar met de participatiegraad in 2013 en eerdere jaren. De toeristische participatiegraad hangt niet sterk samen met de leeftijd van EU-inwoners, behalve voor de groep van 65 jaar en ouder. Van de 65-plussers ging minder dan de helft op vakantie: 48 procent. De participatiegraad van 2014 is opgebouwd uit de volgende drie componenten:

- personen die alleen in hun eigen land een vakantie hebben doorgebracht: 30 procent;
- personen die alleen in het buitenland op vakantie zijn geweest: 10,6 procent;
- personen die zowel in hun eigen land als in het buitenland een vakantie hebben doorgebracht: 19,4 procent.

Elk van deze componenten is opgenomen in tabel 2.6. Daaruit is ook op te maken dat 49,4 procent van de inwoners van de EU-28 ten minste één vakantie met een overnachting in eigen land doorbracht: 30 procent alleen binnenland en 19,4 procent binnenland en buitenland. Verder blijkt dat 30 procent minimaal één nacht op vakantie in het buitenland is geweest: 10,6 procent alleen in het buitenland en 19,4 procent zowel in het binnenland als in het buitenland.

Veel Finnen, Tsjechen, Luxemburgers, Nederlanders en Denen gaan op vakantie

In 2014 gingen vooral veel Finnen, Tsjechen, Luxemburgers, Nederlanders en Denen op vakantie. Meer dan 80 procent van de inwoners van deze landen ging in 2014 op vakantie. Dat gold ook voor de inwoners van Noorwegen en Zwitserland. Hierbij gaat het voor Finland, Denemarken, Luxemburg en Nederland om vergelijkbare percentages als in 2013. De Tsjechen zijn tussen 2013 en 2014 meer op vakantie gegaan: een stijging met 10,4 procentpunt. Andere landen, waarvan de deelname aan een vakantie tussen 2013 en 2014 sterk is toegenomen, zijn Hongarije (16,2 procentpunt), Cyprus (10,3 procentpunt) en Estland (8,2 procentpunt). Landen waarvan de inwoners juist minder op vakantie gingen, waren vooral België (-5,1 procentpunt) en Italië (-4,8 procentpunt).

In de drie landen met de meeste inwoners van de EU-28, namelijk Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk, lag de toeristische participatiegraad boven het gemiddelde van de EU. Samen zijn zij goed voor 49 procent van alle toeristen van de EU-28.

Veel inwoners van Finland, Tsjechië, Frankrijk en Zweden gingen in eigen land op vakantie. Dat geldt ook voor de Noren. Ook veel Nederlanders bleven in eigen land. Buitenlandse vakanties zijn bijzonder in trek bij inwoners van Luxemburg en Denemarken en buiten de EU-28 Zwitserland en Noorwegen. Meer dan 60 procent van de inwoners van die landen ging in 2014 ten minste één keer op vakantie in het buitenland.

	Totaal	Alleen binnenland	Alleen buitenland	Binnen en buitenland	Totaal binnenland	Totaal buitenland
%						
Finland	88,5	31,8	5,5	51,2	83,0	56,7
Tsjechië	83,9	42,6	6,9	34,4	77,0	41,3
Denemarken	83,0	22,9	41,2	18,9	41,8	60,1
Luxemburg	82,5	0,4	72,6	9,5	9,8	82,1
Nederland	82,2	23,7	21,4	37,1	60,8	58,5
Zweden	76,6	26,6	10,0	40,1	66,7	50,1
Duitsland	76,0	22,9	15,1	38,0	60,9	53,1
Oostenrijk	75,6	18,5	23,9	33,2	51,7	57,1
Ierland	74,1	19,4	9,3	45,4	64,8	54,7
Frankrijk	71,3	46,6	3,9	20,9	67,5	24,8
Estland	71,1	25,4	12,9	32,8	58,2	45,7
Verenigd Koninkrijk*	65,7	25,2	29,6	10,8	36,0	40,4
Slovenië**	62,8	13,2	31,5	18,1	31,3	49,6
Cyprus**	61,9	22,2	17,1	22,5	44,7	39,6
EU-28***	60,0	30,0	10,6	19,4	49,4	30,0
Litouwen	57,9	27,7	28,6	1,5	29,3	30,1
België	56,5	4,7	39,4	12,4	17,1	51,8
Slowakije	53,6	26,3	15,8	11,5	37,8	27,3
Polen	53,3	36,9	7,3	9,1	46,0	16,4
Hongarije	53,0	34,0	5,8	13,3	47,3	19,0
Spanje	52,9	41,0	3,8	8,0	49,1	11,9
Malta	52,7	15,9	18,7	18,1	34,0	36,7
Lettland	51,5	23,1	8,5	19,9	43,0	28,4
Kroatië	49,2	30,2	9,9	9,1	39,3	19,1
Portugal	38,5	29,4	3,3	5,8	35,2	9,2
Griekenland	38,5	32,9	3,3	2,2	35,1	5,6
Italië	37,7	24,1	6,3	7,2	31,3	13,5
Bulgarije	25,8	22,9	1,4	1,5	24,4	2,9
Roemenië	24,9	23,3	1,3	0,3	23,6	1,6
Noorwegen****	85,1	13,4	16,1	55,5	68,9	71,6
Zwitserland	83,1	9,4	32,5	41,2	50,6	73,7

Bron: Eurostat.

* 2012 data.

** Data Cyprus en Slovenië geschat.

*** Cijfers EU-28 mede gebaseerd op schatting data Verenigd Koninkrijk.

**** 2013 data.

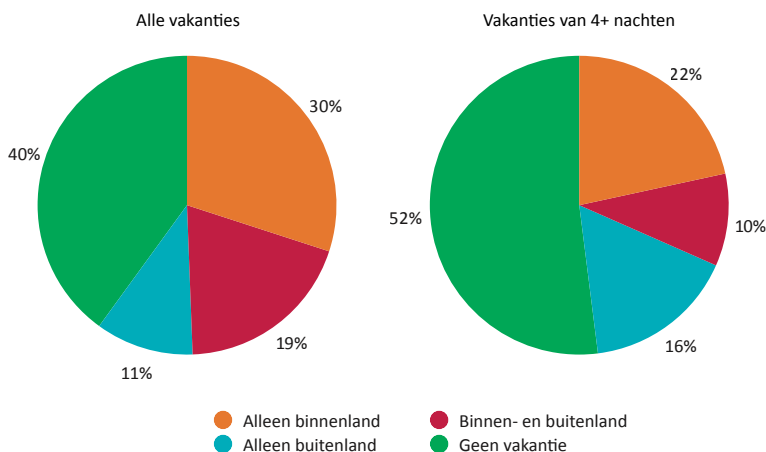
Als gevolg van afrondingen kunnen (kleine) afwijkingen zijn ontstaan.

EU: 48 procent had een lange vakantie

De cijfers in tabel 2.6 hebben betrekking op alle vakanties met ten minste één overnachting. Wordt alleen gekeken naar lange vakanties met vier of meer aaneengesloten overnachtingen dan daalt de participatiegraad van de EU-28 naar 48 procent (figuur 2.4).

Figuur 2.4

Toeristische participatiegraad van de inwoners (EU-28) van 15 jaar en ouder naar type vakantie en duur van de vakantie, 2014*



Bron: Eurostat.

* Voor deze percentages is het Verenigd Koninkrijk bijgeschat.

Financiën belangrijkste reden om niet op vakantie te gaan

Een deel van de inwoners van de EU gaat niet op vakantie. In 2014 ging 40 procent van de EU-bevolking helemaal niet op vakantie en meer dan de helft van de EU-bevolking had geen lange vakantie, van vier nachten of meer. Deze percentages zijn vergelijkbaar met 2013. De vraag waarom mensen niet op vakantie gaan wordt elke drie jaar gesteld. De laatste keer dat deze vraag is gesteld, was in 2014 over het jaar 2013. Toen waren financiële redenen het belangrijkste om af te zien van een vakantie. Voor 52,8 procent van de EU-inwoners die niet op vakantie gingen in 2013, speelden de financiën een rol (tabel 2.7). Ook gezondheidsredenen en een voorkeur om thuis te blijven zijn belangrijke redenen: respectievelijk 20,3 procent en 18,4 procent. Daarnaast bleef een deel thuis vanwege werk en studie, of familieomstandigheden. Deze percentages zijn vergelijkbaar met de percentages van de Flash Eurobarometer over 2015 (Europese Commissie, 2016). Financiële redenen spelen volgens de Flash Eurobarometer vooral bij de groep 25-54 jarigen, gezondheid vooral bij de mensen van 55 jaar en ouder.

Reden*	EU-28**	Nederland
	%	
Financiën	52,8	44,6
Gezondheid	20,3	21,5
Geen zin in vakantie	18,4	29,3
Werk en studie	17,6	7,3
Familieomstandigheden	13,8	5,4
Andere reden	9,0	14,3

Bron: Eurostat.

* Meer dan één antwoord mogelijk.

** Voor de percentages over de EU-28 zijn Zweden, België en het Verenigd Koninkrijk bijgeschat.

Van de Nederlanders die in 2013 niet op vakantie gingen, had 44,6 procent financiële belemmeringen. In Nederland was het aandeel van personen die geen zin hadden om op vakantie te gaan internationaal gezien groot. Werk, studie en familieomstandigheden waren voor Nederlanders juist veel minder een reden om niet met vakantie te gaan.

Inwoners van de EU gingen 1,2 miljard keer op vakantie en het liefst in eigen land

In 2014 gingen de inwoners van de EU van 15 jaar en ouder bijna 1,2 miljard keer op vakantie met een gemiddelde duur van 5,2 overnachtingen per vakantie of trip. Dit resulteerde in ongeveer 6,2 miljard overnachtingen. In tegenstelling tot de participatiegraad, is in deze cijfers het zakelijk toerisme wel meegenomen.

In 57,5 procent van de gevallen ging het om een korte vakantie of trip van niet meer dan drie nachten; in 42,5 procent ging het om een lange vakantie van vier nachten of meer. Inwoners van de EU bleven het liefst in eigen land: 75 procent van de vakanties of trips. Binnenlandse vakanties waren echter vooral korte vakanties van niet meer dan drie nachten. Daardoor was de verhouding binnenland-buitenland bij de overnachtingen lager dan bij de vakanties: 58,5 procent binnenlandse en 41,5 buitenlandse overnachtingen.

De meeste vakanties of trips werden gemaakt door Duitsers en Fransen gevolgd door Britten en Spanjaarden. Samen waren deze landen in 2014 goed voor 63,4 procent van alle vakanties of trips van de inwoners van de EU terwijl zij circa 51 procent van de inwoners van de EU tellen.

Europeanen besteden 403 miljard aan 1,2 miljard vakanties

In 2014 gaven de inwoners van de EU iets meer dan 403 miljard euro uit aan hun vakanties of trips.¹¹ Dat is circa 3 procent minder dan in 2013. Een belangrijk deel van deze afname kwam voor rekening van lange buitenlandse vakanties. Doordat het aantal vakanties nagenoeg hetzelfde bleef, namen de bestedingen per persoon per vakantie of trip af, van 353 euro in 2013 naar 341 euro in 2014. Dat laatste bedrag komt overeen met een gemiddelde van 65 euro per persoon per nacht. Vooral aan lange buitenlandse vakanties gaven inwoners van de EU veel geld uit (47,4 procent van de totale vakantiebestedingen).

Tabel 2.8 Kenmerken van vakanties van inwoners (EU-28) van 15 jaar en ouder, 2014*

	Alle vakanties								
	Totaal	waarvan		waarvan		Binnenlandse vakanties		Buitenlandse vakanties	
		Kort**	Lang***	Binnenland	Buitenland	Kort**	Lang***	Kort**	Lang***
Vakanties (x mln)	1.183	680	502	887	296	598	289	82	214
% van totaal aantal vakanties	100,0	57,5	42,5	75,0	25,0	50,6	24,4	7,0	18,1
Overnachtingen (x mln)	6.181	1.283	4.899	3.619	2.562	1.105	2.514	177	2.385
% van totaal aantal overnachtingen	100,0	20,7	79,3	58,5	41,5	17,9	40,7	2,9	38,6
Bestedingen (x mln euro)	403.124	111.813	291.311	181.798	221.326	81.577	100.221	30.236	191.090
% van totale bestedingen	100,0	27,7	72,3	45,1	54,9	20,2	24,9	7,5	47,4
Gemiddeld aantal overnachtingen per vakantie	5,2	1,9	9,7	4,1	8,7	1,8	8,7	2,2	11,2
Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie (euro)	341	164	580	205	747	136	347	367	894
Gemiddelde bestedingen per persoon per nacht (euro)	65	87	59	50	86	74	40	170	80

Bron: Eurostat.

* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn cijfers over 2013 gebruikt.

** Een korte vakantie omvat ten minste 1 en ten hoogste 3 overnachtingen.

*** Een lange vakantie omvat ten minste 4 overnachtingen.

Als gevolg van afrondingen kunnen (kleine) afwijkingen zijn ontstaan.

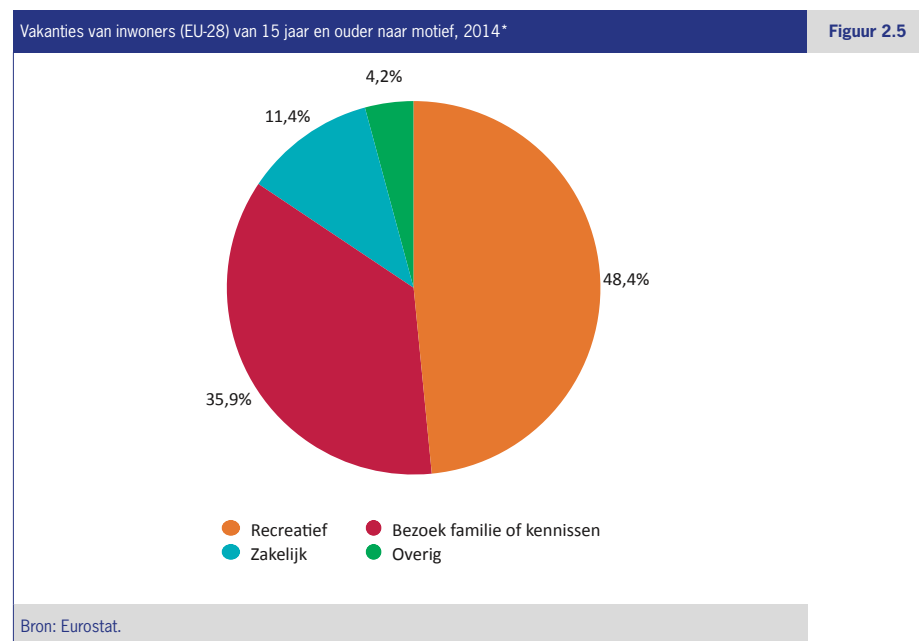
“Inwoners van de EU gaven in 2014 ruim 403 miljard euro uit aan vakanties in 2014”

11 Dit cijfer is niet goed te vergelijken met het cijfer van de UNWTO, dat alleen gaat over inkomend toerisme (ontvangsten) op basis van de reisverkeersbalans. De cijfers van Eurostat zijn gebaseerd op persoonsenquêtees in EU-landen. De reisverkeersbalans komt uitgebreid aan bod in paragraaf 8.5.

Het derde kwartaal, met de zomermaanden juli en augustus, is de populairste tijd om op vakantie te gaan. In 2014 vond 42 procent van alle toeristische overnachtingen plaats in deze periode. Vooral voor lange buitenlandse vakanties is deze periode erg in trek. Korte vakanties van drie nachten of minder zijn redelijk gelijk over het jaar verdeeld.

Helft van de vakanties heeft een recreatief doel

De helft van alle vakanties van Europeanen in 2014 had een recreatief doel (figuur 2.5). Ruim één op de drie vakanties had als doel familie of kennissen te bezoeken; de 135,3 miljoen reizen met een zakelijk doel waren goed voor 11,4 procent van de trips. Ten opzichte van 2013 wijzigden deze percentages nauwelijks.



* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn cijfers van 2013 gebruikt.

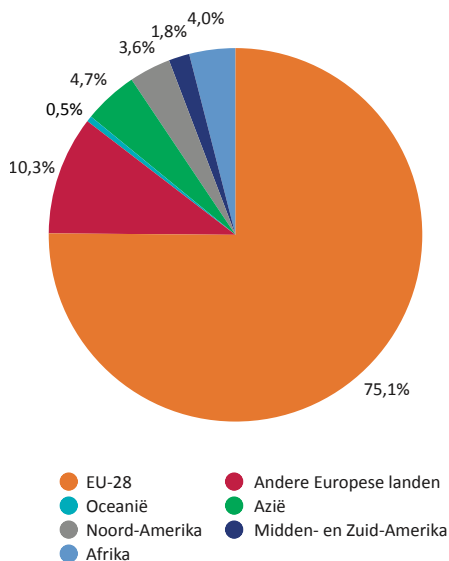
Volgens de Flash Eurobarometer (over 2015) ging het bij de recreatieve vakanties vooral om zon en strand (39 procent), natuur (31 procent), stedentrips (27 procent) en cultuur (26 procent).¹² Voor wellness (13 procent), sport (12 procent) en specifieke evenementen (9 procent) ging men minder vaak op recreatieve vakantie. Toeristen van 55 jaar en ouder gaan vaker voor cultuur op reis en minder vaak naar zon of strand. Jongeren reizen juist vaker naar specifieke evenementen, zoals festivals. Nederlanders gaan vaker voor natuur (50 procent) en cultuur (39 procent) op vakantie.

12 Meer dan één antwoord was mogelijk.

EU favoriet en buitenlandse vakanties vooral naar Spanje, Frankrijk en Italië

Drie van de vier buitenlandse vakanties of trips van inwoners van de EU in 2014 hadden een bestemming in een ander land van de EU. Als daarbij ook de binnenlandse vakanties of trips worden opgeteld, vond 93,7 procent van alle vakanties met minimaal één overnachting plaats binnen de EU. Zelfs als alleen wordt gekeken naar lange vakanties van vier nachten of meer vond in 2014 nog 87,4 procent binnen de EU plaats. In 2013 ging het om vergelijkbare percentages. Van de buitenlandse vakanties in 2014 vond 24,8 procent plaats buiten de EU-28, waarvan 10,3 elders in Europa en 14,5 procent buiten Europa.

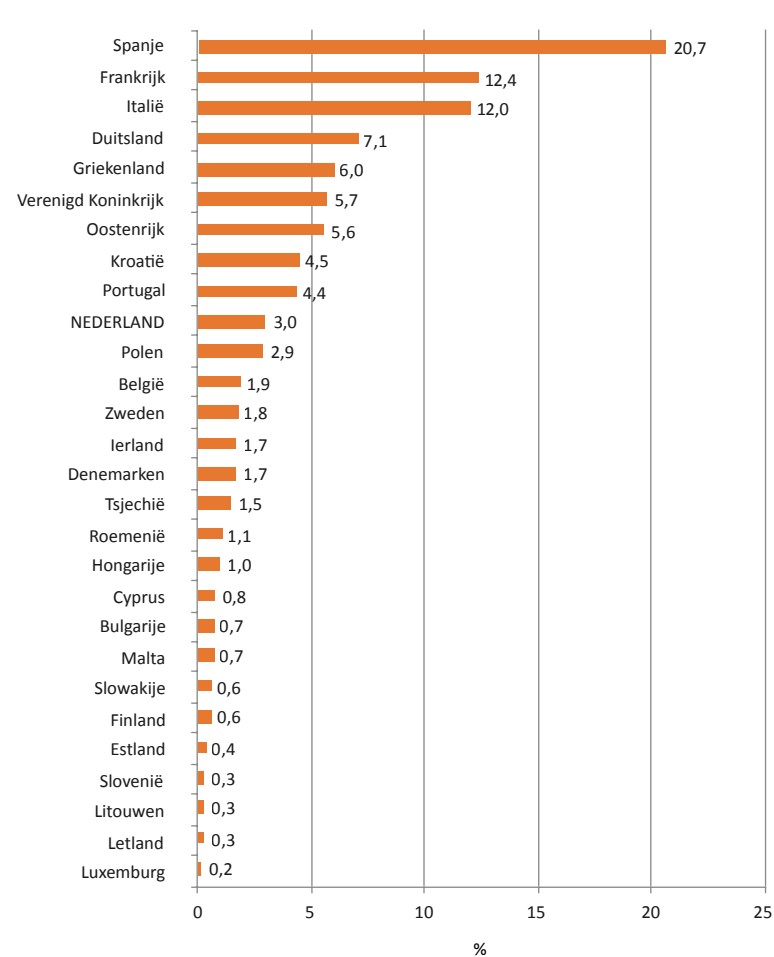
Figuur 2.6 Bestemmingen van vakanties en trips van inwoners van de EU, 2014*



Bron: Eurostat.

* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn cijfers van 2013 gebruikt.

De favoriete Europese vakantie landen binnen de EU waren, net als in voorgaande jaren, Spanje, Frankrijk en Italië (figuur 2.7). Het marktaandeel van Nederland was 3 procent in 2014. Het jaar daarvoor was dat nog 3,9 procent. Belangrijke elementen voor de populariteit van een land als vakantiebestemming zijn bijvoorbeeld de reisafstand, de toeristische attracties, het klimaat, de historische banden en de taal.



Bron: Eurostat.

* Percentage van het aantal overnachtingen van inwoners van de EU-28 van 15 jaar en ouder die in een ander EU-land op vakantie gaan dan waar zij wonen.

Meeste overnachtingen in gehuurde accommodatie

Inwoners van de EU brachten circa 6,2 miljard overnachtingen door tijdens hun vakanties in 2014 (tabel 2.8). Meer dan de helft werd doorgebracht in gehuurde accommodaties: 53,6 procent. Hotels en soortgelijke accommodaties namen daarvan het grootste deel voor hun rekening: 29,9 procent van alle overnachtingen. Niet-gehuurde accommodaties waren goed voor 46,4 procent van alle overnachtingen, waarvan de meeste overnachtingen werden doorgebracht bij familie en kennissen: 33 procent. Een eigen woning was goed voor 10,6 procent van alle overnachtingen (tabel 2.9).

Tabel 2.9

Overnachtingen van inwoners (EU-28) van 15 jaar en ouder naar bestemming en type accommodatie, 2014*

	Gehuurde accommodatie			Niet-gehuurde accommodatie		
	Hotels e.d.	Kampeerterrainen e.d.	Overig	Eigen vakantiehuis	Via vrienden en familie, niet betaald	Overig
	%					
Alle overnachtingen	29,9	7,3	16,4	10,9	33,0	2,5
Binnenlandse overnachtingen	19,2	6,3	17,0	15,6	39,6	2,3
Buitenlandse overnachtingen	45,1	8,6	15,6	4,2	23,7	2,7

Bron: Eurostat.

* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn cijfers van 2013 gebruikt.

Bij buitenlandse overnachtingen waren vooral hotels erg in trek. Iets meer dan 45 procent van de buitenlandse overnachtingen die EU-inwoners doorbrachten in logies-accommodaties vond plaats in een hotel. Bij binnenlandse overnachtingen was het vrij gebruikelijk om gratis te verblijven in een accommodatie van familie of kennissen. Nederlanders maakten volgens de Flash Eurobarometer (over 2015) minder gebruik van accommodaties van familie en kennissen en juist meer van gehuurde accommodaties.

In eigen land met de auto; naar het buitenland vliegen

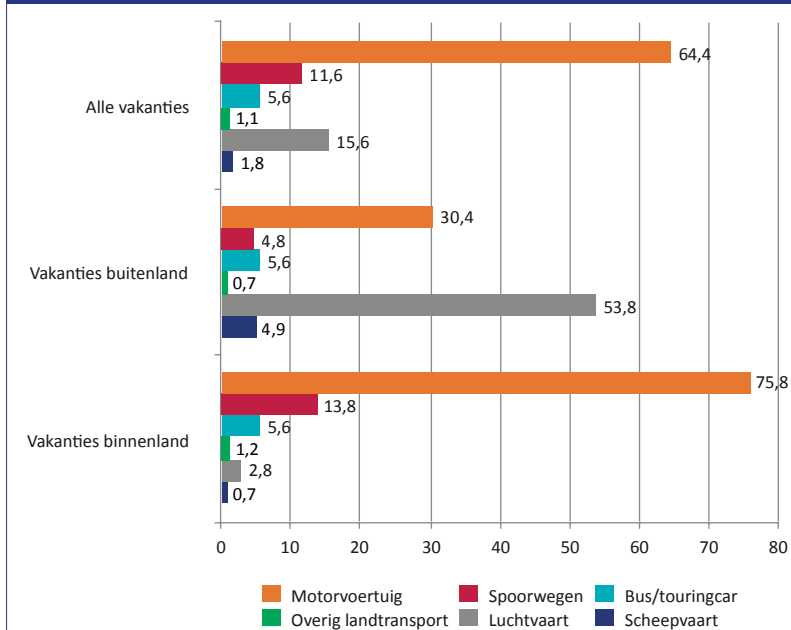
De auto is het favoriete vervoermiddel voor alle vakanties. Van alle vakanties van EU-inwoners in 2014 was 64,4 procent een autovakantie (figuur 2.8).¹³ Het vliegtuig en de trein volgden op grote afstand. De auto is echter alleen favoriet voor binnenlandse vakanties. Bij vakanties naar het buitenland is het vliegtuig meer in trek, en komt de auto op de tweede plaats. Deze percentages zijn ten opzichte van 2013 nauwelijks gewijzigd.

Familie en kennissen zijn de belangrijkste informatiebron voor de keuze van de vakantiebestemming

Voor het bepalen van de vakantiebestemming worden verschillende informatiebronnen gebruikt. Volgens de Flash Eurobarometer (over 2015) waren familie en kennissen de belangrijkste informatiebron voor het bepalen van de vakantiebestemming: 51 procent in 2015.¹⁴ Ook belangrijk waren persoonlijke ervaringen: 33 procent. Websites met reviews en oordelen van andere toeristen werd door 34 procent van de respondenten genoemd. Ook websites van vakantiebestemmingen en sociale media werden als informatiebron voor de vakantiekeuze gebruikt: respectievelijk 17 en 12 procent. Winkels van reisorganisaties en toeristenbureaus, kranten en televisie waren voor de keuze van de vakantiebestemming minder belangrijk.

¹³ Motorvoertuigen, inclusief huurauto, camper en motor.

¹⁴ Respondenten konden 3 mogelijke antwoorden aankruisen.



Bron: Eurostat.

* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn cijfers van 2013 gebruikt.

De lange termijn trend laat zien dat informatie van familie en kennissen en persoonlijke ervaringen over de jaren heen de belangrijkste informatiebron zijn voor de vakantiekeuze. Websites van vakantiebestemmingen en sociale media zijn daarnaast steeds belangrijker geworden. Winkels van reisorganisaties en toeristenbureaus zijn voor de vakantiekeuze minder belangrijk geworden.

Crisis had slechts beperkt effect op het toerisme met een persoonlijk motief

Tabel 2.10 laat de belangrijkste trends zien van persoonlijke en zakelijke vakanties van inwoners van de EU-28 in de periode 2005-2014. De effecten van de economische crisis op vakanties met een persoonlijk motief zijn beperkt gebleken. In 2009 nam het aantal overnachtingen wel iets af, maar het aantal vakanties bleef daarna constant tot en met 2014. De gemiddelde duur van vakanties nam al af vanaf 2007, voornamelijk door de toenemende populariteit van korte vakanties. De laatste jaren, vanaf 2010, is de situatie van vakanties met een persoonlijk motief vrij stabiel gebleven.

Zakelijke reizen zijn duidelijk meer beïnvloed door de crisis. Het aantal zakelijke trips daalde in de periode 2008-2013 met meer dan 30 procent. Het aantal overnachtingen daalde ook sterk. De gemiddelde verblijfsduur van zakelijke trips schommelt en

is na een dieptepunt in 2011 weer bijna op het niveau van 2005. Het jaar 2014 is voor zakelijke trips in alle opzichten vergelijkbaar met 2013.

Tabel 2.10

Vakanties, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur van inwoners (EU-28) van 15 jaar en ouder naar motief, 2005-2014

	Vakanties		Overnachtingen		Gemiddelde verblijfsduur	
	Persoonlijk	Zakelijk	Persoonlijk	Zakelijk	Persoonlijk	Zakelijk
	<i>(index 2005=100)</i>					
2005	100	100	100	100	100	100
2006	99	102	100	97	101	95
2007	103	117	100	110	97	94
2008	106	118	100	112	95	96
2009	107	113	99	103	92	91
2010	106	107	97	97	92	91
2011	106	103	97	92	92	89
2012	106	96	96	92	91	96
2013	106	82	98	82	92	99
2014*	106	82	97	81	92	99

Bron: Eurostat.

* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn de cijfers van 2013 gebruikt.

Overnachtingen in logiesaccommodaties vormen ook een maatstaf

Naast het wel of niet op vakantie gaan (participatiegraad) en kenmerken van vakanties, vormt het aantal overnachtingen van toeristen in logiesaccommodaties ook een indicator voor de ontwikkeling van het toerisme in een bepaald gebied. Het gaat om overnachtingen in hotels, op huisjesterreinen en kampeerterreinen. De cijfers hebben betrekking op het jaar 2015.

De logiesaccommodatiecijfers wijken af van de hierboven gepresenteerde cijfers over overnachtingen van Europese toeristen. In de eerste plaats omdat hier, in tegenstelling tot het voorafgaande, naast het binnenlands toerisme (ingezetenen van een land), ook het inkomend toerisme is meegenomen. Inkomend toerisme (niet-ingezetenen) is hier niet alleen het reisverkeer van buiten de EU-28, maar ook de inkomende toeristen binnen Europa: personen die op vakantie gaan binnen Europa naar een land waar zij niet wonen. In de tweede plaats tellen de overnachtingen van toeristen die buiten de EU plaats vinden niet mee. Ten slotte beperken de cijfers zicht tot de overnachtingen in hotels, op huisjesterreinen en kampeerterreinen. Overnachtingen in andere accommodatietypen zoals vakantiewoningen of bij familie of vrienden worden niet meegerekend in de cijfers.

2,8 miljard toeristische overnachtingen in EU

In 2015 vonden 2,8 miljard overnachtingen plaats in logiesaccommodaties binnen de EU. Dat betekende een toename met 3,5 procent in vergelijking met 2014. In dat jaar groeide het aantal overnachtingen in Europese logiesaccommodaties met 1,4 procent ten opzichte van 2013. De groei van het aantal overnachtingen in 2015 vond zowel plaats bij hotels (3,3 procent) en huisjesterreinen (5,2 procent) als bij kampeerterreinen (2,2 procent). Zie tabel 2.11.

Het aantal overnachtingen van buitenlandse toeristen (niet-ingezetenen) nam ook dit jaar weer sterker toe dan dat van gasten binnen de eigen landsgrenzen (ingezetenen), respectievelijk 3,7 en 3,4 procent. Al sinds 2010 is vooral het inkomende toerisme de motor achter de groei van het toerisme in Europa. Figuur 2.10 illustreert dit.

Ontwikkeling van het aantal overnachtingen in Europese logiesaccommodaties naar accommodatietype (SBI*) en land van herkomst, 2014-2015

Tabel 2.11

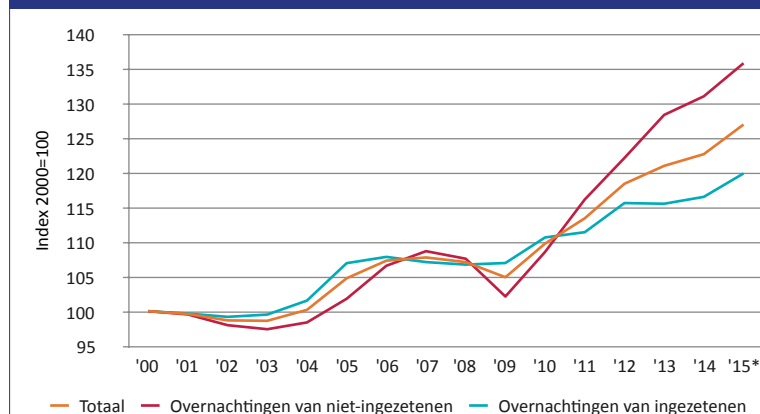
	Totaal	Hotels e.d. SBI 55.1	Huisjesterreinen SBI 55.2	Kampeerterreinen SBI 55.3
%				
Totaal	3,5	3,3	5,2	2,2
Niet-ingezetenen	3,7	3,3	6,1	1,7
Ingezetenen	3,4	3,2	4,6	2,4

Bron: Eurostat.

* SBI = Standaard Bedrijfsindeling

Ontwikkeling aantal overnachtingen in logiesaccommodaties (EU-28), 2000-2015

Figuur 2.9



* Voor het Verenigd Koninkrijk zijn cijfers van 2013 gebruikt.



3 Vrijetijdsgedrag van Nederlanders

Dit hoofdstuk beschrijft het vrijetijdsgedrag van Nederlanders op basis van de resultaten van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) 2015. Dit onderzoek geeft inzicht in de participatie van Nederlanders aan meer dan honderd verschillende uithuizige vrijetijdsactiviteiten, geclusterd in elf groepen. Welke vrijetijdsactiviteiten zijn populair en hoe vaak trekken Nederlanders erop uit?



Hoofdpunten

- Bijna alle Nederlanders (98,9 procent) hebben in 2015 ten minste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis ondernomen. Uitgaan, buitenrecreatie en winkelen voor plezier kennen de hoogste participatie.
- In 2015 hebben Nederlanders samen bijna 3,5 miljard vrijetijdsactiviteiten ondernomen. Vooral buitenrecreatie komt veel voor: 854 miljoen keer in 2015. Daarvan betrof het 441 miljoen keer een wandeling voor het plezier. In oktober, maart en april ondernemen Nederlanders gemiddeld de meeste uithuizige vrijetijdsactiviteiten.
- In termen van participatie is bij jongeren tot 18 jaar vooral het bezoeken van een attractie populair. Ouderen boven de 65 jaar gaan graag uit en beoefenen vaker een verenigingsactiviteit of hobby. Bij vrouwen zijn wellness en winkelen voor plezier meer in trek dan bij mannen. Mannen bezoeken juist vaker een sportwedstrijd.
- De eigen gemeente is populair voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buitenshuis, de helft van alle 3,5 miljard vrijetijdsactiviteiten vindt plaats in de woongemeente. Mede als gevolg hiervan zijn de meest inwonerrijke provincies ook de provincies waarin de meeste uithuizige vrijetijdsactiviteiten worden ondernomen. De meeste activiteiten vonden in 2015 plaats in Zuid-Holland, gevolgd door Noord-Holland en Noord-Brabant.

Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek

Het CVTO is een grootschalig twee- tot driejaarlijks onderzoek naar het uithuizige vrijetijdsgedrag van de Nederlandse bevolking en geeft een breed en diepgaand inzicht in de structuur, de ontwikkelingen en de trends op de uithuizige vrijetijdsmarkt. Het onderzoek wordt uitgevoerd door NBTC-NIPO Research en bestaat sinds 2004. Vanaf 2015 loopt de veldwerkperiode van het CVTO gelijk aan een kalenderjaar waar het voorheen een gebroken jaar besloeg. Gezien het feit dat het CVTO voorheen reeds 52 weekmetingen (= jaarrond) kende, heeft deze wijziging geen gevolgen voor de gemeten volumes en de kenmerken van alle in het onderzoek onderscheiden vrijetijdsactiviteiten.

Het CVTO bestaat uit een weekmeting en een jaarmeting. De weekmeting werkt met een steekproef van netto ongeveer 375 personen; de jaarmeting met een steekproef van ongeveer 5 duizend personen. De onderzoekspopulatie omvat alle personen die in Nederlandse huishoudens woonachtig zijn, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen, en kent geen leeftijdsgrenzen.

Het CVTO hanteert de volgende definitie van 'uithuizige vrijetijdsactiviteiten':

Alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd). Bezoek aan familie, vrienden en kennissen, en activiteiten ondernemen tijdens vakanties of inclusief overnachting blijven buiten beschouwing. Vrijetijdsactiviteiten binnenshuis, zoals televisie kijken, lezen, internetten en gamen vallen dus buiten het bestek van het CVTO.

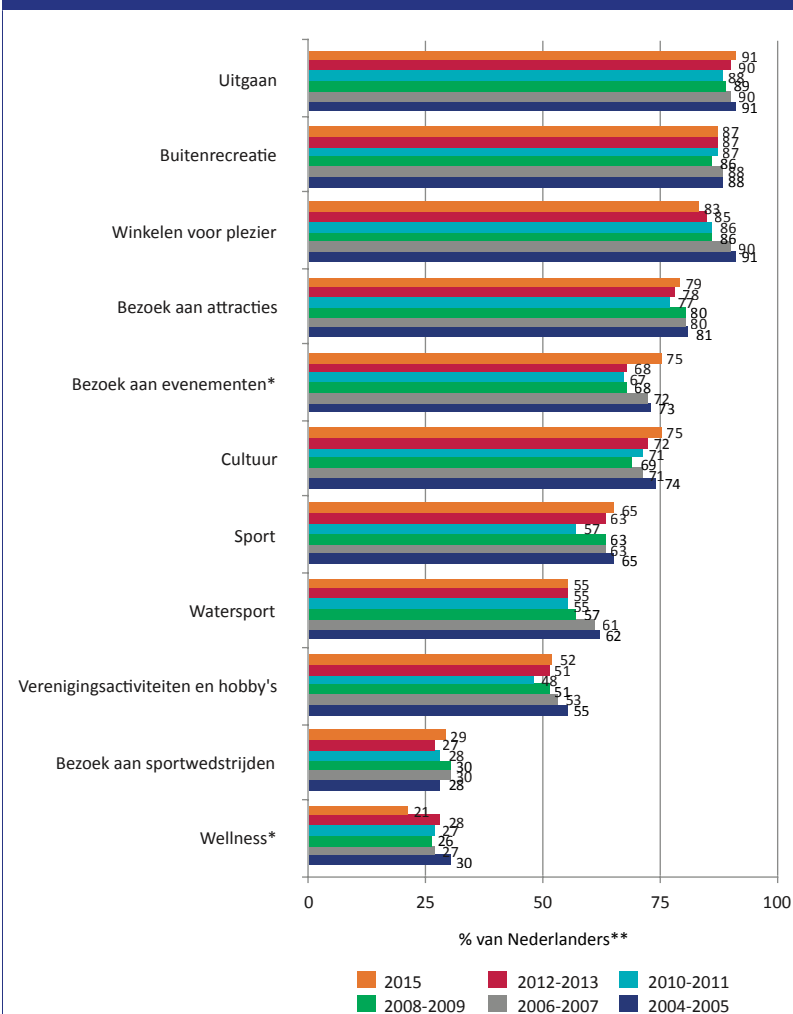
In het CVTO worden de meest uiteenlopende activiteiten op een continue basis en gespreid over het gehele jaar in kaart gebracht. De resultaten van het CVTO 2015 hebben betrekking op het gehele jaar 2015. Het onderzoek geeft inzicht in de participatie aan en frequentie waarmee meer dan 100 verschillende uithuizige vrijetijdsactiviteiten door Nederlanders worden ondernomen. Deze activiteiten zijn onderverdeeld in elf clusters van vrijetijdsactiviteiten. Naast participatie en frequentie meet het onderzoek ook het volume van de verschillende ondernomen vrijetijdsactiviteiten. Tot slot geeft het onderzoek niet alleen inzicht in de populariteit van vrijetijdsactiviteiten, maar ook in kenmerken als wanneer deze activiteiten met name worden ondernomen, in welke omgeving en hoe lang deze duren. Zo ontstaat een compleet beeld van de uithuizige vrijetijdsbesteding van de Nederlandse bevolking.

3.1 Vrijtijdsparticipatie

Deze paragraaf beschrijft de vrijetijdsparticipatie van Nederlanders: welk aandeel van de Nederlanders heeft buitenshuis vrijetijdsactiviteiten ondernomen? Diverse typen activiteiten komen daarbij aan bod. De verschillen tussen leeftijdsgroepen, en tussen mannen en vrouwen op dit punt worden ook uitgelicht.

Participatie van Nederlanders aan uithuiszige vrijetijdsactiviteiten, 2004-2015

Figuur 3.1



Bron: Jaarmeting CVTO, 2015

* De activiteiten die deel uit maken van dit cluster zijn gewijzigd ten opzichte van het CVTO 2012/2013.

** Het betreft inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Bijna alle Nederlanders ondernemen vrijetijdsactiviteiten

De vrijetijdsparticipatie van de Nederlandse bevolking bedroeg in 2015 98,9 procent. Dit betekent dat in het jaar 2015 circa 16,4 miljoen Nederlanders tenminste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis van meer dan een uur hebben ondernomen. In verreweg de meeste gevallen zal het echter om (veel) meer dan één onderzochte uithuiszige vrijetijdsactiviteit gaan.

Uitgaan, buitenrecreatie en winkelen zijn populair

Het onderzoek CVTO gebruikt elf clusters om de meer dan honderd gemeten activiteiten te groeperen. Activiteiten behorend tot clusters 'uitgaan', 'buitenrecreatie' en 'winkelen voor plezier' zijn het populairst: zij kennen de hoogste participatiegraden (figuur 3.1). Het aandeel Nederlanders dat jaarlijks winkelt voor plezier is echter het afgelopen decennium teruggelopen van 91 procent in 2004/2005 naar 83 procent in 2015.

De clusters 'bezoek sportwedstrijden' en 'wellness' zijn het minst in trek. Zij kennen de laagste percentages van Nederlanders die dit soort activiteiten op jaarbasis wel eens ondernemen.

De frequentie waarmee de verschillende vrijetijdsactiviteiten ondernomen worden, blijkt sterk te verschillen per cluster van activiteiten. Dit varieert van gemiddeld meerdere malen per week tot eens per twee maanden. Van alle 11 onderscheiden clusters is de frequentie waarmee men jaarlijks funshopactiviteiten onderneemt het hardst teruggelopen in het afgelopen decennium.

In totaliteit onderneemt de Nederlander gemiddeld net iets meer dan vier vrijetijdsactiviteiten buitenshuis per week.

“Winkelen voor plezier staat in top drie, maar aandeel is het afgelopen decennium teruggelopen”

Bijna alle kinderen en jongeren bezoeken op jaarbasis een attractie

De participatiegraden verschillen per cluster per leeftijd. Zo bezoeken bijvoorbeeld alle kinderen en jongeren van 0 tot en met 18 jaar minimaal een keer per jaar attracties, terwijl aanzienlijk minder 45-plussers attracties bezoeken (tabel 3.1). Maar weinig kinderen doen aan wellness. Dit cluster is vooral populair onder personen van 25 tot en met 54 jaar. De participatie bij de activiteiten behorend tot het cluster 'bezoek evenementen' ligt gemiddeld het hoogst onder personen van 18 tot en met 34 jaar. Bij het cluster 'cultuur' zien we dat de participatie het hoogst is bij personen van 6 tot en met 17 jaar. Jonge kinderen (5 jaar en jonger) en oudere senioren (75 jaar en ouder) zijn over het algemeen minder actief dan de andere Nederlandse leeftijdsgroepen.

Participatie van Nederlanders aan uithuizige vrijetijdsactiviteiten naar leeftijdsgroep, 2015

Tabel 3.1

leeftijd in jaren	0-5	6-12	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	≥ 75
% van Nederlanders in de betreffende leeftijdsgroep*										
Buitenrecreatie	92	91	82	80	89	88	89	88	89	75
Watersport (incl. zwemmen)	72	92	76	63	65	59	47	38	35	20
Sport	33	81	83	79	78	69	64	55	56	46
Bezoek aan sportwedstrijden	13	41	40	40	31	33	30	22	27	14
Wellness	2	4	8	25	35	29	29	22	15	10
Bezoek aan attracties	93	97	91	79	83	83	72	72	73	55
Bezoek aan evenementen	59	78	79	80	82	77	78	77	70	55
Winkelen voor plezier	72	82	86	82	88	87	84	82	83	77
Cultuur	46	87	87	81	82	81	76	73	70	54
Uitgaan	72	90	92	93	94	93	94	91	94	85
Verenigingsactiviteiten en hobby's	29	58	63	54	48	51	51	55	59	47

Bron: Jaarmeting CVTO, 2015.

* Het betreft inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Participatie van Nederlanders aan uithuizige vrijetijdsactiviteiten naar geslacht, 2015

Tabel 3.2

	man	vrouw
% van de Nederlandse mannen/vrouwen *		
Buitenrecreatie	87	87
Watersport (incl. zwemmen)	57	53
Sport	67	63
Bezoek aan sportwedstrijden	35	24
Wellness	16	25
Bezoek aan attracties	77	80
Bezoek aan evenementen	74	76
Winkelen voor plezier	76	90
Cultuur	73	77
Uitgaan	91	91
Verenigingsactiviteiten en hobby's	50	53

Bron: Jaarmeting CVTO, 2015.

* Het betreft inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Naast de leeftijd hangt ook het geslacht samen met de participatie aan verschillende clusters van activiteiten. Zo hebben vrouwen een hogere participatie aan de clusters 'winkelen voor plezier', 'bezoek attracties', 'cultuur' en 'wellness' dan mannen (tabel 3.2). Bij mannen ligt de participatie juist weer hoger in de clusters 'sport', 'watersport' en 'bezoek aan sportwedstrijden'.

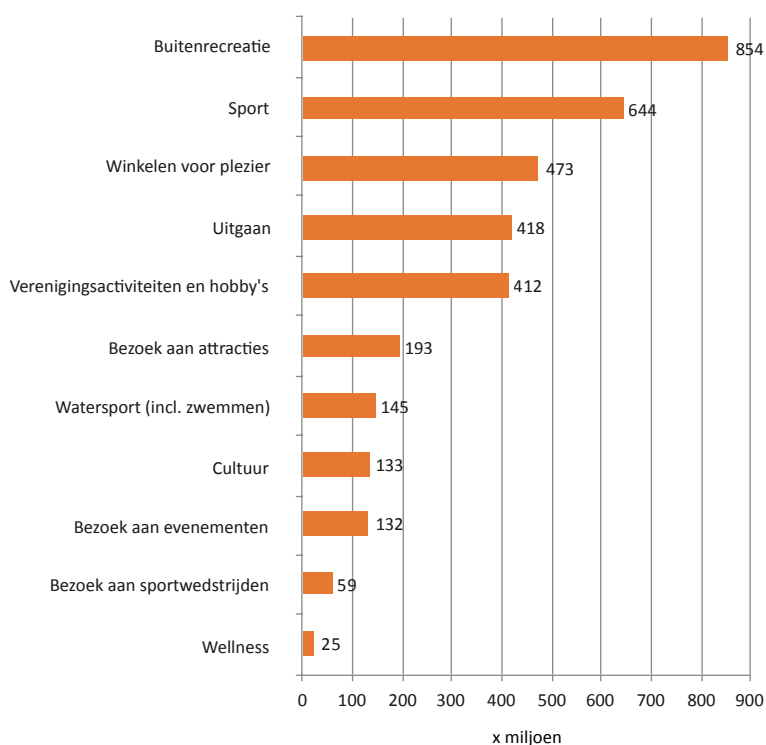
3.2 Het volume van vrijetijdsactiviteiten

De vorige paragraaf beschreef de participatie van Nederlanders aan vrijetijdsactiviteiten. Deze paragraaf gaat in op het volume: hoe vaak ondernemen Nederlanders de diverse activiteiten?

Bijna 3,5 miljard activiteiten

In 2015 heeft de Nederlandse bevolking gezamenlijk bijna 3,5 miljard vrijetijdsactiviteiten van minimaal een uur buiten de eigen woning ondernomen. Ten opzichte van het vergelijkbare deel binnen het CVTO 2012 - 2013 is het aantal activiteiten gedaald met zo'n vijf procent. De daling van het volume van de uithuizige vrijetijdsmarkt kan voor een belangrijk deel toegeschreven worden aan de verminderende populariteit van winkelen voor plezier.

Figuur 3.2 Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders, 2015*



Bron: Weekmeting CVTO, 2015

* Het betreft inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

“Bijna 3,5 miljard uithuizige vrijetijdsactiviteiten in 2015”

Buitenrecreatie komt het vaakst voor

Het cluster 'buitenrecreatie' is de grootste van de elf onderscheiden clusters met bijna 854 miljoen buitenrecreatieve activiteiten op jaarbasis (24 procent van het totaal). Na 'buitenrecreatie' volgt 'sport' (figuur 3.2). Er worden op jaarbasis bijna 644 miljoen sportieve activiteiten ondernomen door Nederlanders (18 procent). Het cluster 'winkelen voor plezier' maakt met circa 473 miljoen activiteiten (14 procent) de top drie van de meest omvangrijke clusters compleet. Als gevolg van de dalende participatie en frequentie van winkelen voor plezier is de omvang van dit cluster in 2,5 jaar tijd echter behoorlijk teruggelopen (- 18 procent).

Het minst vaak ondernemen Nederlanders activiteiten die tot het cluster 'wellness' behoren of bezoeken ze sportwedstrijden. Er worden zo'n 25 miljoen ontspannende activiteiten op jaarbasis ondernomen (1 procent) en ruim 59 miljoen bezoeken aan sportwedstrijden afgelegd (2 procent).

Elk cluster van vrijetijdsactiviteiten bestaat uit een reeks afzonderlijk onderscheiden vrijetijdsactiviteiten. In totaal heeft het CVTO meer dan honderd van deze activiteiten onderscheiden. Tabel 3.3 bevat de top tien van al deze vrijetijdsactiviteiten. Deze tabel toont de tien populairste vrijetijdsactiviteiten: de activiteiten die Nederlanders in 2015 het vaakst hebben ondernomen.

Top tien van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders, 2015*

Tabel 3.3

	Aantal activiteiten x miljoen
1 Wandeling voor plezier	441
2 Winkelen in een binnenstad	202
3 Uit eten in restaurant / eetcafé	194
4 Fietstocht voor plezier	193
5 Fitness /aerobic / steps / spinning / etc.	182
6 Winkelen voor plezier in stadsdeelcentrum of wijkcentrum	119
7 Zwemmen in een binnenbad	103
8 Onderwijs / schoolvereniging	98
9 Toertochtje met de auto	85
10 Bar/cafébezoek	79

Bron: Weekmeting CVTO, 2015.

* Het betreft inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Veel wandelingen

Wandelen voor het plezier staat bovenaan de ranglijst van meest ondernomen vrijetijdsactiviteiten. In 2015 trokken Nederlanders bijna 441 miljoen erop uit om een stukje te gaan lopen (tabel 3.3). Op plaats twee staat winkelen in de binnenstad en uit eten gaan in een restaurant of eetcafé neemt de derde plaats in. Het bezoeken van een bar of café sluit de top tien af.

De helft van alle activiteiten vindt plaats in de eigen gemeente

De helft van alle vrijetijdsactiviteiten ondernemen Nederlanders in hun eigen woongemeente en bijna de helft (49 procent) elders in Nederland. Een klein deel van de activiteiten (1 procent) vindt in het buitenland plaats. Het gaat hier om personen die in Nederland wonen, en een dagbezoek brengen aan het buitenland.

Ruim de helft van de vrijetijdsactiviteiten (58 procent) vindt plaats binnen een straal van vijf kilometer vanaf het woonadres. Vooral sportactiviteiten en verenigingsactiviteiten en hobby's vinden vaak dichtbij huis plaats. Tweederde van alle uithuizige vrijetijdsactiviteiten neemt, inclusief reistijd, een duur van maximaal drie uur in beslag. Na het weekend zijn de vrijdag en de woensdag de meest populaire dagen voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning.

Veel vrijetijdsactiviteiten in oktober, maart en april

De maanden oktober en maart zijn de populairste maanden om buitenshuis vrijetijdsactiviteiten te ondernemen (tabel 3.4). April en mei volgen op korte afstand. December complementeert de top vijf. De traditionele vakantiemaand juli scoort niet bovengemiddeld. Een belangrijke reden daarvoor is dat binnen het CVTO vrijetijdsactiviteiten niet meetellen wanneer men één nacht of meer van huis is.

Tabel 3.4 Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders naar maand, 2015*

	Totaal activiteiten (x mln)	Gemiddeld aantal activiteiten per Nederlander
januari	245,8	15,0
februari	255,9	15,6
maart	308,1	18,8
april	307,9	18,8
mei	307,6	18,8
juni	290,4	17,7
juli	293,0	17,9
augustus	298,9	18,2
september	281,8	17,2
oktober	308,9	18,8
november	292,0	17,8
december	306,5	18,7

Bron: Weekmeting CVTO, 2015.

* Het betreft inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Minst populaire maanden qua omvang zijn de wintermaanden januari en februari. Het mindere weer in de winter (in de donkere periode na de feestdagen) in combinatie met het feit dat in het algemeen een kwart van de activiteiten tot buitenrecreatie behoort zal een belangrijke verklaring zijn voor het feit dat men minder uithuizig is in zijn of haar vrije tijd in deze periode. In de meest populaire maanden – oktober en maart – onderneemt een Nederlander gemiddeld bijna 19 vrijetijdsactiviteiten buitenshuis, terwijl in de minst populaire maanden – januari en februari – dit aantal is teruggelopen naar 15 activiteiten.

De meeste vrijetijdsactiviteiten vinden plaats in de provincie Zuid-Holland

In totaal hebben Nederlanders in 2015 bijna 3,5 miljard uithuizige vrijetijdsactiviteiten ondernomen. Kijkend naar de verschillende provincies blijkt dat Zuid-Holland de meest populaire provincie is voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning; een op de vijf uithuizige vrijetijdsactiviteiten vindt daar plaats. Ook Noord-Holland (17 procent) en Noord-Brabant (14 procent) zijn provincies met een relatief groot aandeel (qua omvang) op de uithuizige vrijetijdsmarkt. Genoemde provincies zijn echter ook de provincies met de meeste inwoners van Nederland.

Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders per provincie, 2015

Figuur 3.3

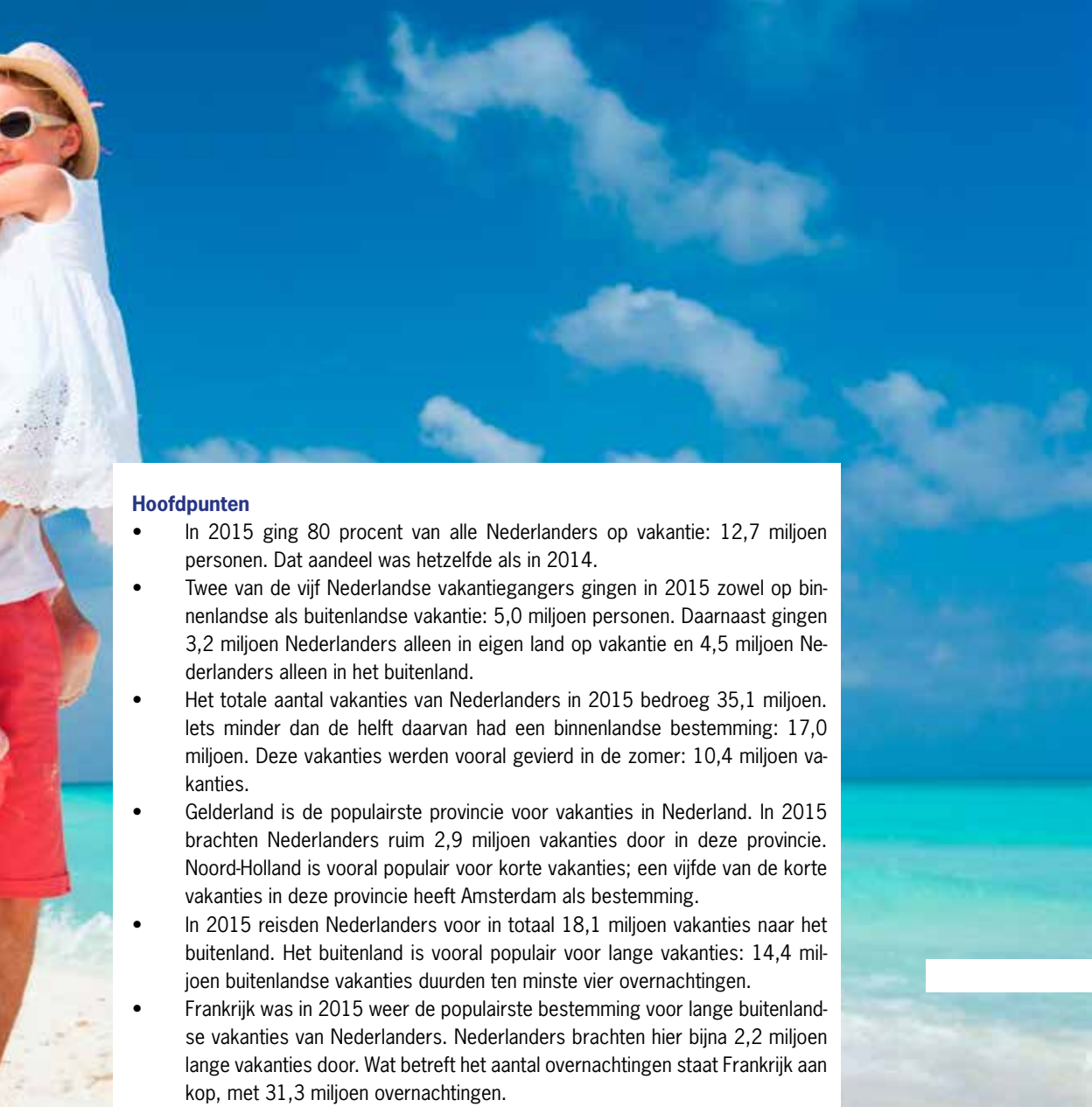


Bron: Weekmeting CVTO, 2015



4 Vakanties van Nederlanders

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van het vakantiegedrag van Nederlanders. Hoeveel Nederlanders gaan op vakantie en hoe is dit verdeeld over het jaar? Verder gaat het hoofdstuk in op de vakantieduur en op de vraag welke bestemmingen in binnen- en buitenland populair zijn. Er is ook aandacht voor de verschillende accommodatietypen waarin Nederlanders verblijven en de vervoermiddelen die zij gebruiken om op hun bestemming te komen. Het hoofdstuk sluit af met een paragraaf over vakantiebestedingen: wat kost een vakantie gemiddeld? De cijfers in dit hoofdstuk zijn afkomstig van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO).



Hoofdpunten

- In 2015 ging 80 procent van alle Nederlanders op vakantie: 12,7 miljoen personen. Dat aandeel was hetzelfde als in 2014.
- Twee van de vijf Nederlandse vakantiegangers gingen in 2015 zowel op binnenlandse als buitenlandse vakantie: 5,0 miljoen personen. Daarnaast gingen 3,2 miljoen Nederlanders alleen in eigen land op vakantie en 4,5 miljoen Nederlanders alleen in het buitenland.
- Het totale aantal vakanties van Nederlanders in 2015 bedroeg 35,1 miljoen. Iets minder dan de helft daarvan had een binnenlandse bestemming: 17,0 miljoen. Deze vakanties werden vooral gevierd in de zomer: 10,4 miljoen vakanties.
- Gelderland is de populairste provincie voor vakanties in Nederland. In 2015 brachten Nederlanders ruim 2,9 miljoen vakanties door in deze provincie. Noord-Holland is vooral populair voor korte vakanties; een vijfde van de korte vakanties in deze provincie heeft Amsterdam als bestemming.
- In 2015 reisden Nederlanders voor in totaal 18,1 miljoen vakanties naar het buitenland. Het buitenland is vooral populair voor lange vakanties: 14,4 miljoen buitenlandse vakanties duurden ten minste vier overnachtingen.
- Frankrijk was in 2015 weer de populairste bestemming voor lange buitenlandse vakanties van Nederlanders. Nederlanders brachten hier bijna 2,2 miljoen lange vakanties door. Wat betreft het aantal overnachtingen staat Frankrijk aan kop, met 31,3 miljoen overnachtingen.
- In 2015 hebben Nederlanders in totaal 15,9 miljard euro besteed aan vakanties. Dat komt neer op ongeveer 53 euro per persoon per dag. Aan zomervakanties gaven Nederlanders bijna twee keer zo veel uit als aan wintervakanties.
- Bijna 90 procent van het totale vakantiebudget had in 2015 betrekking op lange vakanties. De totale bestedingen aan lange buitenlandse vakanties bedroegen 12,1 miljard euro; die aan lange vakanties in Nederland kwamen uit op 1,9 miljard euro. Aan korte vakanties in eigen land besteedden Nederlanders 1,1 miljard euro; aan korte buitenlandse trips 0,9 miljard euro.

Tabel 4.1 Kerncijfers vakanties van Nederlanders, 2013-2015

		2013	2014	2015	Ontwikkeling 2014-2015
Participatie	%	81	80	80	0 %-punt
Nederland	%	53	51	51	1 %-punt
Buitenland	%	60	60	60	0 %-punt
Lange vakantie	%	74	72	73	0 %-punt
Korte vakantie	%	41	41	41	0 %-punt
In de winterperiode	%	52	50	49	-1 %-punt
In de zomerperiode	%	74	72	74	1 %-punt
Aantal vakanties	mln	35,6	35,1	35,1	-0,1%
Nederland	mln	17,5	17,2	17,0	-1,1%
Buitenland	mln	18,1	17,9	18,1	0,8%
Lange vakantie	mln	22,8	22,1	22,3	0,7%
Korte vakantie	mln	12,8	13,0	12,8	-1,5%
In de winterperiode	mln	14,8	13,7	13,3	-2,5%
In de zomerperiode	mln	20,8	21,4	21,7	1,4%
Aantal overnachtingen	mln	274	265	269	1,5%
Nederland	mln	93	86	88	1,4%
Buitenland	mln	182	179	182	1,6%
Lange vakantie	mln	246	237	242	2,1%
Korte vakantie	mln	28	28	27	-3,7%
In de winterperiode	mln	86	78	76	-2,9%
In de zomerperiode	mln	188	187	193	3,3%
Uitgaven	mld euro	15,5	15,4	15,9	3,2%
Nederland	mld euro	2,9	2,8	3,0	4,0%
Buitenland	mld euro	12,6	12,6	13,0	3,0%
Lange vakantie	mld euro	13,5	13,5	14,0	3,5%
Korte vakantie	mld euro	1,9	1,9	1,9	0,8%
In de winterperiode	mld euro	5,8	5,5	5,4	-1,4%
In de zomerperiode	mld euro	9,7	9,9	10,5	5,8%

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

4.1 Vakantieparticipatie

Deze paragraaf beschrijft de vakantieparticipatie van Nederlanders: welk percentage van de Nederlanders gaat wel eens op vakantie? Daarbij wordt participatie aan korte en lange vakanties onderscheiden, aan binnen- en buitenlandse vakanties en aan vakanties in zomer- en winterseizoenen. Tevens komt de vakantiespreiding gedurende de loop van het jaar aan bod.

Het ContinuVakantieOnderzoek

De cijferbron voor dit hoofdstuk is het ContinuVakantieOnderzoek (CVO). Dit is een jaarlijks onderzoek dat NBTC-NIPO Research uitvoert. CBS gebruikt de gegevens uit dit onderzoek om cijfers over het vakantiegedrag van de Nederlandse bevolking samen te stellen. Het CVO onderzoekt onderwerpen die te maken hebben met vakanties, zoals bestemmingen, vakantie duur, logiesvormen, vervoermiddelen, en bestedingen die gerelateerd zijn aan vakanties.

De onderzoekspopulatie van het CVO omvat inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen. Om de benodigde gegevens te verzamelen, wordt een aselecte steekproef getrokken uit het panel van NIPO. Ruim 6 duizend personen vullen thuis via hun eigen pc vier keer per jaar een elektronische vragenlijst in over hun vakantie(s) in de drie voorafgaande maanden. Om zoveel mogelijk te voorkomen dat respondenten vakanties vergeten, noteren ze direct na afloop van iedere vakantie enkele kerngegevens in een speciaal schema. De steekproef wordt gewogen naar een aantal bekende populatiekenmerken.

“Acht op de tien Nederlanders zijn in 2015 op vakantie geweest”

80 procent gaat op vakantie

In 2015 gingen 12,7 miljoen Nederlanders op vakantie.¹ Dat komt overeen met 80 procent van alle Nederlanders. Dat aandeel was hetzelfde als in 2014 (tabel 4.2). Van alle Nederlanders die in 2015 op vakantie gingen, ging een ruime meerderheid vaker dan één keer: 71 procent. Dit komt overeen met 57 procent van alle Nederlanders. Vooral personen uit huishoudens met een hoog inkomen gingen vaker dan

¹ Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Tabel 4.2 Vakantieparticipatie, 2002-2015

		2002	2010	2013	2014	2015
Totaal aantal Nederlanders*	mln	15,2	15,6	15,8	15,8	15,8
Nederlanders op vakantie	mln	12,3	12,7	12,8	12,5	12,7
Vakantieparticipatie van Nederlanders	%	81	81	81	80	80
Totaal aantal ondernomen vakanties	mln	35,5	36,1	35,6	35,1	35,1

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

één keer op vakantie. Onder de thuisblijvers vallen voornamelijk personen die niet werkzaam zijn, zoals gepensioneerden en mensen met een uitkering.

Lange vakanties meer in trek dan korte vakanties

In 2015 trokken 11,5 miljoen Nederlanders erop uit voor één of meer lange vakanties, die ten minste vier overnachtingen omvatten (zie tekstkader 'Vakanties'). Daarnaast ondernamen 6,6 miljoen Nederlanders (ook) een korte vakantie (tabel 4.3). Lange vakanties zijn dus meer in trek dan korte vakanties. De verhouding tussen deelname aan lange en korte vakanties is de afgelopen jaren nauwelijks veranderd. Bijna de helft van alle vakantiegangers ging in 2015 uitsluitend weg voor lange vakanties: 6,1 miljoen personen. Het aantal Nederlanders met alleen korte vakanties was aanzienlijk kleiner: 1,2 miljoen. Dit komt overeen met 9 procent van alle vakantiegangers. In huishoudens met een laag inkomen nemen mensen vaker uitsluitend korte vakanties. In huishoudens met hogere inkomens en gezinnen met kinderen tot en met 12 jaar gaat men relatief vaak zowel op lange als korte vakanties.

Vakanties

In het CVO is de definitie van vakantie een verblijf met ten minste één overnachting buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier. Logeren bij familie, vrienden of kennissen in het buitenland valt eveneens onder het begrip vakantie. Een verblijf bij familie, vrienden of kennissen in Nederland telt niet mee, tenzij de bewoners de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren. De vakantie van een gezin met vier personen telt in het CVO mee als vier vakanties.

Voor een lange vakantie geldt dat deze ten minste vier opeenvolgende overnachtingen omvat. Een korte vakantie duurt ten minste één en ten hoogste drie opeenvolgende overnachtingen.

Vakantieparticipatie naar duur, 2002-2015*

Tabel 4.3

	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mln Nederlanders**</i>				
Lange vakantie(s)	11,3	11,7	11,7	11,4	11,5
Korte vakantie(s)	6,3	6,5	6,5	6,5	6,6
Uitsluitend lange vakantie(s)	6,0	6,2	6,3	6,1	6,1
Uitsluitend korte vakantie(s)	1,0	1,0	1,0	1,1	1,2
Zowel lange als korte vakantie(s)	5,3	5,6	5,5	5,4	5,4

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

** Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

9,5 miljoen Nederlanders naar het buitenland

In 2015 gingen 9,5 miljoen Nederlanders naar het buitenland op vakantie (tabel 4.4).² Bijna de helft van hen ging uitsluitend naar het buitenland, onder wie veel studenten en personen uit huishoudens met kinderen in de leeftijd van 13 tot 18 jaar. In 2015 gingen 5,0 miljoen Nederlanders zowel naar het binnen- als buitenland op vakantie. Dit zijn vaak personen uit een huishouden met een hoog inkomen. In 2015 brachten 8,1 miljoen Nederlanders een vakantie in eigen land door. Voor 3,2 miljoen van hen bleef het bij een vakantie in eigen land; ongeveer een kwart van het totale aantal vakantiegangers. Dit betreft relatief vaak personen met een lagere opleiding en uit een huishouden met kinderen jonger dan 5 jaar. Sinds 2010 is het aantal personen in de vijf in tabel 4.4 opgenomen categorieën vrij stabiel.

Vakantieparticipatie naar bestemming, 2002-2015*

Tabel 4.4

	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mln Nederlanders**</i>				
Vakantie(s) in buitenland	9,0	9,6	9,5	9,4	9,5
Vakantie(s) in binnenland	8,1	8,3	8,3	8,0	8,1
Uitsluitend vakantie(s) in buitenland	4,2	4,4	4,5	4,6	4,5
Uitsluitend vakantie(s) in binnenland	3,2	3,1	3,3	3,2	3,2
Vakantie(s) in zowel buiten- als binnenland	4,9	5,2	5,0	4,8	5,0

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

** Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

2 Vakanties naar Caribisch Nederland tellen mee als buitenlandse vakanties en dus niet als binnenlandse vakanties.

Meerderheid gaat in zomer én winter op vakantie

In 2002 ondernam 46 procent van de vakantiegangers zowel een zomer- als een wintervakantie (zie tekstkader 'Seizoenindeling winter/zomer'). Dit aandeel was in 2015 gegroeid tot 53 procent. Dit betrof 6,7 miljoen personen (tabel 4.5). Sinds 2002 zijn vooral vakanties in de winter populairder geworden, hoewel deze trend de laatste jaren is afgevlakt. Vooral personen met een hoog inkomen trokken er in beide perioden op uit. Daarnaast gingen 5,0 miljoen Nederlanders alleen in de zomer, en 1,0 miljoen Nederlanders alleen in de winter weg. Huishoudens met kinderen tot 16 jaar gaan vooral in de zomer op vakantie. Ongeveer de helft van deze huishoudens gaat ook in de winter op vakantie.

Seizoenindeling winter/zomer

In dit hoofdstuk worden vakanties in de zomer en vakanties in de winter onderscheiden. De startdatum van de vakantie is daarbij bepalend. Een vakantie die in de zomer begint en doorloopt in de winter telt nog als zomervakantie. De winterperiode loopt van oktober tot en met april, en de zomerperiode van mei tot en met september. De zomerperiode duurt voor deze cijfers dus twee maanden korter dan de winterperiode.

Tabel 4.5 Vakantieparticipatie naar seizoen, 2002-2015*

	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mln Nederlanders**</i>				
Vakantie(s) in zomer	11,5	11,7	11,6	11,4	11,7
Vakantie(s) in winter	6,4	8,3	8,1	7,9	7,7
Uitsluitend vakantie(s) in zomer	5,9	4,5	4,6	4,6	5,0
Uitsluitend vakantie(s) in winter	0,8	1,1	1,2	1,1	1,0
Vakantie(s) in zowel zomer als winter	5,6	7,2	7,0	6,8	6,7

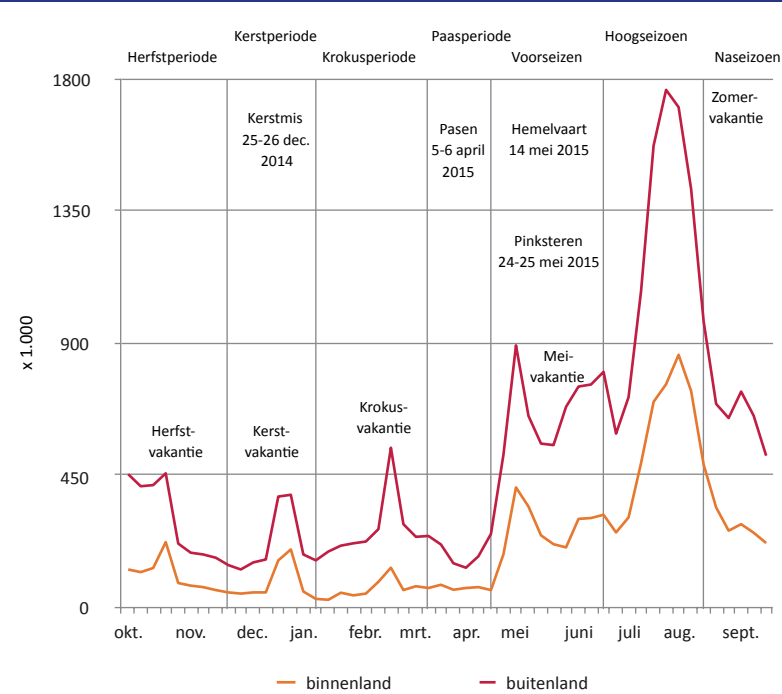
Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

** Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Begin augustus bijna 2,6 miljoen Nederlanders op vakantie

Figuur 4.1 laat zien hoeveel Nederlanders er in 2015 per week op een lange vakantie waren. De meeste lange vakanties werden buiten Nederland doorgebracht. In juli en augustus worden zoals ieder jaar de meeste lange vakanties genoten. In de eerste week van augustus was het aantal vakantiegangers het grootst: bijna 2,6 miljoen Nederlanders genoten in die week van een lange vakantie. Van hen verbleven er 1,7 miljoen in het buitenland en 860 duizend in eigen land. Buiten de zomervakantie toont figuur 4.1 de gebruikelijke pieken rond de herfstvakantie, de kerstvakantie en de



Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Verblif buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste vier opeenvolgende overnachtingen.

** Betreft gemiddelde van het aantal Nederlanders per dag in de betreffende week.

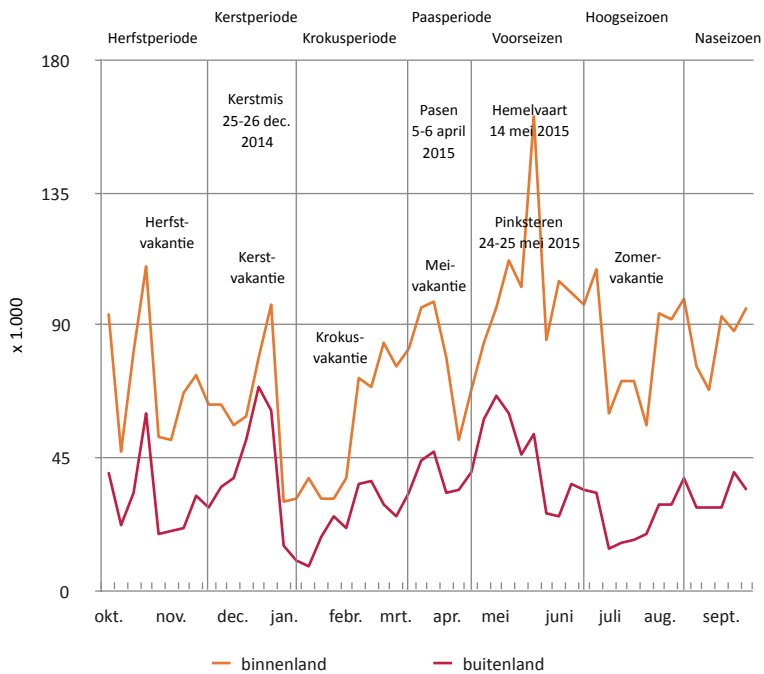
voorjaarsvakantie. De vakantiespreiding toont voor binnen- en buitenland ongeveer hetzelfde verloop.

Eigen land populair voor korte vakanties

Voor een korte vakantie bleven Nederlanders vaak in eigen land. De spreiding van binnenlandse korte vakanties laat een ander patroon zien dan de spreiding van buitenlandse korte vakanties (figuur 4.2). Korte buitenlandse reisjes waren in 2015 vrij gelijkmatig over het jaar verdeeld; korte binnenlandse trips piekten in het voorseizoen. In 2015 viel het hoogtepunt rond Pinksteren: ruim 200 duizend Nederlanders waren in het Pinksterweekend weg in eigen land.

Figuur 4.2

Nederlanders op korte vakantie naar kalenderweek, oktober 2014 t/m september 2015* **



Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste vier opeenvolgende overnachtingen.

** Betreft gemiddelde van het aantal Nederlanders per dag in de betreffende week.

4.2 Vakanties in Nederland

Vakanties van Nederlanders in eigen land staan centraal in deze paragraaf. Hoe vaak, hoe lang en wanneer gaan Nederlanders weg in eigen land? Ook de vervoermiddelen en logiesaccommodaties die Nederlanders gebruiken voor hun binnenlandse vakantie komen in deze paragraaf aan bod.

Bijna de helft van alle vakanties is in eigen land

Nederlanders hebben in 2015 in totaal 17,0 miljoen vakanties in eigen land ondernomen. Dit is iets minder dan de helft van het totale aantal vakanties (35,1 miljoen). Vooral korte vakanties hebben vaak een binnenlandse bestemming: 9,1 miljoen vakanties in eigen land duurden maximaal drie nachten (tabel 4.6). Dat komt overeen met 54 procent van alle binnenlandse vakanties in 2015.

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	x mln					x mln				
In de winterperiode	2,8	2,9	2,8	2,3	2,2	4,4	4,6	4,6	4,6	4,4
In de zomerperiode	6,4	5,6	5,5	5,4	5,7	5,1	4,6	4,6	4,9	4,7
Totaal	9,2	8,5	8,3	7,7	7,9	9,5	9,2	9,2	9,5	9,1

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

** Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Verschillende onderzoeken, verschillende cijfers

Hoofdstuk 7 van deze publicatie bevat cijfers over het binnenlandse toerisme, gebaseerd op de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van CBS. In dit hoofdstuk over vakanties van Nederlanders komen ook cijfers over binnenlands toerisme aan bod. Deze zijn echter afkomstig uit het Continu-VakantieOnderzoek (CVO). De cijfers van beide onderzoeken zijn niet goed met elkaar te vergelijken, vanwege diverse verschillen. Zo be vraagt het CVO de vakantieganger zelf (zie ook het tekstkader over het CVO eerder in dit hoofdstuk), terwijl de SLA zich richt op de bedrijven die gasten ontvangen. De SLA neemt kleine accommodaties niet mee, terwijl het CVO geen ondergrens hanteert. Voor het CVO telt verblijf in een eigen vakantiehuis of tweede woning gewoon mee, net als verblijf in een door particulieren verhuurde accommodatie. De SLA richt zich enkel op accommodaties die bedrijfsmatig worden verhuurd. Daarnaast bestaan er andere verschillen, waaronder het zakelijke toerisme dat in het CVO niet meetelt en in de SLA wel. Welke van deze bronnen het meest geschikt is, hangt af van het doel waarvoor de cijfers gebruikt worden.

Meeste binnenlandse vakanties in de zomer

De meeste binnenlandse vakanties vinden plaats in het zomerseizoen. Dit komt doordat de lange vakanties zich hoofdzakelijk in de zomer concentreren: 70 procent van de lange vakanties vond plaats in 2015 plaats in de zomer. Dit percentage is al jaren vrij stabiel.

In de zomer van 2015 gingen Nederlanders iets vaker voor een lange vakantie weg in eigen land dan een jaar eerder: 5,7 miljoen keer tegen 5,4 miljoen keer (tabel 4.6). Het aantal korte zomervakanties in Nederland daalde echter licht; van 4,9 in 2014

tot 4,7 miljoen in 2015. Het aantal korte en lange vakanties in de winterperiode is in 2015 ten opzichte van een jaar eerder eveneens licht gedaald.

Gelderland het meest in trek

De provincie Gelderland is sinds jaar en dag het meest populair voor zowel korte als lange vakanties in Nederland (tabel 4.7). In 2015 brachten Nederlanders ruim 2,9 miljoen vakanties door in deze provincie. Dat komt overeen met 17 procent van alle binnenlandse vakanties. Dit aandeel is in de afgelopen jaren nauwelijks veranderd. Ook Limburg, Noord-Holland, Drenthe en Noord-Brabant zijn in trek. Deze provincies trokken in 2015 elk 11 à 12 procent van alle binnenlandse vakanties. De laatste jaren is dit aandeel vrij stabiel. Noord-Holland is vooral populair voor korte vakanties. Bijna een vijfde van de korte vakanties in deze provincie heeft Amsterdam als bestemming. Ook Noord-Brabant is vaker in trek als bestemming voor korte vakanties.

Tabel 4.7 Aantal binnenlandse vakanties van Nederlanders naar bestemmingsprovincie, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000					x 1.000				
Gelderland	1.540	1.430	1.430	1.310	1.440	1.450	1.550	1.560	1.620	1.490
Limburg	1.080	1.020	1.060	1.080	1.040	1.170	1.180	1.030	1.030	1.020
Noord-Holland	850	890	870	860	890	1.080	1.030	1.070	1.140	1.060
Noord-Brabant	1.070	850	860	730	790	1.210	1.300	1.190	1.110	1.060
Drenthe	850	910	890	820	790	710	770	680	680	730
Overijssel	810	820	760	750	700	760	650	650	690	810
Zeeland	970	790	770	660	690	710	600	630	680	630
Zuid-Holland	620	530	450	360	390	1.000	750	910	940	870
Friesland	790	710	650	600	580	650	580	550	590	620
Utrecht	370	190	220	170	220	420	330	380	360	360
Flevoland	120	130	200	210	210	130	290	330	420	230
Groningen	150	210	160	150	140	230	200	210	240	230
Totaal Nederland	9.200	8.480	8.310	7.690	7.880	9.510	9.230	9.180	9.480	9.110

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

** Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Logiesvormen

In dit hoofdstuk komt het onderscheid tussen verschillende logiesvormen aan bod. Het gaat dan om enerzijds 'eigen recreatieve accommodatie' en anderzijds 'toeristische accommodatie'. Deze vormen zijn als volgt gedefinieerd.

Een eigen recreatieve accommodatie betreft logies in een eigen vakantiehuis, of in een eigen mobiel onderkomen op een vaste standplaats.

Een toeristische accommodatie betreft logies in een accommodatie van anderen, of in een eigen onderkomen op een tijdelijke standplaats.

Toeristische accommodaties meest gebruikt

In 2015 maakten Nederlanders bij 13,8 miljoen binnenlandse vakanties gebruik van een toeristische accommodatie zoals een hotelkamer, een gehuurd vakantiehuisje of de eigen tent (zie tekstkader 'Logiesvormen'). Dit komt overeen met 81 procent van alle binnenlandse vakanties. Bij 3,2 miljoen vakanties was een eigen recreatieve accommodatie het onderkomen (tabel 4.8). Dit betreft bijvoorbeeld een eigen tweede (zomer)huisje of stacaravan. De verhouding tussen deze twee typen logiesvormen is sinds 2010 nauwelijks veranderd. In 2002 waren vakanties in eigen recreatieve accommodaties echter veel populairder, vooral voor korte vakanties. Het aandeel vakanties in deze logiesvorm is met bijna 14 procentpunten gedaald, tot 19 procent in 2015. Bij lange vakanties is het aandeel van de eigen recreatieve accommodatie niet veel veranderd.

Verblijf in eigen onderkomen verder gedaald

Nederlanders verbleven voor een binnenlandse vakantie in 2015 minder vaak in een eigen recreatieve accommodatie. Deze daling is volledig toe te schrijven aan de korte vakanties; het aantal korte vakanties in een eigen onderkomen nam af van 2,1 miljoen in 2014 tot 1,7 miljoen in 2015. Vooral het aantal vakanties in de eigen stacaravan of boot nam af. Het aandeel vakanties in de eigen stacaravan daalde met ongeveer een kwart tot nog geen 8 procent. Deze daling is al sinds 2002 aan de gang. Ten opzichte van dat jaar is het aantal vakanties in de eigen stacaravan in 2015 bijna gehalveerd. Dat geldt overigens ook voor vakanties op de eigen boot, dat is gedaald van 4,1 procent in 2002 tot 1,6 procent van het totaal in 2015. Alleen bij vakanties in een eigen vakantiehuis is er een bescheiden toename, zowel voor korte als voor lange vakanties.

Tabel 4.8

Aantal binnenlandse vakanties van Nederlanders naar logiesvorm, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000					x 1.000				
Eigen recreatieve accommodatie	2.030	1.780	1.660	1.480	1.490	3.070	2.110	1.780	2.090	1.700
Zomerhuisje, vakantiebungalow, tweede woning	570	580	670	600	660	560	560	605	710	780
(Sta)caravan, vouwwagen	1.100	840	690	650	580	1.920	1.240	960	1.060	720
(Kajuit)boot	300	270	220	190	160	460	230	160	240	120
Overige eigen recreatieve accommodatie	70	100	90	50	90	140	80	50	80	80
Toeristische accommodatie	7.170	6.690	6.650	6.220	6.380	6.440	7.120	7.400	7.390	7.420
Woning van een particulier***	720	680	830	900	770	470	460	610	640	810
Hotel	640	500	440	470	540	2.060	2.780	3.240	3.210	3.160
Pension, bed & breakfast	60	100	80	70	80	120	230	250	270	340
Appartement	230	240	190	110	130	110	130	90	130	110
Zomerhuisje, vakantiebungalow	3.130	3.160	3.200	2.860	3.040	2.020	2.170	1.900	1.840	1.820
Tent, bungalowtent	560	320	400	340	380	430	370	300	410	310
(Mobiele) caravan, vouwwagen, camper	1.480	1.450	1.320	1.300	1.310	560	510	570	540	500
Cruiseschip, zeiljacht, motorjacht	70	40	60	50	50	90	50	60	70	40
Jeugdherberg of andere groepsaccommodatie	160	110	90	70	60	460	330	300	220	230
Overige accommodaties	120	90	50	30	30	130	100	80	70	100
Totaal	9.200	8.480	8.310	7.690	7.880	9.510	9.230	9.180	9.480	9.120

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

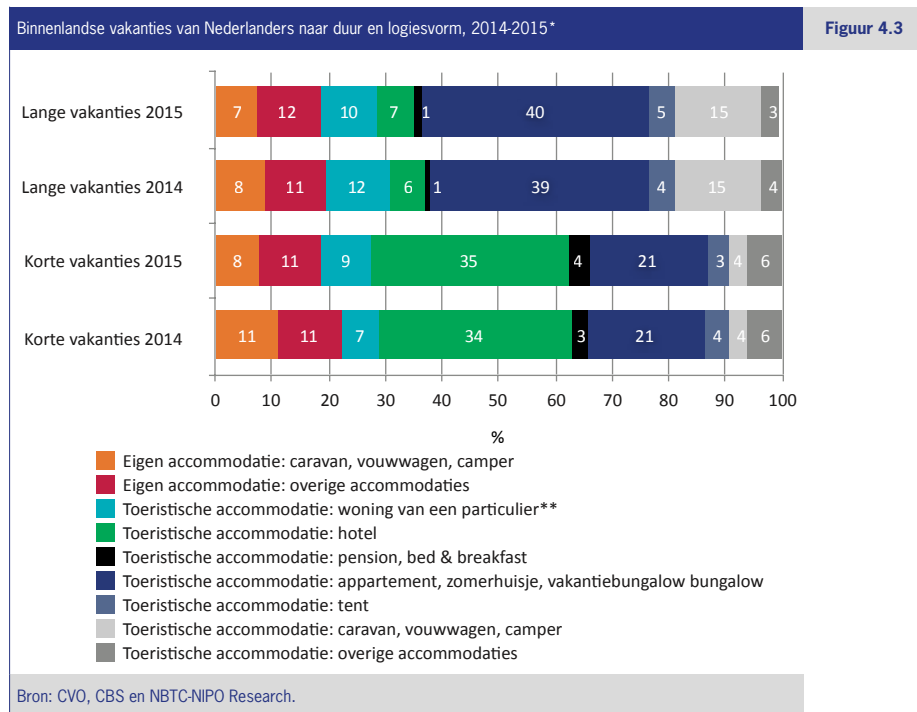
*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

***Exclusief vakanties bij familie, vrienden of kennissen, tenzij deze de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren.

2014-2015: weinig verschuivingen in populariteit accommodaties

Figuur 4.3 toont de populariteit van de verschillende logiesvormen voor binnenlandse vakanties in 2014 en 2015. Hier wordt tevens het onderscheid tussen lange en korte vakanties getoond. Over het algemeen hebben er weinig verschuivingen plaatsgevonden. Voor lange vakanties zijn in beide jaren gehuurde vakantiehuysjes en appartementen nog steeds het meest in trek; voor korte vakanties vooral hotelkamers. Bij korte vakanties was een eigen recreatieve accommodatie in 2015 wel iets minder geliefd dan het jaar ervoor. In 2014 was de eigen recreatieve accommodatie juist iets populairder dan in 2013.



* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

** Exclusief vakanties bij familie, vrienden, of kennissen, tenzij deze de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren.

Negen op de tien binnenlandse vakanties met de auto

Nederlanders die in 2015 op binnenlandse vakantie gingen, deden dat in 91 procent van de gevallen met de auto (zie tekstkader 'Vervoermiddelen'). Het gaat dan om ruim 15,5 miljoen autovakanties (tabel 4.9). De trein komt op de tweede plaats met 5 procent van de binnenlandse vakanties. De trein wordt twee keer zo vaak gebruikt als vervoermiddel voor korte vakanties (6 procent) als voor lange vakanties (3 procent) in eigen land. Fietsvakanties hebben een zeer klein aandeel in alle binnenlandse vakanties van iets meer dan 1 procent. Deze verhoudingen zijn in de loop der jaren weinig veranderd.

Tabel 4.9

Aantal binnenlandse vakanties van Nederlanders naar vervoermiddel, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000					x 1.000				
Auto	8.160	7.760	7.660	7.070	7.330	8.490	8.330	8.290	8.430	8.200
Trein	390	280	320	280	210	470	530	590	630	590
Fiets	180	150	100	140	130	150	130	150	190	100
Overig vervoer	460	290	230	210	200	400	240	150	230	220
Totaal	9.200	8.480	8.310	7.700	7.880	9.510	9.230	9.180	9.480	9.110

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Vervoermiddelen

Dit hoofdstuk beschrijft onder andere welke vervoermiddelen Nederlanders gebruiken om op hun vakantiebestemming te komen. In sommige gevallen gebruiken vakantiegangers meerdere, verschillende voertuigen voor dezelfde vakantie. Een voorbeeld is een fietsvakantie waarbij de fietser ook een deel van het traject met de trein aflegt. In die gevallen telt het voertuig waarmee de vakantieganger de langste afstand heeft afgelegd als 'het' vervoermiddel.

Gemiddelde vakantie in eigen land duurt 6,2 dagen

Vakanties van Nederlanders in eigen land duurden in 2015 gemiddeld 6,2 dagen. Dit is de gemiddelde duur van alle binnenlandse vakanties, lang en kort samen. Een korte binnenlandse vakantie duurde gemiddeld 3,1 dagen; een lange binnenlandse vakantie 9,7 dagen (tabel 4.10). Lange vakanties van Nederlanders in eigen land duurden in 2015 gemiddeld iets korter dan in 2002. In dat jaar duurde een lange vakantie in eigen land gemiddeld 10,5 dagen. In de zomer duren lange vakanties in eigen land langer dan in de winter. Een lange binnenlandse zomervakantie duurde in 2015 gemiddeld 10,4 dagen, een lange wintervakantie 7,9 dagen. Hiermee is de gemiddelde vakantieduur van vakanties in Nederland ten opzichte van 2002 voor zomervakanties gedaald (11,7 in 2002). Voor wintervakanties is deze duur gelijk gebleven.

Gemiddelde duur van lange binnenlandse vakanties van Nederlanders naar seizoen, 2002-2015*

Tabel 4.10

	2002	2010	2013	2014	2015
<i>dagen</i>					
In de winterperiode	7,9	7,8	8,1	7,7	7,9
In de zomerperiode	11,7	10,8	10,8	10,5	10,4
Totaal	10,5	9,8	9,9	9,6	9,7

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Overnachtingen korte vakanties in zomer en winter gelijk

In 2015 brachten Nederlanders in totaal 88 miljoen nachten door op vakantie in eigen land. Ruim 78 procent daarvan komt voor rekening van lange vakanties, zo'n 69 miljoen overnachtingen (tabel 4.11). Het totale aantal overnachtingen ligt ruim 20 procent lager dan de 108 miljoen vakantieovernachtingen in 2002. Dit komt vrijwel geheel voor rekening van de lange vakanties. Wel is er in 2015 sprake van een toename van 3 miljoen overnachtingen ten opzichte van 2014. In dat jaar lag het aantal nachten tijdens lange vakanties in Nederland nog op 66 miljoen. Het aantal overnachtingen tijdens korte vakanties daalde juist licht: van 20 miljoen in 2014 naar 19 miljoen in 2015.

Aantal overnachtingen van Nederlanders tijdens binnenlandse vakanties naar seizoen, 2002-2015* **

Tabel 4.11

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mln</i>					<i>x mln</i>				
In de winterperiode	19,1	19,5	19,6	15,3	14,9	9,6	10,0	9,6	9,6	9,0
In de zomerperiode	68,6	54,5	53,7	51,0	53,9	10,9	10,0	9,7	10,5	9,7
Totaal	87,8	74,0	74,0	66,3	68,8	20,4	20,0	19,3	20,2	18,8

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

** Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

In de zomer van 2015 brachten Nederlanders 64 miljoen nachten door tijdens binnenlandse vakanties. Dit is bijna drie kwart van het totaal aantal overnachtingen in Nederland dat jaar. In de winterperiode lag het aantal overnachtingen tijdens binnenlandse vakanties op 24 miljoen. Het gros van de overnachtingen tijdens lange vakanties in Nederland, namelijk 54 miljoen, vindt plaats in de zomer. Dit is 78 procent van het totaal aantal nachten tijdens lange binnenlandse vakanties. Voor korte vakanties

is die verdeling tussen overnachtingen in de zomer en in de winter ongeveer gelijk. De 19 miljoen nachten tijdens korte binnenlandse vakanties vallen ongeveer even vaak in de zomer als in de winter.

4.3 Vakanties in het buitenland

De vorige paragraaf beschreef vakanties van Nederlanders in eigen land; deze paragraaf stelt vakanties van Nederlanders in het buitenland centraal. Daarbij komen opnieuw onderwerpen aan bod zoals vakanties in het winter- en zomerseizoen, populaire bestemmingen, logiesvormen en vervoermiddelen.

Buitenlandse vakanties meestal lange zomervakanties

In 2015 hielden Nederlanders 18,1 miljoen vakanties in het buitenland. Dit was ruim een miljoen meer dan het aantal binnenlandse vakanties in dat jaar. Deze verhoudingen zijn al jaren ongeveer gelijk. Het buitenland is vooral populair voor lange vakanties: 14,4 miljoen buitenlandse vakanties duurden vier of meer overnachtingen (tabel 4.12). Dit komt overeen met 80 procent en is al jaren ongeveer gelijk.

Van alle lange buitenlandse vakanties in 2015 brachten Nederlanders twee derde door tijdens de zomerperiode. Het aantal lange zomervakanties (9,7 miljoen) is ongeveer hetzelfde als in 2014, net als het aantal lange wintervakanties buiten Nederland (4,7 miljoen). Ook het aantal korte buitenlandse winter- en zomervakanties is in 2015 vrijwel niet veranderd. Anders dan bij de lange vakanties ligt in 2015 het aantal korte vakanties in de winter een kwart hoger dan in de zomer (2,1 tegen 1,6 miljoen vakanties). Deze verhouding is al jaren stabiel. Het aantal wintersportvakanties ligt al jaren rond 1 miljoen, dit zijn vrijwel altijd lange vakanties van 4 of meer overnachtingen. In 2015 was het aandeel wintersportvakanties ruim 6 procent van het totaal aantal lange vakanties (900 duizend wintersportvakanties op 14,4 miljoen lange vakanties).

Tabel 4.12 Aantal buitenlandse vakanties van Nederlanders naar seizoen, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mln</i>					<i>x mln</i>				
In de winterperiode	4,6	5,3	5,2	4,8	4,7	2,1	2,2	2,2	2,0	2,1
w.o. wintersport	1,1	1,0	1,0	0,9	0,9	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
In de zomerperiode	8,6	9,5	9,2	9,6	9,7	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6
Totaal	13,2	14,8	14,4	14,4	14,4	3,6	3,6	3,6	3,5	3,7

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Aantal lange buitenlandse vakanties van Nederlanders naar land van bestemming, 2002-2015* **

Tabel 4.13

	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000				
Frankrijk	2.650	2.320	2.240	2.100	2.190
Duitsland	1.510	2.100	1.900	2.110	1.960
Spanje	1.640	1.500	1.630	1.720	1.850
Oostenrijk	1.030	1.130	1.140	1.090	1.090
Italië	770	910	1.030	980	960
Griekenland	560	610	580	720	690
Turkije	610	800	820	760	690
België	970	830	790	650	580
Verenigd Koninkrijk	460	480	520	520	520
Verenigde Staten	230	430	390	380	390
Portugal	240	300	390	430	360
Noorwegen, Zweden, Finland	220	300	270	280	310
Zwitserland	390	280	220	240	260
Verre Oosten	140	380	260	300	190
Egypte	80	260	200	90	160
Caribisch gebied	70	170	40	70	150
Tsjechië	290	220	220	160	140
Indonesië	20	110	90	110	140
Luxemburg	240	150	130	80	120
Denemarken	170	170	160	150	110
Hongarije	90	130	110	110	100
Marokko	20	70	60	110	60
Overige landen	800	1.150	1.250	1.280	1.370
Totaal	13.170	14.810	14.450	14.420	14.390

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Frankrijk populairste vakantieland in 2015

In 2015 is Frankrijk weer terug als de nummer één bestemming van Nederlanders voor lange vakanties in het buitenland.³ Frankrijk bekleedde deze koppositie al jaren, maar moest die in 2014 afstaan aan Duitsland. Met bijna 2 miljoen lange vakanties staat Duitsland nog wel op de tweede plaats. Het aantal lange vakanties naar Frankrijk ligt ruim 300 duizend hoger op bijna 2,2 miljoen (tabel 4.13). Spanje stijgt door naar krap 1,9 miljoen vakanties en staat daarmee net als in 2014 op de derde plek.

3 In deze alinea gaat het om de populariteit gemeten naar het aantal vakanties. Maar ook wanneer het aantal overnachtingen als graadmeter geldt, is Frankrijk favoriet (zie ook tabel 4.19).

Sinds 2010 is de populariteit van vakantie landen nauwelijks veranderd. In 2002 lagen de verhoudingen wel flink anders. In dat jaar was Frankrijk de onbetwiste favoriet, gevolgd door Spanje en Duitsland. Sindsdien is de populariteit van Frankrijk gedaald en die van Duitsland gestegen. Ook het aantal lange vakanties naar België, Tsjechië en Zwitserland is flink gedaald. Het aantal lange vakanties naar Spanje, Italië en de Verenigde Staten is daarentegen sinds 2002 aanzienlijk toegenomen.

Korte buitenlandse vakanties vooral naar buurlanden

Voor korte buitenlandse vakanties doen Nederlanders in 2015 voornamelijk de buurlanden aan. De laatste jaren was Duitsland steeds de favoriete vakantiebestemming over de grenzen, met 1,4 miljoen korte vakanties in 2015 (tabel 4.14). Bijna vier van de tien korte buitenlandse vakanties van Nederlanders heeft Duitsland als bestemming. België, dat tussen 2010 en 2014 flink aan populariteit inboette, kent in 2015 weer een opleving. In 2015 trokken Nederlanders 850 duizend keer naar België voor een korte vakantie, circa 10 procent meer dan in 2014.

Ten opzichte van 2010 is het aandeel vakanties naar België echter gedaald met ruim 9 procentpunten en dat naar Frankrijk met 3 procent. Grootste stijgers zijn Duitsland met 7 procentpunten en landen die wat verder weg liggen met ruim 4 procentpunten (in de tabel: overige landen).

Tabel 4.14 Aantal korte buitenlandse vakanties van Nederlanders naar land van bestemming, 2002-2015* **

	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000				
Duitsland	980	1.130	1.280	1.270	1.410
België	1.210	1.170	980	780	850
Frankrijk	670	530	440	500	430
Verenigd Koninkrijk	350	310	310	350	340
Luxemburg	90	60	80	80	60
Overige landen	290	420	560	530	590
Totaal	3.590	3.620	3.650	3.510	3.680

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

** Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

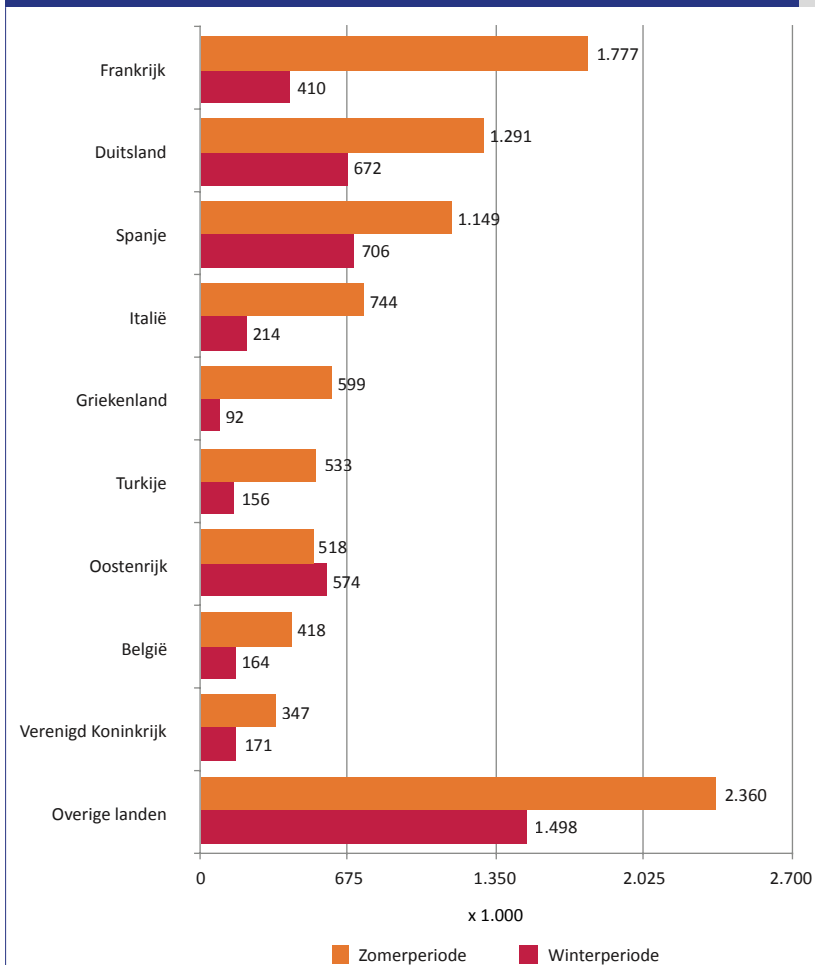
Frankrijk favoriet voor lange zomer-, Spanje voor lange wintervakanties

Figuur 4.4 toont voor 2015 de aantallen lange vakanties van Nederlanders naar diverse landen. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen zomer- en wintervakanties. Voor een lange zomervakantie in het buitenland was Frankrijk de meest bezochte bestemming. In 2015 brachten Nederlanders 1,8 miljoen lange zomervakanties door in Frankrijk. Dit is 18 procent van het totale aantal lange buitenlandse zomervakan-

ties. Duitsland werd 1,3 miljoen keer bezocht voor een lange zomervakantie. Ook de mediterrane bestemmingen Spanje, Italië, Griekenland en Turkije waren in 2015 weer populaire zomerbestemmingen. Spanje is daarnaast de favoriete bestemming voor lange vakanties in het winterseizoen.

Aantal lange buitenlandse vakanties van Nederlanders naar land van bestemming en seizoen, 2015*

Figuur 4.4



Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Tabel 4.15 Aantal buitenlandse vakanties van Nederlanders naar logiesvorm, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000					x 1.000				
Eigen recreatieve accommodatie	600	790	820	760	700	190	250	170	250	130
Toeristische accommodatie	12.570	14.020	13.630	13.660	13.690	3.390	3.380	3.480	3.260	3.540
Woning van familie, vrienden of kennissen	1.280	1.230	930	830	910	440	360	270	330	400
Woning van een andere particulier	550	770	890	940	990	70	90	110	90	130
Hotel	3.590	5.190	4.930	5.030	5.280	1.840	2.020	2.180	2.000	2.090
Pension, bed & breakfast	430	420	360	430	430	110	120	130	150	170
Appartement	1.940	1.890	1.800	1.940	1.790	60	120	110	110	170
Zomerhuisje, vakantie-bungalow	1.730	1.570	1.720	1.690	1.620	370	350	350	270	260
Tent, bungalowtent	1.270	870	790	780	720	150	100	60	50	60
(Mobiele) caravan, vouwwagen, camper	1.520	1.710	1.780	1.690	1.620	120	120	150	120	140
Cruiseschip, zeiljacht, motorjacht	100	160	260	180	140	90	10	40	60	50
Jeugdherberg of andere groepsaccommodatie	90	150	110	80	120	80	60	60	60	50
Overige toeristische accommodaties	90	70	70	60	70	50	20	20	30	20
Totaal	13.170	14.810	14.450	14.420	14.390	3.590	3.620	3.650	3.510	3.680

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Hotel favoriet verblijf voor buitenlandse vakanties

Nederlandse vakantiegangers overnachten tijdens buitenlandse vakanties meestal in toeristische accommodaties.⁴ Dit geldt voor zowel korte als lange vakanties (tabel 4.15). In 2015 verbleven Nederlanders tijdens 17,2 miljoen buitenlandse vakanties in toeristische accommodaties; tijdens 830 duizend vakanties ging men naar een eigen recreatieve accommodatie.

Hotels waren de populairste logiesvorm met in 2015 bijna 7,4 miljoen buitenlandse vakanties. Dit komt overeen met meer dan 40 procent van alle buitenlandse vakanties. Voor lange vakanties kozen Nederlanders circa 13,7 miljoen keer een toeristische accommodatie als verblijf. In zo'n 5,3 miljoen gevallen betrof het een lange hotelvakantie.

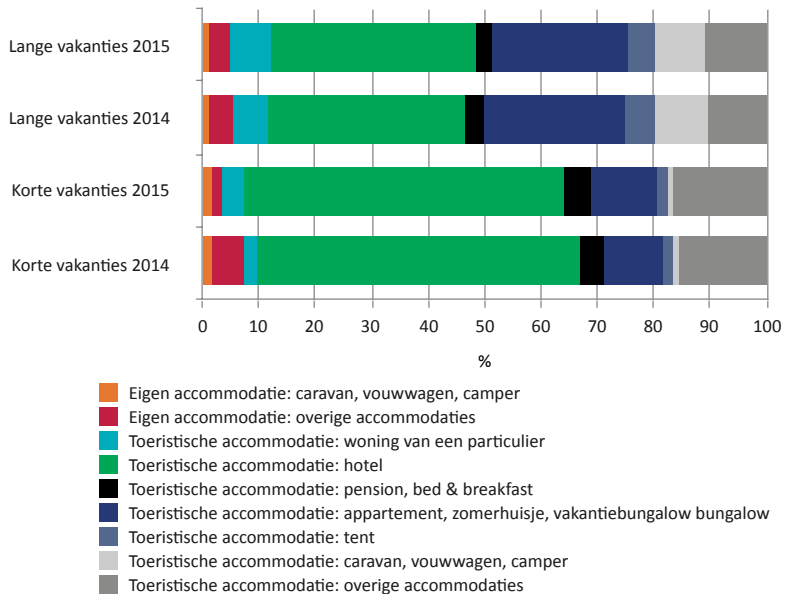
Sinds 2010 is de verhouding in het type accommodatie waar Nederlanders tijdens hun vakantie verblijven redelijk stabiel. De grootste toename betreft vakanties bij particulieren anders dan vrienden, familie of kennissen (260 duizend), gevolgd door hotelvakanties (160 duizend). De grootste afname is te zien bij vakanties in de woning van familie, vrienden of kennissen (280 duizend) en in een eigen onderkomen (210 duizend).

Populariteit logiesvormen in 2014 en 2015 vrijwel gelijk

Figuur 4.5 toont de populariteit van verschillende logiesvormen voor korte en lange buitenlandse vakanties in 2014 en 2015. Evenals bij binnenlandse vakanties hebben er bij de buitenlandse vakanties weinig verschuivingen plaatsgevonden. De meest opvallende verandering is een daling van 3 procentpunten in het percentage buitenlandse vakanties een eigen accommodatie anders dan de caravan, vouwwagen of camper. Dit betreft echter een beperkt aantal vakanties.

⁴ Het tekstkader 'Logiesvormen' in paragraaf 4.2 beschrijft het verschil tussen eigen recreatieve accommodatie en toeristische accommodatie.

Figuur 4.5 Buitenlandse vakanties van Nederlanders naar duur en logiesvorm, 2014-2015 *



Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

* Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Meeste buitenlandse vakanties met de auto

De auto werd in 2015 in totaal bijna 9,5 miljoen keer door Nederlanders gebruikt om de buitenlandse vakantiebestemming te bereiken. Dit waren circa 2,4 miljoen korte en zo'n 7,1 miljoen lange autovakanties naar het buitenland (tabel 4.16). De auto was daarmee ook in 2015 het populairste vervoermiddel voor vakanties buiten het eigen land. Vooral korte buitenlandse vakantiebestemmingen bereist men graag met de auto; met 64 procent is dit het favoriete vervoermiddel.

Meer dan de helft van alle vakanties naar het buitenland was een autovakantie, 52 procent in 2015. Daarmee is de populariteit wel afgenomen, want in 2002 was dit nog 60 procent. Het vliegtuig is steeds belangrijker geworden. In 2015 vlogen Nederlanders bijna 7 miljoen keer naar buitenlandse vakantiebestemmingen. Dit is 39 procent van alle vakanties in het buitenland. In 2002 was dit nog 26 procent. Bij zowel lange als korte vakanties heeft de populariteit van het vliegtuig sinds 2002 een flinke stijging doorgemaakt.

Aantal buitenlandse vakanties van Nederlanders naar vervoermiddel, 2002-2015* **

Tabel 4.16

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	x 1.000					x 1.000				
Auto	7.620	7.790	7.490	7.130	7.090	2.480	2.470	2.350	2.300	2.360
Vliegtuig	3.930	5.690	5.830	6.210	6.250	360	580	740	680	730
Trein	350	360	290	280	280	280	300	280	210	310
Touringcar	840	620	480	460	480	190	150	120	190	150
Veerboot, ferry	120	80	100	110	70	100	30	30	40	40
Overig vervoer	320	260	250	230	220	180	90	120	100	80
Totaal	13.170	14.810	14.450	14.420	14.390	3.590	3.620	3.650	3.510	3.680

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

** Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Buitenlandse vakantie duurt in 2015 ruim 11 dagen

Een vakantie in het buitenland duurde in 2015 gemiddeld 11,2 dagen. Dit is de gemiddelde duur van alle buitenlandse vakanties, lange en korte vakanties samen. Een lange vakantie duurde gemiddeld 13 dagen; een korte vakantie 3,3 dagen. In de zomer gingen Nederlanders gemiddeld langer van huis voor een buitenlandse trip dan in de wintermaanden (13,9 dagen tegenover 11,2 dagen, zie tabel 4.17). Dit is in de loop der tijd redelijk gelijk gebleven.

Gemiddelde duur van lange buitenlandse vakanties van Nederlanders naar seizoen, 2002-2015*

Tabel 4.17

	2002	2010	2013	2014	2015
	dagen				
In de winterperiode	10,9	11,1	11,0	11,2	11,2
In de zomerperiode	14,1	13,9	14,2	13,7	13,9
Totaal	13,0	12,9	13,0	12,9	13,0

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

182 miljoen buitenlandse vakantienachten

Nederlanders hebben tijdens hun vakantie in 2015 in totaal bijna 182 miljoen overnachtingen doorgebracht in het buitenland. Dit is ongeveer 2 miljoen meer dan in 2014. Er waren 173 miljoen nachten tijdens lange vakanties en 8,5 miljoen tijdens korte vakanties over de grens (tabel 4.18). Daarmee werd ruim 95 procent van de

buitenlandse nachten doorgebracht tijdens lange vakanties. Het kleine aandeel van de korte vakanties komt enerzijds doordat korte vakanties per definitie niet meer dan drie overnachtingen hebben. Anderzijds gaan Nederlanders aanmerkelijk minder vaak voor een korte vakantie naar het buitenland dan voor een lange vakantie.

Van alle vakantieovernachtingen in 2015 in het buitenland, vond 71 procent plaats tijdens het zomerseizoen. In totaal vertoefden Nederlanders bijna 130 miljoen zomerse vakantienachten in het buitenland. Het aantal winterse vakantieovernachtingen in het buitenland lag op ruim 52 miljoen.

Tabel 4.18 Aantal overnachtingen van Nederlanders tijdens buitenlandse vakanties naar seizoen, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mln</i>					<i>x mln</i>				
In de winterperiode	46,0	53,2	52,4	49,3	47,3	4,7	4,9	5,1	4,6	4,8
In de zomerperiode	112,7	122,8	121,6	122,0	125,8	3,5	3,4	3,4	3,6	3,8
Totaal	158,8	176,0	174,0	171,2	173,1	8,2	8,4	8,5	8,2	8,5

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Meeste vakantieovernachtingen in Frankrijk

Nederlanders die tijdens lange vakanties in het buitenland overnachtten, deden dit in 2015 vooral in Frankrijk: 31,3 miljoen keer (tabel 4.19). Daarmee laat Frankrijk de nummer twee Spanje ruim 9 miljoen nachten achter zich. Nederlanders overnachtten tijdens hun vakantie niet alleen in landen waar zij gedurende hun vakantie verblijven. Soms besluiten zij om tijdens de reis naar het land van bestemming in een ander land te overnachten. Bijvoorbeeld bij verre autoreizen. Tabel 4.19 toont voor de top 10 lange vakantielanden de verdeling naar verblijfsfunctie: vakantieland of doorgangslaan. Tijdens lange vakanties in 2015 overnachtten Nederlanders 1 miljoen keer in Frankrijk terwijl zij op doorreis waren naar eindbestemmingen. Duitsland fungeert met ruim 2 miljoen overnachtingen echter het vaakst als doorgangslaan. Dit aantal komt overeen met ruim 12 procent van alle overnachtingen in Duitsland tijdens lange vakanties.

	Totaal aantal overnachtingen	Verblijfsfunctie: Vakantieland	Verblijfsfunctie: Doorgangsland	Aandeel in het totale aantal overnachtingen
	x mln			%
Frankrijk	31,3	30,3	1,0	18
Spanje	22,0	21,7	0,3	13
Duitsland	18,7	16,6	2,1	11
Italië	11,2	10,8	0,4	6
Oostenrijk	11,1	10,5	0,6	6
Griekenland	7,5	7,4	0,0	4
Turkije	6,6	6,6	0,0	4
Verenigde Staten	6,0	5,9	0,1	3
Verenigd Koninkrijk	4,9	4,8	0,1	3
België	4,8	4,5	0,3	3
Overige landen	48,9	45,4	3,5	28
Totaal	173,1	164,7	8,4	100

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

4.4 Vakantiebestedingen

De laatste paragraaf van dit hoofdstuk over vakanties van Nederlanders richt zich op de vakantiebestedingen. Daarbij komt het onderscheid aan bod tussen zomer- en wintervakanties, en tussen korte en lange vakanties. De cijfers onderscheiden daarnaast ook verschillende bestemmingslanden, vervoermiddelen en logiesvormen. Eerst wordt ingegaan op de bestedingen aan binnenlandse vakanties, daarna op die aan buitenlandse vakanties.

Bestedingen: 15,9 miljard in 2015

In 2015 hebben Nederlanders in totaal 15,9 miljard euro besteed aan vakanties. Dat komt neer op ongeveer 53 euro per persoon per dag. Aan zomervakanties werd in totaal bijna twee keer zo veel uitgegeven als aan wintervakanties. Bijna 90 procent van het totale budget had betrekking op lange vakanties: 14 miljard euro (tabel 4.20). De bestedingen aan lange buitenlandse vakanties bedroegen 12,1 miljard euro; die aan lange vakanties in Nederland kwamen uit op 1,9 miljard euro. Na correctie voor inflatie blijkt dat de uitgaven van Nederlanders aan vakanties sinds 2002 licht zijn toegenomen. Dit komt door een toename van de bestedingen aan lange buitenlandse vakanties in de zomerperiode met 1 miljard euro. De uitgaven aan lange vakanties in Nederland en aan korte vakanties zijn juist gedaald.

Tabel 4.20 Vakantiebestedingen van Nederlanders naar bestemming en seizoen, 2002-2015* **

	Lange vakanties					Korte vakanties				
	2002	2010	2013	2014	2015	2002	2010	2013	2014	2015
	<i>x mld euro</i>					<i>x mld euro</i>				
Nederland	1,9	1,8	1,8	1,8	1,9	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1
Buitenland	8,9	11,4	11,7	11,7	12,1	0,9	0,8	0,9	0,8	0,9
In de winterperiode	4,1	4,6	4,7	4,5	4,4	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0
In de zomerperiode	6,7	8,6	8,8	9,0	9,6	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9
Totaal	10,8	13,2	13,5	13,5	14,0	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9
cijfers gecorrigeerd voor inflatie										
Nederland	1,9	1,6	1,5	1,4	1,5	1,0	0,9	0,8	0,9	0,9
Buitenland	8,9	10,0	9,6	9,5	9,8	0,9	0,7	0,7	0,7	0,7
In de winterperiode	4,1	4,1	3,9	3,7	3,6	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8
In de zomerperiode	6,7	7,6	7,2	7,3	7,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7
Totaal	10,8	11,6	11,1	11,0	11,3	1,8	1,6	1,6	1,6	1,6

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Wat zijn vakantiebestedingen?

Bestedingen voor vakanties omvatten de directe uitgaven die voor één vakantie zijn gedaan. Het gaat om reiskosten, verblijfskosten, uitgaven aan voeding, en overige kosten die rechtstreeks verband houden met de vakantie, zoals verzekeringen, entreegelden, souvenirs en foto's. De uitgaven aan duurzame recreatiegoederen tellen hier niet mee. Het gaat dan bijvoorbeeld om een eigen caravan, tent, boot, ski's en kampeeruitrusting. Daar is voor gekozen omdat deze goederen meestal niet slechts één vakantie meegaan. Ook de huur van een vaste stand- of ligplaats is niet toe te wijzen aan één vakantie, en telt om die reden niet mee in deze cijfers over vakantiebestedingen.

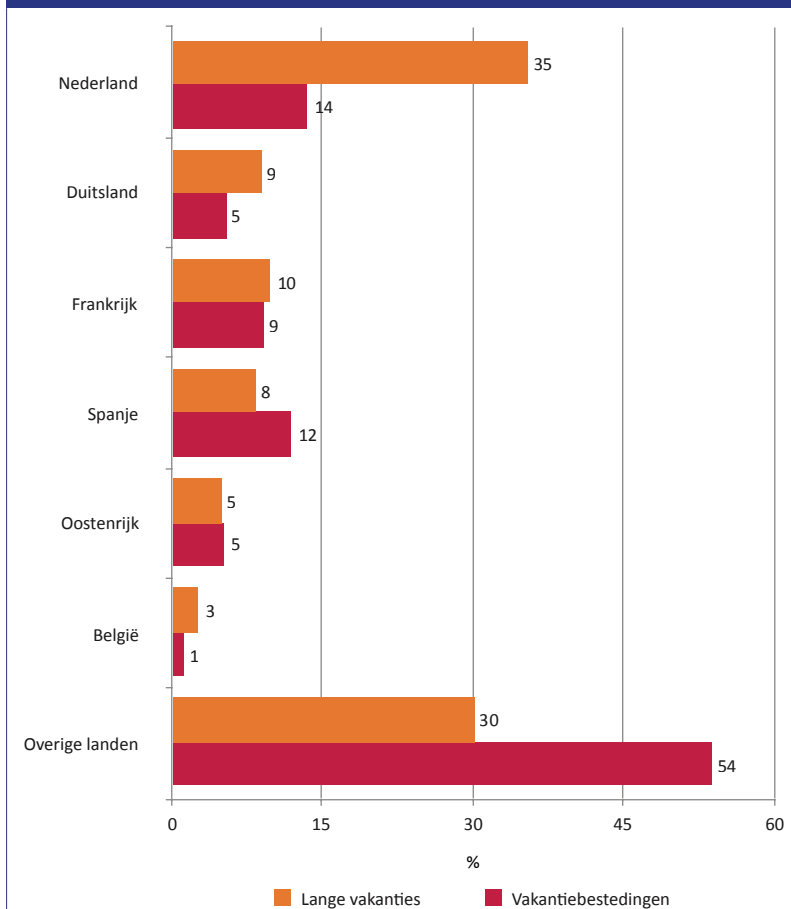
Vakantiegeangerekenen maken niet alleen op de eindbestemming kosten. Ook onderweg profiteren bijvoorbeeld horecabedrijven en tankstations van vakantieverkeer op doorreis. Daarnaast besteden vakantiegeangerekenen ook geld aan reisbureaus en vervoersmaatschappijen die meestal niet gevestigd zijn in het land van bestemming.

Vervoerskosten spelen een grote rol

Figuur 4.6 laat voor 2015 zien welk percentage van alle lange vakanties Nederlanders in elk van de getoonde landen doorbrachten. Daarnaast toont de figuur het percentage van alle vakantiebestedingen die gepaard gaan met vakanties in het betreffende land. Zo is te zien dat Nederlanders 35 procent van alle lange vakanties in eigen land doorbrachten, terwijl slechts 14 procent van de bestedingen daarop betrekking had. Hierin speelt een grote rol dat de vervoerskosten voor een vakantie in eigen land vaak lager liggen dan voor een buitenlandse vakantie. Bij vakanties naar verre bestemmingen (in de figuur: overige landen) is het aandeel in de vakantiebestedingen mede daardoor juist groot: deze landen worden in 30 procent van de lange vakanties aangedaan, maar zijn verantwoordelijk voor meer dan de helft van de totale bestedingen.

Aandeel lange vakanties en vakantiebestedingen per land van bestemming, 2015

Figuur 4.6



Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

174 euro per persoon besteed aan vakantie in eigen land

Een vakantie in eigen land kostte in 2015 gemiddeld 174 euro per persoon (tabel 4.21). Aan lange vakanties in eigen land gaven Nederlanders gemiddeld 240 euro per persoon uit; aan korte binnenlandse vakanties iets minder dan de helft, namelijk 117 euro. Een gemiddelde vakantiedag in eigen land kostte per persoon 34 euro.⁵

Tabel 4.21

Bestedingen van Nederlanders aan binnenlandse vakanties naar duur, 2015* **

	Totale bestedingen		Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Gemiddelde vakantieduur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	mld euro	euro			
Lange vakantie		1,9	240	9,7	29
Korte vakantie		1,1	117	3,1	39
Totaal		3,0	174	6,2	34

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door afronding tellen de afzonderlijke categorieën niet altijd op tot het totaal.

Binnenlandse vakantie met eigen vervoer kost minder

In 2015 lagen de uitgaven van Nederlanders aan binnenlandse vakanties gemiddeld lager wanneer met eigen vervoer naar de vakantiebestemming werd gereisd dan wanneer werd gereisd met een ander vervoermiddel, zoals een trein of touringcar (tabel 4.22). Dit geldt zowel voor korte als lange vakanties in eigen land. Voor korte vakanties liggen de kosten van eigen vervoer ten opzichte van overige vervoer 20 euro lager. Voor lange vakanties in Nederland is dit verschil groter: 76 euro.

Vervoerswijze

Deze paragraaf brengt de kosten van vakanties in verband met de vervoerswijze die Nederlanders gebruiken om op de plaats van bestemming aan te komen. Daarbij bestaat een onderscheid tussen 'eigen vervoer' en 'overig vervoer'.

Eigen vervoer betreft vervoer dat het eigendom is van de vakantieganger (inclusief vervoer geleend van familie of vrienden), zoals een auto, (brom) fiets, camper/kampeerauto, scooter/motor of boot/zeilboot/motorjacht.

5 De in dit hoofdstuk beschreven gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie komen niet per se overeen met het product van de gemiddelde bestedingen per persoon per dag en de gemiddelde vakantieduur. Dit komt doordat deze cijfers in dit hoofdstuk afzonderlijk berekend zijn op basis van gegevens in een microdatabestand.

Overig vervoer betreft vervoer dat geen eigendom is van de vakantieganger, bijvoorbeeld een boot, vliegtuig, (hogesnelheids)trein, slaaptrein/autoslaaptrein, (streek)bus, tram, metro, touringcar/pendelbus, boot/zeilboot/motorjacht, zee- en riviercruise, veerboot/ferry, gehuurde auto of camper/kampeerauto.

Bij de cijfers in tabel 4.22 spelen zaken als de duur van de vakantie en de gekozen accommodatie een belangrijke rol. Lange wintervakanties duren bijvoorbeeld gemiddeld 3 dagen korter dan lange zomervakanties. Dit speelt mee in de gemiddelde bestedingen per vakantie. Daarnaast vinden goedkopere kampeervakanties vooral plaats in de zomer, en zijn duurdere hotels en vakantiehuysjes in het winterseizoen populair. Ook dit werkt door in de gemiddelde vakantiebestedingen per seizoen.

Gemiddelde bestedingen van Nederlanders aan binnenlandse vakanties naar seizoen en vervoerswijze, 2015*

Tabel 4.22

	Lange vakanties			Korte vakanties		
	Winter	Zomer	Totaal	Winter	Zomer	Totaal
	euro			euro		
Met eigen vervoer	195	252	236	119	113	116
Met overig vervoer	..**	332	312	123	150	136
Totaal	198	256	240	119	116	117

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door een te gering aantal waarnemingen in het onderzoek is de uitkomst niet vermeld.

Vakantie in eigen stacaravan in Nederland goedkoopst

Nederlanders die in een toeristische accommodatie in eigen land op vakantie gaan besteden per vakantie gemiddeld 194 euro. In totaal komt dit neer op 2,7 miljard euro voor alle toeristische vakanties in Nederland samen. Aan vakanties in een eigen recreatief onderkomen in Nederland, wordt aanzienlijk minder uitgegeven. De uitgaven per dag komen voor deze vakanties neer op gemiddeld 90 euro per persoon per vakantie, in totaal 288 miljoen euro (tabel 4.23). Dit komt vooral doordat de kosten die verbonden zijn aan het eigenaarschap van het vakantieonderkomen, zoals aanschaf/hypotheek, niet worden meegerekend.

Bij de toeristische vakanties waren vakantiegangers die een vakantiehuisje huurden per persoon gemiddeld meer kwijt aan hun vakantie dan vakantiegangers die in een hotel verbleven. Maar hun vakantie duurde dan ook bijna twee keer zo lang, zodat de uitgaven per dag juist een stuk lager uitvielen. Wanneer rekening wordt gehouden met de duur van de vakantie, waren Nederlanders met een eigen stacaravan het goedkoopst uit. Zij besteedden in 2015 per vakantiedag gemiddeld 10 euro per persoon. De aanschaf van de stacaravan, en de huur van de standplaats tellen daarin echter niet mee. Hotelgasten besteedden gemiddeld het meest: 60 euro per persoon per dag.

Tabel 4.23

Bestedingen van Nederlanders aan binnenlandse vakanties, naar logiesvorm, 2015*

	Totale bestedingen	Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Gemiddelde vakantie duur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	mln euro	euro	dagen	euro
Eigen recreatieve accommodatie	288	90	7,8	12
Zomerhuisje, vakantiebungalow, tweede woning	127	88	6,5	14
(Sta)caravan, vouwwagen	106	82	8,4	10
Overige accommodaties	54	119	10,0	16
Toeristische accommodatie	2.673	194	5,8	39
Woning van een particulier**	250	159	6,4	27
Hotel	723	195	3,4	60
Zomerhuisje, vakantiebungalow	1.011	208	6,1	34
Tent, bungalowtent	117	170	6,8	28
(Mobiele) caravan, vouwwagen, camper	348	192	9,7	21
Overige accommodaties	223	191	4,4	48
Totaal	2.961	174	6,2	34

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Exclusief vakanties bij familie, vrienden of kennissen, tenzij deze de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren.

Buitenlandse vakantie: 717 euro per persoon

In 2015 besteedden Nederlanders in totaal 13 miljard euro aan buitenlandse vakanties. Per persoon komt dat gemiddeld neer op 717 euro per vakantie in het buitenland (tabel 4.24). Lange buitenlandse vakantie zijn vanzelfsprekend duurder dan korte buitenlandse vakanties, per vakantie gemiddeld 840 tegenover 238 euro per persoon. Per dag gerekend kosten ze echter hetzelfde, zo rond de 70 euro per dag.

Bestedingen van Nederlanders aan buitenlandse vakanties naar duur, 2015*

Tabel 4.24

	Totale bestedingen	Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Gemiddelde vakantie-duur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	<i>mld euro</i>	<i>euro</i>	<i>dagen</i>	<i>euro</i>
	Lange vakanties	12,1	840	13,0
Korte vakanties	0,9	238	3,3	71
Totaal	13,0	717	11,1	70

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Lange vakantie over de grens kost in de zomer minder dan in de winter

Een lange zomervakantie in het buitenland duurde gemiddeld 2,7 dagen langer dan een lange wintervakantie. Toch kostte een lange buitenlandse vakantie in de zomer gemiddeld per persoon iets minder dan in de winter (tabel 4.25). Dit kan verband houden met de populariteit van goedkopere accommodaties in de zomer, zoals kampeerreinen. Aan buitenlandse vakanties met eigen vervoer besteedde een gemiddelde vakantieganger beduidend minder dan aan vakanties met overige vervoermiddelen. Vooral de gemiddelde uitgaven van Nederlanders aan vliegvakanties liggen hoog.

Gemiddelde bestedingen van Nederlanders aan buitenlandse vakanties naar seizoen en vervoerswijze, 2015*

Tabel 4.25

	Lange vakanties			Korte vakanties		
	Winter	Zomer	Totaal	Winter	Zomer	Totaal
	<i>euro</i>	<i>euro</i>	<i>euro</i>	<i>euro</i>	<i>euro</i>	<i>euro</i>
Met eigen vervoer	491	572	550	179	179	179
Met overig vervoer	1.109	1.118	1.115	333	364	345
Totaal	857	831	840	237	241	238

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Uitgaven aan Griekse vakanties hoog

Aan lange vakanties in Griekenland gaven Nederlanders gemiddeld meer uit dan aan lange vakanties in andere veel bezochte landen, namelijk 957 euro per vakantieganger (tabel 4.26). In andere landen in het Middellandse Zeegebied, zoals Spanje, Italië of Turkije, lagen die gemiddelde uitgaven per vakantie zo'n 60 tot 170 euro lager. Ook voor de gemiddelde uitgaven per persoon per dag gold dat deze in Griekenland het hoogst zijn. Van de landen die wat dichterbij Nederland liggen, was het Verenigd

Koninkrijk in 2015 de grootste kostenpost voor Nederlanders. Gemiddeld werd er in het Verenigd Koninkrijk per vakantiedag 76 euro per persoon besteed. Dat bedrag is min of meer vergelijkbaar voor lange vakanties naar Spanje, Italië en Turkije.

Tabel 4.26 Gemiddelde bestedingen van Nederlanders aan lange buitenlandse vakanties naar land van bestemming, 2015*

	Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Met eigen vervoer	Met overig vervoer	Gemiddelde vakantieduur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	euro	euro	euro	dagen	euro
Griekenland	957	. **	953	11,9	85
Spanje	897	852	905	13,1	80
Italië	854	812	901	13,3	73
Turkije	785	. **	786	10,6	78
Verenigd Koninkrijk	735	. **	805	10,3	76
Oostenrijk	669	646	. **	11,3	67
Frankrijk	585	581	607	15,4	44
Duitsland	387	353	618	9,6	45
België	267	259	. **	8,9	34
Overige landen	1.322	675	1.523	15,2	93
Totaal	840	550	1.115	13,0	70

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door een te gering aantal waarnemingen in het onderzoek is de uitkomst niet vermeld.

Korte trip naar België relatief goedkoop

Aan een korte vakantie in Frankrijk besteedden Nederlanders in 2015 gemiddeld 86 euro per persoon per dag (tabel 4.27). Nederlanders die voor een korte vakantie naar Duitsland reisden, gaven gemiddeld 57 euro uit per persoon per vakantiedag; voor België was dit 48 euro. Deze landen liggen dicht bij Nederland. Mede door de lagere vervoerskosten zijn de gemiddelde uitgaven aan korte vakanties in deze landen dan ook aanzienlijk lager dan de gemiddelde bestedingen aan vakanties in overige landen.

Meeste bestedingen aan buitenlandse hotelvakanties

In 2015 besteedden Nederlanders in totaal ruim 5,8 miljard euro aan lange hotelvakanties over de grens (tabel 4.28). Dit is bijna de helft van de totale bestedingen aan lange buitenlandse vakanties (12,1 miljard). Daarmee waren deze uitgaven aanmerkelijk hoger dan die aan lange buitenlandse vakanties in andere logiesvormen. Een lange hotelvakantie kostte in 2015 gemiddeld ruim 1.100 euro per persoon. Dat komt neer op 100 euro per persoon per dag. Vakantiegangers die in een (mobiele) caravan of tent verbleven, besteedden per dag ongeveer 37 euro aan hun lange vakantie in het buitenland. De totale uitgaven per persoon kwamen uit op gemiddeld

593 euro voor een tentvakantie en 686 euro voor kampeerders die in een (mobiele) caravan of camper verbleven. Net als bij lange vakanties in Nederland, zijn de uitgaven van vakantiegangers die naar een eigen onderkomen gaan het laagst. Per buitenlandse vakantie besteedden zij gemiddeld iets meer dan 440 euro, dit komt neer op nog geen drie tientjes per dag. Dit komt echter doordat de kosten die verbonden zijn aan het eigenaarschap van het vakantieonderkomen, zoals aanschaf/hypotheek of de huur van de standplaats, niet worden meegerekend.

Gemiddelde bestedingen van Nederlanders aan korte buitenlandse vakanties naar land van bestemming, 2015* **

Tabel 4.27

	Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Met eigen vervoer	Met overig vervoer	Gemiddelde vakantieuur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	euro	euro	euro	dagen	euro
Frankrijk	290	.**	.**	3,4	86
Duitsland	188	170	.**	3,3	57
België	143	145	.**	3,0	48
Overige landen	370	207	406	3,6	103
Totaal	238	179	345	3,3	71

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

**Door een te gering aantal waarnemingen in het onderzoek is de uitkomst niet vermeld.

Bestedingen van Nederlanders aan lange buitenlandse vakanties naar logiesvorm, 2015*

Tabel 4.28

	Totaal	Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Gemiddelde vakantieuur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	mln euro	euro	dagen	euro
Eigen recreatieve accommodatie	311	441	16,5	29
Toeristische accommodatie	11.773	860	12,8	72
Woning van een particulier	618	623	12,9	50
Hotel	5.844	1.108	11,2	100
Zomerhuisje, vakantiebungalow	966	595	11,2	51
Tent, bungalowtent	426	593	16,4	39
(Mobiële) caravan, vouwwagen, camper	1.110	686	19,2	37
Overige toeristische accommodaties	2.809	812	12,2	69
Totaal	12.085	840	13,0	70

Bron: CVO, CBS en NBTC-NIPO Research.

*Inwoners van Nederland met de Nederlandse nationaliteit, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.



5

Inkomend toerisme in Nederland

Dit hoofdstuk beschrijft het inkomende toerisme in Nederland: toeristen die wonen in het buitenland en ten minste één nacht in Nederland verblijven. Hoeveel buitenlandse gasten verbleven in ons land en waar kwamen ze vandaan? Hoeveel overnachtingen boekten zij samen en waar verbleven ze? Het hoofdstuk gaat daarnaast in op tal van andere aspecten van het inkomende toerisme, waaronder de bestedingen die ermee gepaard gaan. De cijfers in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit twee bronnen: de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van CBS, en het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT), dat NBTC Holland Marketing uitvoert in samenwerking met CBS.



Hoofdpunten

- In 2015 hebben meer dan 15 miljoen buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezocht; bijna 1,1 miljoen meer dan in 2014 (+8 procent). Zij boekten samen 37,3 miljoen overnachtingen; 2,9 miljoen meer dan een jaar eerder (+8 procent). Daarmee was 2015 het zesde opeenvolgende jaar met een sterke groei van het inkomende toerisme in Nederland.
- De meeste toeristen kwamen in 2015 uit Duitsland (4,3 miljoen), het Verenigd Koninkrijk en België (beide 2,0 miljoen). Uit elk van deze landen kwamen in 2015 aanzienlijk meer toeristen naar Nederland dan in 2014.
- Amsterdam is met 6,8 miljoen buitenlandse hotelgasten in 2015 de grote trekpleister in Nederland. Mede door de populariteit van Amsterdam is Noord-Holland de provincie met de meeste buitenlandse meerdaagse toeristen: 7,7 miljoen in 2015.
- Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel. In 2015 ging het om 11,8 miljoen hotelgasten, 78 procent van het totale aantal buitenlandse toeristen in dat jaar.
- De meeste buitenlandse toeristen komen naar Nederland voor een (korte) vakantie: 69 procent in 2014. Ruim een kwart bezocht ons land in het kader van een zakenreis. Bij de rest van het inkomende toerisme gaat het onder meer om het bezoek aan familie en kennissen.
- Circa acht op de tien meerdaagse gasten uit Duitsland en België komen met de auto naar Nederland. Vanuit alle overige landen is het vliegtuig het meest gebruikte vervoermiddel om naar Nederland te komen.
- Stadswandelingen zijn de populairste en belangrijkste activiteit voor buitenlandse toeristen in Nederland. In 2014 ondernam 54 procent van de buitenlandse toeristen een stadswandeling; 15 procent vond dit de belangrijkste ondernomen activiteit in ons land.
- In 2015 hebben buitenlandse toeristen gezamenlijk 10,9 miljard euro besteed aan hun bezoek aan Nederland. Van de 10,9 miljard euro kwam 9,95 miljard ten goede aan de Nederlandse economie.

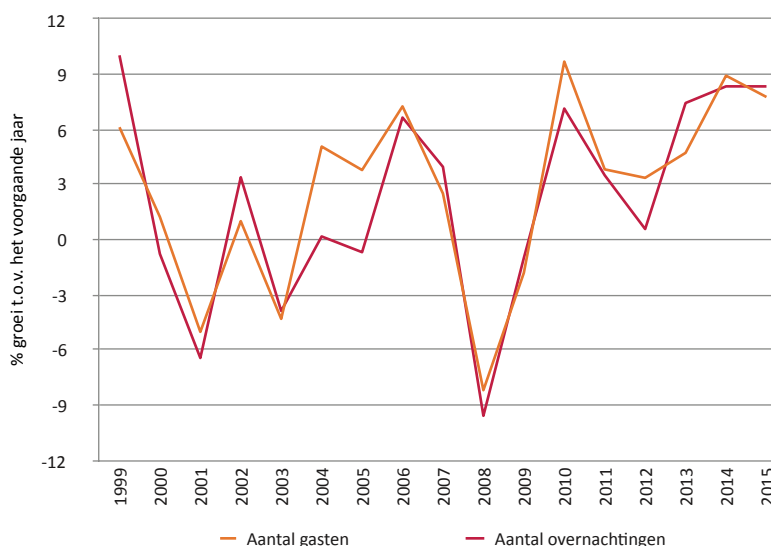
5.1 Aantal buitenlandse bezoekers en overnachtingen

Deze paragraaf beschrijft hoeveel buitenlandse toeristen de afgelopen jaren naar Nederland kwamen en hoeveel overnachtingen zij samen boekten. Hoe heeft het inkomende toerisme in Nederland zich ontwikkeld?

Meer dan 15 miljoen buitenlandse toeristen

In 2015 hebben meer dan 15 miljoen buitenlandse toeristen Nederland voor één of meerdere nachten bezocht.¹ Dit waren er bijna 1,1 miljoen meer dan in 2014; een groei van bijna 8 procent (figuur 5.1). In totaal boekten deze buitenlandse gasten 37,3 miljoen overnachtingen; 2,9 miljoen meer dan in 2014. Dit betekende een groei van ruim 8 procent. Hiermee droeg de groei van het inkomende toerisme voor een belangrijk deel bij aan de groei van het toerisme in Nederland als geheel. Gemiddeld bleven buitenlandse gasten 2,5 nachten in Nederland. Dit gemiddelde is al jaren stabiel.

Figuur 5.1 Ontwikkeling inkomend toerisme in Nederland, 1999-2015* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* (Overnachtingen van) Gasten die in het buitenland wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

** Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplaatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals starcaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplaatsen.

1 Hierbij moet worden opgemerkt dat toeristen die meerdere accommodaties bezochten tijdens hun bezoek aan Nederland en/of meerdere malen op vakantie of zakenreis naar Nederland kwamen, meerdere keren als toerist geteld zijn.

Stijgende trend

Vanaf 2000 kende het inkomende toerisme in Nederland vooral positieve groeipercentages, hoewel in enkele perioden wel sprake was van enige krimp (figuur 5.1). De groei van het inkomende toerisme kwam voor een groot deel doordat meer toeristen uit België en Duitsland naar Nederland kwamen. Er is al enige tijd sprake van groei van de korte vakantiemarkt in deze landen, waar Nederland als buurland van profiteert. Verder kwamen er meer buitenlandse toeristen naar Nederland doordat vliegmaatschappijen hebben gezorgd voor meer (lowcost) vliegverbindingen met Nederland. Dit heeft vooral geleid tot meer stedentrips naar Nederland. Daarnaast groeide het inkomende toerisme doordat Nederland meer bezoekers trok uit opkomende economieën, zoals landen in Azië en Zuid-Amerika. De economische groei in die landen maakt internationaal reizen bereikbaar voor een groeiende groep inwoners. En ook de zwakkere eurokoers, waardoor reizen naar Europa vanuit niet-eurolanden goedkoper wordt, kan hier positief aan hebben bijgedragen. Ten slotte heeft het themajaar 'Van Gogh 2015' mogelijk een extra impuls gegeven aan het inkomend toerisme.

Tijdens drie perioden trad een noemenswaardige krimp op. De eerste krimp vond plaats rond 2001, het jaar van de aanslag op het World Trade Center in New York. Ook rond 2003 trad krimp op in het aantal buitenlandse gasten en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties. Destijds waren de SARS-epidemie en de oorlog in Irak actueel. Ten slotte kwamen minder buitenlandse toeristen naar Nederland tijdens de eerste jaren van de recente economische crisis: rond 2008-2009.

Na deze perioden van krimp herstelde het inkomende toerisme zich weer snel; de laatste jaren was vaak sprake van forse groeipercentages. Onduidelijk is nog wat de gevolgen zijn van de recente aanslagen en de vluchtelingenproblematiek in Europa voor het inkomend toerisme in Nederland. Onderzoek² toont aan dat de impact van crises over het algemeen plaatselijk en van tijdelijke aard zijn. Inkomend toerisme is gevoelig voor dit soort gebeurtenissen, getuige de afname van het bezoek aan Parijs en Brussel na de recente aanslagen.

Paragraaf 7.2 van deze publicatie gaat ook in op (onder andere) buitenlandse toeristen die in Nederland verblijven. Die paragraaf presenteert de cijfers over inkomend toerisme samen met die over binnenlands toerisme: Nederlandse toeristen in eigen land. Daarbij komt ook het onderscheid naar accommodatietypen aan bod.

² World Economic Forum, 2016. Travel and Tourism Competitiveness Report 2015, Chapter 1.2 Adapting to Uncertainty - The Global Hotel Industry

5.2 Herkomst van buitenlandse toeristen

In deze paragraaf staat de herkomst van buitenlandse toeristen in Nederland centraal. Uit welke landen komen veel buitenlandse toeristen naar ons land?

Veel Duitse toeristen

Sinds jaar en dag is Duitsland het belangrijkste herkomstland van buitenlandse toeristen die Nederland bezoeken. In 2015 ontving Nederland bijna 4,3 miljoen Duitse gasten (tabel 5.1). Dit komt overeen met 29 procent van het totale aantal buitenlandse gasten in 2015. Ook uit het Verenigd Koninkrijk en België komen veel toeristen naar Nederland, in beide gevallen bijna 2 miljoen (elk 13 procent van het totaal aantal buitenlandse gasten). Ongeveer 20 procent van de buitenlandse bezoekers aan ons land kwam in 2015 van buiten Europa. Amerika (Noord-, Midden-, en Zuid-Amerika) is het belangrijkste herkomstcontinent buiten Europa. In 2015 ontvingen Nederlandse logiesaccommodaties ruim 1,5 miljoen gasten uit Amerika.

“In 2015 overnachtten 4,3 miljoen Duitsers in ons land; 29 procent van het totale aantal buitenlandse gasten.”

Tabel 5.1

Buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties naar herkomstland, 2013-2015* **

	2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015
	x 1.000			%	
Totaal buitenland	12.783	13.925	15.007	8,9	7,8
Europa exclusief Nederland	10.286	11.195	12.050	8,8	7,6
Duitsland	3.495	3.894	4.283	11,4	10,0
Verenigd Koninkrijk	1.680	1.857	1.967	10,5	5,9
België	1.673	1.828	1.965	9,3	7,5
Frankrijk	680	725	750	6,6	3,4
Italië	461	503	543	9,1	8,0
Spanje	395	396	432	0,3	9,1
Zwitserland en Liechtenstein	233	256	271	9,9	5,9
Denemarken	144	141	155	-2,1	9,9
Zweden	142	142	154	0,0	8,5
Overig Europa	1.384	1.453	1.530	5,0	5,3
Amerika***	1.337	1.431	1.508	7,0	5,4
Azië	875	976	1.130	11,5	15,8
Australië en Oceanië	165	188	189	13,9	0,5
Afrika	121	135	130	11,6	-3,7

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Gasten die in het buitenland wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

**Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

***Noord- Midden- en Zuid-Amerika.

Hotelgasten: vooral meer Duitsers, Belgen en Britten

Bij de waarneming van het aantal gasten in de Statistiek Logiesaccommodaties wordt aan hotels gedetailleerder gevraagd naar het land van herkomst dan aan andere accommodatietypen. Ook wat betreft hotelgasten wordt de sterke groei van het inkomende toerisme in Nederland van de laatste jaren vooral veroorzaakt door de groei in het aantal toeristen uit de drie belangrijkste herkomstlanden: Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk (tabel 5.2). Deze drie landen staan alle drie in de top 15 van landen waarvan de inwoners wereldwijd het meest uitgeven aan buitenlandse vakanties (zie hoofdstuk 2). Andere landen binnen Europa met een groeiend aantal toeristen dat naar Nederland komt, zijn onder meer Ierland, Roemenië, Turkije en Polen. Het aandeel van deze landen in het totale aantal buitenlandse hotelgasten dat naar Nederland komt, is echter klein. Een andere groeiemarkt is Azië met onder meer Zuid-Korea, Taiwan, Indonesië, India en Israël. Ook deze landen hebben elk nog maar een klein aandeel in het totale aantal buitenlandse hotelgasten dat Nederland bezoekt. Het aantal hotelgasten vanuit China (en Hong Kong) nam in 2015 met bijna 32 procent toe en staat met 324.000 gasten op de achtste plek binnen het inkomend toerisme naar Nederland. Het aantal hotelgasten vanuit Amerika, waaronder de Verenigde Staten, groeide minder sterk.

Top 15 herkomstlanden buitenlandse gasten en overnachtingen in Nederlandse hotels, 2014-2015* **

Tabel 5.2

	Gasten			Overnachtingen		
	2014	2015	2014-2015	2014	2015	2014-2015
	x 1.000	%		x 1.000	%	
Duitsland	2.036	2.211	8,6	3.967	4.348	9,6
Verenigd Koninkrijk	1.753	1.855	5,8	3.177	3.420	7,6
België	1.093	1.193	9,1	1.773	1.908	7,6
Verenigde Staten van Amerika	984	1.026	4,3	1.712	1.793	4,7
Frankrijk	652	670	2,8	1.166	1.198	2,7
Italië	482	523	8,5	982	1.063	8,2
Spanje	385	420	9,1	738	801	8,5
China (incl. Hong-Kong)	246	324	31,7	388	510	31,4
Zwitserland	232	245	5,6	440	472	7,3
Canada	142	154	8,5	265	287	8,3
Brazilië	138	149	8,0	286	314	9,8
Zweden	135	147	8,9	239	257	7,5
Australië	146	146	0,0	284	284	0,0
Rusland	186	143	-23,1	369	277	-24,9
Israël	117	137	17,1	263	302	14,8

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

**Deze tabel hanteert voor hotels/pensions/jeugdaccommodaties de ondergrens van ten minste vijf slaapplekken.

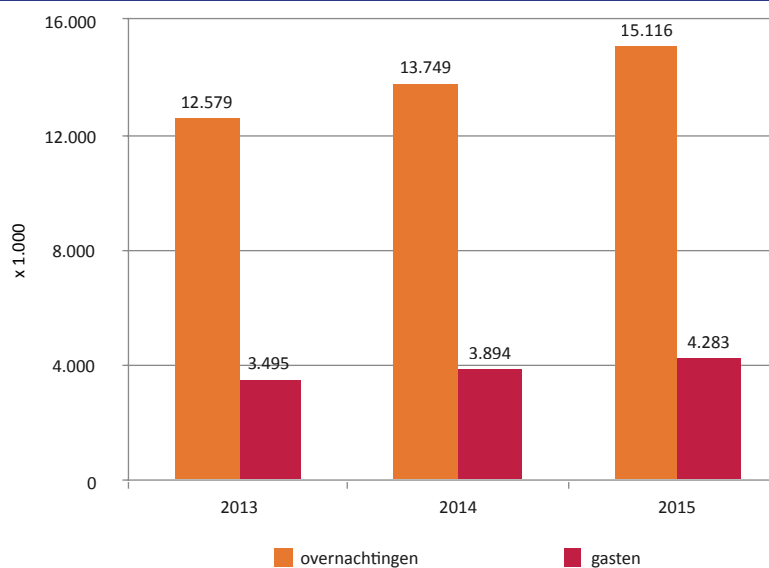
Het volgende deel gaat achtereenvolgens in op de belangrijkste herkomstlanden Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk.

10 procent meer Duitse overnachtingen in 2015

Duitsland is al jaren het belangrijkste herkomstland van buitenlandse gasten in Nederland. Ons land is gezien de ligging een ideale bestemming voor een korte vakantie, waarbij de kust grote aantrekkingskracht heeft op de Duitse toeristen. Voor veel Duitsers is onze kustlijn de dichtstbijzijnde kust. In 2015 overnachtten bijna 4,3 miljoen Duitsers in Nederland; 10 procent meer dan in 2014. Het aantal overnachtingen van Duitse toeristen in Nederland kwam in 2015 uit op ruim 15,1 miljoen (figuur 5.2). Ook dat betekende een stijging van 10 procent ten opzichte van 2014.

Figuur 5.2

Gasten uit Duitsland en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2013-2015* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Overnachtingen van gasten die in Duitsland wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

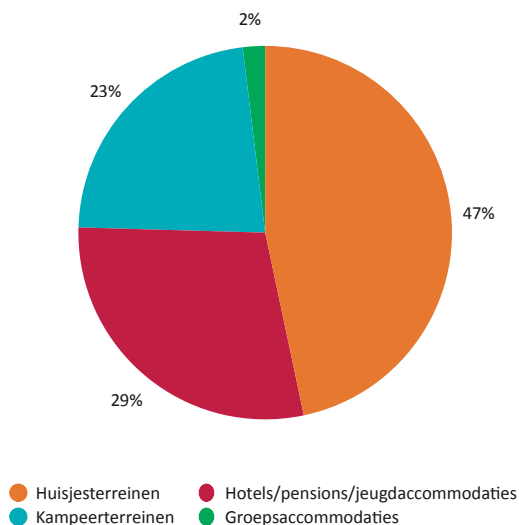
** Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplaatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplaatsen.

Het overgrote deel van de Duitse gasten komt uit recreatieve overwegingen in het tweede en derde kwartaal van het jaar naar Nederland; een kleine 10 procent komt uit zakelijk oogpunt. Duitse toeristen verblijven relatief vaak aan de Nederlandse kust en in de watersportgebieden. Bijna 1,6 miljoen Duitse gasten verbleven aan de Nederlandse kust in 2015. Dit komt neer op ongeveer twee derde van alle buitenlandse gasten aan de Nederlandse kustgebieden.

Op huisjesterreinen vinden meer overnachtingen van Duitse toeristen plaats dan in andere accommodatietypen. In 2015 betrof het 47 procent van alle overnachtingen van Duitse gasten in ons land (figuur 5.3). Van alle buitenlandse gasten was het aandeel overnachtingen op huisjesterreinen veel kleiner: 29 procent. Duitse gasten verbleven in 2015 gemiddeld 3,5 nachten in Nederland; het gemiddelde van alle buitenlandse gasten bedroeg 2,5 nachten.

Overnachtingen van gasten uit Duitsland in Nederlandse logiesaccommodaties naar accommodatietype, 2015* **

Figuur 5.3



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Overnachtingen van gasten die in Duitsland wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

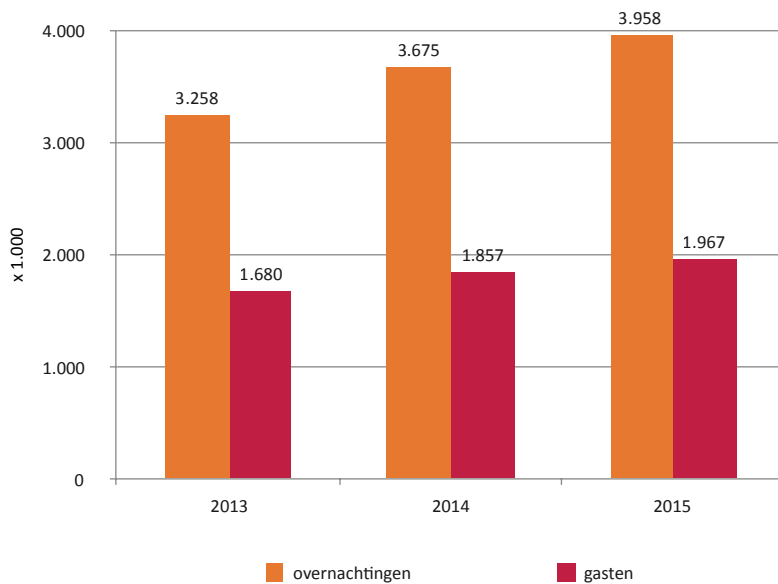
** Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Verenigd Koninkrijk: 8 procent meer overnachtingen

Na Duitsland komt het Verenigd Koninkrijk op de tweede plaats wat betreft het aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. In 2015 ging het om een kleine 2 miljoen gasten. Toeristen uit het Verenigd Koninkrijk boekten in 2015 gezamenlijk bijna 4 miljoen overnachtingen (figuur 5.4). Dit was bijna 8 procent meer dan in 2014.

Figuur 5.4

Gasten uit het Verenigd Koninkrijk en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2013-2015* **

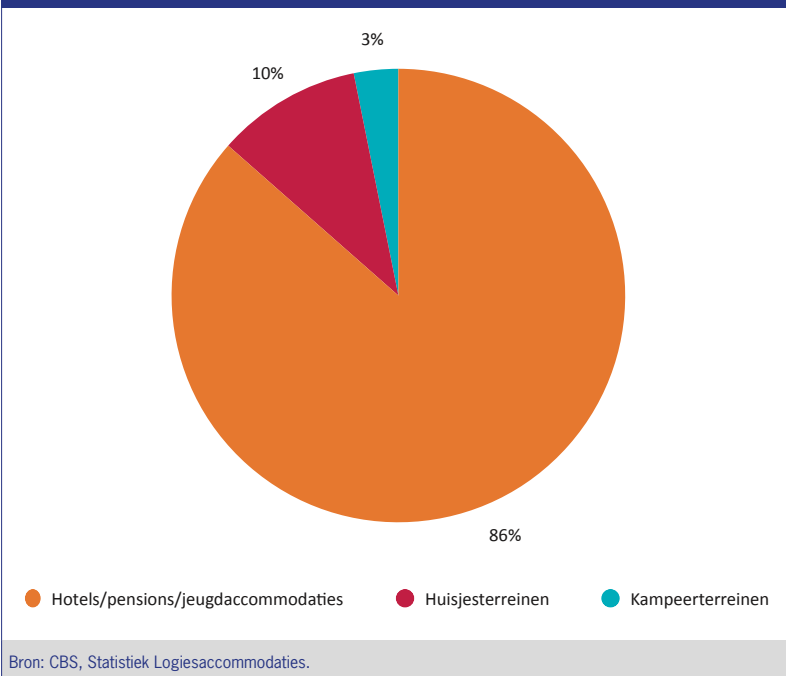


Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* *Overnachtingen van gasten die in het Verenigd Koninkrijk wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.*

** *Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleaatsen; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaappleaatsen.*

Gasten uit het Verenigd Koninkrijk komen vooral voor vakantie naar Nederland: 59 procent komt uit recreatieve en 36 procent uit zakelijke overwegingen. De grote steden zijn populaire bestemmingen. Met name Amsterdam ontvangt veel hotelgasten uit het Verenigd Koninkrijk: ongeveer 1 miljoen in 2015. Het Verenigd Koninkrijk is daarmee het belangrijkste herkomstland van buitenlandse toeristen in Amsterdam. Verreweg de meeste overnachtingen van gasten uit het Verenigd Koninkrijk vinden plaats in hotels (figuur 5.5). Britse gasten blijven relatief kort in Nederland: gemiddeld 2 nachten in 2015. Dit sluit aan bij het feit dat zij veel in grote steden en dan vooral in hotels verblijven.



* Overnachtingen van gasten die in het Verenigd Koninkrijk wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

** Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

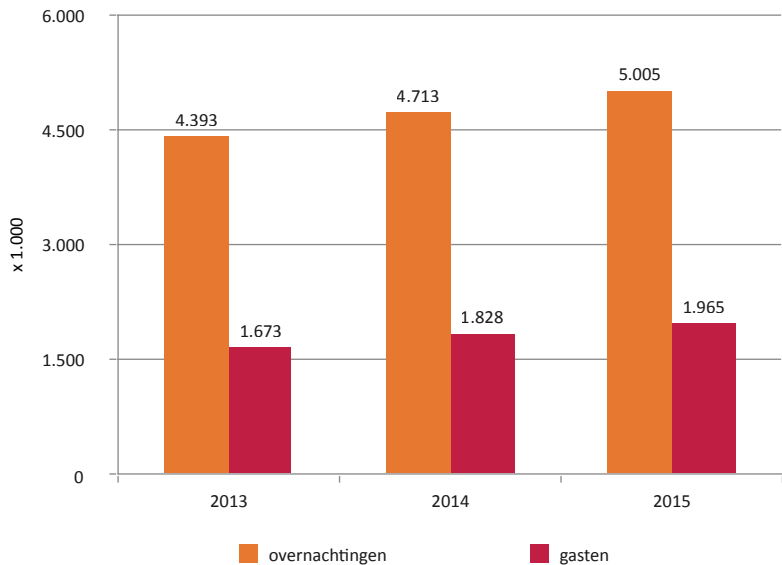
5 miljoen overnachtingen van Belgen

België kwam in 2015 op een gedeelde tweede plaats wat betreft het aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. In dat jaar kwamen bijna 2 miljoen gasten uit België naar Nederland; vergelijkbaar met het Verenigd Koninkrijk. Wat betreft het aantal overnachtingen hoeft België die tweede plaats echter niet te delen. In 2015 boekten Belgen in totaal ruim 5 miljoen overnachtingen in ons land (figuur 5.6), ruim 1 miljoen meer dan de Britten. Dat betekent een groei van 6 procent ten opzichte van 2014. Belgen blijven gemiddeld 2,5 nachten in Nederland.

Belgische gasten in Nederland verblijven vooral op huisjesterreinen. In 2015 betrof het 52 procent van alle overnachtingen van Belgen in Nederland (figuur 5.7). Ook hotels zijn een populair accommodatietype onder Belgische toeristen in ons land.

Figuur 5.6

Gasten uit België en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2013-2015* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Overnachtingen van gasten die in België wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

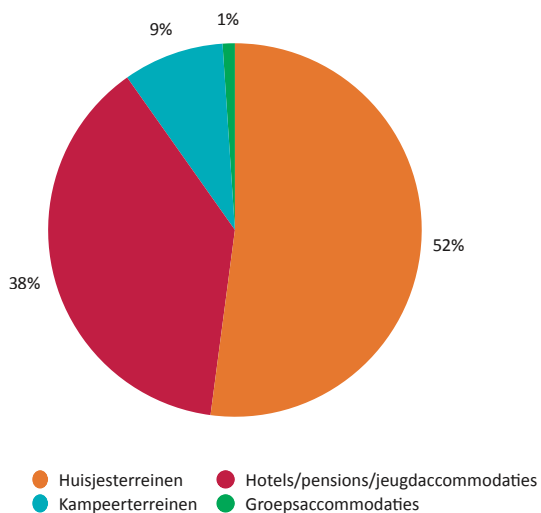
** Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Belgische toeristen in Nederland

België vormt een belangrijke groeimarkt voor het inkomende toerisme in Nederland. Enkele feiten over Belgische toeristen in ons land op een rij:

- Het overgrote deel van de Belgen die naar Nederland komen, is Vlaming: 90 procent.
- Van de gasten uit België heeft 86 procent een recreatief motief, één op de tien komt voor zaken.
- Ruim 80 procent van de Belgische toeristen komt met de auto naar Nederland.
- Belgen overnachten relatief veel aan de kust, maar ook Noord-Brabant en Limburg zijn populair bij onze zuiderburen.
- Het tweede en derde kwartaal van het jaar zijn het belangrijkste voor inkomend toerisme vanuit België: in 2014 kwam respectievelijk 27 en 32 procent van het totale aantal Belgische gasten in deze kwartalen.

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties en NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme (2014).



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Overnachtingen van gasten die in België wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

** Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

5.3 Bestemmingen van buitenlandse toeristen

De vorige paragraaf ging over de herkomst van buitenlandse toeristen in ons land. Deze paragraaf gaat in op hun bestemmingen. Welke Nederlandse regio's trekken veel toeristen uit het buitenland?

Noord-Holland meest bezochte provincie

Van alle 15 miljoen buitenlandse gasten in 2015, verbleven 5,5 miljoen toeristen in hotels in Amsterdam. Daarmee is onze hoofdstad voor buitenlandse toeristen de grote trekpleister. De provincie Noord-Holland is mede door de populariteit van Amsterdam met een aantal van 7,7 miljoen buitenlandse gasten in 2015 de meest bezochte provincie (tabel 5.3). Ruim de helft van alle buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in deze provincie. Zuid-Holland bekleedt de tweede plaats met ongeveer 2,1 miljoen gasten; 14 procent van het totaal. Op de derde plaats staat Zeeland met ruim 1,1 miljoen buitenlandse toeristen. Met uitzondering van Friesland (gestabiliseerd) lieten alle provincies in 2015 groei zien, waarbij de groei procentueel gezien het hoogst lag buiten de Randstad. Zo lieten Overijssel en Groningen beide een groei van 29 procent zien.

Tabel 5.3

Buitenlandse gasten in Nederland naar provincie, 2013-2015* **

	2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015
	x 1.000			%	
Noord-Holland	6.655	7.353	7.702	10,5	4,7
Zuid-Holland	1.791	1.946	2.104	8,7	8,1
Zeeland	883	1.027	1.110	16,3	8,1
Noord-Brabant	925	892	1.004	-3,6	12,6
Limburg	836	875	975	4,7	11,4
Gelderland	386	408	477	5,7	16,9
Utrecht	359	378	452	5,3	19,6
Friesland	268	302	302	12,7	0,0
Overijssel	202	225	290	11,4	28,9
Drenthe	169	185	208	9,5	12,4
Flevoland	171	179	183	4,7	2,2
Groningen	137	154	199	12,4	29,2

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

**Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Ruim 2,3 miljoen buitenlandse gasten aan de kust

In 2015 ontvingen de Nederlandse kustgebieden ruim 2,3 miljoen buitenlandse gasten (tabel 5.4). Dit aantal kwam 7 procent hoger uit dan in 2014. De sterkste groei

was echter zichtbaar in het bos- en heidegebied van Noordoost-Nederland (+22 procent). Overig Nederland liet met 6 procent een veel gematigder groei zien.

Buitenlandse gasten in Nederland naar enkele toeristische regio's, 2013-2015* **						Tabel 5.4
	2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015	
	x 1.000			%		
Kust	1.991	2.169	2.306	8,9	6,3	
Bos en Heide Zuid-Nederland	1.788	1.811	2.047	1,3	13,0	
Watersportgebieden	832	922	1.014	10,8	10,0	
Bos en Heide Midden-Nederland	490	512	588	4,5	14,8	
Bos en Heide Noordoost-Nederland	380	385	467	1,3	21,3	
Overig Nederland	7.301	8.126	8.585	11,3	5,6	

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.
 **Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterrinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

5.4 Inkomend toerisme naar accommodatietype

Deze paragraaf bespreekt het inkomende toerisme in verschillende accommodatietypen. Aan bod komen de vier typen die de CBS-statistiek Logiesaccommodaties onderscheidt: hotels/pensions/jeugdaccommodaties, huisjesterreinen, kampeerterrinen en groepsaccommodaties.

Buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties naar type accommodatie, 2013-2015* **						Tabel 5.5
	2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015	
	x 1.000			%		
Hotels/pensions/jeugdaccommodaties	10.017	10.978	11.766	10	7	
Huisjesterreinen	1.871	1.976	2.222	6	12	
Kampeerterrinen	822	899	942	9	5	
Groepsaccommodaties	73	71	77	-3	8	

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.
 **Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterrinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Hotels verreweg het populairst

Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel.³ In 2015 ging het om bijna 11,8 miljoen hotelgasten; 78 procent van het totale aantal buitenlandse toeristen in dat jaar (tabel 5.5). Huisjesterreinen en kampeertreinen volgen op afstand met respectievelijk meer dan 2,2 miljoen en 940 duizend gasten. Groepsaccommodaties sluiten de rij met 77 duizend buitenlandse gasten in 2015.

Uitgedrukt in het aantal overnachtingen blijven hotels de belangrijkste logiesvorm, maar is het verschil met de andere verblijfsvormen kleiner. De oorzaak hiervan is dat gasten gemiddeld korter in hotels verblijven dan in andere accommodatietypen zoals huisjesterreinen.

Tabel 5.6

Buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties per provincie naar type accommodatie, 2015* **

	Hotels/pensions/ jeugdaccommodaties	Huisjesterreinen	Kampeertreinen	Groepsaccommodaties
	x 1.000			
Noord-Holland	7.172	279	246	5
Zuid-Holland	1.654	314	127	9
Zeeland	375	451	278	5
Noord-Brabant	706	250	40	8
Limburg	516	399	57	3
Gelderland	330	81	62	5
Utrecht	441	7	3	1
Friesland	113	105	60	23
Overijssel	188	71	20	12
Drenthe	55	140	10	2
Flevoland	65	105	12	1
Groningen	150	21	26	1

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

**Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Gebruik van huisjesterreinen groeide sterk in 2015

Hoewel hotels de meest populaire accommodatievorm zijn, lieten huisjesterreinen in 2015 procentueel de sterkste groei zien. Het aantal buitenlandse gasten in Nederlandse huisjesterreinen groeide met 12,4 procent ten opzichte van 2014; dat betekent 246 duizend buitenlandse bungalowgasten meer dan een jaar eerder. Het aantal buitenlandse toeristen in groepsaccommodaties en hotels nam eveneens flink toe, met respectievelijk 8,5 en 7,2 procent. Het totaal aantal gasten in groepsaccommo-

3 Inclusief motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en bed & breakfasts.

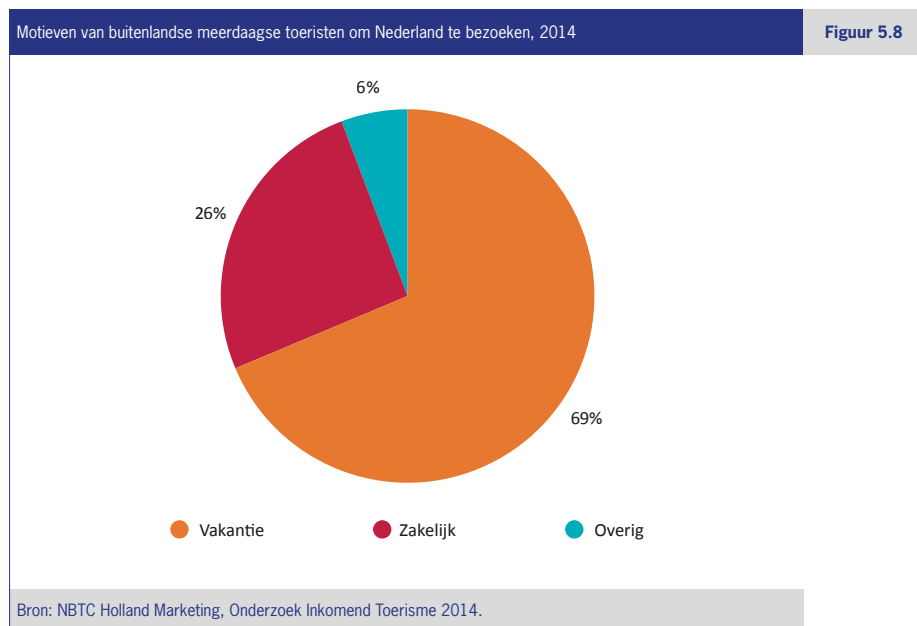
daties blijft echter zeer beperkt vergeleken met de andere accommodatievormen. Voor kampeerterrinen was de groei iets bescheidener, maar nog altijd 4,8 procent.

Populariteit logiesvormen verschilt per provincie

Op provinciaal niveau bestaan duidelijke verschillen tussen de logiesvormen wat betreft hun populariteit bij buitenlandse gasten. Dit hangt voor een belangrijk deel samen met het type bezoeker dat een provincie voornamelijk trekt. Vakantiegers verblijven bijvoorbeeld relatief vaak op huisjesterreinen en kampeerterrinen; zakelijke gasten maken juist veel gebruik van hotels. Ook het aanbod aan accommodaties in een provincie speelt hierbij een rol. Voor de meeste provincies geldt dat hotels de meeste buitenlandse gasten herbergen, met name voor Utrecht, Noord-Holland en Zuid-Holland. Buitenlandse gasten van huisjesterreinen trekken vooral naar Limburg en Zeeland. De provincies aan de Noordzeekust trekken veel buitenlandse gasten op kampeerterrinen: Zeeland, en Noord- en Zuid-Holland. Buitenlandse gasten die verblijven in groepsaccommodaties gaan vooral naar Friesland, voornamelijk naar de Waddeneilanden.

5.5 Bezoekmotieven

Het voorgaande deel van dit hoofdstuk gebruikte de CBS-statistiek Logiesaccommodaties als cijferbron. In het restant van dit hoofdstuk staan de uitkomsten van het Onderzoek Inkomend Toerisme centraal (zie tekstkader). Deze paragraaf bespreekt het motief van buitenlandse toeristen om een bezoek aan ons land te brengen. Hoeveel

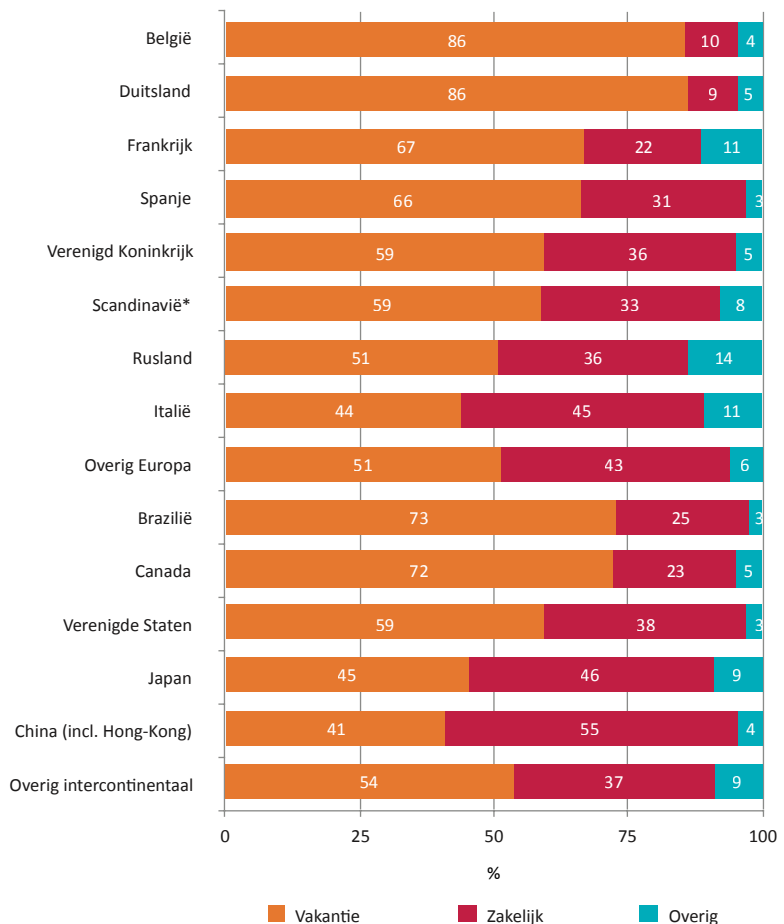


toeristen komen voor zaken, voor vakantie of om een andere reden naar ons land? Het meest recente onderzoek heeft betrekking op buitenlandse gasten in 2014.

Belangrijkste motief: vakantie

De meeste buitenlandse toeristen komen naar Nederland voor een (korte) vakantie; zo'n 69 procent van alle buitenlandse bezoekers (figuur 5.8). Ruim een kwart van de buitenlandse gasten kwam met een zakelijke reden, bijvoorbeeld om een congres of vergadering bij te wonen, of om een Nederlandse bedrijfsvestiging te bezoeken. De overige 6 procent van de buitenlandse gasten kwam naar ons land om een andere reden, bijvoorbeeld om familie of vrienden te bezoeken.

Figuur 5.9 Motieven van buitenlandse meerdaagse toeristen om Nederland te bezoeken, 2014



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

* Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland

Motief verschilt sterk per herkomstland

Het motief voor een bezoek aan Nederland verschilt sterk per herkomstland. Uit de buurlanden Duitsland en België komen relatief veel gasten naar Nederland voor vakantie: 86 procent in 2014 (figuur 5.9). Vanuit China, Italië en Japan reizen relatief veel bezoekers met een zakelijk motief naar Nederland.

In absolute aantallen komen de meeste vakantiegangers uit Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk. De meeste buitenlandse zakenreizigers in Nederland komen uit het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Duitsland.

In paragraaf 6.4 van deze publicatie komt het inkomende zakelijke toerisme nader aan bod.

Onderzoek Inkomend Toerisme

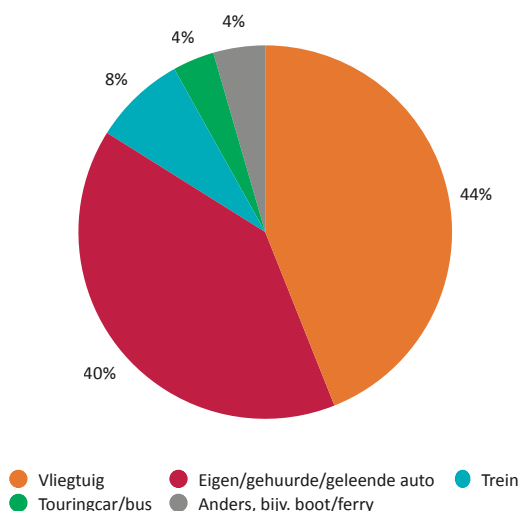
Eens per vier jaar voert NBTC Holland Marketing het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) uit, in samenwerking met CBS. De onderzoekspopulatie bestaat uit buitenlandse bezoekers die voor een meerdaags verblijf naar Nederland komen. In de periode van februari 2013 tot en met augustus 2014 zijn ruim 4.300 buitenlandse toeristen ondervraagd voor dit onderzoek. Het onderzoek kende twee fasen. In de eerste fase ontvingen buitenlandse toeristen steekproefsgewijs een uitnodiging om aan het onderzoek deel te nemen. Zij werden benaderd in accommodaties in Nederland, en bij diverse points of entry, zoals vliegvelden, grensovergangen en internationale treinen. De tweede fase bestond uit een follow-up. Respondenten werden na thuiskomst online bevraagd over diverse onderwerpen rond hun bezoek aan Nederland. De vragen gingen bijvoorbeeld over hun zoeken boekgedrag, bezoekmotieven, ondernomen activiteiten, bestedingen, waardering van het bezoek, en consumentenprofielen.

De CBS-statistiek Logiesaccommodaties vormde het steekproefkader van het Onderzoek Inkomend Toerisme. De resultaten uit het OIT zijn gewogen naar de uitkomsten van de Statistiek Logiesaccommodaties. Als basisjaar is daarbij gekozen voor 2014, omdat de meeste waarnemingen in het onderzoek op dat jaar betrekking hadden.

5.6 Vervoermiddelen

Deze paragraaf stelt het vervoermiddel van inkomende toeristen centraal. Komen buitenlandse toeristen het meest met het vliegtuig naar Nederland, of toch met de auto? En hoe verplaatsen zij zich binnen ons land?

Figuur 5.10 Vervoermiddelen waarmee buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezoeken, 2014



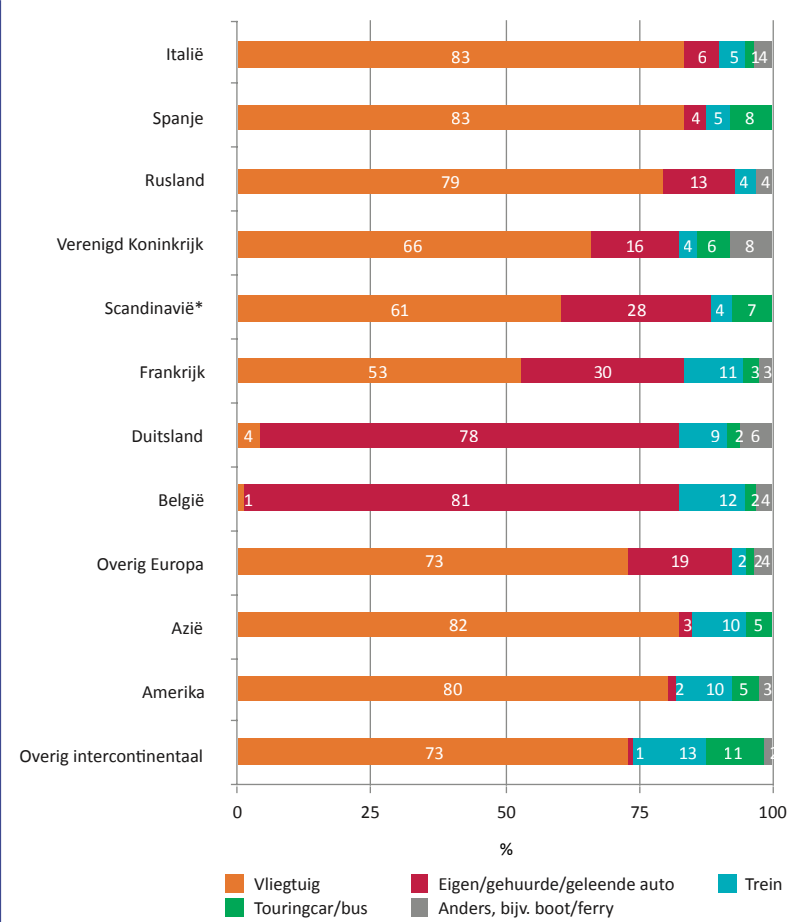
Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

Vliegtuig het populairst

Buitenlandse bezoekers passeren de Nederlandse grens vaak in een vliegtuig (44 procent in 2014) of met de auto (40 procent). Andere vervoermiddelen zoals de trein (8 procent) en een bus of touringcar (4 procent) zijn aanzienlijk minder populair (figuur 5.10).

Om begrijpelijke redenen scoort de auto hoog onder toeristen uit België en Duitsland. Circa acht op de tien meerdaagse gasten uit onze buurlanden kwamen in 2014 met de auto naar Nederland (figuur 5.11). Vanuit alle overige landen is het vliegtuig het meest gebruikte vervoermiddel om naar Nederland te komen. Verreweg het grootste deel van de ingevlogen buitenlandse toeristen landt op Schiphol. De regionale luchthavens zijn in de afgelopen jaren wel steeds belangrijkere points of entry geworden.

Voor intercontinentale bezoekers die met de trein of met de touringcar de Nederlandse grens passeren, is het bezoek aan Nederland veelal onderdeel van een rondreis door Europa. Zij zijn vaak elders in Europa per vliegtuig gearriveerd.



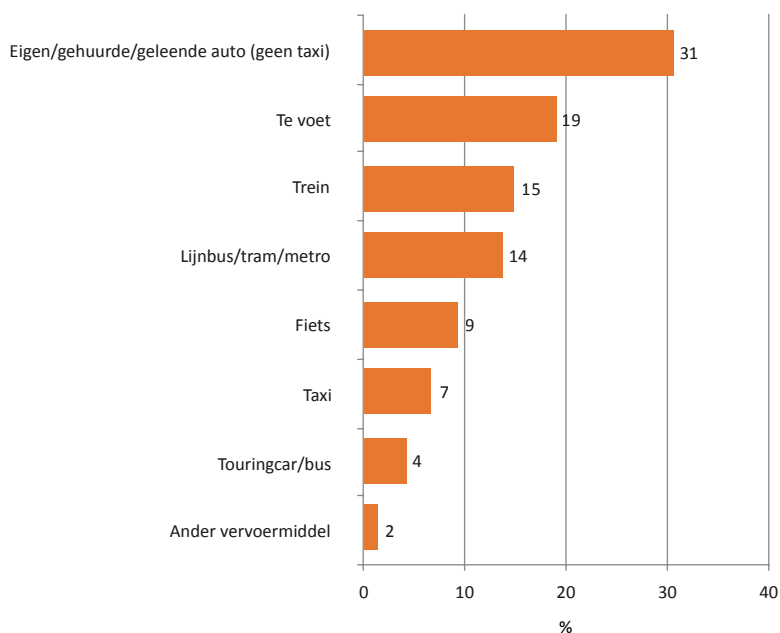
Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

*Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland

Reizen binnen Nederland vaak per auto

Eenmaal gearriveerd in Nederland, kiezen veel buitenlandse toeristen voor de auto om zich verder te verplaatsen binnen ons land. In 2014 was voor 31 procent van de buitenlandse toeristen een auto het belangrijkste vervoermiddel in Nederland (figuur 5.12). Taxi's (7 procent) zijn in dit cijfer niet meegeteld. Vooral Duitse en Belgische bezoekers verplaatsen zich veel per auto binnen Nederland. Zij komen ook vaak ons land binnen met hun eigen, of een gehuurde of geleende auto. Het openbaar vervoer (lijnbus/tram/metro en trein) is voor bijna één op de drie buitenlandse bezoekers het belangrijkste transportmiddel binnen Nederland. Zakelijke bezoekers, die ons land voornamelijk met het vliegtuig bereiken, verplaatsen zich relatief vaak met de trein (29 procent) of met de taxi (20 procent) binnen ons land.

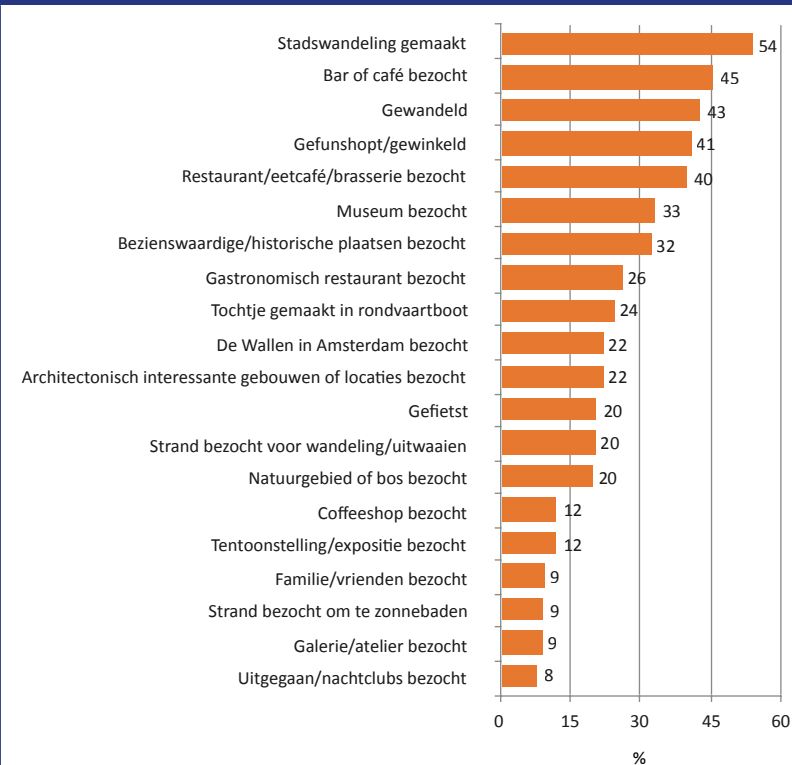
Figuur 5.12 Belangrijkste vervoermiddel voor buitenlandse meerdaagse toeristen om zich in Nederland te verplaatsen, 2014



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

5.7 Ondernomen activiteiten

In deze paragraaf staat centraal welke activiteiten buitenlandse toeristen in ons land ondernemen. Van diverse bezigheden is gemeten hoe populair deze zijn onder buitenlandse gasten. Ook komt aan bod wat toeristen de belangrijkste activiteit vonden tijdens hun verblijf in Nederland.



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

* Het percentage van buitenlandse meerdaagse toeristen dat de betreffende activiteit heeft ondernomen.

Stadswandelingen zijn het populairst

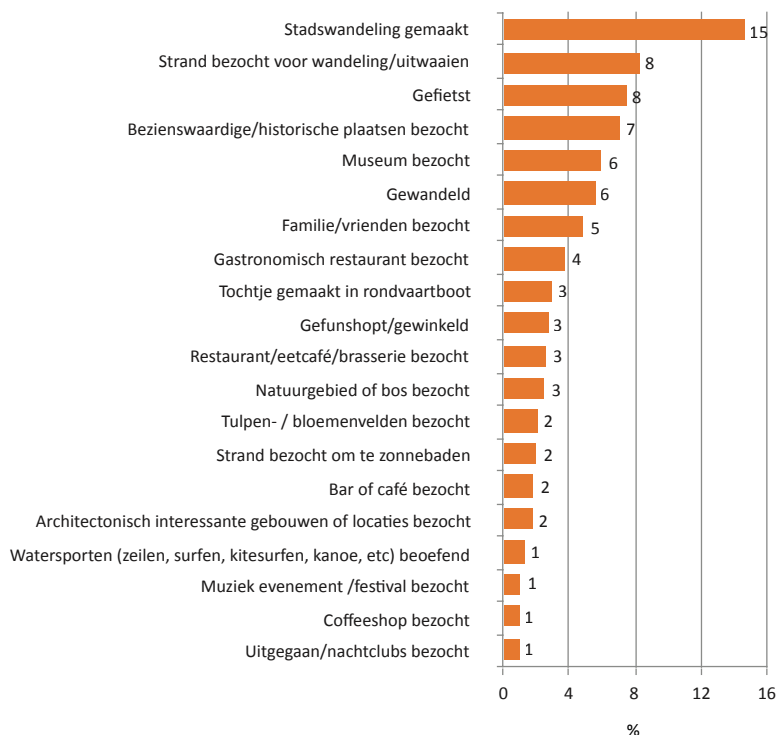
Van alle buitenlandse toeristen die in 2014 in Nederland overnachtten, ondernam 54 procent een stadswandeling. Daarmee zijn stadswandelingen de populairste van alle activiteiten die het OIT onderscheidt (figuur 5.13). Ook veel toeristen bezoeken een bar of café: 45 procent in 2014. Twee op de vijf inkomende toeristen gingen wandelen, funshoppen of naar een restaurant, eetcafé of brasserie.

De activiteiten die buitenlandse toeristen in ons land ondernemen, variëren sterk per herkomstland. Vooral intercontinentale bezoekers en Scandinaviërs funshoppen bijvoorbeeld vaak in Nederland. Stadswandelingen zijn erg populair onder Brazilianen, Russen, Canadezen en Amerikanen. Buitenlandse toeristen die in Nederland fietsen, zijn vaak Duitsers, Belgen of Spanjaarden.

Naast de activiteiten die buitenlandse toeristen in ons land hebben ondernomen, heeft het OIT ook gemeten welke daarvan het belangrijkste waren voor de bezoeker.

kers. De belangrijkste activiteit is vaak een activiteit waarvan bezoekers op voorhand al hebben besloten dat ze deze tijdens hun trip willen ondernemen. Deze activiteit speelt dan ook een belangrijke rol als toeristen een bestemming kiezen.

Figuur 5.14 Top 20 van belangrijkste activiteiten van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland, 2014*



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

* Het percentage van buitenlandse meerdaagse toeristen dat de betreffende activiteit als belangrijkste ondernomen activiteit beschouwt.

Stadswandelingen zijn ook veruit het belangrijkste

Veel buitenlandse toeristen ondernemen een stadswandeling, en deze activiteit is ook veruit de belangrijkste van de onderscheiden activiteiten. In 2014 vond 15 procent van de buitenlandse bezoekers een stadswandeling de belangrijkste activiteit die zij in ons land hebben ondernomen (figuur 5.14). Ook uitwaaien op het strand, fietsen en bezienswaardige plaatsen bezoeken, zien toeristen vaak als belangrijkste activiteit. Hoewel veel buitenlandse gasten een bar of café bezoeken, is dit maar voor weinigen de belangrijkste activiteit tijdens het bezoek aan Nederland.

De belangrijkste activiteit voor toeristen tijdens een bezoek aan Nederland, verschilt sterk per herkomstland. Duitsers en Belgen vinden fietsen, wandelen, en een natuurgebied of het strand bezoeken vaak het belangrijkste. Activiteiten met kunst en cultuur zijn vaak het belangrijkste voor Italianen en Amerikanen. Dit zijn bezoeken aan musea en (andere) bezienswaardige en historische plaatsen. Bij Fransen en Spanjaarden staan culturele activiteiten ook in de top vijf. Daarnaast zijn wandelen en fietsen voor hen ook belangrijke activiteiten. Zij maken vaak een stedentrip naar Nederland en wandelen en fietsen er dan rond om zo de stad te verkennen. Dit geldt ook voor bezoekers uit het Verenigd Koninkrijk. Zij kwalificeren daarnaast relatief vaak een restaurantbezoek als belangrijkste activiteit in Nederland.

5.8 Bestedingen van buitenlandse toeristen

Deze paragraaf richt zich op de economische betekenis van het inkomende toerisme voor Nederland. Hoeveel geven buitenlandse toeristen uit aan hun bezoek aan Nederland wat zijn de verschillen tussen toeristen uit diverse herkomstlanden? Doordat de wijze van samenstellen van de cijfers anders is, komen deze cijfers niet geheel overeen met de cijfers zoals die worden gepresenteerd door de Toerismerekeningen in hoofdstuk 8.⁴

Bestedingen van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland naar herkomstland, 2015				Tabel 5.7
	Totale bestedingen	Bestedingen per persoon per verblijf	Bestedingen per persoon per dag	
	miljoen euro	euro	euro	
Duitsland	1.895	442	112	
Verenigd Koninkrijk	1.313	668	240	
België	628	320	117	
Frankrijk	477	636	227	
Italië	495	911	232	
Spanje	385	891	239	
Scandinavië*	364	716	248	
Rusland	178	1.173	255	
Overig Europa	1.213	836	252	
Verenigde Staten	1.222	1.180	343	
Canada	217	1.396	392	
Brazilië	153	1.017	298	
China (incl. Hongkong)	415	1.256	328	
Japan	183	1.323	457	
Overig intercontinentaal	1.730	1.505	382	

Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

*Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden.

4 De bedragen in deze paragraaf zijn berekend door het gemiddelde bestedingsbedrag per gast en land van herkomst uit het Onderzoek Inkomend Toerisme 2014 te vermenigvuldigen met het aantal gasten per herkomstland uit de Statistiek Logiesaccommodatie 2015. Daarbij is geen rekening gehouden met inflatie.

Inkomend toerisme goed voor 10,9 miljard euro in 2015

In 2015 hebben buitenlandse toeristen gezamenlijk 10,9 miljard euro besteed aan hun bezoek aan Nederland. Het toegenomen aantal buitenlandse toeristen zorgt voor een groei van de totale bestedingen van buitenlandse toeristen in Nederland.

9,95 miljard gaat naar Nederlandse economie

Van de 10,9 miljard euro die buitenlandse toeristen besteedden aan hun reizen naar Nederland, gaven zij 9,95 miljard euro ter plaatse uit in ons land. De overige 913 miljoen euro gaven ze al uit voordat ze naar Nederland reisden. Dit zijn vooral vervoerskosten en vooruitbetaalde accommodatiekosten. Zo komen niet alle vervoerskosten terecht in de Nederlandse economie, omdat het deels ook buitenlandse vervoersbedrijven betreft.

Duitse toeristen besteden samen het meest

In totaal besteden Duitse toeristen het meest aan meerdaagse verblijven in Nederland. In 2015 gaven zij samen bijna 1,9 miljard euro uit (tabel 5.7). Gevolgd door de Britten met meer dan 1,3 miljard euro en de Amerikanen met meer dan 1,2 miljard euro. Duitsers en Belgen besteden gemiddeld het minst vanwege de relatief lage vervoerskosten, en omdat zij vaker dan andere buitenlandse toeristen verblijven op goedkopere accommodaties zoals huisjesterreinen en kampeerterreinen. Hierbij speelt het bezoekmotief ook een rol; verreweg de meeste Duitsers en Belgen komen naar Nederland voor vakantie, en niet voor een zakelijk bezoek. Toeristen van buiten Europa besteden gemiddeld het meest. De hogere vervoerskosten vormen de belangrijkste verklaring hiervoor, maar ook tijdens het verblijf geeft deze groep meer uit.

Zakenreizigers besteden gemiddeld meer dan vakantiegangers

In 2015 besteedde een gemiddelde buitenlandse zakenreiziger 1.035 euro aan een trip naar Nederland. Dat is aanzienlijk meer dan de bestedingen van een gemiddelde buitenlandse vakantieganger, die 598 euro bedroegen in dat jaar (tabel 5.8). Ook gemiddeld per dag besteden zakenreizigers aanmerkelijk meer dan toeristen die voor vakantie naar Nederland komen. De hogere bestedingen van zakenreizigers komen doordat zij gemiddeld duurdere trein- en vliegtickets kopen, en meer in het hogere hotelsegment verblijven. De totale bestedingen van alle buitenlandse vakantiegangers aan hun verblijf in Nederland zijn echter aanzienlijk groter dan die van alle zakenreizigers samen. Dit komt doordat veel meer buitenlandse toeristen voor vakantie dan voor zaken naar Nederland komen: 10,3 miljoen vakantiegangers tegen 3,8 miljoen zakenreizigers in 2015. Uitgaande van de gemiddelde bestedingen zoals deze volgen uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (2014) resulteert dit voor de vakantiegangers in een economische waarde in 2015 van 6,17 miljard euro en voor de zakenreizigers 3,97 miljard euro.

Bestedingen van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland naar bezoekmotief, 2015*

Tabel 5.8

	Totale bestedingen	Bestedingen per persoon per verblijf	Bestedingen per persoon per dag
	<i>mln euro</i>	<i>euro</i>	
Vakantie	6.168	598	179
Zakelijk	3.965	1.035	307
Overig	732	855	192

Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

* Het betreft alle bestedingen van (zaken)reizigers voorafgaan en tijdens het verblijf in Nederland. Dus zowel de bestedingen aan vervoer en verblijf als de bestedingen op de bestemming zelf.



6

Zakelijk toerisme

In dit hoofdstuk staat het zakelijke toerisme centraal. Om hoeveel zakelijke overnachtingen in hotels gaat het per jaar, en per provincie? Vervolgens gaat de aandacht uit naar zakenreizen van Nederlanders: het aantal binnen- en buitenlandse zakenreizen van Nederlanders, en de bestedingen die daaraan gekoppeld zijn. Daarna verschuift het gezichtspunt naar buitenlandse zakenreizigers die Nederland bezoeken: het inkomende zakelijke toerisme. Hoeveel zakelijke bezoekers komen naar Nederland, waar komen zij vandaan en wat geven ze uit? Ten slotte komt in dit hoofdstuk de internationale positie van Nederland als congresbestemming aan de orde.



Hoofdpunten

- In 2015 vonden 16,8 miljoen zakelijke hotelovernachtingen plaats in Nederland; een groei van 2,7 procent ten opzichte van 2014. Zakelijke overnachtingen omvatten daarmee 40 procent van het totale aantal hotelovernachtingen in 2015.
- Van alle provincies vonden in Noord-Holland de meeste zakelijke overnachtingen plaats: 6,8 miljoen in 2015. Flevoland kende het kleinste aantal zakelijke hotelovernachtingen, maar in die provincie is het marktaandeel zakelijke overnachtingen wel het grootst: 64 procent van het totale aantal hotelovernachtingen.
- In 2013 hebben Nederlanders bijna 8,5 miljoen zakenreizen ondernomen; circa 4,7 miljoen één- of meerdaagse zakenreizen naar het buitenland en circa 3,8 miljoen meerdaagse zakenreizen in eigen land. Ten opzichte van 2011 daalde het totale aantal zakenreizen met bijna 12 procent.
- In 2015 hebben ruim 3,8 miljoen buitenlandse zakenreizigers ons land bezocht voor ten minste één nacht; ruim een kwart van het totale aantal buitenlandse bezoekers. Buitenlandse zakenreizigers waren vooral afkomstig uit het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Duitsland. In totaal besteedden buitenlandse zakenreizigers bijna 4 miljard euro. Een gemiddelde zakenreiziger geeft aanzienlijk meer geld uit dan een gemiddelde vrijetijdstoerist.
- In 2015 stond Nederland in de top 10 van congresbestemmingen volgens de ICCA ranglijst. Nederland is één positie gestegen ten opzichte van 2014. Op de UIA ranglijst valt Nederland net buiten de top 10. Met een elfde positie is Nederland één positie gedaald als internationale congresbestemming.

6.1 Inleiding

Toerisme wordt meestal geassocieerd met reizen in de vrije tijd. Het heeft echter ook betrekking op reizen met andere motieven dan vrijetijdsbesteding, bijvoorbeeld met een zakelijk motief. Zakelijk toerisme is dus een deelmarkt van het toerisme als geheel, maar met eigen kenmerken. Deze paragraaf legt uit wat zakelijk toerisme inhoudt en welke aspecten daarbij een rol spelen.

Wat is zakelijk toerisme?

De World Tourism Organization (UNWTO) definieert toerisme als: 'de activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken, en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloofd vanuit de plaats die wordt bezocht' (UNWTO, 2015a). Voor zakelijk toerisme kent deze definitie enkele belangrijke bepalingen. Ten eerste gaat het om het reizen buiten de normale omgeving. Daarom worden onder meer handelsreizigers, forenzen en vrachtwagenchauffeurs niet gezien als zakelijke toeristen. Ten tweede worden reizigers die voor hun werk betaald ('beloofd') worden op de plaats die zij bezoeken ook niet meegeteld als zakelijke toeristen. Ten slotte, gaat bij het zakelijk toerisme niet alleen om het reizen met een overnachting. Binnen de definitie vallen ook dagtochten met een zakelijk motief. Dit deel van het zakelijk toerisme wordt alleen meegenomen bij het binnenlands zakelijk reisverkeer en is niet opgenomen in dit hoofdstuk.

Zoals de meeste definities, kent ook die van zakelijk toerisme grijze gebieden. Wanneer is er bijvoorbeeld sprake van een betaling op de plaats die iemand bezoekt? En hoe wordt vastgesteld dat een zakenreiziger buiten zijn normale omgeving is? Onderzoekers van zakelijk toerisme houden mede om die reden zelden vast aan de strikte definitie als zij cijfers over dit onderwerp samenstellen. Meestal tellen zij alle reizigers mee die op één of andere wijze aan zaken doen op hun bestemming.

Bij zakelijk toerisme gaat het om de volgende soorten activiteiten:

- reizen voor vergaderingen en overleggen met collega's en zakenpartners op locaties buiten de normale (werk)omgeving, of bijvoorbeeld om specifieke werkzaamheden uit te voeren;
- conferenties, congressen, beurzen, trainingen en dergelijke bezoeken;
- reizen van medewerkers als beloning om hen te motiveren ('incentives').

In het kader van het zakelijke toerisme wordt ook vaak het begrip 'MICE' gebruikt. MICE staat voor: meetings, incentives, conventions and exhibitions. Niet iedereen verstaat hetzelfde onder het begrip MICE. Het richt zich vooral op bijeenkomsten van grotere groepen zakelijke reizigers die vaak al enige tijd van tevoren gepland en georganiseerd zijn. Individuele zakenreizigers en kleine groepen van twee of drie collega's die naar een individuele klant of collega reizen, vallen hier buiten.

Zakelijk toerisme is economisch interessant

Zakelijk toerisme is een interessant segment voor bestemmingen, omdat zakelijke toeristen meer geld uitgeven dan vrijetijdstoeristen.¹ Veel landen en steden profileren zich dan ook graag als zakelijke bestemming, ook voor (internationale) conferenties, congressen en dergelijke. Dat geldt ook voor Nederland.

In toenemende mate gaat het niet alleen meer om de primaire werk gerelateerde activiteiten, zoals een vergadering, training of conferentie bijwonen, maar ook om activiteiten die betrekking hebben op de vrije tijd van de zakelijke toerist. Deze secundaire activiteiten, zoals dineren, winkelen, en deelnemen aan excursies, maken een groeiend deel uit van het reispatroon en de uitgaven van zakelijke toeristen (IMEX, 2012).

Meer dan bij het vrijetijdstoerisme hebben politieke en vooral economische ontwikkelingen invloed op het zakelijke toerisme. Hoewel harde cijfers ontbreken, is het heersende beeld dat het zakelijke toerisme zwaarder is getroffen door de recente economische crisis dan het vrijetijdstoerisme (Eurostat, 2016).² Ook technologische ontwikkelingen zijn van groot belang voor het zakelijke toerisme, zoals het internet, livestreaming en videoconferencing, waarmee vergaderingen en trainingen digitaal en op afstand te volgen zijn. Aanbieders in het MICE-segment moeten zich daardoor meer inspannen om klanten aan zich te binden. Klanten verwachten immers een hogere kwaliteit van het aanbod, een meer persoonlijke benadering en een effectievere tijdsbesteding (IMEX, 2015).

Drie cijferbronnen

Betrouwbare en recente cijfers over het zakelijke toerisme zijn niet in overvloed beschikbaar. Dit hoofdstuk maakt gebruik van drie bronnen.

Voor een totaaloverzicht van de omvang van het zakelijke toerisme in Nederland geldt de CBS-statistiek Logiesaccommodaties (SLA) als bron. In dit onderzoek vraagt CBS aan hotels om een schatting te maken van het aandeel zakelijke toeristen dat bij hen overnacht. Bij de andere accommodatietypen in dit onderzoek, zoals kampeerterrijnen en huisjesterreinen, vraagt CBS niet naar het aandeel zakelijke toeristen. Het overgrote deel van de zakelijke toeristen verblijft immers in hotels. Als hotels deze schatting maken, zullen zij niet strikt vasthouden aan de definitie van zakelijk toerisme. Bovendien leveren zij een schatting, en geen werkelijke telling. Om die redenen kennen de betreffende cijfers een relatief grote onzekerheidsmarge. Dit onderzoek maakt ook geen onderscheid tussen Nederlandse en buitenlandse zakelijke toeristen.

Een tweede bron is het onderzoek dat NBTC-NIPO Research uitvoert onder de Nederlandse beroepsbevolking: het ContinuZakenreisOnderzoek (CZO). Dit is een drie-

¹ Zie bijvoorbeeld paragraaf 6.4 over inkomend zakelijk toerisme.

² Zie ook hoofdstuk 2.

jaarlijks onderzoek dat het zakenreisgedrag van de Nederlandse beroepsbevolking in kaart brengt. Het CZO bevat veel meer variabelen dan de SLA, zoals de uitgaven die zakenreizigers doen, hun activiteiten ter plaatse en achtergrondkenmerken. In 2016 is een nieuwe CZO meting van start gegaan. De cijfers in deze versie van het Trendrapport zijn nog gebaseerd op de meting van 2013.

De derde bron die dit hoofdstuk aanboort, is het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) dat in de periode 2013-2014 heeft plaatsgevonden. Voor dit onderzoek zijn buitenlandse vrijetijdstoeristen, maar ook buitenlandse zakelijke toeristen ondervraagd. In hoofdstuk 5 over inkomend toerisme komt dit onderzoek uitgebreid aan bod. De uitkomsten over inkomend zakelijk toerisme staan centraal in paragraaf 6.4.

Naast de genoemde drie bronnen, maakt dit hoofdstuk gebruik van cijfers die afkomstig zijn van twee internationale brancheorganisaties van het MICE-toerisme. Deze komen aan bod in paragraaf 6.5 over de internationale positie van Nederland als congresbestemming. Beide brancheorganisaties hanteren hun eigen criteria met betrekking tot de congresstatistieken. De cijfers beslaan een deel van de congresmarkt en geven een goede indicatie van de positie van Nederland in deze markt.

Verschillende onderzoeken, verschillende cijfers

De cijfers in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit verschillende bronnen. Daardoor zijn de cijfers niet goed met elkaar te vergelijken. De onderzoeken verschillen immers op diverse terreinen van elkaar. Het ContinuZakenreis-Onderzoek (CZO) ondervraagt bijvoorbeeld personen, terwijl de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) zich richt tot de bedrijven die (zakelijke) gasten ontvangen. Daarnaast telt de SLA alleen hotelovernachtingen in Nederland mee in de cijfers over zakelijk toerisme, terwijl het CZO ook andere logiesvormen meerekent. Een ander verschil is dat het CZO kijkt naar in Nederland werkzame personen, terwijl de SLA ook buitenlandse zakenreizigers in Nederland omvat. Verder tellen in het CZO ook de buitenlandse zakenreizen mee die Nederlanders maken zonder er te overnachten. Ten slotte gaan de cijfers van het CZO over 2013 en die van de SLA over 2015, waardoor andere trends zichtbaar zijn.

Het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) heeft weer een eigen benadering. Dit onderzoek sluit deels aan bij het CZO en deels bij de SLA. Het OIT is een persoonsenquête die kijkt naar alle buitenlandse zakelijke toeristen die Nederland bezoeken, en verblijven in hotels, huisjesterreinen, kampeertreinen of groepsaccommodaties. Er moet dus wel sprake zijn van een overnachting.

Welke van deze bronnen het meest geschikt is, hangt af van het doel waarvoor de cijfers gebruikt worden.

6.2 Zakelijk toerisme in Nederland

Deze paragraaf geeft een totaaloverzicht van het aantal overnachtingen van zakelijke toeristen in Nederlandse hotels. Daarbij is geen onderscheid gemaakt tussen buitenlandse en Nederlandse toeristen. De omvang en de groei van het zakelijke toerisme komen aan bod, evenals het seizoenpatroon. Nagenoeg alle cijfers zijn gebaseerd op de statistiek Logiesaccommodaties.

“In 2015 vonden 16,8 miljoen overnachtingen van zakenreizigers plaats in Nederlandse hotels.”

16,8 miljoen zakelijke hotelovernachtingen in Nederland

In 2015 vonden in Nederlandse hotels 16,8 miljoen zakelijke overnachtingen plaats. Dit betekent een groei van 2,7 procent ten opzichte van 2014. Dit is ongeveer vergelijkbaar met de groei in 2014: 3,1 procent. De groei van het zakelijk toerisme in 2014 en 2015 valt samen met het herstel van de economie. Het herstel van de zakelijke markt lijkt zich ook in 2016 verder door te zetten.³ Het zakelijk toerisme in hotels groeit echter niet zo snel als het recreatief toerisme. Dat groeide in de jaren 2014 en 2015 met respectievelijk 9,2 en 5,6 procent.

	2012	2013	2014	2015	2014-2015	Aandeel
	x 1.000				%	%
Noord-Holland	6.110	6.660	6.930	6.790	-2,0	40
Zuid-Holland	2.760	2.760	2.920	3.040	4,1	18
Noord-Brabant	1.530	1.430	1.450	1.630	12,4	10
Limburg	1.050	980	1.060	1.140	7,5	7
Gelderland	1.190	1.070	1.010	1.080	6,9	6
Utrecht	930	940	940	1.060	12,8	6
Overijssel	580	460	480	590	22,9	4
Zeeland	330	290	340	360	5,9	2
Friesland	440	410	400	360	-10,0	2
Groningen	390	430	410	310	-24,4	2
Drenthe	290	280	270	280	3,7	2
Flevoland	170	160	180	190	5,6	1
Nederland	15.750	15.880	16.380	16.820	2,7	100

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplaatsen.

** Door afronding kan de optelling afwijken.

3 Zie cijfers over het eerste kwartaal van 2016 op StatLine.

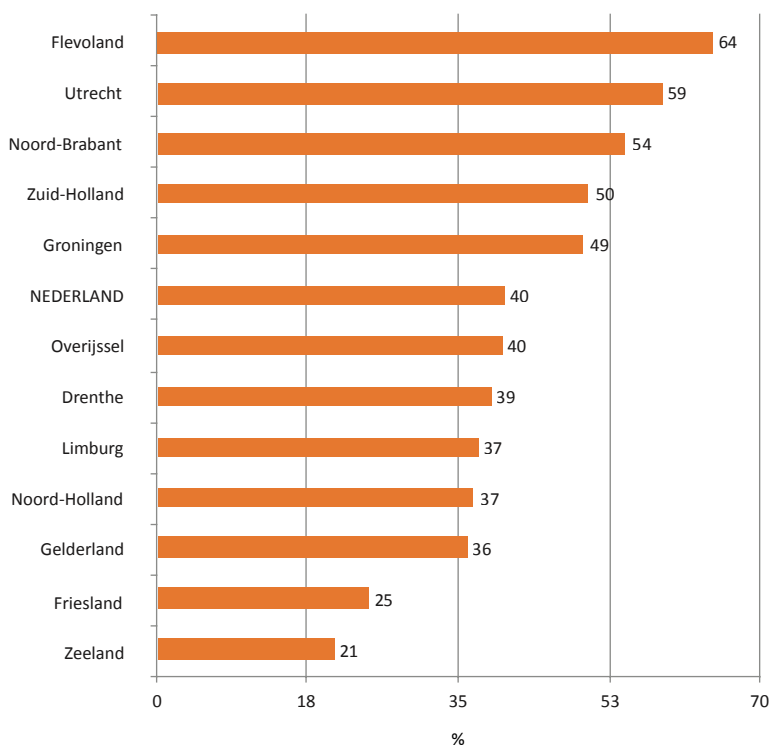
Meeste zakelijke overnachtingen in Noord-Holland

In 2015 was Noord-Holland de provincie met veruit de meeste zakelijke overnachtingen: 6,8 miljoen (tabel 6.1). Daarmee was Noord-Holland goed voor 40 procent van het totale aantal zakelijke overnachtingen in Nederlandse hotels. Dit is iets minder dan in 2014. De Amsterdamse hotels droegen het meest bij aan deze koppositie van Noord-Holland in 2015: 27 procent van alle zakelijke overnachtingen in heel Nederland. De provincies Zuid-Holland en Noord-Brabant komen respectievelijk op de tweede en derde positie. De minste zakelijke overnachtingen vinden plaats in de provincies Flevoland en Drenthe.

De provincies laten een geschakeerd beeld zien wat betreft de ontwikkeling van het aantal zakelijke hotelovernachtingen tussen 2014 en 2015. In Noord-Brabant, Utrecht en Overijssel nam het aantal in 2015 relatief gezien fors toe; in Friesland, Zeeland en in mindere mate Noord-Holland daalde het juist. Op de lange termijn laten vooral Friesland en Gelderland en in mindere mate Zeeland een daling zien.

Figuur 6.1

Aandeel zakelijke overnachtingen in het totale aantal hotelovernachtingen per provincie, 2015*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken.

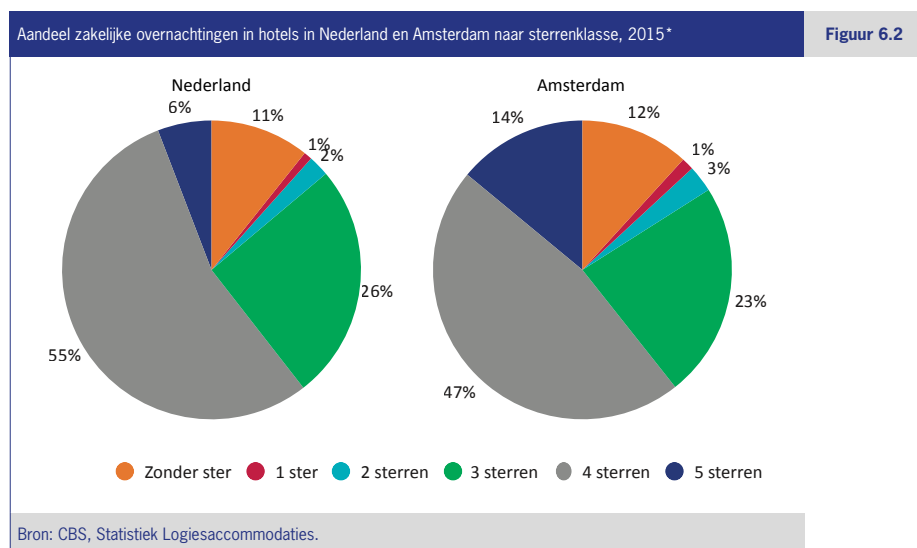
Marktaandeel van zakelijke overnachtingen het grootst in Flevoland

Naast absolute aantallen en ontwikkelingen van zakelijke overnachtingen, biedt ook het marktaandeel van het zakelijke toerisme een interessante invalshoek. Het gaat dan om het aandeel van zakelijke hotelovernachtingen in het totale aantal hotelovernachtingen. Of anders gezegd, hoe ligt de verhouding tussen de zakelijke en vrijetijdsmarkt?

Zakelijke overnachtingen maken een substantieel deel uit van het totale aantal overnachtingen in Nederlandse hotels: 40 procent in 2015. Dat is wel iets kleiner dan het aandeel in 2012: 43 procent. Dat heeft te maken met de snellere groei van de vrijetijdsmarkt in die periode. Flevoland was in 2015 weliswaar de provincie met het kleinste aantal zakelijke overnachtingen, maar het aandeel van zakelijke overnachtingen was in die provincie juist het grootst: 65 procent (figuur 6.1). In Noord-Holland vonden de meeste zakelijke overnachtingen plaats, maar het zakelijke toerisme had daar 'slechts' een marktaandeel van 37 procent. Dit komt voornamelijk doordat Amsterdam ook erg in trek is bij de vrijetijdstoeristen.

Zakelijke reizigers vooral in drie- en viersterrenhotels

In 2015 vond 81 procent van de zakelijke overnachtingen in Nederland plaats in een drie- of viersterrenhotel (figuur 6.2). Dit was in 2014 ook zo.⁴ Amsterdam, met 27 procent van de totale zakelijke markt, liet hetzelfde patroon zien als de rest van Nederland, al was het percentage zakelijke overnachtingen in vijfsterrenhotels in Amsterdam aanzienlijk hoger dan in heel Nederland.



* Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleatsen.

4 Zie Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015.

Dit ging ten koste van het marktaandeel van de viersterrenhotels. Het grote aandeel van drie- en viersterrenhotels voor zakelijke overnachtingen past in het beeld dat zakelijke toeristen gemiddeld meer te besteden hebben dan niet-zakelijke toeristen. Van alle niet-zakelijke hotelovernachtingen in 2015 in Nederland vond 73 procent plaats in drie- of viersterrenhotels: 30 procent in driesterrenhotels en 43 procent in viersterrenhotels. Bij het zakelijk toerisme is de verhouding 26 procent driesterren- en 55 procent viersterrenhotels; samen goed voor 81 procent. In Amsterdam is het marktaandeel van de niet-zakelijke hotelmarkt van drie- en viersterrenhotels 'slechts' 59 procent: 29 procent voor de driesterrenhotels en 30 procent voor de viersterrenhotels. In Amsterdam is de verhouding bij het zakelijk toerisme 23 procent driesterren- en 47 procent viersterrenhotels; samen goed voor 70 procent.

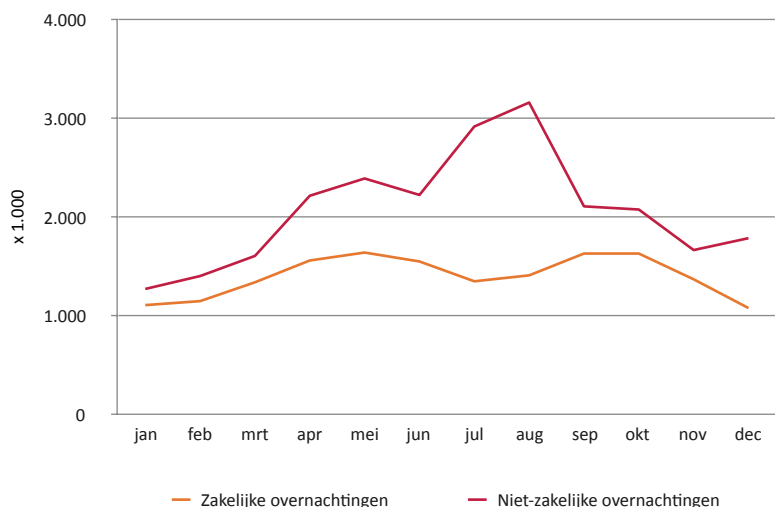
In de periode 2012 – 2015 zijn de marktaandelen van de verschillende sterrenhotels van de zakelijke markt nauwelijks gewijzigd. In Amsterdam is wel een duidelijke groei van het marktaandeel van viersterrenhotels waar te nemen: van 42 procent in 2012 naar 47 procent in 2015. Dit ging ten koste van de vijfsterren hotels en de hotels zonder sterren.

Zakenreizen pieken aan de randen van de zomer

De meeste zakelijke overnachtingen vinden plaats aan de randen van de zomer: in de twee maanden vóór en de twee maanden na de zomervakantie (figuur 6.3). In grote lijnen is dit seizoenspatroon van zakelijke overnachtingen ook te zien in de vier grootste steden: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, en Utrecht. Er zijn wel duidelijke

Figuur 6.3

Zakelijke en niet-zakelijke overnachtingen, 2015*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleaatsen

verschillen per stad in termen van de aantallen zakelijke overnachtingen. Amsterdam steekt met kop en schouders boven de andere steden uit.

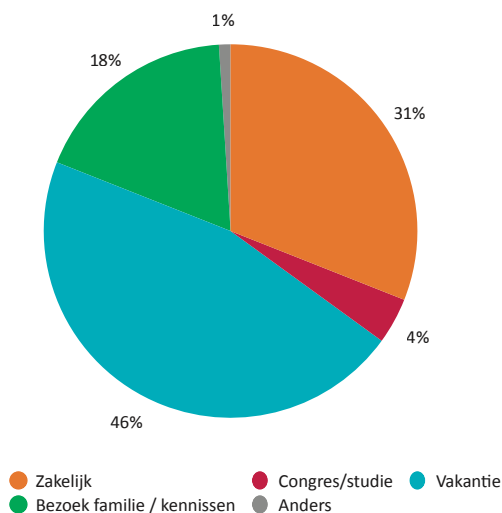
Uit figuur 6.3 blijkt ook dat in juli en augustus minder zakelijke hotelovernachtingen plaatsvinden dan in de omliggende maanden. Dezelfde figuur laat zien dat de niet-zakelijke overnachtingen in juli en augustus ruime compensatie bieden voor het verminderde aantal zakelijke overnachtingen. Wat betreft niet-zakelijke overnachtingen zijn juli en augustus de topmaanden voor hotels.

Schiphol: 35 procent reist met zakelijk motief

Zakelijke toeristen die niet in Nederland overnachten, tellen niet mee in het CBS-onderzoek Logiesaccommodaties. Dit zijn bijvoorbeeld zakelijke reizigers die per vliegtuig arriveren en dezelfde dag weer vertrekken uit Nederland. Deze reizigers zijn niet onbelangrijk omdat zij weliswaar niet overnachten in Nederland maar wel geld besteden aan bijvoorbeeld een huurauto, treinreis of een diner. Luchthaven Schiphol rapporteert in dit kader het aandeel reizigers met een zakelijk motief (inclusief congres en studie) als percentage van alle arriverende en vertrekkende passagiers.⁵ In 2015 bedroeg het aandeel reizigers met een zakelijk motief 35 procent (figuur 6.4).⁶

Motieven van arriverende en vertrekkende passagiers op Schiphol, 2015

Figuur 6.4



Bron: Schiphol Group.

5 In 2015 ging het om 58 miljoen aankomende en vertrekkende passagiers.

6 Zie de cijfers van de Schiphol Group: <http://www.schiphol.nl/SchipholGroup1/Onderneming/Statistieken/FeitenEnCijfers.htm>

6.3 Zakenreizen van Nederlanders

Deze paragraaf beschrijft cijfers over de zakenreizen die Nederlanders ondernemen. Om hoeveel zakenreizen gaat het in totaal, en hoeveel besteedt een gemiddelde zakenreiziger? Ook verschillen tussen bedrijfstakken komen in deze paragraaf aan bod.

Het ContinuZakenreisOnderzoek (CZO)

NBTC-NIPO Research onderzoekt driejaarlijks het zakenreisgedrag van de Nederlandse beroepsbevolking in het ContinuZakenreisOnderzoek (CZO). Het onderzoek richt zich op meerdaagse binnenlandse zakenreizen, en één- of meerdaagse zakenreizen naar het buitenland. Het CZO brengt een groot aantal aspecten van zakenreizen in kaart, zoals de duur, de bestemming, het vervoer en verblijf, het type reis, het boekingsgedrag en de bestedingen van zakenreizigers. De resultaten in deze paragraaf hebben betrekking op het laatst uitgevoerde CZO onderzoek in 2013. Deze cijfers kunnen niet worden vergeleken met de cijfers van de SLA in paragraaf 6.2. De nieuwe CZO meting is in januari 2016 gestart.

8,5 miljoen zakenreizen in 2013

In 2013 hebben Nederlanders die deel uitmaken van de beroepsbevolking gezamenlijk bijna 8,5 miljoen zakenreizen ondernomen. Daarvan had 55 procent van de zakenreizen een bestemming in het buitenland en 45 procent een bestemming in eigen land. Ten opzichte van 2011 daalde het totale aantal zakenreizen met bijna 12 procent.

Minder zakenreizen naar het buitenland

In 2013 hebben Nederlanders in totaal 4,7 miljoen zakenreizen naar het buitenland ondernomen (tabel 6.2). Dit was circa 9 procent minder dan in 2011. Het aantal zakelijke overnachtingen in het buitenland kwam uit op ongeveer 14,8 miljoen. De meeste buitenlandse zakenreizen duren langer dan één dag, waarbij de zakenreiziger dus minimaal één nacht op de bestemming verblijft. Slechts 15 procent van alle ondernomen buitenlandse zakenreizen betreft een eendaagse zakenreis, zonder overnachting. Een meerdaagse zakenreis telde gemiddeld bijna 4 overnachtingen. Dit was zowel in 2013 als in 2011 het geval. De belangrijkste bestemmingslanden zijn onze buurlanden.

Vooral naar het buitenland om vergaderingen bij te wonen

Nederlanders gaan het meest op zakenreis naar het buitenland om een vergadering bij te wonen. Ongeveer één op de vijf buitenlandse zakenreizen heeft dit motief. De eerder genoemde daling van het aantal buitenlandse zakenreizen komt vooral doordat Nederlanders minder vaak op zakenreis gingen naar een congres, beurs, seminar of opleiding/training. In paragraaf 6.1 kwam het begrip MICE al aan bod:

meetings, incentives, conventions and exhibitions: bijeenkomsten van grotere groepen zakelijke reizigers. Ruim één op de vijf buitenlandse zakenreizen heeft een MICE-motief.

Kerncijfers zakenreizen van Nederlanders naar het buitenland, 2013

Tabel 6.2

Aantal reizen	4,7 miljoen
Aantal overnachtingen	14,8 miljoen
Economische waarde	Circa 3,6 miljard euro

Bron: NBTC-NIPO Research, CZO.

Zakenreizigers besteden 3,6 miljard euro in het buitenland

Nederlanders die in 2013 voor zaken naar het buitenland reisden, gaven in totaal ongeveer 3,6 miljard euro uit aan deze trips (tabel 6.2). Gemiddeld komt dat uit op een bedrag van circa 780 euro per persoon per buitenlandse zakenreis. Het grootste deel van deze bestedingen gaat naar vervoerskosten, gevolgd door verblijfskosten. Zakenreizigers met een MICE-motief besteden gemiddeld meer dan zakenreizigers met een individueel zakelijk motief: 1.005 euro tegen 710 euro per persoon per zakenreis.

Aantal zakenreizen in eigen land ook afgenomen

In 2013 gingen Nederlanders in totaal circa 3,8 miljoen keer op zakenreis in eigen land (tabel 6.3). Dit aantal komt 17 procent lager uit dan in 2011. De daling is vooral veroorzaakt doordat het aantal reizen voor een opleiding of training sterk is afgenomen. Het gaat hier uitsluitend om binnenlandse zakenreizen die ten minste één overnachting omvatten. Eendaagse binnenlandse zakenreizen zijn in het CZO niet meegeteld.

Meerdaagse binnenlandse zakenreizen duren gemiddeld korter dan meerdaagse zakenreizen naar het buitenland. De meeste meerdaagse zakenreizen in eigen land omvatten maar één overnachting: 60 procent in 2013. Een meerdaagse binnenlandse zakenreis telde gemiddeld 1,6 overnachtingen. In totaal boekten de binnenlandse zakenreizigers in 2013 ongeveer 6,1 miljoen overnachtingen.

Opleiding en training belangrijkste motief voor binnenlandse zakenreizen

Ondanks de daling is een opleiding of training nog steeds de belangrijkste reden om een binnenlandse zakenreis te ondernemen. In 2013 gold dit motief voor ruim een kwart van de meerdaagse zakenreizen in eigen land. Daarnaast is ongeveer één op de vijf zakenreizen ondernomen om een vergadering bij te wonen.

Binnenlandse zakenreizen goed voor 1,3 miljard euro

In 2013 gaven Nederlanders in totaal ongeveer 1,3 miljard euro uit aan meerdaagse zakenreizen in eigen land (tabel 6.3). Dat komt neer op ongeveer 350 euro per persoon per binnenlandse zakenreis. Een gemiddelde zakenreis naar het buitenland

kostte ruim het dubbele (780 euro). Het grootste deel van de bestedingen aan binnenlandse zakenreizen gaat naar het verblijf, gevolgd door vervoerskosten en congresfee-kosten (bijvoorbeeld kosten om deel te nemen aan een congres).

Tabel 6.3 Kerncijfers binnenlandse zakenreizen van Nederlanders, 2013

Aantal reizen	3,8 miljoen
Aantal overnachtingen	6,1 miljoen
Economische waarde	Circa 1,3 miljard euro

Bron: NBTC-NIPO Research, CZO.

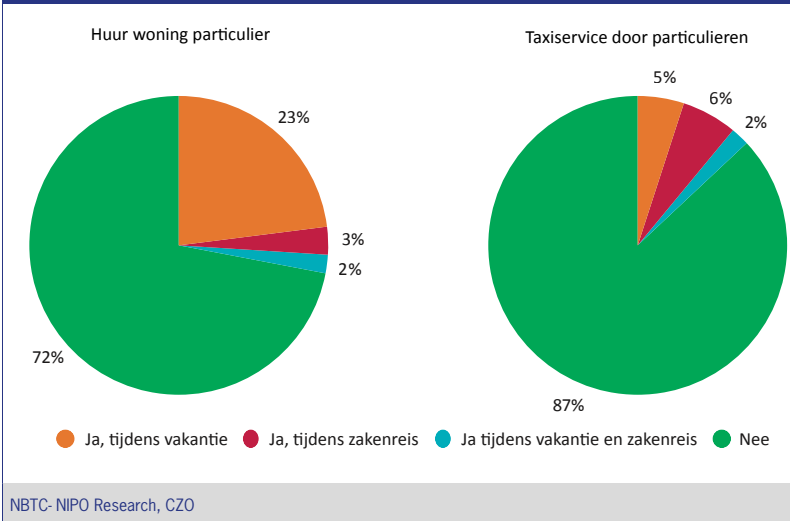
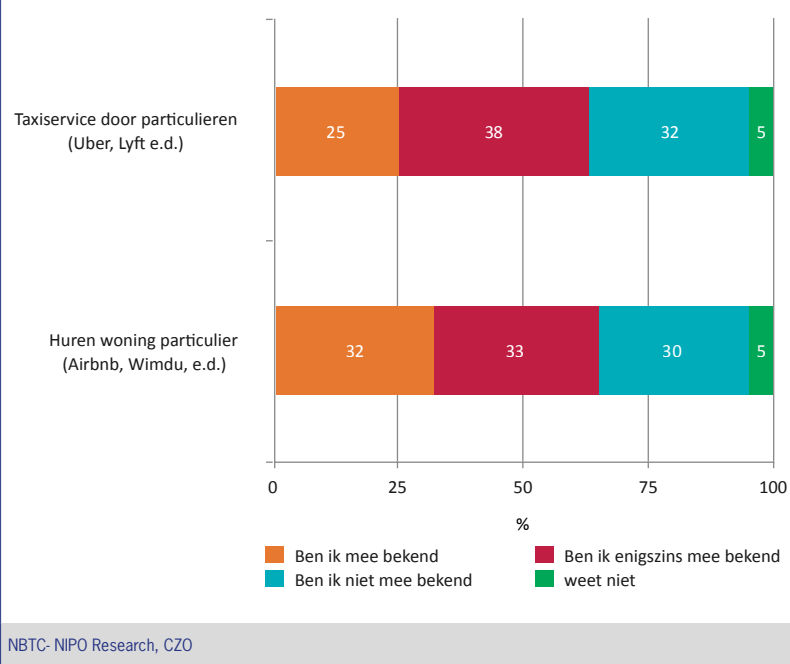
In het laatste deel van deze paragraaf wordt ingegaan op een eerste resultaat van het CZO van 2016. Jaarcijfers zijn pas in 2017 beschikbaar.

Gebruik en bekendheid van “sharing economy” platforms onder Nederlandse zakenreizigers

Het gebruik van sharing economy platforms neemt binnen de vakantiemarkt steeds verder toe. Op deze manier delen (sharen) consumenten producten en/of diensten van of met elkaar. Airbnb is een bekend platform voor het huren van een woning van een particulier. Steeds meer vakantiegangers boeken al hun accommodatie op deze manier. Een ander voorbeeld zijn de taxiservice platforms Uber en Lyft. Interessant is welke positie zij innemen op de zakelijke reismarkt. Zijn zakenreizigers er bekend mee, maken ze er al gebruik van ten behoeve van zakenreizen en wat zijn hun intenties richting de toekomst?

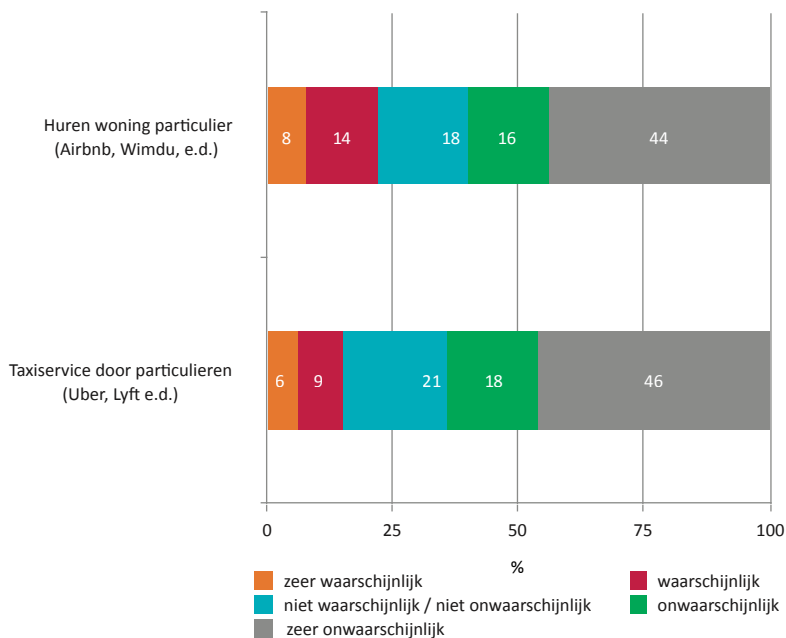
In het CZO onderzoek 2016 wordt elk kwartaal een aanvullend thema meegenomen. In het eerste kwartaal van 2016 is er aandacht besteed aan de bekendheid en het gebruik van ‘sharing economy platforms’ onder Nederlandse zakenreizigers. Hieruit blijkt dat circa twee op de drie Nederlandse zakenreizigers (enigzins) bekend is met het huren van een woning van een particulier (bijv. Airbnb, Wimdu). Ook de taxiservice door particulieren (bijv. Uber, Lyft) is bij ruim twee op de vijf zakenreizigers bekend. Frequent reizende zakenreizigers, zakenreizigers werkzaam in de zakelijke dienstverlening en 25-34 jarigen zijn het meest bekend met deze sharing economy platforms (figuur 6.5).

Vooralsnog is het gebruik van sharing economy platforms tijdens een zakenreis vrij bescheiden (figuur 6.6). Circa 5 procent van de zakenreizigers heeft gebruikgemaakt van het huren van een woning van particulier tijdens een zakenreis. De zakenreizigers hebben hier tijdens vakantie wel meer ervaring mee (25 procent). Tijdens een zakenreis heeft circa 8 procent wel eens gebruikgemaakt van een taxiservice door een particulier.



Ondanks het beperkte gebruik van deze sharing economy platforms tijdens zakenreizen is er wel groeipotentie zichtbaar, vooral bij het huren van een woning van een particulier (figuur 6.7). Circa een op de vijf zakenreizigers acht de kans (zeer) waarschijnlijk dat hier in de toekomst gebruik van wordt gemaakt tijdens een zakenreis. Bij taxiservice door particulieren ligt dit percentage op 15 procent. Het merendeel van de zakenreizigers denkt ook in de toekomst geen gebruik te maken van sharing economy platforms.

Figuur 6.7 Intentie tot gebruik sharing economy platforms, eerste kwartaal 2016



NBTC- NIPO Research, CZO

6.4 Inkomend zakelijk toerisme

Deze paragraaf beschrijft cijfers over buitenlandse zakenreizigers die Nederland bezoeken: het inkomende zakelijke toerisme. Aan bod komt hoeveel reizigers het betreft en wat hun motieven zijn. Verder gaat de paragraaf onder andere in op het land van herkomst en de bestedingen van buitenlandse zakenreizigers in Nederland. De cijfers in deze paragraaf zijn gebaseerd op de Statistiek Logiesaccommodaties 2015 van CBS in combinatie met de resultaten afkomstig uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) 2014.⁷

⁷ Meer over dit onderzoek staat in hoofdstuk 5 van deze publicatie.

3,8 miljoen zakelijke bezoekers

In 2015 hebben ruim 3,8 miljoen buitenlandse zakenreizigers ons land bezocht voor ten minste één nacht. In totaal kwamen circa 15 miljoen buitenlandse bezoekers voor één of meer nachten naar Nederland. Het aandeel zakenreizigers bedroeg dus ruim een kwart in 2015.

Het belangrijkste motief om Nederland te bezoeken, verschilt sterk per herkomstland. Uit onze buurlanden België en Duitsland komen relatief veel toeristen naar Nederland om vakantie te vieren: in beide gevallen 86 procent. Het aandeel zakelijke bezoekers is voor deze landen vrij klein, ongeveer 10 procent. Vanuit Italië, het Verenigd Koninkrijk, China en Japan komen juist relatief veel zakenreizigers naar Nederland.

Buitenlandse meerdaagse zakenreizigers in Nederland naar land van herkomst, 2015		Tabel 6.4
	Aantal	Aandeel
	x 1.000*	%
Verenigd Koninkrijk	705	18
Duitsland	405	11
Italië	245	6
België	200	5
Scandinavië**	170	4
Frankrijk	165	4
Spanje	135	4
Rusland	55	1
Overig Europa	625	16
USA	390	10
Brazilië	35	1
Canada	35	1
China (incl. Hong-Kong)	180	5
Japan	65	2
Overig intercontinentaal	430	11
Totaal	3.835	100

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, bewerking NBTC Holland Marketing

*Afgerond op 5000-tallen.

**Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden.

Veel zakenreizigers uit Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten en Duitsland

Uitgedrukt in absolute aantallen kwamen de meeste zakenreizigers in 2015 uit het Verenigd Koninkrijk: 705 duizend (tabel 6.4). Daarmee kwam 18 procent van de buitenlandse meerdaagse zakenreizigers uit het Verenigd Koninkrijk. Duitsland volgt op plaats twee met 405 duizend zakenreizigers (10 procent). Duitsland heeft weliswaar een klein aandeel zakelijke bezoekers maar wat betreft het absolute aantal zakenreizigers in Nederland neemt Duitsland toch een tweede positie in.

Er komen dus niet alleen veel Duitsers naar Nederland voor vakantie, maar ook voor zaken. De Verenigde Staten nemen met 390 duizend zakenreizigers de derde positie in.

Een kwart komt voor georganiseerd bezoek (MICE)

Van de 3,8 miljoen buitenlandse zakelijke bezoekers in 2015, kwam ruim een kwart voor een georganiseerd zakelijk bezoek (MICE) naar Nederland. Het betrof ruim 1 miljoen buitenlandse MICE-bezoekers.⁸ De overige drie kwart reisde naar Nederland voor een individueel zakelijk bezoek.

Binnen het zakelijke MICE-segment kwamen de meeste bezoekers naar Nederland om een (corporate) meeting bij te wonen. Het betrof 15 procent van alle zakelijke bezoekers. Daarnaast brengen relatief veel buitenlandse zakenreizigers een bezoek aan Nederland om een congres bij te wonen: 8 procent.

Eén op de vijf combineert zakenreis met niet-zakelijk verblijf

Bij hun bezoek aan Nederland blijven buitenlandse zakenreizigers vaak niet langer dan noodzakelijk in ons land. Vier op de vijf zakelijke bezoekers verbinden geen vrijetijdsverblijf aan hun zakenreis naar Nederland. Van de reizigers die het zakelijke verblijf wel combineren met een vrijetijdsbezoek, blijft 67 procent nog enige tijd na afloop van het zakelijke deel. Een niet-zakelijk verblijf voorafgaand aan het zakelijke gedeelte komt minder vaak voor: 42 procent. Ongeveer 8 procent van de reizigers die een zakelijk verblijf combineren met een niet-zakelijk deel, verblijft zowel voor als na het zakelijke bezoek langer in Nederland.

Buitenlandse zakenreizigers besteden 3,9 miljard euro

De ruim 3,8 miljoen buitenlandse zakenreizigers die Nederland in 2015 bezochten, hebben in totaal ongeveer 3,9 miljard euro besteed aan hun bezoek. Gemiddeld betekent dit dus ongeveer 1.035 euro per buitenlandse zakenreiziger (tabel 6.5). Zakelijke bezoekers uit het buitenland geven daarmee gemiddeld aanzienlijk meer uit aan reis en verblijf in Nederland dan andere buitenlandse toeristen. De toeristen die voor een vakantie naar Nederland kwamen, besteedden gemiddeld 600 euro per persoon per verblijf.

Tabel 6.5

Gemiddelde bestedingen van buitenlandse meerdaagse zakenreizigers aan reis en verblijf in Nederland, 2015*

	euro per persoon per zakenreis
Totaal zakelijk bezoek	1.035
Individueel zakelijk bezoek	1.000
Georganiseerd zakelijk bezoek	1.125

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014, bewerking NBTC Holland Marketing 2015

* Het betreft alle bestedingen van (zaken)reizigers voorafgaand en tijdens verblijfs in Nederland.

8 Paragraaf 6.1 bevat een beschrijving van het begrip 'MICE' (meetings, incentives, conventions and exhibitions).

6.5 Internationale positie van Nederland als congresbestemming

Deze afsluitende paragraaf van het hoofdstuk over zakelijk toerisme gaat in op de internationale positie die Nederland bekleedt als bestemming voor (grote) congressen. Twee gerenommeerde ranglijsten vormen daarbij het uitgangspunt. Het gaat om de ranglijst van de UIA (Union of International Associations) en die van de ICCA (International Congress and Convention Association). Beide ranglijsten komen jaarlijks uit en vergelijken landen met elkaar in termen van het aantal congressen die er hebben plaatsgevonden. De UIA en de ICCA hanteren verschillende criteria voor de congressen die zij meetellen in hun ranglijsten.

Top 15 van internationale non-corporate congresbestemmingen volgens UIA, 2012-2015*										Tabel 6.6
Positie				Land	Aantal congressen					
2015	2014	2013	2012		2012	2013	2014	2015		
1	2	2	4	Verenigde Staten	658	802	859	937		
2	5	3	3	Republiek Korea	662	703	699	933		
3	1	1	1	Singapore	1.055	1.132	927	844		
4	3	6	5	België	608	512	855	748		
5	4	4	2	Japan	776	631	700	690		
6	6	9	6	Frankrijk	563	428	597	648		
7	8	5	8	Spanje	480	550	538	528		
8	9	8	9	Duitsland	376	434	462	493		
9	7	7	7	Oostenrijk	509	438	583	419		
10	13	12	12	Italië	262	294	331	385		
11	10	13	17	Nederland	178	293	379	360		
12	11	10	11	Verenigd Koninkrijk	272	352	355	357		
13	15	32	26	Thailand	90	84	282	309		
14	16	14	13	Canada	232	217	236	286		
15	14	11	10	Australië	301	296	298	259		

Bron: Union of International Associations (UIA).

*De UIA telt congressen mee met ten minste 250 deelnemers, waarvan minimaal 40 procent uit het buitenland komt. Verder geldt als criterium dat personen van ten minste 5 verschillende nationaliteiten deelnemen aan het congres en dat het congres minimaal 2 dagen duurt. De UIA telt de gehele non-corporate congresmarkt mee: associatie- en gouvernementele congressen.

De UIA telt congressen mee met ten minste 250 deelnemers, waarvan minimaal 40 procent uit het buitenland komt. Verder geldt als criterium dat personen van ten minste 5 verschillende nationaliteiten moeten deelnemen aan het congres en dat het congres minimaal 2 dagen duurt. De UIA telt de gehele non-corporate congresmarkt

mee: associatie- en gouvernementele congressen.⁹ De ICCA richt zich alleen op de associatiecongressen. Verder hanteert de ICCA als criteria dat minimaal 50 personen deelnemen aan het congres, dat het congres op reguliere basis plaatsvindt, en dat het zich beweegt tussen ten minste 3 landen. Dit laatste betekent dat congressen die steeds op dezelfde locatie plaatsvinden niet meetellen.

Nederland plek gestegen op ICCA ranglijst, positie gedaald op UIA ranglijst

In 2014 stond Nederland in de top tien van congresbestemmingen op de internationale ranglijst van zowel de UIA als de ICCA. Op de UIA-ranglijst neemt Nederland in 2015 de elfde positie in (tabel 6.6); op de ICCA-ranglijst staat Nederland in 2015 samen met China op de achtste plaats (tabel 6.7). Nederland staat op de ICCA ranglijst hoger dan in 2014. Op de UIA ranglijst is Nederland één positie gedaald.

Tabel 6.7 Top 15 van internationale associatiecongresbestemmingen volgens ICCA, 2012-2015*

Positie		Land		Aantal congressen				
2015	2014	2013	2012		2012	2013	2014	2015
1	1	1	1	Verenigde Staten	833	829	831	925
2	2	2	2	Duitsland	649	722	659	667
3	4	5	4	Verenigd Koninkrijk	477	525	543	582
4	3	3	3	Spanje	550	562	578	572
5	5	4	5	Frankrijk	469	527	533	522
6	6	6	6	Italië	390	447	452	504
7	7	7	8	Japan	341	342	337	355
8	9	10	9	Nederland	315	302	307	333
8	8	8	10	China	311	340	332	333
10	12	11	12	Canada	273	290	265	308
11	10	9	7	Brazilië	360	315	291	292
12	15	13	17	Portugal	213	249	229	278
13	17	12	16	Zuid Korea	229	260	222	267
14	11	14	11	Oostenrijk	278	244	287	258
15	13	16	13	Australië	253	231	260	247

Bron: International Congress and Convention Association (ICCA).

*De ICCA hanteert als criteria dat minimaal 50 personen deelnemen aan het congres, dat het congres op reguliere basis plaatsvindt, en dat het zich beweegt tussen ten minste 3 landen.

⁹ Associatiecongressen zijn georganiseerd door een associatie (vereniging), bijvoorbeeld een congres van de associatie voor hartchirurgen. Gouvernementele congressen hebben een politiek karakter, zoals de Nuclear Security Summit die in 2014 in Nederland heeft plaatsgevonden.



7

Aanbod en gebruik van logiesaccommodaties

Dit hoofdstuk vormt de overgang van de vraag naar het aanbod van toerisme. Het hoofdstuk beschrijft hoeveel logiesaccommodaties Nederland heeft en hoeveel slaappleaatsen zij bieden (aanbod). Vervolgens komt het gebruik van de logiesaccommodaties aan bod, met cijfers over zowel de buitenlandse als Nederlandse gasten en zowel de recreatieve als zakelijke gasten (vraag). Welke toeristische regio's zijn populair onder Nederlanders, en welke onder buitenlanders? Ten slotte worden vraag en aanbod met elkaar geconfronteerd, resulterend in de zogenaamde bezettingsgraden van logiesaccommodaties.



Hoofdpunten

- In 2016 is het aantal logiesaccommodaties in Nederland groter dan in 2012. Het aantal kampeertreinen is daarentegen met 11,0 procent afgenomen.
- Noord-Holland heeft begin 2016 van alle provincies de meeste logiesaccommodaties en slaappleatsen en ook met ruime afstand de meeste gasten (11,6 miljoen) en de meeste overnachtingen (25,6 miljoen) in 2015.
- Een kwart van alle slaappleatsen in Nederlandse hotels bevindt zich in de gemeente Amsterdam. De Amsterdamse hotels trokken in 2015 6,8 miljoen gasten die samen 12,9 miljoen nachten bleven.
- In 2015 verbleven 37,3 miljoen gasten in Nederlandse logiesaccommodaties; een groei van 4,1 procent ten opzichte van 2014. Samen waren zij goed voor 103,5 miljoen overnachtingen; een toename van 3,8 procent.
- In 2015 verbleven 15,0 miljoen buitenlandse toeristen in totaal 37,3 miljoen nachten in Nederlandse logiesaccommodaties; een groei van respectievelijk 8,3 en 7,8 procent ten opzichte van 2014. Het aantal Nederlandse gasten (22,3 miljoen) en hun overnachtingen (66,2 miljoen) groeide met respectievelijk 1,7 en 1,4 procent.
- De gemiddelde verblijfsduur van een toerist in een logiesaccommodatie is in de periode 1998-2015 afgenomen van 3,2 naar 2,7 nachten. Deze daling voltrok zich overwegend in de periode 2003-2012 en werd vooral veroorzaakt door een afname van de verblijfsduur op kampeertreinen, huisjesterreinen en in groepsaccommodaties en niet of nauwelijks door die in hotels.
- Toeristen gebruikten in 2015 meer slaappleatsen in hotels dan in andere accommodatietypen: 41,6 miljoen overnachtingen. Op huisjesterreinen bedroeg dit aantal 36,9 miljoen.
- In de periode 2012-2015 is de bezettingsgraad van Nederlandse logiesaccommodaties toegenomen. Vooral Amsterdamse hotels kennen een hoge bezettingsgraad.



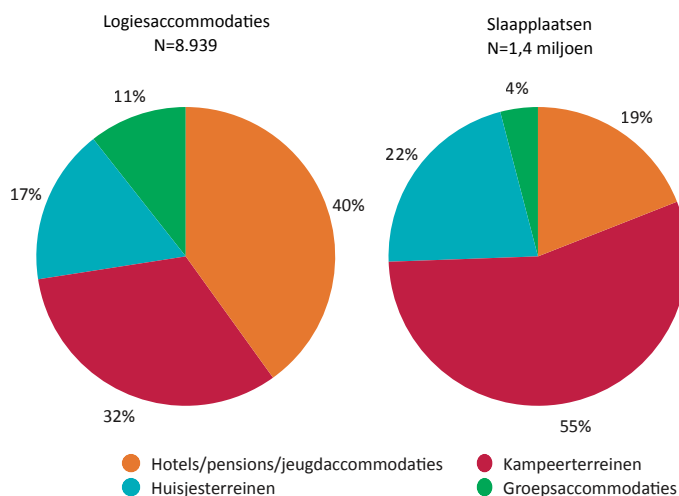
7.1 Aanbod van logiesaccommodaties in Nederland

Deze paragraaf beschrijft het aantal logiesaccommodaties in Nederland. Hand-in-hand met het aantal logiesaccommodaties wordt het aantal bijbehorende slaappleaatsen beschreven (de capaciteit). Hierbij worden vier typen logiesaccommodaties onderscheiden. Deze aspecten worden ook per provincie beschreven om regionale verschillen bloot te leggen. Ten slotte wordt apart ingegaan op de ontwikkelingen in Amsterdam omdat Amsterdam een dominante rol speelt op het terrein van logiesaccommodaties in Nederland.

Bijna 9 duizend logiesaccommodaties in Nederland

Begin 2016 telde Nederland 8.939 logiesaccommodaties.¹ Het totale aantal logiesaccommodaties in Nederland schommelt de laatste jaren zo rond de 9 duizend. Zo waren er in 2012 nog 8.919 accommodaties en 9.101 accommodaties in 2015. Het aantal logiesaccommodaties is begin 2016 met de genoemde 8.939 dus iets kleiner dan een jaar eerder.

Figuur 7.1 Aanbod logiesaccommodaties en slaappleaatsen naar type, 2016*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleaatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaappleaatsen.

¹ Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleaatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaappleaatsen.

Uitgedrukt in aantallen accommodaties zijn de hotels, pensions en jeugdaccommodaties met 40 procent en de kampeerterreinen met 32 procent van het totale aantal accommodaties in Nederland, de twee grootste categorieën. Daarna komen de huisjesterreinen (17 procent) en groepsaccommodaties (11 procent). Uitgedrukt in het aantal slaappleaatsen verandert deze verhouding drastisch. Meer dan de helft (55 procent) van het aantal slaappleaatsen bevindt zich op kampeerterreinen. Voor kampeerterreinen wordt gerekend met een aantal van vijf slaappleaatsen per standplaats. Daarna volgen de huisjesterreinen met 22 procent. De capaciteit aan slaappleaatsen op kampeer- en huisjesterreinen is gemiddeld genomen veel groter dan voor hotels en groepsaccommodaties. Dus, hoewel 40 procent van het totale aantal logiesaccommodaties hotels betreft, beschikken deze maar over 19 procent van de totale capaciteit aan slaappleaatsen.

Meer huisjesterreinen, minder campings

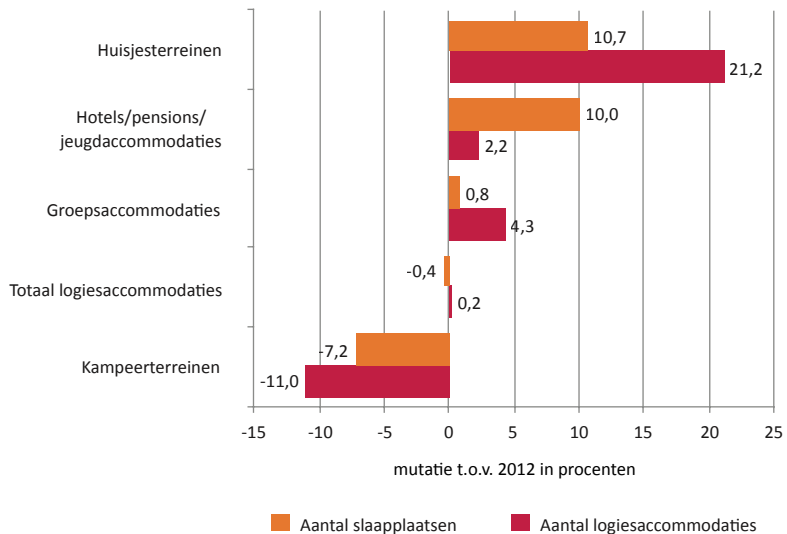
Sinds 2012 is de totale capaciteit aan slaappleaatsen in Nederland licht afgenomen en het aantal logiesaccommodaties licht toegenomen. Zoals geschetst hebben zich echter wel verschuivingen voorgedaan tussen de verschillende typen logiesaccommodaties (figuur 7.2). Zo is er sinds 2012 vooral een toename van het aantal accommodaties opgetreden bij huisjesterreinen. Begin 2016 kende Nederland 263 huisjesterreinen meer dan in 2012; een groei van 21 procent. Het bijbehorende aantal slaappleaatsen op huisjesterreinen is met bijna 11 procent toegenomen. De laatste jaren verhuren kampeerterreinen steeds vaker ook stacaravans en chalets. Daardoor tellen zij in de cijfers niet alleen mee als kampeerterein, maar ook als huisjesterrein. Deze ontwikkeling verklaart een deel van de groei bij huisjesterreinen. Deze groei van het aantal huisjes kan in de praktijk gepaard gaan met een afname van het aantal standplaatsen op een kampeerterein. Dus er is niet altijd per se sprake van een uitbreiding van het aantal slaappleaatsen maar soms ook van een transformatie: huisjes in plaats van kampeerplekken.

“In 2016 telt Nederland 11 procent minder kampeerterreinen dan in 2012.”

Het aantal hotels nam met 77 toe, een stijging van ruim 2 procent. Het bijbehorende aantal slaappleaatsen steeg met 10 procent. Het gemiddelde hotel in 2016 is dus groter dan het gemiddelde hotel van 2012. Ook het aantal groepsaccommodaties groeide, met 4 procent. Het aantal slaappleaatsen groeide met bijna 1 procent. Er is maar een type logiesaccommodatie waarvan het aantal en de slaappleaatsen de laatste jaren afnam: de kampeerterreinen. Het aantal kampeerterreinen in Nederland is in 2016 11 procent lager dan in 2012; het aantal slaappleaatsen nam met 7 procent af.

Figuur 7.2

Aanbod logiesaccommodaties en slaapplekken naar type, ontwikkeling 2012-2016*



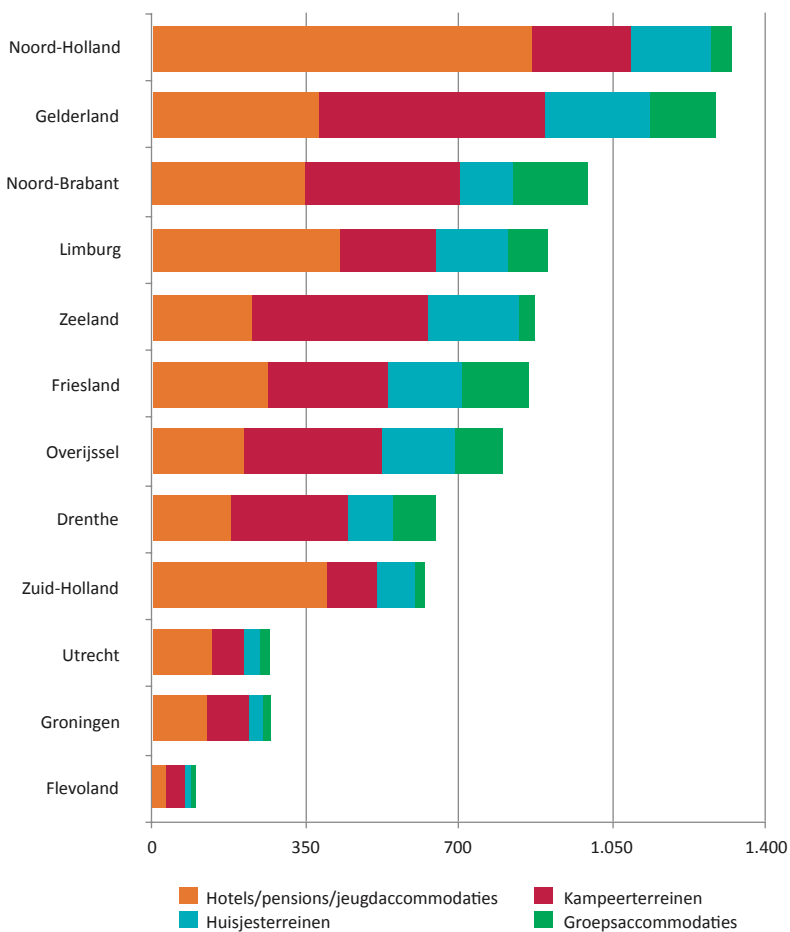
Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Noord-Holland heeft de meeste accommodaties

Van alle Nederlandse provincies heeft Noord-Holland begin 2016 de meeste logiesaccommodaties: 1.325. Dit komt vooral door het grote aantal hotels in Noord-Holland (figuur 7.3). Van de Noord-Hollandse hotels staat overigens ruim de helft in de gemeente Amsterdam. Ook in de provincies Zuid-Holland en Utrecht bestaat meer dan de helft van het aantal accommodaties uit hotels.

Gelderland komt wat betreft het aantal accommodaties op de tweede plaats (1.286 in 2016). Gelderland is een qua oppervlakte grotere en ook minder dichtbevolkte provincie dan de hiervoor genoemde meer Randstedelijke provincies. In de provincie Gelderland zijn de kampeertreinen het dominante type logiesaccommodatie. De provincies Groningen, Utrecht en Flevoland hebben aanmerkelijk minder logiesaccommodaties dan andere Nederlandse provincies. Friesland herbergt met 18 procent relatief het grootste aantal groepsaccommodaties. Voor een belangrijk deel zitten deze op de Waddeneilanden. Met uitzondering van Texel behoren deze tot de provincie Friesland.



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

De statistiek Logiesaccommodaties

Sinds het midden van de jaren 80 uit de vorige eeuw onderzoekt CBS structureel hoeveel gasten in Nederlandse logiesaccommodaties verblijven. Jaarlijks trekt CBS hiertoe een steekproef van ongeveer 3.000 logiesaccommodaties. Deze accommodaties ontvangen vervolgens een jaar lang elke maand een uitnodiging om een online of papieren vragenlijst in te vullen. Dit aantal komt overeen met circa een derde van het totale aantal accommodaties in Nederland. Uitgedrukt in het aantal slaapplekken heeft de steekproef een dekking van ongeveer twee derde. Dit komt doordat accommodaties met veel slaapplekken vrijwel allemaal in de steekproef vertegenwoordigd zijn. Specifiek voor de gemeente Amsterdam omvat de steekproef zelfs 80 procent van het aantal slaapplekken, vanwege het belang van de hoofdstad voor het toerisme in Nederland.

Op de vragenlijst komen onderwerpen aan bod als het aantal gasten van de accommodatie in de betreffende maand, het land waar de gasten wonen, en het aantal nachten dat zij er verbleven. Daarnaast is er een afzonderlijke inventarisatie van het aantal logiesaccommodaties in Nederland, met een onderscheid naar de volgende vier typen accommodaties: hotels/pensions/jugdaccommodaties, kampeertreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties. Met deze informatie stelt CBS de cijfers samen die onder andere in dit hoofdstuk aan bod komen.

Om de kleinste accommodaties niet te belasten met deze vragenlijst, hanteert het onderzoek bepaalde ondergrenzen. Hotels, pensions en jeugdaccommodaties doen alleen mee als zij ten minste vijf slaapplekken hebben. Voor kampeertreinen geldt een ondergrens van vier standplaatsen. Gasten die verblijven op vaste standplaatsen tellen hierbij niet mee. Het gaat dan bijvoorbeeld om gasten in een stacaravan die langer dan twee maanden blijft staan. Bij huisjesterreinen en groepsaccommodaties is de ondergrens bepaald op tien slaapplekken. De uitkomsten van dit onderzoek gaan dus alleen over de accommodaties, die aan deze voorwaarden voldoen. Andere voorbeelden van onderwerpen die in het onderzoek niet meetellen zijn tweede woningen, dagtochten, cruisevaart, onderverhuur, en het verblijf van asielzoekers en seizoenarbeiders.

Met ingang van 2012 heeft CBS dit onderzoek iets anders opgezet. Nieuwe definities, gegevensbronnen en analysemethoden vormen de belangrijkste aanpassingen. Cijfers over eerdere jaren zijn daardoor met name qua niveau (absolute aantallen) niet goed vergelijkbaar met cijfers vanaf 2012. Om die reden beperken de historische vergelijkingen in dit hoofdstuk zich grotendeels tot de periode 2012-2016.

Afname aantal accommodaties in vier provincies

De ontwikkeling van het aantal accommodaties in Nederland tussen 2012 en 2016 varieerde van een toename met 5,5 procent in de provincie Utrecht tot een afname van bijna 11 procent in de provincie Groningen. In vier van de twaalf provincies was sprake van een afname van het aantal logiesaccommodaties. Naast Groningen was er ook sprake van een afname in de provincies Drenthe (-5,5 procent), Zuid-Holland (-3,9 procent) en Friesland (-0,8 procent). Het beeld dat het aantal kampeerterrinen afneemt en er meer huisjesterreinen verschijnen, gaat op voor alle provincies. Voor de kampeerterrinen liep de afname uiteen van -19 procent in Flevoland tot -5 procent in Limburg. De toename van het aantal huisjesterreinen varieerde van +41 procent in Friesland tot +6 procent in Zuid-Holland.

Nader verklaard: meer accommodaties en toch minder slaappleaatsen

Hoewel Nederland in 2016 iets meer logiesaccommodaties kende dan in 2012, is het aantal slaappleaatsen licht gedaald. De belangrijkste verklaring hiervoor is een verschuiving tussen de verschillende typen logiesaccommodaties; deze heeft immers gevolgen voor het aantal slaappleaatsen. Normaal gesproken heeft een hotel minder slaappleaatsen dan een kampeertrein. Per standplaats op een kampeertrein worden namelijk vijf slaappleaatsen geteld. Dus als er een kampeertrein verdwijnt en er een hotel bijkomt zal dit gepaard gaan met een afname van het aantal slaappleaatsen, terwijl het aantal logiesaccommodaties gelijk blijft. Daarnaast kan een bestaande logiesaccommodatie overigens ook gewoon uitbreiden of inkrimpen.

In 2016 was het gemiddelde aantal slaappleaatsen per type logiesaccommodatie als volgt: hotels 73; kampeerterrinen 261; huisjesterreinen 196 en groepsaccommodaties 59. Een gemiddeld hotel en een gemiddeld kampeertrein is hiermee groter dan in 2012. Het gemiddelde aantal slaappleaatsen van een huisjesterrein en groepsaccommodatie is in 2016 daarentegen lager dan in 2012.

Noord-Holland heeft de meeste slaappleaatsen

In 2016 was Noord-Holland de provincie met de meeste slaappleaatsen in logiesaccommodaties: bijna 208 duizend. Dit waren er in 2012 nog 189 duizend. In 2012 was Gelderland met bijna 200 duizend slaappleaatsen nog de provincie met het grootste aantal slaappleaatsen. In 2016 is dit echter afgenomen tot 197 duizend. Dit komt volledig voor rekening van een afname van het aantal slaappleaatsen op kampeerterrinen; een trend die in alle andere provincies ook zichtbaar is. Het aantal slaappleaatsen in Noord-Holland bestaat voor bijna de helft uit slaappleaatsen in hotels en is dus minder gevoelig voor het verlies aan populariteit van kampeerterrinen.

Tabel 7.1 Aanbod slaappleatsen in Nederland per provincie naar type accommodatie, 2016*

		Totaal	In hotels/ pensions/ jeugdaccommodaties	Op kampeerterrijnen	Op huisjes- terreinen	In groepsaccommodaties
		x 1.000				
Nederland	2012	1.375	237	817	266	55
	2016	1.369	261	758	294	56
Groningen	2012	33	5	23	4	1
	2016	29	6	19	4	1
Friesland	2012	109	13	72	15	9
	2016	102	12	62	18	9
Drenthe	2012	124	6	83	31	5
	2016	110	6	70	28	5
Overijssel	2012	118	10	80	22	6
	2016	117	11	77	23	6
Flevoland	2012	31	2	20	8	1
	2016	31	2	18	10	2
Gelderland	2012	199	21	135	36	8
	2016	197	21	128	40	8
Utrecht	2012	38	11	20	3	2
	2016	38	12	20	4	2
Noord-Holland	2012	189	81	79	27	3
	2016	208	99	76	31	3
Zuid-Holland	2012	99	36	41	21	2
	2016	97	39	35	22	1
Zeeland	2012	144	10	104	28	2
	2016	150	10	99	38	2
Noord-Brabant	2012	154	21	90	30	12
	2016	157	22	89	34	12
Limburg	2012	136	21	70	41	5
	2016	133	21	66	42	5

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleatsen; kampeerterrijnen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaappleatsen.

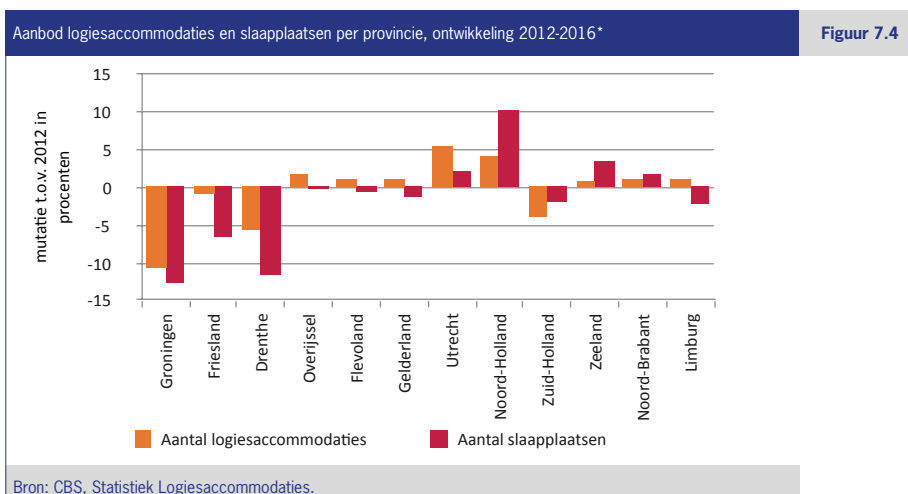
De groei van het aantal slaappleatsen in Noord-Holland heeft vooral plaatsgevonden in hotels. Begin 2016 hadden de Noord-Hollandse hotels samen bijna 18 duizend slaappleatsen meer dan in 2012. Het leeuwendeel van deze groei vond plaats in Amsterdam. Die gemeente had begin 2016 ruim 15 duizend slaappleatsen in hotels meer dan in 2012; dat was goed voor 84 procent van de totale groei van het aantal slaappleatsen in hotels in geheel Noord-Holland.

In alle provincies minder kampeerplekken

Het beeld in de verschillende provincies wisselt vrij sterk. Vooral Drenthe zag het aantal slaapplekken fors dalen ten opzichte van 2012 (-14 duizend). Maar ook in Friesland, Groningen en Limburg nam het aantal slaapplekken de afgelopen jaren met enkele duizenden af. Die daling werd grotendeels veroorzaakt door een afname van het aantal slaapplekken op kampeerterreinen. In deze provincies werd de daling niet gecompenseerd door een toename van het aantal slaapplekken in andere typen logiesaccommodaties.

Ook in andere provincies nam het aantal slaapplekken op kampeerterreinen af, maar hier werd deze daling wel gecompenseerd door een toename van het aantal slaapplekken in andere typen logiesaccommodaties. Soms werd dit vergemakkelijkt door het feit dat voor deze laatste groep provincies het aandeel van kampeerterreinen in het totale aantal slaapplekken minder groot is. In Noord-Brabant bijvoorbeeld nam het aantal slaapplekken op kampeerterreinen met 1.400 af ten opzichte van 2012, maar werd dit meer dan gecompenseerd door een toename van het aantal slaapplekken op huisjesterreinen (+3.400). Zeeland kent een iets afwijkend beeld. Het aandeel van kampeerterreinen in het totale aantal slaapplekken is hier het grootst van alle provincies (46 procent). Het aantal slaapplekken op kampeerterreinen is ook in Zeeland fors afgenomen tussen 2012 en 2016 (-5.500). Deze daling is echter ruimschoots gecompenseerd door een toename met meer dan 10 duizend slaapplekken op huisjesterreinen. In Zeeland is sprake van een gedeeltelijke transformatie van kampeer- naar huisjesterreinen.

Uit het voorgaande ontstaat het beeld dat provincies die al over veel toeristische capaciteit beschikten, sterker gegroeid zijn (Noord-Holland) en dat provincies met minder toeristische capaciteit deze nog verder zagen afnemen (Groningen).



* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

In 2012 waren er in Noord-Holland 5,7 keer zoveel slaapplekken dan in Groningen; begin 2016 was dit opgelopen tot een factor 7,2.

Eerder kwam al aan het licht dat Amsterdam een grote stempel drukt op de cijfers over logiesaccommodaties in Nederland. De binnenstad van Amsterdam trekt veel toeristen aan en in de gemeente Amsterdam zijn erg veel accommodaties gevestigd, en in het bijzonder veel hotels. Om die reden gaat deze paragraaf verder in op de logiesaccommodaties in Amsterdam.

Kwart van de Nederlandse hotelbedden in Amsterdam

Amsterdam is ook in toeristisch opzicht de hoofdstad van Nederland. In 2016 bevonden zich in deze gemeente 475 logiesaccommodaties, met samen bijna 73 duizend slaapplekken (tabel 7.2). De logiesaccommodaties in Amsterdam zijn vooral hotels: 451 stuks, die samen 65 duizend slaapplekken bieden. Dat betekent dat bijna een kwart van alle Nederlandse slaapplekken in hotels zich bevindt in de gemeente Amsterdam. Ter vergelijking: de tweede stad van Nederland in dit opzicht is Rotterdam met bijna 9,5 duizend slaapplekken in hotels. Amsterdam steekt er dus met kop en schouders bovenuit.

Amsterdamse hotels zijn gemiddeld ook aanzienlijk groter dan die in de rest van Nederland. Een gemiddeld hotel in Nederland heeft 73 slaapplekken in 2016 (62 slaapplekken exclusief Amsterdam). Het gemiddelde hotel in Amsterdam is twee keer zo groot: 144 slaapplekken per hotel. Sinds 2012 is het gemiddelde aantal slaapplekken per hotel in Amsterdam toegenomen. In 2012 was dit namelijk nog 124 slaapplekken per hotel. Ook in de rest van Nederland is het gemiddelde aantal slaapplekken per hotel de laatste jaren toegenomen maar in veel mindere mate (van 60 naar 62 slaapplekken). Het aantal hotels in Amsterdam neemt dus sneller toe dan in de rest van Nederland en ook de gemiddelde capaciteit uitgedrukt in aantal slaapplekken neemt sneller toe.

Tabel 7.2 Accommodaties en slaapplekken in de gemeente Amsterdam, 2012-2016*

		2012	2013	2014	2015	2016
		<i>aantal</i>				
Totaal logiesaccommodaties	Accommodaties	423	446	455	446	475
	Slaapplekken	57.712	61.651	66.010	67.916	73.102
Hotels/pensions/jeugdaccommodaties	Accommodaties	401	423	432	429	451
	Slaapplekken	49.773	55.084	58.095	60.205	64.931
Overige accommodaties**	Accommodaties	22	23	23	17	24
	Slaapplekken	7.939	6.567	7.915	7.711	8.171

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** Kampeertreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties.

7.2 Gebruik van Nederlandse logiesaccommodaties

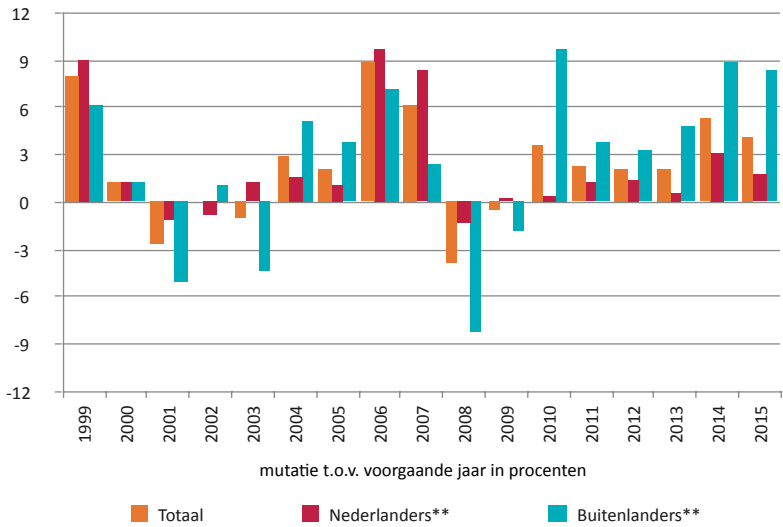
In de vorige paragraaf stond het aanbod aan logiesaccommodaties in Nederland centraal, uitgedrukt in aantallen accommodaties en het bijbehorende aantal slaapplaatsen. Deze paragraaf besteedt aandacht aan het daadwerkelijke gebruik hiervan. Hoeveel gasten verbleven in Nederlandse accommodaties, en hoeveel nachten brachten zij er door? Eerst volgt een beschrijving van deze aantallen voor heel Nederland. Daarna ligt de focus op regio's, met achtereenvolgens aandacht voor provincies, enkele steden (alleen hotels), en de kustgebieden. Het onderscheid tussen Nederlandse en buitenlandse toeristen komt daarbij ook aan bod. Meer gedetailleerde informatie over het verblijf van buitenlandse toeristen in Nederland (inkomend toerisme) komt in hoofdstuk 5 aan bod.

Verschillende onderzoeken, verschillende cijfers

In dit hoofdstuk over logiesaccommodaties komen cijfers over binnenlands toerisme aan bod, afkomstig uit de CBS-statistiek Logiesaccommodaties. Hoofdstuk 4 van deze publicatie bevat ook cijfers over het binnenlandse toerisme, gebaseerd op het ContinuVakantieOnderzoek (CVO). Doordat deze onderzoeken op diverse terreinen van elkaar verschillen, zijn de cijfers van beide onderzoeken niet goed met elkaar te vergelijken. Het CVO ondervraagt bijvoorbeeld personen, terwijl de Statistiek Logiesaccommodaties zich richt tot de bedrijven die gasten ontvangen. Deze statistiek neemt kleine accommodaties niet mee (zie ook het tekstkader over de statistiek Logiesaccommodaties eerder in dit hoofdstuk), terwijl het CVO geen ondergrens hanteert. Daarnaast bestaan er nog andere verschillen, waaronder het zakelijke toerisme dat in het CVO niet meetelt en in de Statistiek Logiesaccommodaties wel. Welke van deze bronnen het meest geschikt is, hangt af van het doel waarvoor de cijfers gebruikt worden.

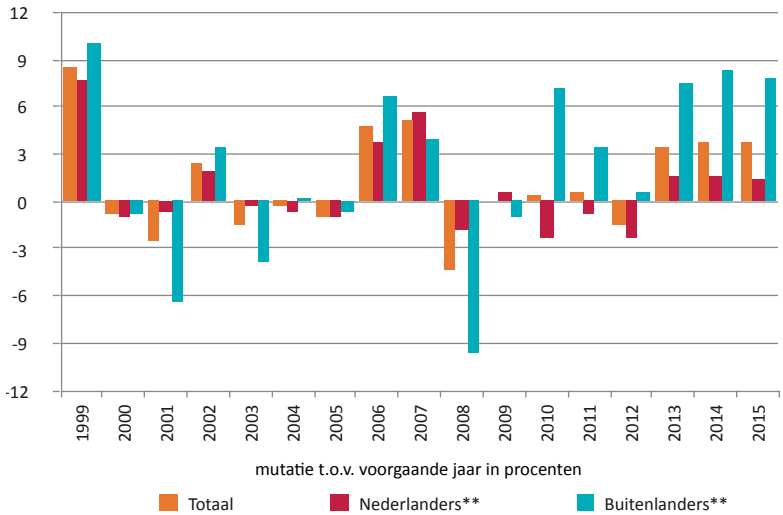
De statistiek Logiesaccommodaties is sinds 2012 iets anders opgezet dan in eerdere jaren (zie tekstkader over deze statistiek in paragraaf 7.1). Om die reden zijn de uitkomsten van deze statistiek in termen van absolute aantallen niet goed over een langere periode met elkaar te vergelijken (het niveau). De figuren 7.5 en 7.6 tonen voor een lange reeks de jaarlijkse groei- of krimppercents van de aantallen Nederlandse en buitenlandse gasten en overnachtingen in logiesaccommodaties (de ontwikkeling). Daarmee schetsen zij een goed beeld van de ontwikkeling van het toerisme in Nederland over een langere periode.

Figuur 7.5 Ontwikkeling aantal gasten in logiesaccommodaties in Nederland, 1999-2015* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Figuur 7.6 Ontwikkeling aantal overnachtingen in logiesaccommodaties in Nederland, 1999-2015* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuren hanteren de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.
 ** Naar land waar de betreffende toerist woont.

1999-2015: overwegend groei

Over de gehele periode van 1999 tot en met 2015 groeide zowel het aantal gasten als het aantal overnachtingen in de Nederlandse logiesaccommodaties. In sommige perioden was zelfs sprake van forse groei. Tijdens drie perioden trad echter een noemenswaardige krimp op. De eerste krimp vond plaats rond 2001; het jaar van de aanslag op het World Trade Center in New York. Ook rond 2003 trad krimp op in het aantal gasten en overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties. Destijds waren de SARS-epidemie en de oorlog in Irak actueel. Ten slotte vond krimp plaats tijdens de eerste jaren van de recente economische crisis: rond 2008-2009. Daarna heeft het toerisme in Nederland, in navolging van de wereldwijde groei van het toerisme, zich vrij snel hersteld.

Naast het patroon van een gestage groei, tonen de figuren 7.5 en 7.6 ook een andere opvallende trend: vanaf 2003 groeit het aantal toeristen sterker dan het aantal overnachtingen. Deze ontwikkeling duidt erop dat een gemiddelde toerist steeds korter verblijft in de Nederlandse logiesaccommodaties. Dit geldt met name voor de Nederlandse toerist en in mindere mate voor de buitenlandse toerist. Zo verbleef een toerist uit Nederland in 2003 3,5 nachten in een logiesaccommodatie (buitenlandse toerist 2,8) en 3,0 nachten in 2015 (buitenlandse toerist 2,5). Deze daling van de gemiddelde verblijfsduur heeft zich voltrokken in de periode 2003-2012 en is daarna min of meer gestabiliseerd. Gedetailleerd naar type logiesaccommodatie is de gemiddelde verblijfsduur in de verblijfsrecreatie (kampeer- en huisjesterreinen en groepsaccommodaties) veel meer gedaald dan in de hotels. Nederlanders én buitenlanders verblijven door de jaren heen dus vooral korter op campings en in huisjes.

Vanaf 2010: toerisme groeit vooral door buitenlandse gasten

De figuren 7.5 en 7.6 laten zien dat er verschillen bestaan tussen de ontwikkeling van het aantal buitenlandse gasten (inkomend toerisme) en die van het aantal Nederlandse gasten (binnenlands toerisme). Het inkomende toerisme laat hogere pieken en diepere dalen zien dan het binnenlandse toerisme. Daardoor ontstaat het beeld dat inkomend toerisme gevoeliger is voor externe gebeurtenissen dan binnenlands toerisme. Zo is het binnenlandse toerisme in Nederland niet of nauwelijks geraakt door de teruggang van het wereldwijde toerisme rond 2003. Het inkomende toerisme ondervond de gevolgen destijds veel sterker. Ook de economische crisis in 2008-2009 heeft meer effect gehad op het inkomende dan op het binnenlandse toerisme; het aantal buitenlandse gasten daalde veel sterker dan het aantal Nederlandse gasten. Na deze crisisjaren groeide het inkomende toerisme juist veel sneller dan het binnenlandse toerisme. Vanaf 2010 wordt de groei van het toerisme in Nederland dan ook vooral gedragen door een flinke toename van het aantal buitenlandse gasten en hun overnachtingen. Ook het aantal binnenlandse gasten is vanaf 2010 gestegen; de groei van het aantal overnachtingen zette pas in 2013 door, na een krimp in de periode 2008-2012.

Het voorgaande deel van deze paragraaf richtte zich op de ontwikkelingen die in de afgelopen vijftien jaar plaatsvonden: de ontwikkeling van het aantal gasten en

overnachtingen. De rest van deze paragraaf richt zich op de periode 2012-2015 en bespreekt daarbij vooral de absolute cijfers.

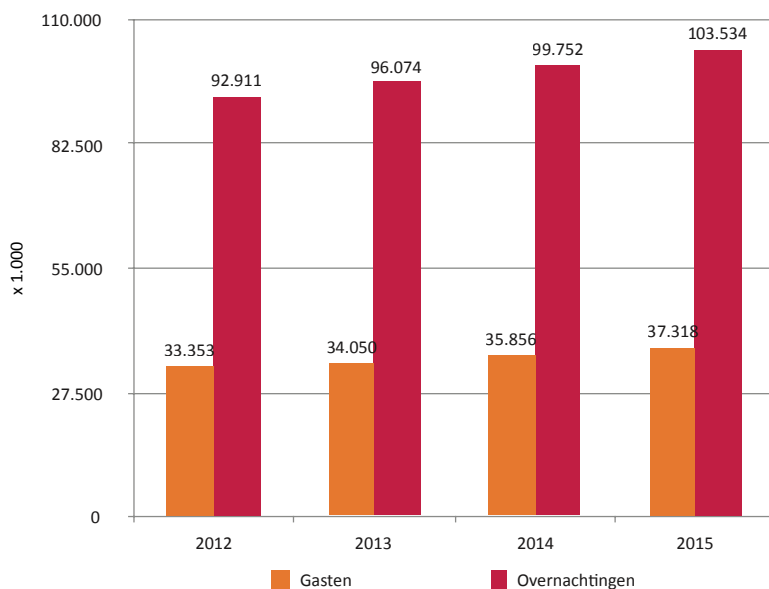
Toerisme in Nederlandse logiesaccommodaties blijft groeien

In 2015 verbleven ruim 37 miljoen gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. Samen waren zij goed voor een recordhoogte van bijna 104 miljoen overnachtingen (figuur 7.7). De gemiddelde verblijfsduur in een accommodatie was dus iets minder dan 3 nachten. Het aantal gasten was in 2015 ongeveer 4 procent groter dan in 2014; het aantal overnachtingen was 3,8 procent groter. Sinds 2013 is er sprake van een jaarlijkse groei van het toerisme in Nederland. Deze jaarlijkse groei van zowel gasten als overnachtingen komt zoals eerder gememoreerd grotendeels voor rekening van de buitenlandse gasten.

“Meer dan honderd miljoen overnachtingen in 2015”

Figuur 7.7

Gasten en overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2012-2015*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Flink meer overnachtingen van buitenlandse toeristen

In 2015 verbleven 15 miljoen buitenlandse toeristen in totaal 37,3 miljoen nachten in Nederlandse logiesaccommodaties (tabel 7.3). Dit was voor het aantal gasten 8,3 procent, en voor het aantal overnachtingen 7,8 procent hoger dan in 2014. Het aantal Nederlandse gasten en hun overnachtingen groeide ook, maar aanzienlijk minder sterk: met respectievelijk 1,7 en 1,4 procent. Daardoor nam het aandeel van buitenlanders in de overnachtingen iets toe, van 35 procent in 2014 naar 36 procent in 2015. De overige 64 procent in 2015 betrof overnachtingen van Nederlanders in eigen land: het binnenlandse toerisme. In 2012 namen de Nederlandse toeristen nog 68 procent van het totale aantal overnachtingen voor hun rekening.

Gasten en overnachtingen in Nederland en per provincie naar herkomst, 2015*

Tabel 7.3

	Totaal			Nederlanders**			Buitenlanders**		
	Gasten	Overnachtingen	Gemiddelde verblijfsduur	Gasten	Overnachtingen	Gemiddelde verblijfsduur	Gasten	Overnachtingen	Gemiddelde verblijfsduur
	x 1.000	nachten		x 1.000	nachten		x 1.000	nachten	
Nederland	37.318	103.534	2,8	22.311	66.237	3,0	15.007	37.298	2,5
Groningen	653	1.496	2,3	454	1.050	2,3	199	446	2,2
Friesland	1.606	5.372	3,3	1.304	4.125	3,2	302	1.247	4,1
Drenthe	1.628	6.513	4,0	1.420	5.710	4,0	208	803	3,9
Overijssel	1.885	6.352	3,4	1.595	5.622	3,5	290	730	2,5
Flevoland	678	2.373	3,5	495	1.705	3,4	183	668	3,7
Gelderland	3.673	11.273	3,1	3.196	10.049	3,1	477	1.224	2,6
Utrecht	1.416	2.808	2,0	964	2.023	2,1	452	785	1,7
Noord-Holland	11.640	25.574	2,2	3.938	9.379	2,4	7.702	16.195	2,1
Zuid-Holland	4.603	10.374	2,3	2.499	5.324	2,1	2.104	5.050	2,4
Zeeland	2.310	9.901	4,3	1.200	5.051	4,2	1.110	4.850	4,4
Noord-Brabant	3.562	10.559	3,0	2.559	8.026	3,1	1.004	2.533	2,5
Limburg	3.664	10.940	3,0	2.688	8.175	3,0	975	2.766	2,8

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterrinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** Naar het land waar de betreffende toerist woont.

Noord-Holland spant de kroon

In Noord-Holland is zowel het aantal gasten (11,6 miljoen in 2015) als het aantal overnachtingen (25,6 miljoen) met afstand het grootst van alle provincies (tabel 7.3). De aantrekkingskracht van Amsterdam en het grote aantal hotels in die gemeente speelt een belangrijke rol in deze koppositie van Noord-Holland. Gelderland komt op de tweede plaats met het aantal overnachtingen (11,3 miljoen in 2015). Wat betreft het aantal gasten neemt Zuid-Holland de tweede plaats in (4,6 miljoen). Hoewel in Gelderland meer overnachtingen plaatsvonden dan in Zuid-Holland, was het aantal

gasten er dus kleiner. Gemiddeld bleven gasten in Gelderland namelijk iets meer dan drie nachten, terwijl gasten in Zuid-Holland iets meer dan twee nachten bleven. De verblijfsduur wordt mede bepaald door het type logiesaccommodatie waar men verblijft. Drie dagen in een hotel is bovengemiddeld, terwijl drie dagen op een kampeerterrein aan de korte kant is. Zoals eerder geconstateerd is de samenstelling van het aanbod aan logiesaccommodaties per regio verschillend; Gelderland is bijvoorbeeld een provincie met relatief veel kampeerplaatsen.

De groei van het toerisme was het grootste in de provincie Groningen. Het aantal gasten was in 2015 ongeveer 14,8 procent groter dan in 2014. Het aantal overnachtingen groeide met 13,2 procent. Ook de provincies Overijssel en Gelderland kenden in 2015 een relatief forse groei van het toerisme in vergelijking met 2014. De enige provincie waar zowel het aantal gasten (-4,5 procent) als het aantal overnachtingen (-1,3 procent) afnam, was Drenthe. Dit kwam door een sterke afname van het aantal Nederlandse toeristen in Drenthe. Het aantal buitenlandse toeristen en het bijbehorende aantal overnachtingen is in 2015 namelijk in alle provincies toegenomen ten opzichte van 2014; ook in Drenthe.

Amsterdamse hotels trekken 6,8 miljoen gasten

Hotels in de gemeente Amsterdam trokken in 2015 gezamenlijk bijna 6,8 miljoen gasten (tabel 7.4). Zij bleven daar gemiddeld bijna 2 nachten in een accommodatie; in totaal boekten zij 12,9 miljoen overnachtingen. Voor het overgrote deel ging het om buitenlandse gasten: 5,5 miljoen of wel 80 procent van het totale aantal gasten in 2015. Andere grote Nederlandse gemeenten komen niet in de buurt van deze aantallen. Dit bevestigt nog eens het beeld dat Amsterdam de grote trekpleister is voor het inkomend toerisme in Nederland. Van de andere grote steden was het aandeel van

Tabel 7.4 Gasten en overnachtingen in hotels/pensions/jeugdaccommodaties naar gemeente en herkomst, 2015*

	Totaal			Nederlanders**			Buitenlanders**		
	Gasten	Overnachtingen	Gem. verblijfsduur	Gasten	Overnachtingen	Gem. verblijfsduur	Gasten	Overnachtingen	Gem. verblijfsduur
	x 1.000	nachten		x 1.000	nachten		x 1.000	nachten	
Amsterdam	6.826	12.899	1,9	1.351	2.238	1,7	5.475	10.661	1,9
Rotterdam	969	1.547	1,6	530	801	1,5	438	746	1,7
Den Haag	897	1.483	1,7	430	668	1,6	468	816	1,7
Maastricht	587	935	1,6	395	639	1,6	192	297	1,5
Eindhoven	439	710	1,6	207	319	1,5	231	391	1,7
Utrecht	355	542	1,5	159	230	1,4	195	312	1,6
Overige steden***	1.596	2.541	1,6	1.001	1.519	1,5	595	1.022	1,7

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze tabel omvat alleen hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken.

** Naar het land waar de betreffende toerist woont.

*** De gemeentes Breda, Leiden, Dordrecht, Arnhem, Nijmegen, Groningen, 's-Hertogenbosch, Delft, Haarlem en Leeuwarden.

de buitenlandse gasten overigens het grootst in Utrecht (55 procent van het aantal gasten in 2015). Voor Maastricht was dit aandeel het laagst (33 procent). Ten slotte valt op dat de gemiddelde verblijfsduur van buitenlandse gasten in de hotels in de grote steden net iets boven dat van de Nederlandse gasten ligt (met uitzondering van Maastricht).

Zeeuwse kust is populair, vooral onder buitenlandse gasten

Tabel 7.5 toont het aantal gasten en overnachtingen in de kustregio's van Nederland. Daarbij is onderscheid gemaakt naar Nederlandse en buitenlandse gasten, en naar de vier accommodatietypen. Van de kustgebieden in tabel 7.5 trok de Zeeuwse kust de meeste gasten in 2015, namelijk ruim 1,7 miljoen. In Zeeland vonden ook met afstand de meeste overnachtingen plaats: ruim 7,7 miljoen.

Gasten en overnachtingen naar kustregio, type accommodatie en herkomst, 2015*								Tabel 7.5
	Regio	Totaal		Nederlanders**		Buitenlanders**		
		Gasten	Overnachtingen	Gasten	Overnachtingen	Gasten	Overnachtingen	
		x 1.000						
Totaal accommodaties	Kust Zeeland	1.718	7.747	850	3.830	868	3.917	
	Waddeneilanden	1.261	5.285	1.032	3.970	228	1.315	
	Kust Zuid-Holland	1.631	4.920	916	2.515	715	2.405	
	Kust Noord-Holland	1.281	4.336	787	2.498	494	1.837	
Hotels/pensions/ jeugd-accommodaties	Kust Zeeland	550	1.098	258	460	291	638	
	Waddeneilanden	454	1.035	402	874	52	160	
	Kust Zuid-Holland	892	1.538	547	854	344	685	
	Kust Noord-Holland	711	1.372	466	798	245	574	
Kampeerterreinen	Kust Zeeland	477	3.185	251	1.803	226	1.382	
	Waddeneilanden	218	1.397	172	1.111	46	286	
	Kust Zuid-Holland	202	956	102	541	100	415	
	Kust Noord-Holland	230	1.328	134	858	95	471	
Huisjesterreinen	Kust Zeeland	652	3.346	306	1.472	346	1.874	
	Waddeneilanden	459	2.394	352	1.697	107	697	
	Kust Zuid-Holland	505	2.352	243	1.065	262	1.287	
	Kust Noord-Holland	314	1.570	162	783	151	787	
Groepsaccommodaties	Kust Zeeland	39	119	35	96	5	23	
	Waddeneilanden	129	459	106	287	23	172	
	Kust Zuid-Holland	32	74	24	56	8	18	
	Kust Noord-Holland	27	65	25	59	1	6	

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

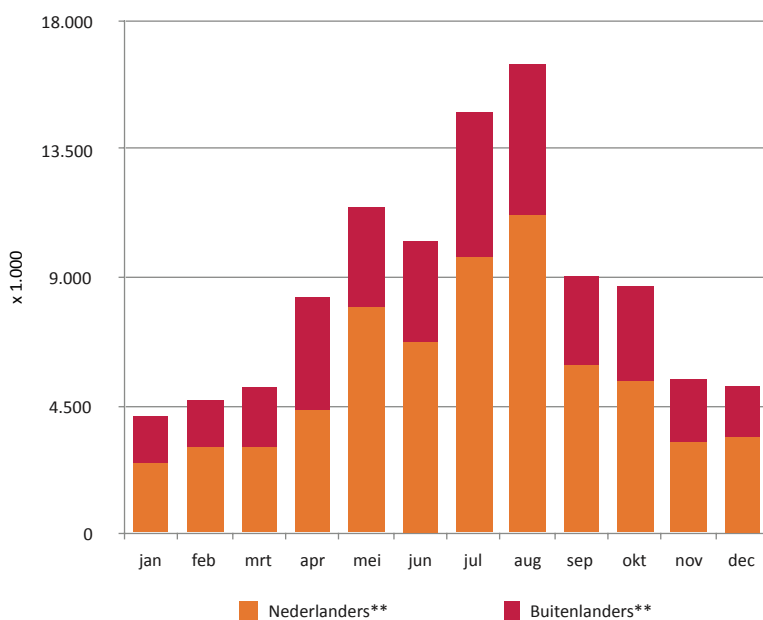
*Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaappleatsen.

** Naar het land waar de betreffende toerist woont.

Dat komt neer op een gemiddelde van 4,5 overnachtingen per gast. De gemiddelde gast in Zeeland bleef daarmee langer dan de gemiddelde gast in de andere kustgebieden. Vooral onder buitenlandse gasten is de Zeeuwse kust populair; net iets meer dan de helft van het aantal gasten kwam uit het buitenland. Nederlandse gasten trekken relatief vaker naar de Waddeneilanden. Deze eilanden hebben onder buitenlandse gasten een aanzienlijk kleiner marktaandeel dan onder Nederlandse gasten: 18 procent van het aantal gasten kwam uit het buitenland. Zowel op de Waddeneilanden als aan de Zeeuwse kust zijn huisjesterreinen de meest gekozen logiesaccommodatie.

In de kustgebieden van Noord- en Zuid-Holland trekken vooral hotels relatief veel gasten. Aan de kust van deze provincies verbleef in 2015 ongeveer 55 procent van het totale aantal gasten in een hotel. Verder valt in tabel 7.5 op dat overnachtingen in Nederlandse groepsaccommodaties aan de kust vooral op de Waddeneilanden plaatsvinden. Dit geldt zowel voor de Nederlandse als de buitenlandse gasten.

Figuur 7.8 Overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2015*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** Naar het land waar de betreffende toerist woont.

Sterk seizoenpatroon

Tot nu toe zijn in dit hoofdstuk alleen cijfers voor een geheel jaar gepubliceerd. Toerisme is echter bij uitstek een fenomeen dat per seizoen sterk verschilt. Dit heeft allerlei oorzaken. Het heeft met binnen- en buitenlandse vakantieperiodes te maken, met het weer en met het type logiesaccommodatie. Zo is het aantal gasten op kampeerterreinen meer aan seizoensinvloeden onderhevig dan dat van hotels.

Figuur 7.8 toont het maandelijkse aantal overnachtingen van Nederlandse en buitenlandse gasten in 2015. In de zomermaanden was het aantal overnachtingen het grootst; in de wintermaanden het kleinst. In 2015 was het aandeel van buitenlanders in de overnachtingen het grootst in april (48 procent) en het kleinst in mei (31 procent). De oorzaak hiervan is waarschijnlijk deels gelegen in verschillen in vakanties en feestdagen tussen Nederland en zijn buurlanden. De maand met de meeste overnachtingen was augustus (16 procent).

Het volgende deel van deze paragraaf gaat nader in op de vier verschillende typen logiesaccommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties, kampeerterreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties. De focus ligt daarbij op het aantal overnachtingen per maand in 2015.

Meeste overnachtingen in hotels

Toeristen overnachtten in 2015 meer in hotels dan in andere accommodatietypen. In totaal ging het om 41,6 miljoen overnachtingen. Tijdens een gemiddelde nacht in 2015 logeerden dus ruim 114 duizend gasten in een hotel in Nederland. Ook op huisjesterreinen logeerden veel gasten: 36,9 miljoen overnachtingen. Op kampeerterreinen verbleven de gasten in totaal 21,0 miljoen nachten; in groepsaccommodaties betrof het 4,0 miljoen overnachtingen. De marktaandelen van de diverse accommodatietypen verschillen wel per maand; tijdens de zomermaanden liggen de verhoudingen anders dan in de winter (figuur 7.9). Zo vindt in juli en augustus het merendeel van de overnachtingen plaats op kampeerterreinen, terwijl dit aandeel in de wintermaanden verwaarloosbaar klein is. Hotels zijn het minst onderhevig aan seizoensinvloeden.

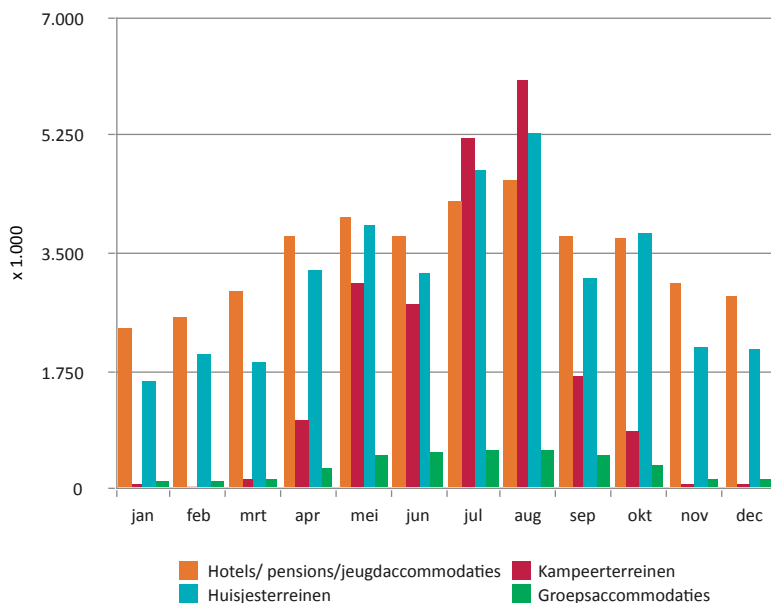
Onder Nederlandse toeristen zijn huisjesterreinen het populairst. In 2015 verbleven Nederlanders gezamenlijk 25,9 miljoen nachten op huisjesterreinen. Onder buitenlandse gasten in Nederland zijn hotels het populairste accommodatietype. In 2015 verbleven zij gezamenlijk 21,7 miljoen nachten in hotels. Het volgende deel beschrijft per accommodatietype het maandelijkse aantal overnachtingen in 2015.

In hotels overnachten veel buitenlandse toeristen

Hotels, pensions en jeugdaccommodaties zijn zoals hiervoor al gememoreerd het minst onderhevig aan seizoenfluctuaties. Vergeleken met de andere typen logiesaccommodaties is het aantal overnachtingen het gelijkmatigst verdeeld over de verschillende maanden van in dit geval 2015 (figuur 7.10). Net als bij andere accommodatietypen, vinden de meeste hotelovernachtingen wel plaats in de zomermaanden

en de minste in de wintermaanden. Het verschil tussen deze maanden is echter minder groot. Daarnaast komt naar voren dat in de Nederlandse hotels vooral buitenlandse gasten verblijven. Van alle overnachtingen door buitenlandse gasten in 2015 vond 58 procent plaats in een hotel. En het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten was in alle maanden – met uitzondering van de maand december – hoger dan het aantal overnachtingen van gasten uit Nederland.

Figuur 7.9 Overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties naar type, 2015*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeeterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

Seizoenpatroon bij kampeeterreinen het sterkst

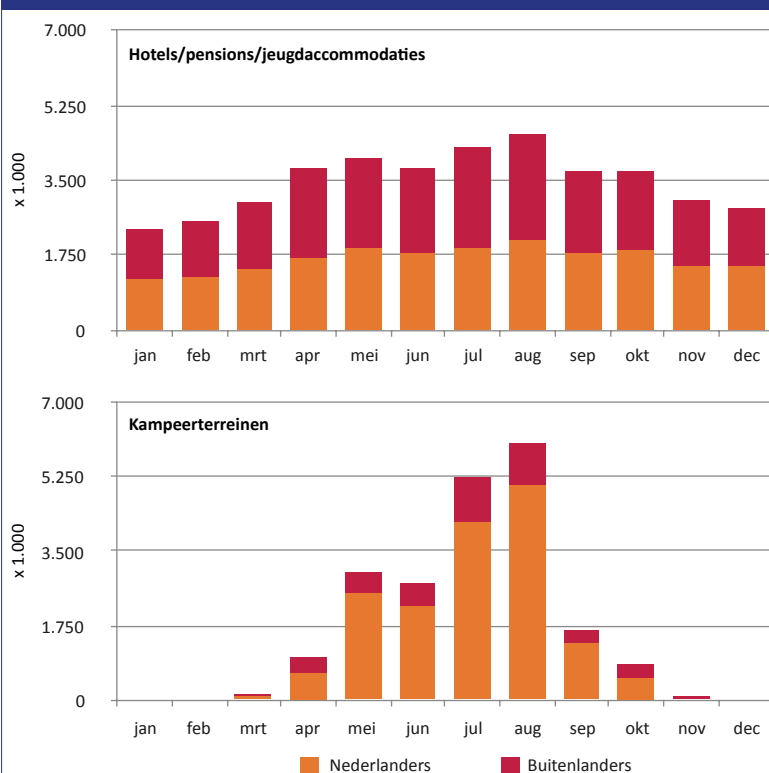
Het seizoenpatroon in het aantal overnachtingen is van alle accommodatietypen het sterkst aanwezig bij kampeeterreinen. Het aantal overnachtingen op kampeeterreinen concentreert zich in de zomermaanden, waarbij in 2015 de piek plaatsvond in de maand augustus. Het aandeel van buitenlandse toeristen is bescheiden. Over heel 2015 betrof 20 procent van de overnachtingen een overnachting van een buitenlandse gast. Nederlandse campings trekken dus vooral binnenlandse gasten. In de zomermaanden (juni, juli, augustus) van 2015 overnachtte bijna de helft (47 procent) van de binnenlandse toeristen op een kampeeterrein, terwijl dit over het hele jaar gezien 25 procent bedroeg. Kamperen was hiermee in de zomer van 2015 het dominante type accommodatie voor de Nederlander.

Op jaarbasis zijn huisjesterreinen het populairst onder binnenlandse toeristen

Van alle accommodatietypen waren huisjesterreinen in 2015 het populairst onder Nederlandse toeristen. Over heel 2015 gezien, vonden in huisjesterreinen meer overnachtingen van Nederlanders plaats dan in andere typen accommodaties. Zoals gezegd zijn in de zomermaanden campings populairder dan huisjesterreinen, maar op jaarbasis is dit niet het geval. Van alle overnachtingen van Nederlandse gasten in 2015 vond 39 procent plaats in een huisje. Voor buitenlandse gasten vormen de huisjesterreinen minder grote trekpleisters. Hun aandeel is het grootst in de maand april met 46 procent van het aantal overnachtingen. Over heel 2015 gezien betreft hun aandeel een kwart van de overnachtingen in een huisje.

Overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties naar type en herkomst, 2015* **

Figuur 7.10a

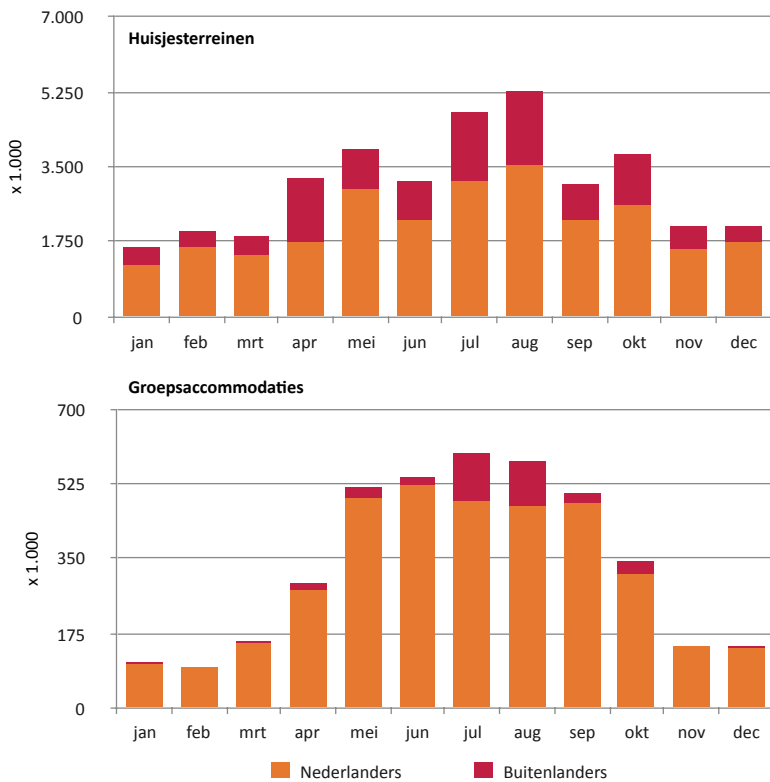


Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** Naar het land waar de betreffende toerist woont.

Figuur 7.10b Overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties naar type en herkomst, 2015* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** Naar het land waar de betreffende toerist woont.

Weinig buitenlandse gasten in groepsaccommodaties

Groepsaccommodaties trekken buiten de maanden juli en augustus niet veel buitenlandse gasten. Een procent van alle overnachtingen van buitenlandse gasten vond in 2015 plaats in een groepsaccommodatie. Dit komt deels doordat de groepsaccommodatie in het algemeen een specifiek type accommodatie is waar ook een minderheid van de Nederlandse gasten voor kiest. Nederlandse gasten weten de groepsaccommodaties echter ook in andere maanden wel te vinden. Aan de randen van de zomer trekken de groepsaccommodaties de meeste Nederlandse gasten: in mei, juni en september.

7.3 Bezettingsgraden

De laatste paragraaf in dit hoofdstuk beschrijft de bezettingsgraden van Nederlandse logiesaccommodaties. De bezettingsgraad is de verhouding tussen het aantal bezette slaappleaatsen (overnachtingen) en het aantal beschikbare slaappleaatsen, uitgedrukt als percentage. De bezettingsgraad is een indicator voor hoe goed of slecht accommodaties het relatief gezien doen: in hoeverre wordt de aangeboden capaciteit ook daadwerkelijk benut. Het tekstkader over dit onderwerp geeft hierover meer uitleg.

Aanbod logiesaccommodaties beweegt mee met vraag

In figuur 7.11 wordt nog eens geïllustreerd hoe het aanbod van logiesaccommodaties in de vorm van slaappleaatsen zich verhoudt tot het daadwerkelijke aantal overnachtingen (bezette of gebruikte slaappleaatsen). Het bovendste deel van figuur 7.11 schetst de bruto of maximale capaciteit aan slaappleaatsen. Dit is wat in paragraaf 7.1 is beschreven. Deze capaciteit is voor alle maanden gelijk. De kampeertreinen nemen het grootste deel van deze capaciteit voor hun rekening. Het middelste deel van figuur 7.11 schetst de feitelijk beschikbaar gestelde capaciteit aan slaappleaatsen. Sommige logiesaccommodaties – bijvoorbeeld kampeertreinen – zijn niet het gehele jaar open bijvoorbeeld omdat de exploitant dit niet rendabel acht. Zo werd in januari 2015 maar 17 procent van de maximale aantal slaappleaatsen op kampeertreinen aangeboden. Op zich is dit begrijpelijk; de vraag naar kampeerplaatsen zal in de maand januari veel minder zijn dan in de zomermaanden. Maar ook andere typen logiesaccommodatie zijn niet altijd het gehele jaar geopend. Zo is voor hotels het aantal beschikbare slaappleaatsen in januari 95 procent, voor huisjesterreinen 82 procent en voor groepsaccommodaties 75 procent, van het maximale aantal. In de zomermaanden draaien alle logiesaccommodaties op volle toeren; de beschikbaar gestelde capaciteit is praktisch 100 procent van de maximale capaciteit. Het patroon van de door het jaar heen aangeboden capaciteit aan slaappleaatsen vertoont daarmee veel gelijkenis met het patroon van het daadwerkelijke aantal overnachtingen (onderste deel van figuur 7.11). De verhouding tussen het aantal overnachtingen en de feitelijk beschikbare capaciteit aan slaappleaatsen is de bezettingsgraad van de verschillende typen logiesaccommodaties (zie ook tekstkader).

Figuur 7.11 Slaapplaatsen en overnachtingen in logiesaccommodaties naar type, 2015*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplaatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplaatsen.

De bezettingsgraad

De bezettingsgraad van logiesaccommodaties is de verhouding tussen enerzijds het aantal overnachtingen dat in de verslagperiode heeft plaatsgevonden in accommodaties (de teller), en anderzijds hun capaciteit in termen van het aantal slaapplekken (de noemer). Deze verhouding is uit te drukken als een percentage: de bezettingsgraad. Deze indicator zegt iets over hoe goed de accommodaties het doen. Een lage bezettingsgraad betekent immers dat er veel slaapplekken onbenut zijn gebleven; niet verkocht of verhuurd.

Teller: het aantal overnachtingen

In de bezettingsgraad is het aantal overnachtingen in logiesaccommodaties de teller. Dit is het totale aantal overnachtingen dat toeristen in accommodaties hebben doorgebracht in de betreffende verslagperiode. Als twee gasten twee nachten in een hotel overnachten, telt dit dus mee als vier overnachtingen.

Noemer: de capaciteit

De capaciteit is de noemer van de bezettingsgraad. Deze capaciteit is het aantal slaapplekken in accommodaties die in de betreffende maand geopend zijn, vermenigvuldigd met het aantal dagen van de maand. Accommodaties die in de betreffende maand gesloten zijn omdat zij bijvoorbeeld alleen gedurende het zomerseizoen open zijn, tellen hierbij dus niet mee.

Voorbeeld

Een voorbeeld: als een hotel met 50 bedden in de maand januari geopend is, telt dit hotel mee voor 31 dagen x 50 slaapplekken in januari. Dat komt uit op een capaciteit van 1.550 slaapplekken in dit hotel in januari. Als er 750 overnachtingen in dit hotel hebben plaatsgevonden in deze maand, kent het hotel dus een bezettingsgraad van 48,4 procent, namelijk 750 overnachtingen gedeeld door 1.550 slaapplekken.

Alleen 'toeristische' overnachtingen

In de bezettingsgraad van accommodaties tellen alleen 'toeristische' overnachtingen mee (inclusief zakelijk toerisme). De gasten die verblijven op vaste standplaatsen op een kampeerterrein vallen daar bijvoorbeeld buiten. Gasten van hotels of huisjesterreinen, die daar niet voor toeristische doeleinden verblijven, tellen ook niet mee. Het kan dan bijvoorbeeld gaan om asielzoekers of tijdelijke buitenlandse arbeidskrachten.

*Bezettingsgraad kampeertreinen vaak laag
Kampeertreinen bieden geen slaappleaatsen aan in de vorm van bedden, maar in de vorm van standplaatsen. Bij dit type accommodaties is voor de berekening van de capaciteit gekozen voor een aantal van vijf slaappleaatsen per standplaats, wat gezien wordt als maximale bezetting.*

Wanneer bijvoorbeeld een gezin van vier personen gaat kamperen blijft de theoretische capaciteit onderbezet terwijl de standplaats wel degelijk bezet is. Vier personen overnachten immers op een standplaats waar theoretisch vijf slaappleaatsen zouden zijn. De bezettingsgraad bedraagt dus 80 procent. Dit effect speelt ook bij hotels die een tweepersoonskamer aan een enkele gast verhuren, voor die kamer geldt dan slechts een bezettingsgraad van 50 procent. Bij campings wordt dit nog versterkt door het sterke seizoenpatroon en het feit dat de bezettingsgraad over een periode van een maand wordt berekend. De bezettingsgraad van een camping zal in het weekend vaak hoger liggen dan gedurende de werkweek. Daardoor valt de bezettingsgraad van kampeertreinen veel lager uit dan die van hotels of andere accommodaties.

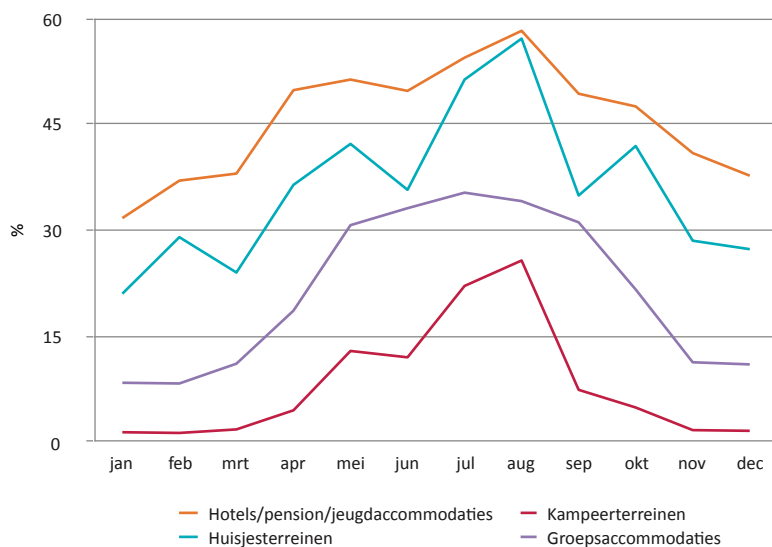
Bezettingsgraad hotels het hoogst

Door het gehele jaar 2015 heen is van de vier onderscheiden typen logiesaccommodaties de bezettingsgraad van hotels het hoogst; uiteenlopend van 32 procent in januari tot 58 procent in augustus. De bezettingsgraad moet hierbij vooral gezien worden als een relatieve maat voor de verhouding tussen vraag en aanbod in de tijd en per type logiesaccommodatie. Daarnaast is een bezettingsgraad van 100 procent een theoretisch plafond dat ook niet per se als doel moet worden gezien. In de praktijk betekent dit immers dat elke slaappleaats in elke logiesaccommodatie op elke dag van de maand ook daadwerkelijk bezet is.

Bezettingsgraad neemt toe

In de periode 2012-2015 is de slaappleaatsbezetting van Nederlandse logiesaccommodaties toegenomen (tabel 7.6). In alle typen accommodaties was de bezetting in 2015 hoger dan in 2012.

Een toegenomen bezetting betekent overigens niet per definitie dat het toerisme ook toeneemt. Het betreft immers een verhoudingsgetal. Als het aantal overnachtingen afneemt, maar de capaciteit nog sterker afneemt, neemt de bezetting toch toe. Dit geldt bijvoorbeeld voor de kampeertreinen waar de bezetting ten opzichte van 2012 vooral is toegenomen door het verminderen van de beschikbare capaciteit en niet door een toename van het aantal overnachtingen.



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze figuur hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** De bezettingsgraad is gedefinieerd als het quotiënt van het daadwerkelijke aantal overnachtingen en het aantal beschikbare slaapplekken. Voor kampeerterreinen wordt gerekend met vijf slaapplekken per standplaats.

	2012	2013	2014	2015
	%			
Totaal logiesaccommodaties	23,5	24,1	25,6	26,5
Waarvan				
Hotels, pensions en jeugdaccommodaties	42,9	42,8	44,2	45,6
Kampeerterreinen	10,5	10,8	11,8	11,6
Huisjesterreinen	34,5	34,5	35,2	36,6
Groepsaccommodaties	21,5	20,2	21,3	22,4

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** De bezettingsgraad is gedefinieerd als het quotiënt van het daadwerkelijke aantal overnachtingen en het aantal beschikbare slaapplekken. Voor kampeerterreinen wordt gerekend met vijf slaapplekken per standplaats.

Hoogste bezettingsgraad in Noord-Holland

Van alle provincies kent Noord-Holland in 2015 de hoogste bezettingsgraad van logiesaccommodaties (tabel 7.7). Dit komt door de aantrekkingskracht van Amsterdam waardoor de vele hotels in Amsterdam een bovengemiddeld hoge bezettingsgraad hebben: 59,5 procent in 2015. Ook in vergelijking met andere toeristische steden in Nederland is de bezettingsgraad van hotels in Amsterdam hoog.² Daarnaast geldt in zijn algemeenheid dat de bezettingsgraad van hotels groter is dan van andere typen logiesaccommodaties.

Tussen 2012 en 2015 is de bezettingsgraad van de accommodaties in alle provincies toegenomen. Alleen in de provincies Friesland, Drenthe en Overijssel nam de bezettingsgraad van de hotels niet toe. Dit zijn ook de provincies waar de bezettingsgraad van hotels al laag was. De bezettingsgraad van hotels is in Drenthe het laagst.

In Gelderland is de bezettingsgraad van logiesaccommodaties relatief laag. Hierbij speelt mee dat Gelderland een toeristische provincie is met erg veel slaapplaatsen (tabel 7.1), met name op kampeerterreinen. De kampeerterreinen hebben gemiddeld een lagere bezettingsgraad dan andere typen accommodaties. Dat geldt ook voor Gelderland. Flevoland was overigens de provincie met de geringste toeristische capaciteit (tabel 7.1) maar kent bij de overige accommodaties de hoogste bezettingsgraad. Vraag en aanbod lijken hier dus goed op elkaar afgestemd. Tussen 2012 en 2015 is de bezettingsgraad van de overige accommodaties in alle provincies met uitzondering van Noord-Brabant, toegenomen.

² De bezettingsgraden van hotels in enkele andere steden in 2015 waren als volgt: Rotterdam 48,3 procent, Den Haag 47,9 procent, Utrecht 42,5 procent en Maastricht 51,9 procent.

	Totaal logiesaccommodatie		Hotels, pensions jeugdaccommodaties		Overige accommodaties***	
	2012	2015	2012	2015	2012	2015
%						
Nederland	23,5	26,5	42,9	45,6	18,2	20,7
Groningen	16,1	18,9	35,5	36,6	11,1	13,0
Friesland	17,1	18,5	34,5	34,1	14,0	15,7
Drenthe	18,9	20,8	37,3	33,9	17,7	19,9
Overijssel	17,8	20,7	38,0	36,2	15,3	18,3
Flevoland	21,8	27,7	35,6	41,2	20,6	26,4
Gelderland	18,4	20,3	39,4	40,2	15,2	17,2
Utrecht	22,6	26,1	38,4	42,2	13,5	15,5
Noord-Holland	37,0	41,6	52,7	55,2	20,8	25,3
Zuid-Holland	29,0	33,2	38,5	44,2	22,2	24,6
Zeeland	20,0	24,4	40,6	41,9	18,0	22,8
Noord-Brabant	24,2	24,2	34,9	36,9	21,9	21,3
Limburg	25,7	27,3	39,3	41,7	22,7	24,0

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

*Deze tabel hanteert de volgende ondergrenzen voor accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeertreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

** De bezettingsgraad is gedefinieerd als het quotiënt van het daadwerkelijke aantal overnachtingen en het aantal beschikbare slaapplekken. Voor kampeertreinen wordt gerekend met vijf slaapplekken per standplaats

***Kampeertreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties.



8

Toerisme in macro-economisch perspectief

Dit hoofdstuk besteedt aandacht aan de macro-economische betekenis van het toerisme aan de hand van de toerismerekeningen. De toerismerekeningen gebruiken daarvoor het raamwerk van de nationale rekeningen. Dat leidt tot kernindicatoren over bestedingen, toegevoegde waarde en werkgelegenheid (paragraaf 8.1 – 8.4). Naast de toerismerekeningen, wordt in dit hoofdstuk ook aandacht besteed aan de zogenoemde reisverkeerbalans (paragraaf 8.5). De reisverkeerbalans van Nederland presenteert op macroniveau de uitgaven van Nederlanders in het buitenland en de inkomsten door uitgaven van buitenlanders in Nederland.



Hoofdpunten

- 2015 was vanuit macro-economisch perspectief een goed jaar voor de toeristische sector met name door de groei van het aantal buitenlandse toeristen.
- De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie stegen in 2015 met 3,7 miljard euro naar een totaal van 72,7 miljard euro. Dit is een stijging van 5,3 procent ten opzichte van 2014.
- De binnenlandse toeristische bestedingen namen in 2015 toe met 2,6 procent.
- De bijdrage van toerisme aan de toegevoegde waarde in Nederland steeg in 2015 met 0,3 procentpunt naar een totaal van 3,8 procent. In 2010 was dat nog 3 procent. Toerisme is daarmee relatief belangrijker geworden voor de Nederlandse economie in de periode 2010-2015.
- De werkgelegenheid omgerekend in het aantal voltijd equivalenten (vte's) groeide in 2015 met 12 duizend vte naar een totaal van 377 duizend vte.
- Terwijl de Nederlandse werkgelegenheid in de periode 2010-2015 licht is gekrompen, is de werkgelegenheid in de toerismesector gegroeid met 11,8 procent.
- Nederlanders gaven volgens de reisverkeersbalans in 2015 als reiziger meer uit in het buitenland dan buitenlandse reizigers in Nederland. Het verschil was 5,4 miljard euro.

8.1 Toerisme en de nationale rekeningen

Het systeem van nationale rekeningen geeft een cijfermatige beschrijving van het economische proces binnen een land en de economische relaties met het buitenland. Bekende macro-economische kengetallen uit de nationale rekeningen zijn de economische groei, gemeten als de volumegroei van het bruto binnenlands product (bbp), de toegevoegde waarde, de consumptie en werkgelegenheidscijfers zoals het aantal banen. Classificaties en definities zijn vastgelegd in internationale handboeken, waardoor de cijfers ook vergelijkbaar zijn tussen landen (UN et al., 2009; Eurostat, 2008¹).

In de nationale rekeningen is informatie over toerisme niet direct te vinden. Dit komt doordat in de nationale rekeningen bedrijfstakken worden ingedeeld op basis van productiekennmerken (zoals horeca, detailhandel en transport), terwijl toerisme wordt gedefinieerd vanuit het oogpunt van de toerist. Toerisme is dan ook geen bedrijfstak op zich, maar heeft betrekking op een groot aantal producten en diensten die vanuit verschillende bedrijfstakken aan toeristen worden geleverd. Een internationaal geaccepteerde manier om meer inzicht te geven in de macro-economische betekenis van toerisme, is het verankeren van de cijfers over toerisme in het geïntegreerde raamwerk van de nationale rekeningen. Daarbij wordt als het ware ingezoomd op dat deel van de nationale rekeningen dat gerelateerd is aan toerisme.² Dit kan met behulp van de toerismerekeningen. De toerismerekeningen bieden een geïntegreerd macro-economisch overzicht van de betekenis van toerisme voor de economie. De meerwaarde van de toerismerekeningen is vooral terug te vinden via informatie over macro-economische kernindicatoren (totaal toeristische bestedingen, toeristisch bbp, toeristische werkgelegenheid) in absolute en relatieve termen. Naast deze cijfers zijn er ook volume-indexcijfers beschikbaar.

Definitie toerisme

Toerisme wordt in de toerismerekeningen als volgt gedefinieerd:

'Toerisme omvat de activiteiten van personen reizend naar en verblijvend op plaatsen buiten hun normale omgeving voor niet meer dan een jaar voor ontspanning, zakelijk verkeer en andere activiteiten die niet gerelateerd zijn aan een activiteit die beloond wordt vanuit de plaats die bezocht wordt' (Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008, p.13).

1 UN et al., 2009; Tourism Satellite Account: recommended methodological Framework 2008.

Eurostat 2008: European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts.

2 Ook wel een satellietrekening genoemd.

Toeristen zijn dus reizigers die zich buiten hun normale omgeving bevinden. Bovendien mag het hoofddoel van de reis geen activiteit zijn die wordt betaald vanuit de plek die wordt bezocht. De internationale methodologie levert geen sluitende definities van de begrippen 'reiziger' en 'normale omgeving' en dus ook niet van de begrippen 'toerisme' en 'toerist'.

Voor het operationaliseren van het begrip 'normale omgeving' suggereert het framework frequentie en afstand als mogelijke criteria. Zo kunnen bijvoorbeeld de nabije omgeving van huis of werk en andere frequent bezochte plekken worden gerekend tot de normale omgeving. Het framework biedt echter ook de mogelijkheid om gebiedsgrenzen zoals gemeente- en provinciegrenzen te gebruiken als grens voor de normale omgeving.

In de Nederlandse toerismerekeningen is iemand een toerist iedere keer dat hij of zij een tocht maakt met een persoonlijk of zakelijk motief zoals hierboven gedefinieerd, waarvan de totale tijd dat men van huis of van werk is, langer dan 2 uur is. Binnen de Nederlandse toerismerekeningen worden toeristen op basis van vier verschillende kenmerken ingedeeld:

- 1. Vestigingsplaats. Net als in de nationale rekeningen wordt binnen de toerismerekeningen onderscheid gemaakt tussen ingezetenen van Nederland en niet-ingezetenen.*
- 2. Bestemming. Een toerist kan als bestemming Nederland of het buitenland hebben.*
- 3. Motief. De Nederlandse toerismerekeningen maken een onderscheid tussen persoonlijke (bijvoorbeeld recreatie) en zakelijke motieven.*
- 4. Duur van de reis. Er wordt onderscheid gemaakt tussen meerdaagse reizen (met overnachting) en dagtochten.*

Daarnaast wordt in het framework onderscheid gemaakt tussen een aantal verschillende vormen van toerisme:

- 1. Binnenlands toerisme is het toerisme van ingezeten reizigers binnen het economische territorium van Nederland.*
- 2. Buitenlands toerisme is het toerisme van niet-ingezeten reizigers binnen het economische territorium van Nederland.*
- 3. Uitgaand toerisme is het toerisme van ingezeten reizigers buiten het economische territorium van Nederland.*

Een uitgebreide omschrijving van de methodiek van de toerismerekeningen is te vinden in de publicatie "Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015".

8.2 Toeristische bestedingen

Toeristische bestedingen gestegen in 2015

De toerismesector wordt steeds belangrijker voor de Nederlandse economie. De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie zijn in 2015 gestegen met 5,3 procent naar een totaal van 72,7 miljard euro (in lopende prijzen)³. Rekening houdend met de ontwikkeling van de prijzen, oftewel inflatie, bedroeg de volumegroei⁴ van deze bestedingen 5,2 procent (figuur 8.1). Dit is het tweede jaar op rij dat de toeristische bestedingen met circa 5 procent zijn gegroeid ten opzichte van het jaar daarvoor.

De grootste bijdrage aan de groei van de totale toeristische bestedingen komt van het buitenlands toerisme. De volumegroei van de bestedingen door buitenlandse toeristen was 12,6 procent. Dit sluit aan bij de sterke groei van het aantal buitenlandse toeristen in Nederland in 2015: ruim 8 procent. Deze toeristen geven geld uit in de Nederlandse economie. Vooral toeristen uit onze buurlanden (Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België) weten Nederland goed te vinden, maar er komen ook steeds meer toeristen van buiten Europa naar Nederland toe.

“Toeristische bestedingen in 2015 goed voor 72,7 miljard euro”

Daarnaast is er sprake geweest van een toenemend aantal boekingen van buitenlandse toeristen die een accommodatie of ticket boeken bij of via een Nederlands bedrijf, terwijl de reisbestemming een ander land is dan Nederland. Economisch gezien verdient de Nederlandse economie aan deze boekingen, maar deze transacties hebben vaak niet betrekking op een buitenlandse toerist die afreist naar Nederland. Dit soort bestedingen wordt ook toegerekend aan buitenlands toerisme. Bij de interpretatie van deze gegevens moet hier rekening mee worden gehouden.

3 Er zijn 4 verschillende soorten prijzen in de nationale rekeningen:

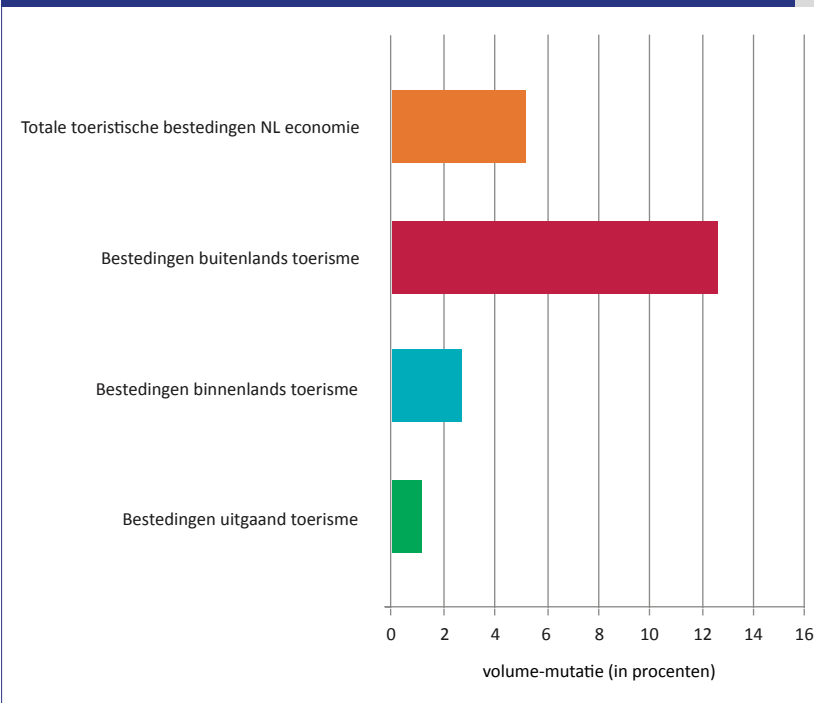
Lopende prijzen: prijzen in het lopende verslagjaar;

Constate prijzen: prijzen uitgedrukt in het prijsniveau vorig jaar;

Basisprijzen: prijzen exclusief product gebonden belasting en subsidies en exclusief de handels- en vervoersmarge;

Marktprijzen: prijzen inclusief product gebonden belastingen en subsidies en inclusief de handels- en vervoersmarge (de marktprijzen worden niet meer gepubliceerd).

4 Door naar de volumegroei te kijken, corrigeert CBS voor prijseffecten. Volume is de waarde gecorrigeerd voor prijsveranderingen. Dit geeft een zuiver beeld van de ontwikkeling van een conjunctuurindicator. Door te kijken naar de verandering ten opzichte van een jaar eerder worden eventuele seizoeneffecten uit de cijfers gefilterd.



Bron: CBS, toerismerekeningen

* Bestedingen buitenlands toerisme omvat de bestedingen van buitenlandse toeristen bij Nederlandse bedrijven. Bestedingen binnenlands toerisme omvat de bestedingen van Nederlandse toeristen bij Nederlandse bedrijven. Bestedingen uitgaand toerisme (groene balk) omvat de bestedingen van Nederlandse toeristen bij buitenlandse bedrijven.

** Voorlopige cijfers

Naast de buitenlandse toerist geeft ook de Nederlandse toerist weer meer geld uit, wat weer deels ten goede komt aan de Nederlandse economie. Deze binnenlandse toeristische bestedingen laten een ontwikkeling zien van 2,6 procent. Hierin zitten ook de bestedingen aan buitenlandse reizen die bij een Nederlands bedrijf gemaakt zijn. De bestedingen aan uitgaand toerisme (bestedingen aan vakanties van Nederlanders bij buitenlandse bedrijven) laten een stijging zien van 1,4 procent.

Toeristische bestedingen fors gegroeid sinds 2010

De waarde van de totale toeristische bestedingen door ingezetenen en niet ingezetenen in de Nederlandse economie (zie figuur 8.2) zijn in de periode 2010-2015 met 22,2 procent toegenomen van 59,5 naar 72,7 miljard euro. Gecorrigeerd voor inflatie zijn de bestedingen met 15,1 procent toegenomen.

Figuur 8.2 Totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie (in lopende prijzen), 2010-2015



Bron: CBS, toerismerekeningen.

* Voorlopige cijfers

** Sociale overdrachten en duurzame recreatiegoederen.

Het volume van de bestedingen door buitenlandse toeristen is met meer dan 50 procent gestegen in deze periode. Naast een forse groei in het aantal buitenlandse toeristen dat Nederland bezoekt, profiteert de reisbemiddeling in Nederland van veel meer online boekingen door buitenlandse toeristen van hotels en vliegtickets voor een vakantie in Nederland of in een ander land.

Het volume van de bestedingen gerelateerd aan het binnenlands toerisme is met 5,9 procent gegroeid. Hierin zitten ook de bestedingen aan buitenlandse reizen die bij een Nederlands bedrijf gemaakt zijn. De bestedingen via de sociale overdrachten en aan de recreatieve duurzame goederen (bijvoorbeeld kampeerartikelen, caravan en koffer) zijn in deze periode gelijk gebleven.

De bestedingen in Nederland én het buitenland van Nederlandse ingezetenen (zie figuur 8.3) zijn gezamenlijk gegroeid met 11 procent in de periode 2010-2015 (in

waarde termen), na correctie voor prijsstijgingen komt de volumegroei uit op 3,5 procent. De stijging in waarde termen wordt dus vooral veroorzaakt door de prijsstijgingen. Het grootste aandeel in de “bestedingen binnenlands toerisme: bestemming binnenland” hebben de horeca en het zogenaamde funshoppen. Het funshoppen gaat gepaard met veel uitgaven in de Nederlandse economie, maar omdat veel producten worden geproduceerd in het buitenland (denk aan kleding en elektronica) dragen deze uitgaven relatief weinig bij aan de toegevoegde waarde van de Nederlandse economie.

Totale toeristische bestedingen door ingezetenen in Nederland en het buitenland (in lopende prijzen), 2010-2015

Figuur 8.3



Bron: CBS, toerismerekeningen.

* Voorlopige cijfers

** Sociale overdrachten en duurzame recreatiegoederen.

8.3 Toeristische toegevoegde waarde

Belang toerisme voor de Nederlandse economie stijgt verder

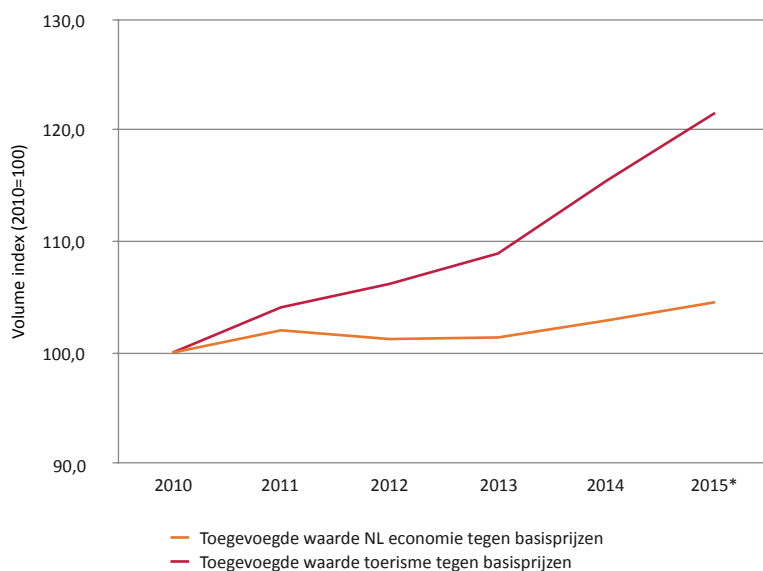
De toeristische bestedingen van ingezetenen en niet-ingezetenen leiden tot toegevoegde waarde in de Nederlandse economie. De toeristische toegevoegde waarde (in basisprijzen) is in 2015 gestegen met 10 procent naar een totaal van 23,3 miljard euro. Na correctie voor inflatie is de toeristische toegevoegde waarde met 5,3 procent gegroeid. De bijdrage van toerisme aan de totale toegevoegde waarde in Nederland is in 2015 gestegen met 0,3 procentpunt naar een totaal van 3,8 procent. De toerismesector is in 2015 dus wederom belangrijker geworden voor de Nederlandse economie.

“In 2015 is de toerismesector weer belangrijker geworden voor de Nederlandse economie”

In de periode 2010-2015 is het volume van de Nederlandse economie met 4,5 procent toegenomen. De toerismesector heeft in dezelfde periode een sterke groei doorgemaakt van 21,5 procent (figuur 8.4). De toeristische sector heeft het dus veel beter gedaan in deze periode.

Figuur 8.4

Economische ontwikkelingen in de toerismesector en de totale economie, 2010-2015



Bron: CBS, nationale rekeningen en toerismerekeningen.

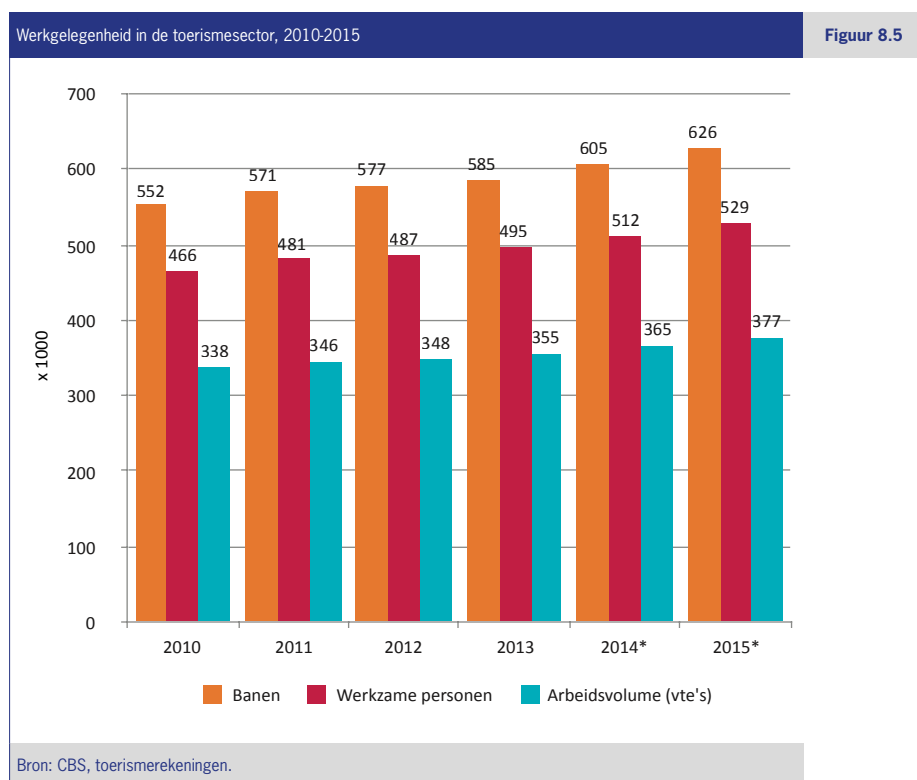
* Voorlopige cijfers

8.4 Toeristische werkgelegenheid

Toeristische werkgelegenheid groeit mee

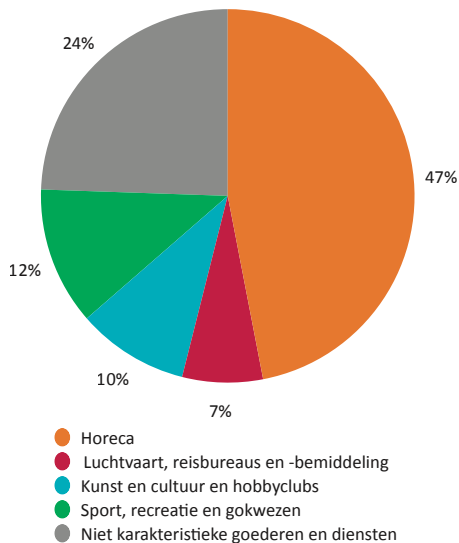
Figuur 8.5 laat zien dat ook de werkgelegenheid in de toerismesector in de periode 2010-2015 is gestegen. Zowel het aantal banen, het arbeidsvolume (vte's) als het aantal werkzame personen laten een gestage groei zien in de tijd. Het valt op dat er relatief veel in deeltijd wordt gewerkt in het toerisme. De deeltijdfactor is hoog; veel mensen hebben meer dan één baan. Dat geldt vooral voor één van de grootste sectoren van het toerisme, de horeca.

Het aantal banen is gestegen met 21 duizend banen naar een totaal van 626 duizend banen. Het aantal werkzame personen is in 2015 gelijk aan 529 duizend. Dit is een toename van 17 duizend werkzame personen t.o.v. 2014 (figuur 8.5). De werkgelegenheid omgerekend in het aantal voltijd equivalenten (vte's, ook wel arbeidsvolume) steeg met 12 duizend vte naar een totaal van 377 duizend vte in 2015. Het aandeel van de toerismesector in de totale werkgelegenheid (uitgedrukt in vte) steeg daarvoor in 2015 met 0,1 procentpunt naar 5,4 procent.



* Voorlopige cijfers

Figuur 8.6 Werkgelegenheid per activiteit als aandeel in toerismesector, 2015*



Bron: CBS, toerismerekeningen.

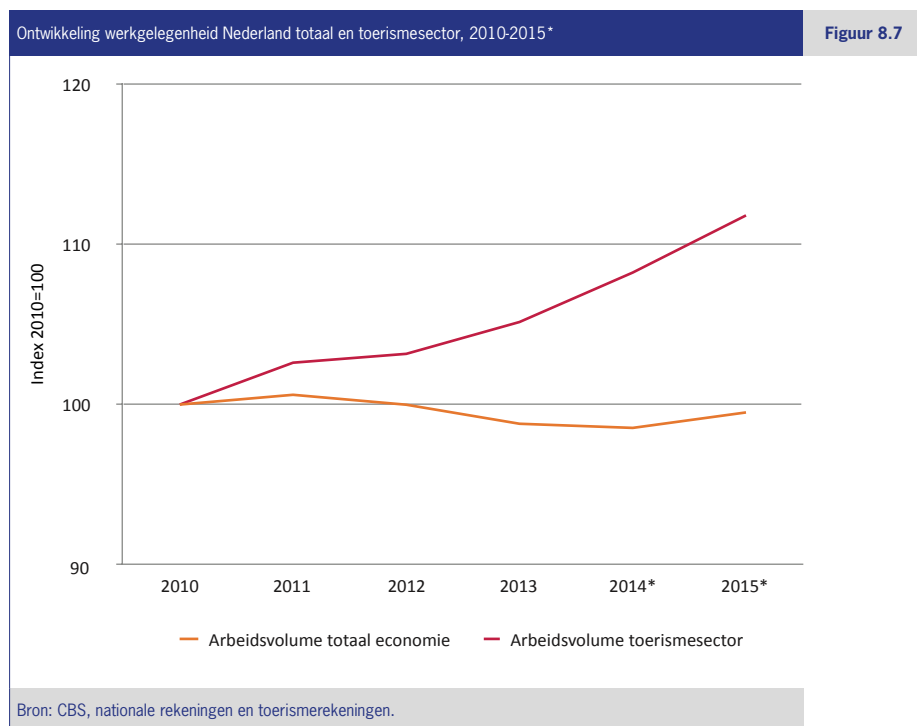
* Voorlopige cijfers

Ongeveer driekwart van de vte's die toebehoren aan de toerismesector werken aan karakteristieke toerisme-activiteiten. Hieronder vallen banen in de horeca, luchtvaart, reisorganisaties- en bemiddeling, kunst en cultuur. Slechts ongeveer een kwart van het totaal aantal vte's werkt aan niet-karakteristieke toerisme-activiteiten. Dit betreft een vrij heterogene groep van activiteiten, bijvoorbeeld de werkzame personen in de detailhandel (via het funshoppen). Ook mensen die werkzaam zijn in fabrieken waar brandstof voor het toeristisch vervoer wordt geproduceerd, zijn toebedeeld aan deze groep. Ook andere niet karakteristieke activiteiten zoals het openbaar vervoer en taxi's vallen hier onder.

“Werkgelegenheid in toerismesector groeit naar 626 duizend banen”

Toerisme draagt bij aan de werkgelegenheid in de Nederlandse economie. Terwijl de Nederlandse werkgelegenheid in de periode 2010-2015 licht is gedaald is de werkgelegenheid in de toerismesector juist sterk gegroeid. Gemeten in arbeidsvolume is de werkgelegenheid in de toerismesector gegroeid met 11,8 procent (figuur 8.7).

De bijdrage van de toerismesector aan de werkgelegenheid is daardoor gegroeid van ongeveer 4,8 procent (uitgedrukt in arbeidsvolume) in 2010 naar 5,4 procent in 2015. Toerisme is daarmee, kijkend naar de werkgelegenheid, belangrijker geworden voor de Nederlandse economie in de periode 2010-2015.



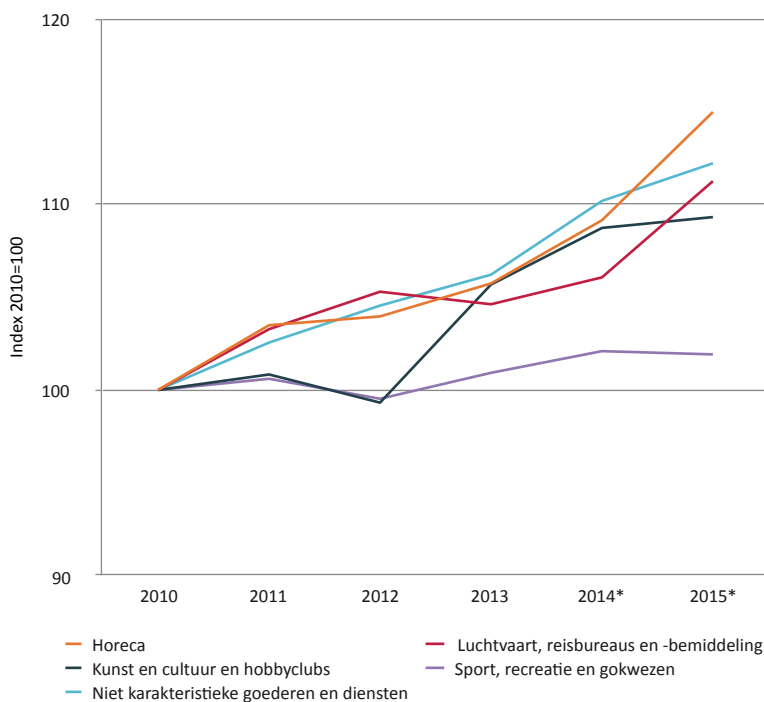
* Voorlopige cijfers

Deze groei wordt breed gedragen. Alleen de ‘sport, recreatie en gokwezen’ laten een minder harde stijging zien. De luchtvaart, reisbureaus en reisbemiddeling (inclusief online boekingen) laat met name vanaf 2013 een flinke groei zien. De horeca laat met 5,3 procent de grootste stijging ten opzichte van 2014 zien. Sinds 2010 is de werkgelegenheid in de horeca zelfs met 15 procent gegroeid.

De bijdrage aan de werkgelegenheid is groter dan de bijdrage aan de toegevoegde waarde. Dit wordt verklaard door het feit dat gemiddeld gezien de toerismesector gekarakteriseerd wordt door arbeidsintensieve activiteiten. In de toerismesector wordt ruim 35 procent minder toegevoegde waarde per vte gegenereerd dan gemiddeld in de Nederlandse economie. Zoals gezegd is de toerismesector niet echt homogeen van aard. De luchtvaart (zeer kapitaalintensief) genereert per vte meer dan gemiddeld en de horeca (zeer arbeidsintensief) minder dan gemiddeld bruto toegevoegde waarde per eenheid arbeid. De toegevoegde waarde wordt onder andere aangewend om lonen te betalen en kapitaalkosten (rente en afschrijvingen) af te dekken.

Figuur 8.8

Ontwikkeling werkgelegenheid in arbeidsvolume naar activiteit, 2010-2015



Bron: CBS, toerismerekeningen.

* Voorlopige cijfers

8.5 De reisverkeersbalans

In het eerste deel van dit hoofdstuk is aandacht besteed aan de toerismerekeningen. In deze paragraaf wordt gekeken naar de zogenoemde reisverkeersbalans. Als onderdeel van de betalingsbalans richt de reisverkeersbalans zich op geldtransacties die gerelateerd zijn aan de uitgaven van reizigers. Het gaat om uitgaven voor overnachtingen, eten en drinken, cultuur en vermaak, transport (in het betreffende land), souvenirs en andere tijdens de reis aangeschafte producten en diensten, althans voor zover deze voor de reiziger zelf zijn bestemd.⁵ Daarbij presenteert de reisverkeersbalans zowel de bestedingen die door Nederlandse reizigers in het buitenland (bestedingen uitgaand toerisme) worden gedaan als de bestedingen die door buitenlandse reizigers in Nederland (de ontvangsten inkomend toerisme) worden gedaan. Daarbij wordt onderscheid gemaakt naar het land waar het geld wordt besteed of ontvangen.

⁵ Hierin is niet het vervoer naar de bestemming opgenomen. Het lokale reisverkeer wordt wel meegeteld.

De statistiek Internationale handel in diensten en de reisverkeersbalans

De reisverkeersbalans van Nederland is onderdeel van de Statistiek Internationale Handel in Diensten van CBS. Deze statistiek wordt onder andere samengesteld ten behoeve van de betalingsbalans. De betalingsbalans van een land geeft alle transacties weer van betalingen in een bepaalde periode van een land aan het buitenland en van ontvangsten uit het buitenland. Bij de betalingen aan het buitenland betreft het de import van producten en diensten. Bij de ontvangsten betreft het de export van producten en diensten. De betalingen en ontvangsten worden voor de Statistiek Internationale Handel in Diensten geaggregeerd naar een kwartaal- en een jaarcijfer en worden onderscheiden naar verschillende product- of dienstengroepen. Naast de reisverkeersdiensten die onderwerp van deze paragraaf zijn, zijn andere voorbeelden: bouwdiensten, industriële diensten en vervoersdiensten. Niet alleen de betalingen en ontvangsten worden weergegeven per land maar ook het saldo van de betalingen en ontvangsten. Als de betalingen groter zijn dan de ontvangsten is sprake van een netto betaler. Andersom is sprake van een netto ontvanger. De statistiek wordt gemaakt op basis van internationaal geldende methoden en concepten.⁶ Voordeel van de reisverkeersbalans is dat de cijfers relatief snel beschikbaar zijn.

De invoerwaarde van het reisverkeer (uitgaven van Nederlandse ingezetenen die naar het buitenland reizen) wordt berekend op basis van de resultaten van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research. De waarde van de uitvoer van het reisverkeer (=bestedingen van buitenlandse reizigers die naar Nederland komen) wordt geschat op basis van steekproefgegevens uit de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA), de Marketing Scan van NBTC en de prijsindexcijfers ten aanzien van de consumptie van buitenlanders in Nederland.

De reisverkeersbalans levert, net als de toerismerekeningen, indicatoren op die de macro-economische ontwikkeling van het toerisme beschrijven. De UNWTO maakt bijvoorbeeld veel gebruik van de gegevens van de reisverkeersbalans om de ontwikkelingen van het toerisme te monitoren.⁷

Hoewel er overeenkomsten zijn, verschillen de toerismerekeningen en de reisverkeersbalans op een aantal punten van elkaar. Een belangrijk verschil is dat de reisverkeerbalans ook het grensverkeer (aankopen in buurlanden door particulieren) en grensoverschrijdende (seizoens)arbeid meeneemt, althans voor de uitgaven van men-

⁶ Zie Balance of Payments and International Investment Position Manual, BPM6, IMF.

⁷ Zie hoofdstuk 2.

sen die niet zijn ingeschreven in het betreffende land. Deze groepen vallen niet binnen de definitie van toerisme. Zie het tekstkader over definitieverschillen. Daarnaast vallen de binnenlandse bestedingen buiten het bereik van de reisverkeersbalans. Dat geldt ook voor (online) boekingen bij Nederlandse bedrijven van buitenlanders, die niet naar Nederland reizen. En, ten slotte, verschillen de methoden sterk van elkaar.

Hierdoor zijn de cijfers van beide methoden maar in beperkte mate met elkaar vergelijkbaar. Voordeel van de reisverkeersbalans is dat de meeste landen een statistiek over de internationale handel van diensten hebben. De cijfers zijn per kwartaal beschikbaar. Dat geldt niet voor de toerismerekeningen. Daarentegen geven de toerismerekeningen een veel completer beeld van de economische ontwikkeling van het toerisme en zegt ook iets over de effecten op de werkgelegenheid.

In de reisverkeersbalans worden de vervoersuitgaven van reizigers met een buitenlandse bestemming niet meegeteld. Die worden bij de statistiek Internationale handel geregistreerd onder vervoersdiensten en dan specifiek naar de verschillende vervoerwijzen van 'het personenvervoer'. De bestedingen en ontvangsten van deze diensten moeten nog bij de reisverkeersbalans worden opgeteld, om beter aan te sluiten op hetgeen toerisme is.⁸ De vervoerskosten op de plaats van bestemming worden wél meegeteld in de reisverkeersbalans.

Definitieverschillen tussen de reisverkeersbalans en de UNWTO-definitie van toerisme

In de algemeen geaccepteerde definitie van de UNWTO zoals gebruikt in de toerismerekeningen, wordt toerisme gedefinieerd als: de activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht. Voor een groot deel wordt bij de samenstelling van de reisverkeersbalans ook aangesloten op deze definitie, maar er zijn ook verschillen.

In lijn met de definitie van de UNWTO worden bij het samenstellen van de reisverkeersbalans uitgaven bekeken van reizigers die in een land verblijven waar zij niet wonen en tevens niet langer verblijven dan één jaar. Het gaat daarbij zowel om dagtoeristen als om verblijfstoeristen.

⁸ Zo neemt de UNWTO zowel de reisverkeersbalans als het personenvervoer mee.

Verder worden ook geheel in lijn met genoemde definitie niet de uitgaven meegeteld van militairen, diplomaten en reizigers die worden betaald op de plaats waar zij verblijven. Deze uitgaven worden elders in de Statistiek Internationale Diensten geregistreerd. Niet in lijn met de toerisme-definitie van de UNWTO is dat de uitgaven van studenten en mensen die om gezondheidsredenen reizen en daarvoor langer dan een jaar in een ander land verblijven, worden meegeteld. Ook worden in afwijking van de UNWTO-definitie in de reisverkeersbalans uitgaven van grens- en seizoensarbeiders meegeteld, maar alleen als zij niet zijn ingeschreven in de Gemeentelijke Basisadministratie (GBA). Ingeschreven buitenlandse arbeiders worden beschouwd als ingezetenen.

Nederland is netto betaler als het gaat om het internationale reisverkeer

Tabel 8.1 geeft een overzicht van de reisverkeersbalans 2015. Naast de bestedingen en ontvangsten van de reisverkeersbalans, zijn in de tabel ook de cijfers opgenomen over het personenvervoer. De tabel laat zien dat Nederlanders in 2015 circa 5,4 miljard euro meer in het buitenland (15,9 miljard euro) besteedden dan buitenlanders deden in Nederland (10,4 miljard euro). Met dit negatieve saldo voor de reisverkeersbalans is Nederland een netto betaler. Het passagiersvervoer van de vervoersdiensten (exclusief de zeevaart⁹) laat juist een omgekeerd beeld zien. Nederland is in dat zelfde jaar een netto ontvanger met een positief saldo van 3,9 miljard euro.

In de reisverkeersbalans wordt onderscheid gemaakt tussen de bestedingen van zakelijke reizigers en die van reizigers met een persoonlijk motief. Bij zakelijke reizigers kan het onder meer gaan om werknemers die voor het bezoeken van moeder- of dochterbedrijven, voor het bijwonen van vergaderingen, beurzen, congressen, voor installatiewerkzaamheden of voor het bezoeken van klanten of leveranciers naar het buitenland reizen. Bij reizigers met een persoonlijk motief gaat het om vrijetijdsactiviteiten, deelname aan sport en culturele activiteiten, het bezoek aan familie en kennissen, religieuze doelen, studie en aan gezondheid gerelateerde activiteiten. In tabel 8.1 is te zien dat de bestedingen en de ontvangsten voor het zakelijke toerisme elkaar redelijk in evenwicht houden. Dat geldt niet voor het persoonlijke reisverkeer. Daar is Nederland duidelijk een netto betaler. Het negatief saldo van 5,7 miljard euro op de reisverkeerbalans wordt bijna geheel veroorzaakt door het negatieve saldo bij het persoonlijke reisverkeer.

Er zijn duidelijke verschillen tussen de totalen van de Reisverkeersbalans, inclusief het passagiersvervoer, en die van de toerismerekeningen. Deze verschillen ontstaan door de definitieverschillen tussen beide onderzoeken (zie de bovenstaande tekst en

⁹ Omwille van geheimhouding kunnen cijfers over passagiersvervoer zeevaart niet worden getoond.

het tekstkader over definitieverschillen). De bestedingen van het uitgaand toerisme in de reisverkeersbalans zijn hoger dan die in de toerismerekeningen onder andere omdat in de reisverkeersbalans ook de uitgaven van bijvoorbeeld het grensverkeer en seizoensarbeid worden meegenomen.

Aan de andere kant worden alle boekingen door buitenlandse toeristen bij of via een Nederlandse bedrijf meegerekend in de toerismerekeningen, ongeacht of deze buitenlandse toeristen ook daadwerkelijk naar Nederland afreizen. Economisch gezien verdient Nederland namelijk wel aan deze boekingen. Dit zorgt er onder andere voor dat de toerismerekeningen een hoger bedrag aan inkomsten uit buitenlands toerisme rekenen dan de reisverkeersbalans.

Tabel 8.1

Reisverkeer en personenvervoer van de Nederlandse handelsbalans, 2015

	Invoer van diensten w.o. uitgaand toerisme	Uitvoer van diensten w.o. inkomend toerisme	Saldo diensten
<i>x mln euro</i>			
Reisverkeer totaal	15.826	10.447	-5.379
waarvan			
zakelijk reisverkeer	3.097	3.294	197
persoonlijk reisverkeer	12.729	7.154	-5.575
Passagiersvervoer totaal (excl. passagiers- vervoer zeevaart)	1.719	5.662	3.943
waarvan			
luchtvaart: passagiersvervoer	1.623	5.585	3.962
overig vervoer: passagiersvervoer	96	77	-19
Reisverkeer plus passagiersvervoer (excl. passagiersvervoer zeevaart)	17.545	16.109	-1.436

Bron: CBS, Internationale Handel in Diensten.

Duitse reizigers besteedden het meest in Nederland en andersom

Tabel 8.2 toont de bestedingen en ontvangsten tussen Nederland en andere landen, exclusief de kosten voor het internationale personenvervoer.¹⁰

Bijna de helft van alles wat buitenlandse reizigers in Nederland uitgeven, is afkomstig van Duitse reizigers, waaronder verblijfstoeristen, dagjesmensen en zakenreizigers. In 2015 gaven Duitsers 5,0 miljard euro in Nederland uit, op een totaal van 10,4 miljard euro. Na de Duitsers, volgen de Belgen op ruime afstand met hun reisbestedingen in Nederland. Zij besteedden in 2015 voor 1,4 miljard euro, ruim 13 procent van de totale bestedingen. Voor een belangrijk deel gaat het om dagtoeristen.

¹⁰ Omwille van geheimhouding kunnen niet van alle landen cijfers worden getoond.

Na Duitsland en België, besteden bezoekers uit het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk en van buiten Europa de Verenigde Staten het meest in Nederland. Als we kijken naar de bestedingen van de top 15 landen van de reisverkeersbalans, zijn in 2015 alleen de bestedingen van de bezoekers uit Rusland teruggelopen. Bij alle andere landen in de top 15 zijn de bestedingen tussen 2014 en 2015 toegenomen.

Duitsers besteedden in 2015 niet alleen het meeste in Nederland, andersom is Duitsland ook het land waar Nederlanders het vaakst de beurs trekken. Ruim 3,4 miljard euro besteedden Nederlandse reizigers in 2015 in Duitsland. Daarmee is Duitsland het enige 'grote' land waarmee Nederland een positieve reisverkeersbalans heeft. Nederland 'verdient' per saldo ook aan Polen, Rusland, Israël en China, maar daarbij gaat het om bescheiden bedragen.

Top 15 van landen op de reisverkeersbalans (exclusief personenvervoer), uitgaand en inkomend, 2014 en 2015

Tabel 8.2

	Uitgaand reisverkeer (bestedingen)			Inkomend reisverkeer (ontvangsten)	
	2014	2015		2014	2015
	x mln euro			x mln euro	
Duitsland	3.417	3.388	Duitsland	4.724	5.002
Frankrijk	1.478	1.511	België	1.326	1.413
België	1.507	1.407	Verenigd Koninkrijk	793	915
Spanje	1.170	1.320	Verenigde Staten	357	392
Verenigde Staten	984	1.167	Frankrijk	317	339
Verenigd Koninkrijk	763	845	Italië	239	273
Italië	771	812	Polen	211	224
Oostenrijk	721	748	Spanje	157	183
Griekenland	468	416	China	109	137
Turkije	347	332	Zwitserland	106	120
Portugal	281	288	Turkije	47	80
Zwitserland	262	229	Brazilië	62	71
Canada	127	210	Denemarken	62	70
Noorwegen	160	189	Rusland	107	68
Zweden	173	180	Israël	54	66
Totaal landen	15.382	15.826	Totaal landen	9.782	10.447

Bron: CBS, Internationale Handel in Diensten.

Na Duitsland, besteedden de Nederlanders in 2015 het meest in Frankrijk, België, Spanje, de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. De hoge notering van het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten heeft mede te maken met de belangrijke positie van deze landen in het zakelijk reisverkeer. Na Duitsland zijn de Verenigde Staten de belangrijkste bestemming voor zakelijke reizen. Het Verenigd Koninkrijk staat na België op de vierde plaats.



9

Toerisme en duurzaamheid

Dit hoofdstuk beschrijft enkele aspecten op het terrein van toerisme en duurzaamheid. Daarbij wordt ingegaan op de zogenoemde 'carbon footprint' van toeristen. Bij de carbon footprint gaat het om de hoeveelheden CO₂-emissies die veroorzaakt worden door het reisgedrag van Nederlandse toeristen. Er wordt onderscheid gemaakt naar vakantieland, het middel van vervoer en het type logiesaccommodatie waarin men verblijft. In paragraaf 9.3 wordt ingegaan op de toeristische druk op regio's en steden die veroorzaakt wordt door het verblijfstoerisme.



Hoofdpunten:

- De 'carbon footprint' van Nederlandse toeristen is in 2015 met 1,0 procent gestegen tot 14,9 Mton CO₂.
- De 'carbon footprint' van alle binnenlandse vakanties is toegenomen met 1,8 procent, terwijl die voor buitenlandse vakanties groeide met 0,9 procent.
- Met 56,2 procent wordt de belangrijkste bijdrage aan de 'carbon footprint' geleverd door vliegvakanties, hoewel die slechts 20,4 procent van alle reizen uitmaken.
- De toeristische druk in Nederland in 2015, gemeten in aantal overnachtingen van toeristen per dag per km², is verreweg het hoogst in Amsterdam: bijna 3,5 keer zo hoog als bij andere grote steden en 24 keer zo hoog als het gemiddelde van Nederland.
- De afgelopen drie jaar is de toeristische druk in Amsterdam verder toegenomen. Dit wordt vooral veroorzaakt door de toename van het aantal overnachtingen van buitenlandse verblijfstoeristen.
- Uitgedrukt per 100 inwoners is de toeristische druk in Zeeland met 7,1 overnachtingen hoger dan die in Amsterdam (4,3 overnachtingen per 100 inwoners).

9.1 Inleiding

Toerisme levert een belangrijke bijdrage aan de economie van veel bestemmingen. Het verhoogt de inkomsten van de lokale inwoners en overheid en versterkt de werkgelegenheid. Toerisme trekt ook investeringen aan, bijvoorbeeld voor de infrastructuur en voorzieningen. Ook draagt het bij aan sociale en culturele ontwikkelingen. Vanuit deze voordelen wordt toerisme dan ook vaak gezien als een mogelijkheid om regio's of steden verder te ontwikkelen of juist in stand te houden als middel tegen krimp.

Toerisme heeft echter niet alleen positieve effecten op regio's en steden. Toerisme kan ook een belasting worden voor het milieu en de omgeving. Deze belasting kan allerlei vormen aannemen: van geluidhinder, watervervuiling en CO₂-uitstoot tot sociale druk op de betreffende samenleving. Zo kan veelvuldig bezoek aan een gebied schade toebrengen aan de ecosystemen, of zelfs de aantrekkelijkheid van een gebied teniet doen. Dit betreft niet alleen het platteland, maar ook de steden. Zo worden in steden als Amsterdam, Venetië en Barcelona de grote hoeveelheden toeristen en dagjesmensen door veel inwoners steeds meer als een sociaal probleem ervaren.¹ De CO₂-uitstoot, die op allerlei wijzen door toeristen wordt veroorzaakt, draagt ook bij aan klimaatverandering. Deze klimaatverandering kan op termijn weer invloed hebben op het toerisme, bijvoorbeeld door een wijziging in het weerbeeld of het ontstaan van watertekorten. Ook is het niet altijd vanzelfsprekend dat de door toerisme gegenereerde inkomsten ten goede komen aan de betreffende bestemming zelf. Vaak lekken deze inkomsten weg naar bedrijven buiten de regio of stad. Ook kan het zijn dat het toerisme een opdrijvend effect heeft op prijzen van goederen, diensten en onroerend goed in de toeristische bestemming.

Dit alles heeft ertoe geleid dat er vanaf het eind van de vorige eeuw steeds meer aandacht is gekomen voor een duurzame ontwikkeling van het toerisme. Ook bij het toerismebeleid van de rijksoverheid is een duurzame ontwikkeling van het toerisme in Nederland een van de drie speerpunten.² De carbon footprint van zowel het binnenlands als het uitgaande toerisme speelt daarin vooralsnog geen rol.

Een duurzame ontwikkeling betekent volgens de World Commission on Environment and Development van de Verenigde Naties: 'een ontwikkeling die tegemoet komt aan de noden van het heden, zonder de mogelijkheden van de toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien in het gedrang te brengen'.³ In de toeristische prak-

1 Zie bijvoorbeeld het artikel 'Toeristische druk op stedelijke bestemmingen' van Albert Postma en Ko Koens in het volgende hoofdstuk van deze publicatie en de artikelen: 'Amsterdam populairder dan ooit: tijd om actie te ondernemen op de groeiende toeristenstroom', in Nieuw Amsterdam, 1 maart 2016. Zie <https://stedenintransitie.nl/publicatie>. En 'Tourism in Barcelona: nobody goes there any more, it's too crowded' in Gulliver Business Travel van 9 juni 2015.

2 Zie <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/toerisme-en-recreatie/inhoud/toerismebeleid-versterking-toeristische-sector>

3 World commission on environment and development 1987. Our common future. Oxford: Oxford University Press.

tijk kan en wordt dit op veel verschillende manieren uitgelegd en ingevuld. Centraal staat altijd het streven naar het behoud van natuur, cultuur en mensenrechten.

In dit hoofdstuk worden twee sets van indicatoren van duurzaam toerisme beschreven. Ten eerste worden in paragraaf 9.2 cijfers gepresenteerd over de zogenaamde 'carbon footprint' van de Nederlandse toerist. Daarbij gaat het om de effecten die Nederlandse toeristen veroorzaken met hun reisgedrag. Het Centre for Sustainable Tourism and Transport (CSTT) van NHTV internationaal hoger onderwijs Breda publiceert in samenwerking met NRIT Onderzoek en NBTC-NIPO Research sinds 2008 jaarlijks een onderzoek naar de emissies van kooldioxide (de carbon footprint) die worden veroorzaakt door Nederlandse vakantiegangers in binnen- en buitenland. Basis voor dit onderzoek zijn onder meer de cijfers van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO).⁴ In dit hoofdstuk worden resultaten over 2015 en de ontwikkelingen sinds 2002 gepresenteerd.

In paragraaf 9.3 wordt ingegaan op de 'toeristische druk' die gegenereerd wordt door het verblijfstoerisme bij provincies en enkele grote steden in Nederland. Afhankelijk van de perceptie kan de toeristische druk door de inwoners van een gebied of stad als probleem worden ervaren. De toeristische druk wordt uitgedrukt in twee indicatoren, namelijk: 1) het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per vierkante kilometer en 2) het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per 100 inwoners.

Beide sets van indicatoren hebben betrekking op het reisgedrag van de toerist, de consument. Niet alleen de consument speelt een rol bij duurzaam toerisme. Ook de overheid en de producent, de aanbieder van toeristische producten en diensten, spelen een rol. Te denken valt aan hotels, reisorganisaties, touroperators en vervoersmaatschappijen. Hoewel aan die rol hier geen aandacht wordt besteed, zijn er op dat terrein wel ontwikkelingen. Zo heeft de Nederlandse overheid in 2014 een overeenkomst gesloten met een aantal reisorganisaties over het verstrekken van informatie aan de consument over de duurzaamheid van bestemmingen ('Green Deal Duurzaam Toerisme').

Een andere belangrijke ontwikkeling is de eventuele invoering van een 'carbon label' door de Nederlandse reissector. Door de invoering van een 'carbon label' kan de consument een geïnformeerde keuze maken voor de vakantiebestemming en de wijze van vervoer. Om dit mogelijk te maken, heeft de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) samen met ruim tien touroperators in de ontwikkeling van een carbon calculator geïnvesteerd.⁵ De calculator is ontwikkeld door NHTV hoger onderwijs Breda en Hogeschool Zeeland en biedt de mogelijkheid om zeer gedetailleerde 'carbon footprints' te berekenen voor reisproducten. Zo is het mogelijk om een modelmatige schatting te maken van 'carbon footprints' voor meer dan een half miljoen accommodaties wereldwijd en voor vluchten op het niveau van een

4 Zie voor een beschrijving van het CVO hoofdstuk 4 over vakanties van Nederlanders.

5 Meer informatie over de carbon calculator is te vinden op <http://www.cstt.nl/carmacal>.

trip (van A naar B met maatschappij Y en vliegtuigtype X). Door dit hoge detailniveau krijgt een touroperator een tool in handen waarmee verlaging van de 'carbon footprint' op individuele reisproducten bijna altijd mogelijk is. Door deze mogelijkheden te wegen tegen marktontwikkelingen, omzet en winstmarge kan de ondernemer op een efficiënte manier het productportfolio eco-efficiënter maken. Cijfers over eco-efficiëntie zijn te vinden in de tabellen 9.4 en 9.5.

9.2 De 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger

Achtergrond en methode

Uit eerder onderzoek is gebleken dat de neveneffecten van toerisme op het milieu bij klimaatverandering veel hoger zijn dan bij luchtvervuiling, geluidshinder, en natuur- en landschapsvervuiling.⁶ Het aandeel van toerisme aan de totale door mensen veroorzaakte klimaatverandering is aanzienlijk en wordt veroorzaakt door het verbranden van fossiele brandstoffen. Anderzijds kunnen de gevolgen van klimaatverandering de toerismesector forse schade toebrengen.⁷ Daarom is het voor zowel de sector als de overheid belangrijk om een goed beeld te hebben van de herkomst van CO₂-emissies en de oorzaak van de groei of vermindering ervan.

De carbon footprint ontstaat door verbranding van fossiele brandstoffen voor en door onder meer vervoer, accommodaties en toeristische activiteiten. CO₂-emissies veroorzaken een toename van de concentratie van CO₂ in de atmosfeer. De CO₂-concentratie is sinds het begin van de industriële revolutie rond 1800 toegenomen van 280 ppm (parts per million) tot 400 ppm in 2015⁸ en wordt door de klimaatwetenschappen als de belangrijkste oorzaak van het opwarmen van de atmosfeer gezien.

Een vakantie bestaat uit een heen- en een terugreis, het gebruik van een of andere vorm van logies en allerlei activiteiten onderweg. Voor al deze zaken is energie nodig. Maar de hoeveelheid energie per reis of reisdag verschilt sterk, afhankelijk van keuzes die door de vakantieganger worden gemaakt. Wie thuis op de fiets stapt en in twee weken een rondje IJsselmeer fietst en onderweg kampeert in een klein tentje, verbruikt bijna geen energie en heeft een zeer geringe carbon footprint. Maar wie op Schiphol het vliegtuig naar Australië neemt, daar twee weken rondtrekt in een grote camper en dan weer terug vliegt, veroorzaakt een 'carbon footprint' die vergelijkbaar is met een jaar lang je huis verwarmen. De groei van de emissies is dus niet alleen afhankelijk van het aantal vakanties en de duur van de vakanties, maar ook van de

6 Zie bijvoorbeeld: Peeters, P., Szimba, E. & Duijnsveld, M. 2007. Major environmental impacts of European tourist transport. *Journal of Transport Geography*, 15, 83-93.

7 Zie bijvoorbeeld: UNWTO-UNEP-WMO 2008. *Climate change and tourism: Responding to global challenges*. Madrid: UNWTO.

8 Dlugokencky, E. & Tans, P. 2015. Trends in Atmospheric Carbon Dioxide, Recent Global CO₂ [Online]. NOAA/ESRL. Beschikbaar via: <http://www.esrl.noaa.gov/gmd/ccgg/trends/global.html> [Geraadpleegd 08-08-15].

afstand die wordt afgelegd, het vervoermiddel en het type accommodatie. Ook activiteiten ter plekke kunnen veel energie gebruiken, zoals een dagje skiën per helikopter.

Deze paragraaf beperkt zich tot de emissies van CO₂. Voor de meeste onderdelen van het toerisme, zoals accommodaties, vervoer over land en zee en andere activiteiten, is dit een goede benadering voor de effecten op het klimaat. Voor de luchtvaart geldt dat de niet CO₂-gerelateerde klimaateffecten ongeveer even groot zijn of mogelijk zelfs groter, dan die van CO₂-emissies door het luchtverkeer.⁹ Het gaat daarbij om effecten van emissies van bijvoorbeeld stikstofoxiden in hoge lagen van de atmosfeer. Maar het belangrijkste effect is het ontstaan van contrails, de bekende witte strepen die soms te zien zijn. Deze contrails leiden tot de vorming van hoge bewolking en een verder toenemend effect op de temperatuur. We beperken ons hier tot de CO₂-gerelateerde effecten, omdat er juist voor de luchtvaart geen goede methode bestaat om die andere effecten te berekenen in met CO₂ vergelijkbare eenheden.¹⁰

Alleen de directe CO₂-emissies worden hier weergegeven. De meeste emissies als gevolg van de productie van vervoermiddelen en de bouw van hotels en infrastructuur blijven hier buiten beschouwing. De productie van brandstoffen wordt bij de berekeningen voor de emissies van vervoerwijzen wel meegenomen. Zodoende geven de getallen een ondergrens van het effect van het reisgedrag van vakantiegangers op het klimaat. De emissies zijn berekend op basis van emissiefactoren voor accommodaties, vervoerwijzen, soort vakanties en vakantieactiviteiten als excursies, uitgaan en vervoer op de bestemming. Voor een uitgebreidere uitleg van de gehanteerde methodologie wordt verwezen naar Eijgelaar et al. (2016).¹¹

Toerisme draagt in toenemende mate bij aan de emissie van kooldioxide, het belangrijkste broeikasgas. De tabellen 9.1 tot en met 9.6 geven een overzicht van kooldioxide-emissies veroorzaakt door het reisgedrag van de Nederlandse vakantieganger in 2015. Daarnaast wordt gekeken hoe deze zich verhouden tot de uitgaven van vakantiegangers (de eco-efficiëntie). In 2015 bedroegen de totale CO₂-emissies van het reisgedrag van de Nederlandse vakantieganger 14,9 Mton; een toename van 1,0 procent ten opzichte van 2014 (figuur 9.1 en tabel 9.2). Ter vergelijking: de gehele Nederlandse samenleving stootte in 2015 5,5 procent meer CO₂ uit dan in

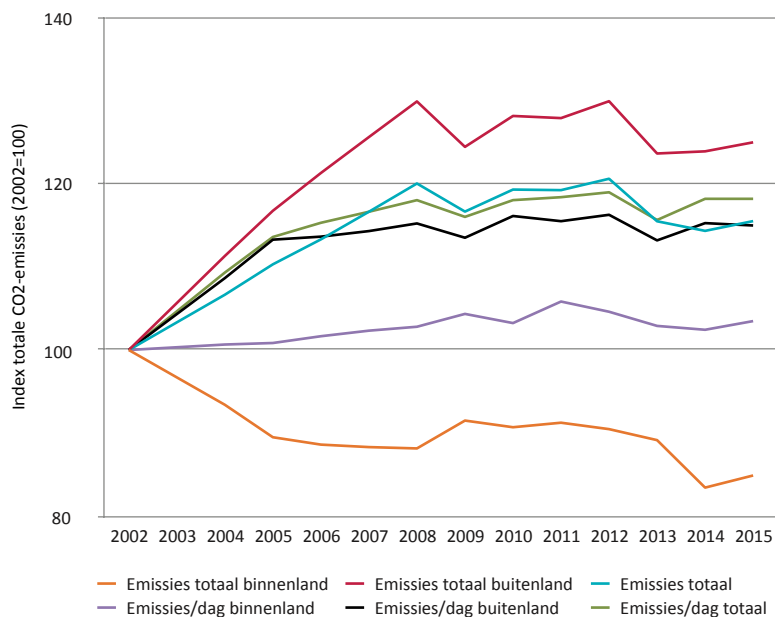
9 Owen, B., Lee, D. S. & LIM, L. 2010. Flying into the Future: Aviation Emissions Scenarios to 2050. *Environmental Science & Technology*, 44, 2255-2260.

10 Forster, P. M. D. F., Shine, K. P. & STUBER, N. 2006. It is premature to include non-CO₂ effects of aviation in emission trading schemes. *Atmospheric Environment*, 40, 1117-1121 en Peeters, P. & Williams, V. 2009. Calculating emissions and radiative forcing: global, national, local, individual. In: Gössling, S. & Upham, P. (eds.) *Climate change and aviation: Issues, challenges and solutions*. London: Earthscan.

11 Eijgelaar, E., Peeters, P., De Bruijn, K. & Dirven, R. 2016. *Travelling large in 2015. The carbon footprint of Dutch holidaymakers in 2015 and the development since 2002*. Breda: NHTV University for Applied Sciences in collaboration with NBTC-NIPO Research.

2014, namelijk 166,6 Mton CO₂, waarbij moet worden opgemerkt dat de uitstoot in 2014 laag was vergeleken met voorgaande jaren.¹²

Figuur 9.1 Emissietrends totaal, binnenlandse en buitenlandse vakanties, 2002-2015



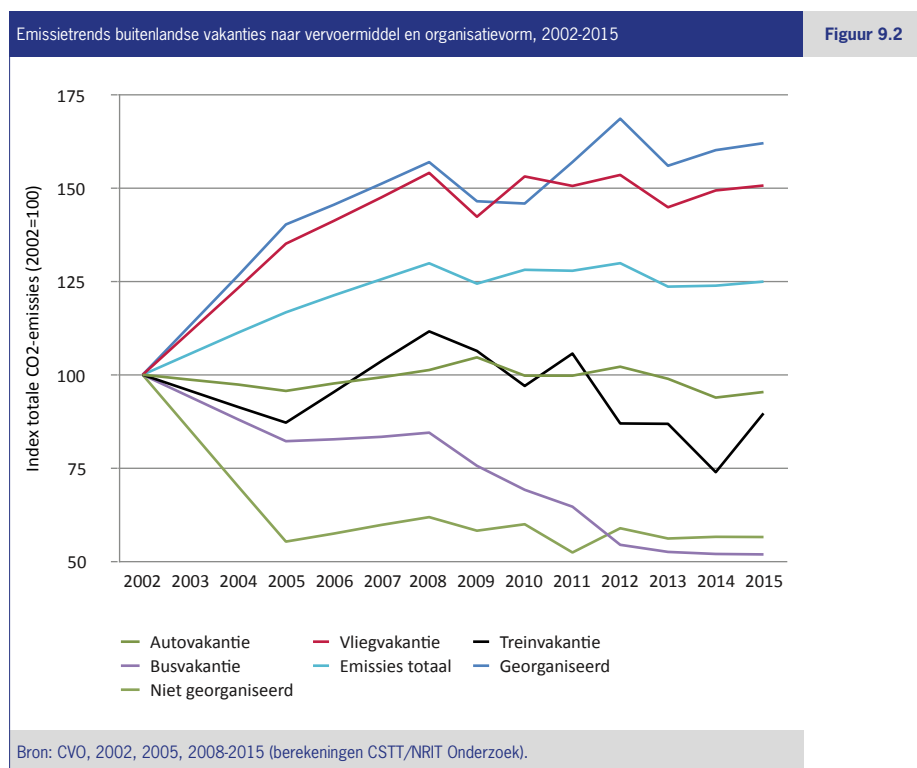
Bron: CVO, 2002, 2005, 2008-2015 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek).

Zoals figuur 9.1 laat zien, is in 2015 ten opzichte van 2014 sprake van een toename van de totale emissies ten gevolge van het reisgedrag van Nederlandse toeristen met 1,0 procent. Dit is het gevolg van een toename met 1,8 procent van de emissies door binnenlandse vakanties en een toename met 0,9 procent van de veel omvangrijkere emissies van vakanties naar het buitenland. De toename bij binnenlandse vakanties is opmerkelijk, aangezien het aantal vakanties in eigen land is afgenomen met 1,1 procent. Het is grotendeels toe te schrijven aan een toegenomen gebruik van accommodatietypes met een hogere 'carbon footprint', met name bungalows. Wat betreft de emissies per vakantiedag kunnen we vaststellen dat die van binnenlandse vakanties zijn toegenomen (1,0 procent) en van buitenlandse vakanties iets zijn gedaald (-0,3 procent). De totale emissies per dag zijn gelijk gebleven.

¹² CBS. 2016. Emissies van broeikasgassen berekend volgens IPCC-voorschriften [Online]. Den Haag/Heerlen: CBS. Beschikbaar: <http://statline.cbs.nl> [Geraadpleegd 5-9-2016], Voorlopig cijfer.

Figuur 9.1 laat ook zien dat het totale aantal CO₂-emissies van Nederlandse vakantiegangers tussen het begin van de meting in 2002 en 2008 eerst een zeer sterke groei vertoonde: 3,1 procent per jaar, 20,1 procent in totaal. Na een beperkte afname in 2009 is sprake van een afvlakking van de jaarlijkse groei vergeleken met de periode 2002-2008.

Figuur 9.2 geeft inzicht in de emissietrends bij buitenlandse vakanties. Uit de figuur blijkt dat over de hele periode 2002-2015 de emissies van autovakanties bijna gelijk zijn gebleven. Die van vliegvakanties en georganiseerde vakanties vertonen de grootste groei, terwijl treinvakanties nogal fluctueren en niet-georganiseerde ('op de bonnefooi') vakanties een lichte trend neerwaarts laten zien.¹³ Vooral busvakanties zijn sterk in emissies afgenomen maar dat komt vrijwel uitsluitend door de afname van het aantal busvakanties.



13 Onder georganiseerde reizen worden reizen verstaan waarbij de toerist een vakantie koopt bij een reisorganisatie/reisbureau met verblijf en eventueel vervoer. Dit in tegenstelling tot een niet georganiseerde reis waarvoor de toerist zelf rechtstreeks boekt bij de vervoersmaatschappij of verblijfsaccommodatie.

Als de cijfers van 2015 met die van 2014 worden vergeleken, vallen de volgende zaken op. In 2015 nam ten opzichte van 2014 de totale reisafstand van alle vakanties toe met 1,9 procent. Dit komt voornamelijk door de toename van de totale reisafstand van vliegvakanties: 2,0 procent. Het aantal vliegvakanties steeg met 2,0 procent. Bij het aandeel van milieuvriendelijk vervoer, zoals trein en touringcar, zien we een wisselend beeld. In het totaal is het aantal binnen- en buitenlandse busvakanties met 1,6 procent afgenomen (treinvakanties -1,0 procent). De emissies van buitenlandse busreizen daalden met 0,2 procent, terwijl die van treinreizen stegen met 21,4 procent door een verschuiving naar meer lange treinvakanties in plaats van korte. Het aandeel van de emissies veroorzaakt door alle bus- en treinreizen ten opzichte van alle vakantie-emissies is al jaren zeer gering: 2,1 procent in 2015 (figuur 9.3). Overkoepelend nam het totale aantal vakanties in 2015 met 0,1 procent af tot 35,1 miljoen. Dit is het derde jaar op rij dat er een kleine afname plaatsvindt na jaren van stabiele aantallen.

Tabel 9.1 Afstanden naar vervoermiddel, 2015*

	Aantal vakanties		Totale afstand (heen en terug)		
	x 1.000	%	gemiddeld km	totaal km	% totaal
Auto	24.889	71,0	556	13.845.407	22,3
Vliegtuig	7.142	20,4	6.464	46.161.682	74,2
Trein	1.381	3,9	497	685.969	1,1
Touringcar	694	2,0	1.317	913.077	1,5
Zeil-/motorboot	71	0,2	290	20.482	0,0
Fiets	236	0,7	200	47.169	0,1
Anders	649	1,9	769	499.095	0,8
Totaal	35.061	100,0	1.773	62.172.882	100,0

Bron: CVO, 2015 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

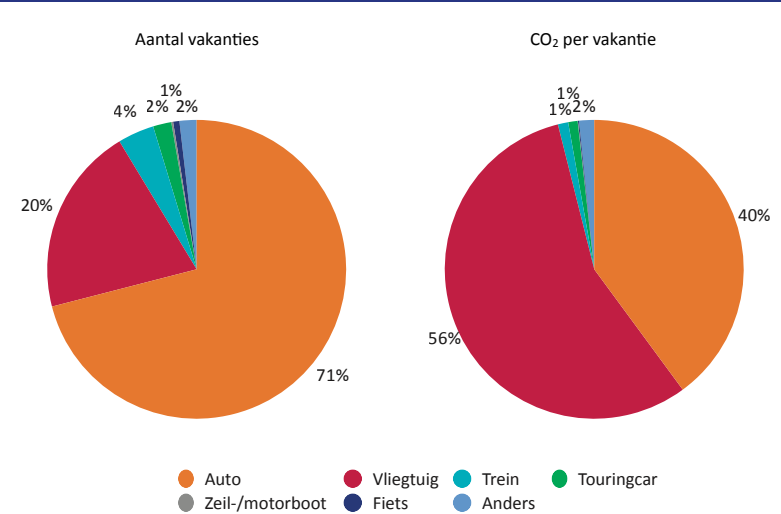
*Alle genoemde afstanden zijn gemeten in rechte lijn (great circle distance). In werkelijkheid ligt de afgelegde afstand tussen de 5 en 15 procent hoger, afhankelijk van vervoerswijze en afstandsklasse. Bij de berekening van de emissies is steeds een specifieke 'omwegfactor' toegepast voor de specifieke vervoerswijze en relatie.

Omdat reisafstand zo'n belangrijke rol speelt bij het bepalen van de 'carbon footprint', worden in tabel 9.1 de afstanden per vervoermiddel weergegeven. Wat opvalt, is dat het vliegtuig goed is voor 74,2 procent van alle afgelegde afstanden, terwijl het gaat om 20,4 procent van alle vakanties. De gemiddelde retourafstand per auto bedraagt 'slechts' 556 km, terwijl een gemiddelde retourreis met het vliegtuig op 6.464 km uitkomt. Per trein is de gemiddelde retourafstand 497 km. Opvallend is de vrij hoge gemiddelde retourafstand per touringcar: 1.317 km. Hiermee concurreert de touringcar met de onderkant van het vliegsegment, terwijl men dat juist van de (moderne snelle) trein zou verwachten.

Figuur 9.3 laat zien dat wanneer we de vakanties verdelen naar gebruikt vervoermiddel om op de hoofdbestemming te komen, het vliegtuig het grootste aandeel van de emissies laat zien: 56,2 procent. Vlieguren maken 20,4 procent van het totaal aantal vakanties uit, maar tekenen voor maar liefst 74,2 procent van alle reisafstanden. Het aandeel vlieguren neemt al jaren toe.

Verdeling van het aantal en de totale CO₂-emissies voor vakanties per vervoermiddel, 2015

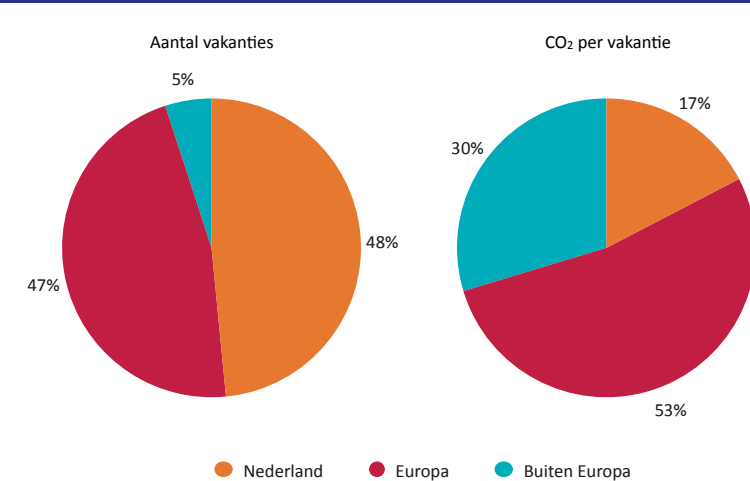
Figuur 9.3



Bron: CVO, 2015 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek).

Verdeling van het aantal en de totale CO₂-emissies voor vakanties per regio, 2015

Figuur 9.4



Bron: CVO, 2015 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek).

Figuur 9.4 laat het effect van de bestemmingskeuze, en de doorwerking van afstand en vervoermiddel daarbij, op de emissies zien. Vakanties buiten Europa maken 5,0 procent van het aantal vakanties uit, maar veroorzaken 29,7 procent van alle emissies.

Tabel 9.2 CO ₂ -emissies per dag per vakantie en totaal naar vakantieland, 2015*									
	Korte vakantie			Lange vakantie			Totaal		
	per	per	totaal	per	per	totaal	per	per	totaal
	dag	vakantie		dag	vakantie		dag	vakantie	
Nederland	30	91	830.394	23	223	1.756.838	25	152	2.587.231
België	33	101	85.310	24	214	124.474	27	147	209.784
Luxemburg	41	143	8.121	29	319	36.970	31	261	45.091
Frankrijk	52	173	73.877	32	495	1.083.362	33	443	1.157.239
Spanje	136	492	56.480	63	830	1.539.732	64	811	1.596.211
Portugal	154	604	37.344	68	866	312.958	72	827	350.302
Oostenrijk	75	278	18.194	38	427	465.729	39	418	483.923
Zwitserland	74	245	3.371	31	394	100.726	32	387	104.096
Verenigd Koninkrijk	79	275	94.781	39	404	209.357	46	353	304.138
Ierland	96	343	4.882	49	504	46.404	51	482	51.286
Noorwegen	114	409	3.621	52	819	118.170	53	795	121.791
Zweden	113	437	6.241	45	849	118.026	46	811	124.267
Finland	122	460	3.927	44	561	17.178	50	539	21.105
Denemarken	77	271	8.684	31	337	37.532	34	322	46.217
Duitsland	44	146	205.469	32	308	604.729	34	240	810.198
Italië	119	438	44.624	46	609	583.276	48	592	627.900
Griekenland	153	611	4.769	74	887	612.726	75	884	617.495
Turkije	186	744	8.902	89	943	649.943	89	940	658.845
Voorm. Joegoslavië	-	-	-	40	705	168.707	40	705	168.707
Hongarije	105	406	7.423	37	571	58.604	40	546	66.027
Tsjechië	95	349	8.821	36	412	57.480	39	402	66.301
Overig Europa	121	446	27.139	64	725	227.251	67	680	254.390
Afrika	159	636	3.480	113	1.547	663.321	114	1.535	666.802
Azië	631	1.578	28.839	143	2.717	1.393.451	146	2.678	1.422.290
VS en Canada	495	1.980	4.859	136	2.392	1.135.453	137	2.389	1.140.313
Overig Amerika	632	2.352	8.391	161	2.716	961.350	162	2.713	969.742
Australië en Oceanië	-	-	-	133	5.209	219.594	133	5.209	219.594
Totaal	40	124	1.587.944	50	597	13.303.342	49	425	14.891.286

Bron: CVO, 2015 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

*Carbon footprint in kg CO₂

Tabel 9.2 geeft een overzicht van de emissies van vakanties van Nederlanders, uitgesplitst naar vakantieland en korte (maximaal drie nachten) of lange (meer dan drie nachten) vakanties. Binnenlandse vakanties laten totaal de grootste 'carbon footprint' zien: ruim 17 procent. De 'carbon footprint' is het gevolg van het aantal reizen naar een land maal de emissies per vakantie. Die laatste variëren sterk van rond de 150 kg voor een binnenlandse of Belgische vakantie tot meer dan vijf ton voor een vakantie naar Australië. Door de verschillen in aantal reizen per land zien we dat – ondanks de verschillen in retourafstand –bestemmingen zoals Frankrijk, Spanje, Azië en Noord-Amerika allemaal afzonderlijk verantwoordelijk zijn voor 8 tot 10 procent van de totale 'carbon footprint'.

Ook is de 'carbon footprint' per vakantiedag van belang omdat deze, bij een voor de meeste mensen redelijk vaststaand aantal vakantiedagen per jaar, veel zegt over de totale vakantie-emissies per jaar. Alleen aantallen vakanties in ogenschouw nemen is onvoldoende omdat er sprake is van korte en lange vakanties. Er is een verband tussen de duur van een vakantie en de afstand. Daardoor is de 'carbon footprint' per vakantiedag aan minder variatie onderhevig. De laagste emissies vinden we bij vakanties in Nederland (25 kg per dag) en de hoogste bij vakanties naar overig Amerika (162 kg per dag). Opvallend is dat alle korte vakanties samen op 40 kg per dag komen en alle lange vakanties samen op 50 kg per dag. Dit is het gevolg van de samenhang tussen duur en afstand van reizen.

Tabel 9.3

CO₂-emissies per dag en per vakantie naar vervoermiddel, 2015*

	2-4 dagen			5-8 dagen			9 dagen of meer			totaal		
	per dag	per vakantie	totaal	per dag	per vakantie	totaal	per dag	per vakantie	totaal	per dag	per vakantie	totaal
	x 1.000			x 1.000			x 1.000			x 1.000		
Nederland												
Auto	31	95	776	26	168	854	21	363	822	25	158	2.452
Trein	23	63	37	20	125	19	13	196	12	19	85	68
Touringcar	17	49	1	20	136	5	21	338	3	20	128	10
Zeil-/motorboot	9	24	1	10	57	1	8	143	3	8	74	5
Fiets	11	32	3	12	75	7	9	171	7	10	73	17
Anders	27	76	12	30	184	13	15	251	10	23	131	36
Subtotaal	30	91	830	26	165	899	21	352	858	25	152	2.587
Buitenland												
Auto	43	141	331	36	246	640	33	573	2.521	34	373	3.491
Vliegtuig	126	462	344	108	759	1.738	95	1.530	6.283	99	1.171	8.365
Trein	29	90	28	27	173	23	22	338	48	25	170	99
Touringcar	32	104	16	29	181	40	29	353	86	29	230	141
Anders	96	318	39	65	435	46	53	832	122	61	552	207
Subtotaal	62	206	758	68	464	2.486	60	1.002	9.060	62	681	12.304
Totaal	40	124	1.588	47	314	3.385	52	864	9.918	49	425	14.891

Bron: CVO, 2015 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

*Carbon footprint in kg CO₂.

Tabel 9.3 presenteert de 'carbon footprint' van verschillende vervoerwijzen naar een bestemming. Deze 'carbon footprint' betreft de volledige voetafdruk, dus inclusief de veroorzaakte emissies van de benutte logies en de uitgevoerde activiteiten. In termen van 'carbon footprint' per dag zijn de schoonste vakanties binnenlandse vakanties met een eigen zeilboot of motorboot (8 kg per dag) of met de fiets (10 kg per dag). Binnenlandse trein- en busreizen zitten ook aan de duurzame kant: respectievelijk 19 en 20 kg per dag. Vakanties met de hoogste 'carbon footprint' zijn 2- tot en met 4-daagse vliegtrips naar het buitenland, zoals de steeds populairder wordende stedentrips met goedkope vliegmaatschappijen.

Tabel 9.4 presenteert de totale 'carbon footprint' naar type gebruikte accommodatie en naar bestemming. Ook hier gaat het niet alleen om de emissies van de accommodaties zelf, maar zijn de vervoeremissies en emissies van activiteiten die op de bestemming ondernomen zijn, meegeteld. Binnenlands zijn lage emissies terug te vinden bij bijvoorbeeld boot- (10 kg per dag), en tentvakanties (14 kg per dag), en die in woningen van particulieren (17 kg per dag). Aan de andere kant van de schaal

	per dag	per vakantie	totaal	% van NL/ Buitenland
Nederland				
Woning van particulier	17	105	165.540	7,6
Hotel, motel	37	127	469.630	21,5
Pensioen, bed and breakfast	23	81	33.605	1,5
Appartement	32	218	51.351	2,3
Zomerhuisje, vakantiebungalow	28	172	856.489	39,2
Tent, bungalowtent	14	92	63.635	2,9
Caravan, vouwwagen, camper	28	269	491.793	22,5
Anders	36	161	25.342	1,2
Boot; zeilboot \ motorjacht	9	67	7.231	0,3
Jeugdherberg of andere groepsaccommodatie	19	71	20.633	0,9
Totaal	27	157	2.185.249	100,0
Buitenland				
Woning van familie/vrienden of kennissen	59	599	782.786	6,6
Woning van particulier	32	383	432.110	3,6
Hotel, motel	90	803	5.920.221	49,6
Pensioen, bed and breakfast	54	517	311.023	2,6
Appartement	65	697	1.365.519	11,4
Zomerhuisje, vakantiebungalow	47	481	917.110	7,7
Tent, bungalowtent	25	385	299.443	2,5
Caravan, vouwwagen, camper	41	735	1.292.490	10,8
Cruise, zeil-/motorboot	193	2.110	421.805	3,5
Jeugdherberg of andere groepsaccommodatie	62	624	101.500	0,9
Anders	67	1.058	93.233	0,8
Totaal	64	692	11.937.240	100,0

Bron: CVO, 2015 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

*Carbon footprint in kg CO₂.

staan zee-cruises, met 231 kg per dag (niet apart in de tabel vermeld). Daarna komen de buitenlandse vakanties in hotels/motels: 90 kg per dag. Daarbij moet wel worden bedacht dat de totale emissies van zee-cruises slechts 2,7 procent van het totaal bedragen, terwijl buitenlandse hotelvakanties zo'n 40 procent van alle vakantie-emissies betreffen.

De eco-efficiëntie van een vakantie wordt uitgedrukt in het aantal kg CO₂-emissies per uitgegeven euro. Hoe lager dit getal, hoe beter de eco-efficiëntie. Deze indicator kan ondernemers, toerismebureaus en bestemmingsmanagers helpen om hun prioritei-

ten zodanig bij te stellen dat hun producten zo min mogelijk emissies veroorzaken bij een zo hoog mogelijke omzet. Samen met gegevens over de totale emissies kan dit helpen om klimaatbeleid en economisch beleid zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen.

Uit tabel 9.5 blijkt dat de eco-efficiëntie het gunstigst is voor vakanties naar Zwitserland: 0,55 kg per euro. De lage waarde voor Zwitserland heeft veel te maken met de hoge vakantiekosten in dit land. De eco-efficiëntie is het minst gunstig voor vakanties

Tabel 9.5 Eco-efficiëntie naar vakantieland, 2015*

	Korte vakantie	Lange vakantie	Totaal
	<i>CO₂ per euro</i>		
Nederland	0,78	0,93	0,88
België	0,70	0,80	0,76
Luxemburg	1,03	1,10	1,09
Frankrijk	0,60	0,85	0,83
Spanje	1,15	0,93	0,93
Portugal	1,60	0,96	1,00
Oostenrijk	0,82	0,64	0,64
Zwitserland	1,12	0,55	0,55
Verenigd Koninkrijk	0,77	0,56	0,61
Ierland	0,83	0,62	0,63
Noorwegen	1,60	0,65	0,66
Zweden	0,90	1,12	1,11
Finland	1,36	0,81	0,87
Denemarken	0,70	0,75	0,74
Duitsland	0,77	0,80	0,79
Italië	1,16	0,71	0,73
Griekenland	0,87	0,93	0,93
Turkije	1,58	1,20	1,20
Voorm. Joegoslavië	.**	0,88	0,88
Hongarije	1,51	0,96	1,00
Tsjechië	0,96	0,83	0,84
Overig Europa	1,09	0,82	0,84
Afrika	1,53	1,11	1,12
Azië	4,90	1,48	1,50
VS en Canada	3,60	1,03	1,03
Overig Amerika	0,82	1,31	1,31
Australië en Oceanië	.**	1,41	1,41
Totaal	0,82	0,95	0,94

Bron: CVO, 2015 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

*Milieubelasting van een vakantie afgezet tegen de bestedingen tijdens de vakantie uitgedrukt in kg CO₂ per euro.

**Cijfers ontbreken.

naar Azië: 1,50 kg per euro. Van de verre bestemmingen hebben de Verenigde Staten en Canada de gunstigste eco-efficiëntie: 1,03 kg per euro. Turkije heeft een voor Europese bestemmingen zeer ongunstige eco-efficiëntie van 1,20 kg per euro, wat door de lage vakantiekosten wordt veroorzaakt.

Tabel 9.6 geeft de eco-efficiëntie weer afhankelijk van de gereisde afstand. Interessant is om te zien dat de eco-efficiëntie langzaam afneemt vanaf de kortste afstand tot 1.500 km en daarna snel toeneemt. Daarbij moet wel worden bedacht dat de klasse boven 2.000 km afstanden tot 18.000 km bevat, dus nogal breed is. Het omslagpunt ligt waarschijnlijk bij een grotere afstand dan 2.000 km. Naast eco-efficiëntie zal men altijd de totale omzetten en totale emissies mee moeten wegen om economische en klimaatdoelen te kunnen halen.

Eco-efficiëntie naar afstand, 2015*			
	Korte vakantie	Lange vakantie	Totaal
<i>CO₂ per euro</i>			
< 500 km	0,76	0,91	0,86
500 - 1.000 km	0,75	0,74	0,74
1.000 - 1.500 km	0,71	0,71	0,71
1.500 - 2.000 km	1,00	0,74	0,74
> 2.000 km	1,34	1,07	1,08
Totaal	0,82	0,95	0,94

Bron: CVO, 2015 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

*Milieubelasting van een vakantie afgezet tegen de bestedingen tijdens de vakantie uitgedrukt in kg CO₂ per euro.

9.3 Toeristische druk op de omgeving

Een groei van het verblijfstoerisme kan een verhoogde druk veroorzaken op het milieu en de leefomgeving van toeristische bestemmingen en doorreisgebieden. In deze laatste paragraaf worden twee indicatoren beschreven, die de 'toeristische druk' kwantificeren. Ten eerste wordt dat gedaan door het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per vierkante kilometer in een bepaald gebied, en ten tweede door het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per 100 inwoners in een bepaald gebied. Er wordt onderscheid gemaakt naar provincies en enkele grote steden in Nederland.

Omdat de toeristische druk die veroorzaakt wordt door dagtoerisme (nog) niet is meegenomen, gaat het hier om een ondergrens. In feite zou ook voor dagtoerisme de toeristische druk kunnen worden berekend, om zo bijvoorbeeld te kunnen zien of verblijfstoerisme of juist dagtoerisme meer druk veroorzaakt op de omgeving. Ook zou het aardig zijn om onderscheid te maken naar land van herkomst en het type bezoeker. Dat is hier niet gedaan. Men dient zich verder te realiseren dat het hier gaat om gemiddelden op jaarbasis. De waarden kunnen sterk schommelen naarge-

lang het werkdagen, dagen in het weekend of dagen met belangrijke evenementen zijn. De cijfers moeten dan ook niet als absolute getallen worden gezien, maar als referentiewaarden ten opzichte van elkaar.

De inwoners van een regio of stad kunnen de toeristische druk anders ervaren. De perceptie zal per persoon verschillen. Naast de toeristische druk spelen ook andere factoren een rol, bijvoorbeeld of men in een bepaald gebied is gaan wonen om de rust. Ook de herkomst en de aard van de activiteiten van de toeristen kunnen een groot verschil maken. Ook de vraag of iemand werkzaam is in de toerismebranche of juist niet zal uitmaken in de perceptie van de toeristische druk.¹⁴ In de *capita selecta* van deze publicatie is een artikel van Albert Postma en Ko Koens opgenomen, dat een onderzoek naar de bewonersperceptie van toeristische druk beschrijft in een aantal grote steden in Europa. Er is gekeken naar de factoren die gezien vanuit de inwoner bij de toeristische druk een rol spelen.

Bronnen

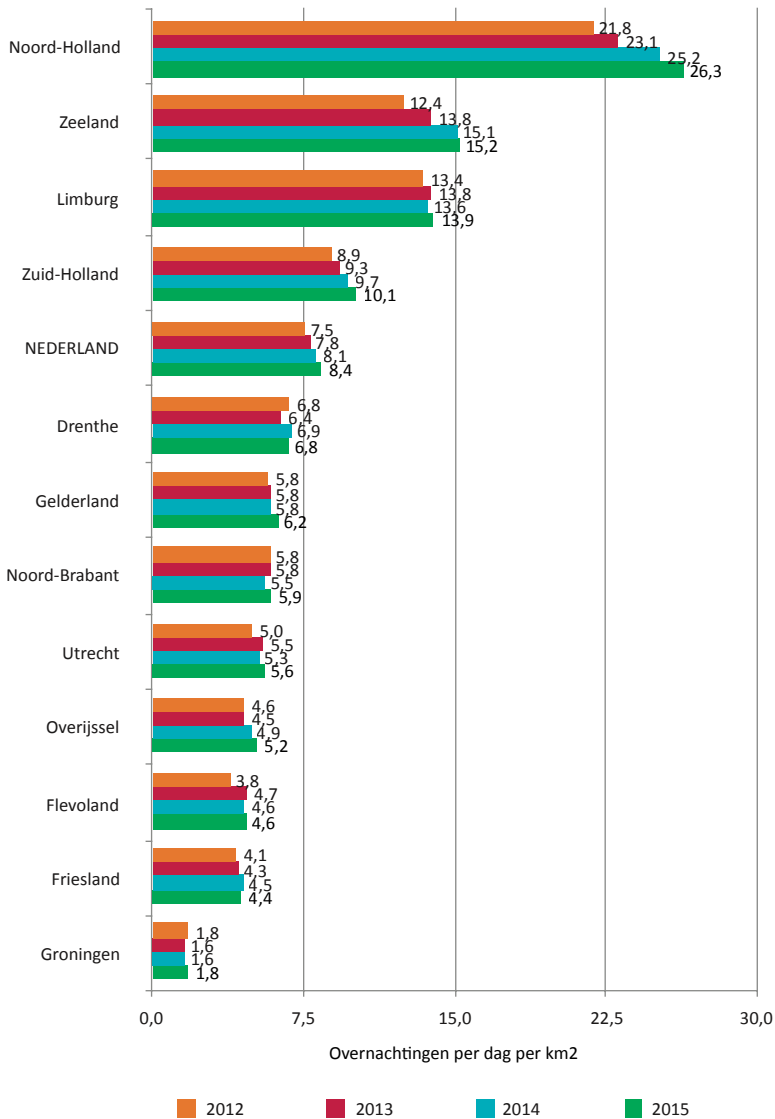
Voor de aantallen overnachtingen van toeristen is gebruik gemaakt van de statistiek Logiesaccommodaties. Deze statistiek omvat zowel het aantal overnachtingen van vrijetijdstoeristen als dat van zakenreizigers. Bij de provincies gaat het om overnachtingen in alle typen logiesvormen. Bij de grote steden is alleen gebruikgemaakt van overnachtingen in hotels, omdat cijfers van overnachtingen in alle logiesvormen niet beschikbaar zijn. Dit heeft echter weinig effect op de uitkomsten omdat slechts een heel klein deel van de accommodaties in de gepresenteerde steden geen hotel is. Voor de cijfers over de oppervlakte van de provincies en steden en het aantal inwoners in deze gebieden is gebruikgemaakt van respectievelijk de Bodemstatistiek en de Bevolkingsstatistiek van CBS.¹⁵

Hoogste toeristische druk per km² in Noord-Holland; laagste in Groningen

De provincie Noord-Holland had van alle Nederlandse provincies in de afgelopen vier jaar duidelijk de hoogste toeristische druk door verblijfstoerisme (figuur 9.5). De toeristische druk in die provincie is drie keer zo hoog als het Nederlandse gemiddelde. Ook is de toeristische druk in Noord-Holland de afgelopen jaren het sterkst gestegen. Op de tweede plaats komt Zeeland. Ook in die provincie is de toeristische druk in de periode 2012 – 2015 sterk gestegen. De provincies Groningen, Friesland en Flevoland ondervonden in de periode 2012-2015 relatief gezien de minste toeristische druk als het gaat om het aantal toeristische overnachtingen per dag per vierkante kilometer.

14 Choi, H.-S. C., & Sirakaya, E. 2005. Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.

15 Voor de oppervlakte van een gebied is alleen het landoppervlakte meegenomen en niet het watergebied. Voor de bevolking is de stand genomen van 1 januari van het betreffende jaar.



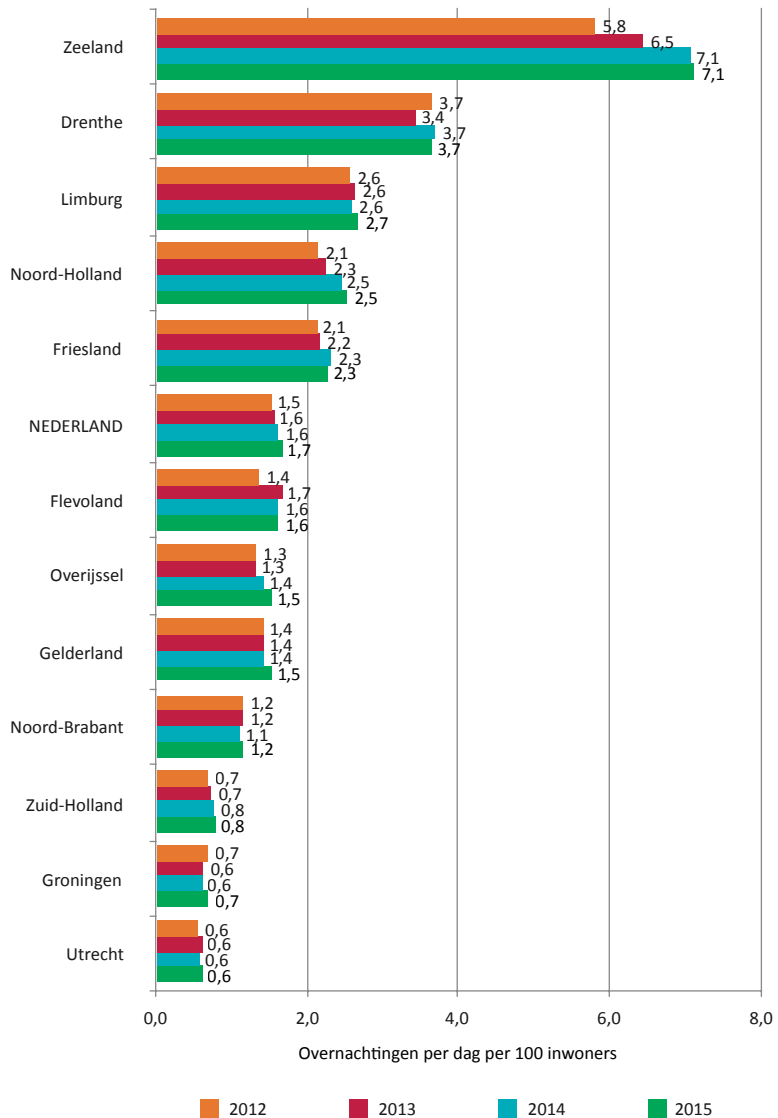
Bron: CBS

* Bij de oppervlakte is alleen gekeken naar de landoppervlakte

Als gekeken wordt naar het aantal overnachtingen per dag per 100 inwoners ontstaat een iets ander beeld. Daar komt Noord-Holland pas op de vierde plaats: gemiddeld per 100 inwoners vonden er in 2015 per dag 2,5 overnachtingen plaats van

toeristen (figuur 9.6). Zeeland heeft dan de hoogste toeristische druk: 7,1 overnachtingen per dag per 100 inwoners. De groei in die provincie is in de periode sinds 2012 ook het sterkst. De provincie Utrecht heeft de laagste toeristische druk per 100 inwoners.

Figuur 9.6 Gemiddeld aantal overnachtingen in alle logiesvormen per dag per 100 inwoners, 2012-2015

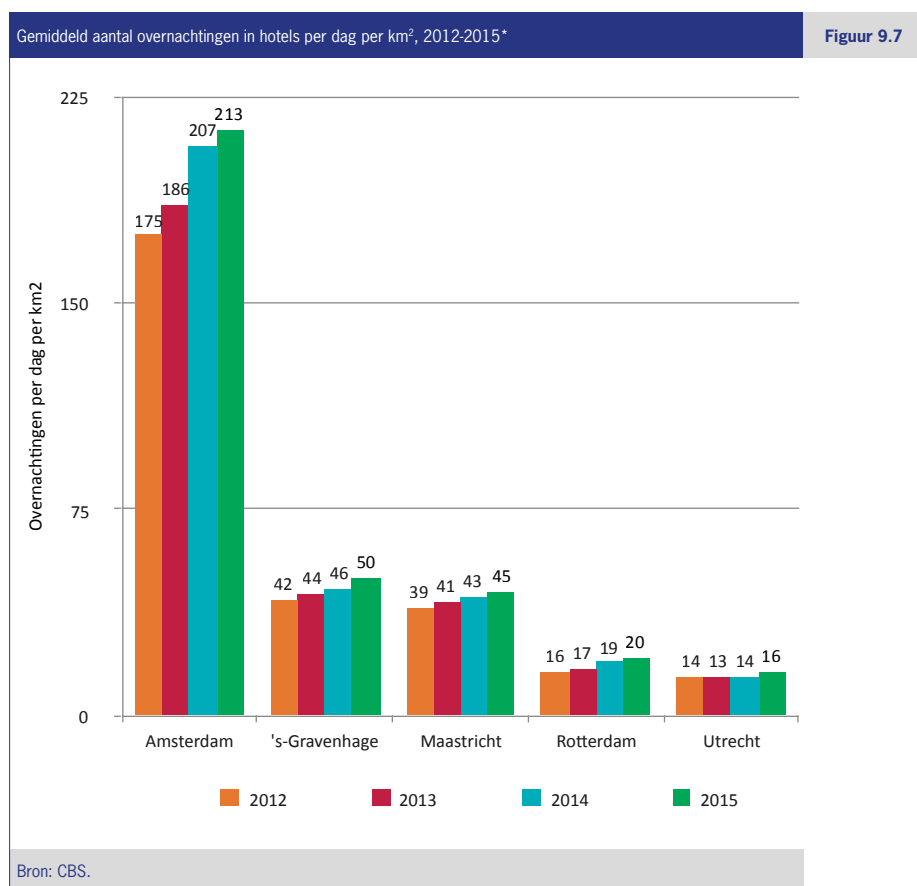


Bron: CBS.

Amsterdam kent verreweg de hoogste toeristische druk per km²

Figuur 9.7 presenteert de toeristische druk van verblijfstoerisme in vijf grote steden van Nederland. Amsterdam heeft verreweg de grootste toeristische druk: 213 overnachtingen per dag per vierkante kilometer in 2015. Dat is bijna 5 keer zo hoog als bijvoorbeeld Maastricht en Den Haag, en circa 25 keer zo hoog als het Nederlandse gemiddelde (8,4 overnachtingen per dag per vierkante kilometer). Die druk is nog hoger als niet naar de totale landoppervlakte van de gemeente Amsterdam wordt gekeken maar alleen naar de oppervlakte van de binnenstad waar de meeste toeristen verblijven. De toeristische druk van verblijfstoerisme wordt in Amsterdam met name veroorzaakt door buitenlanders. In een stad als Maastricht gaat het juist om overnachtingen van Nederlanders.

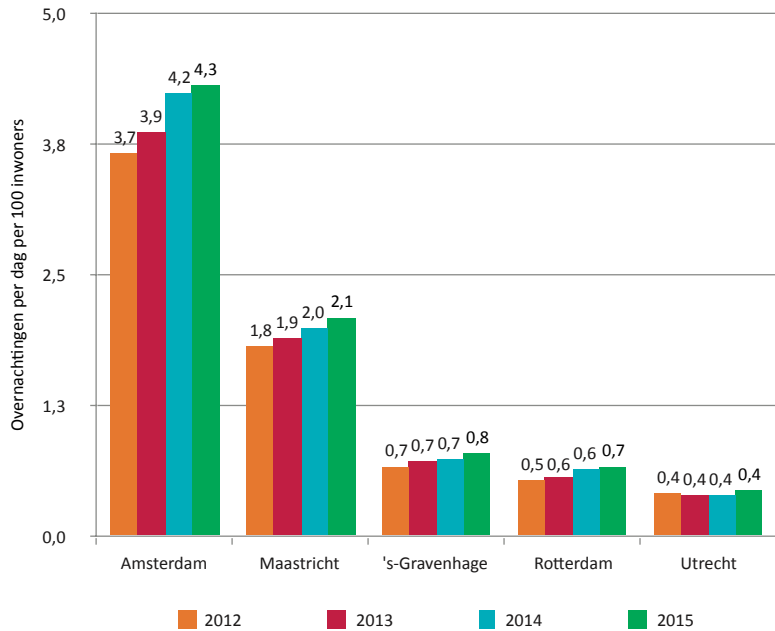
De afgelopen vier jaar is de toeristische druk van verblijfstoerisme vooral in Amsterdam sterk gestegen. Volgens verwachting was de toeristische druk in de (grote) steden hoger dan die op het platteland.



* Bij de oppervlakte is alleen gekeken naar de landoppervlakte

Als ook hier wordt gekeken naar het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per 100 inwoners blijft het beeld nagenoeg hetzelfde. Amsterdam ondervindt nog steeds de meeste toeristische druk: 4,3 overnachtingen van toeristen per dag in 2015 op 100 inwoners. Die toeristische druk is bijna 3 keer zo hoog als gemiddeld in Nederland, maar wel lager dan in Zeeland met 7,1 overnachtingen per dag per 100 inwoners (figuur 9.6).

Figuur 9.8 Gemiddeld aantal overnachtingen in hotels per dag per 100 inwoners, 2012-2015



Bron: CBS.



10 Capita selecta

10.1 Toeristische druk op stedelijke bestemmingen

Het perspectief van bewoners

Voor een duurzame ontwikkeling van toerisme is het belangrijk met de beleving van burgers rekening te houden. Waar het in het conventionele marktdenken gaat om het vinden van een balans tussen vraag en aanbod, komt bij duurzaam toerisme ook de rol van de burgers, de lokale gemeenschap, om de hoek kijken. De kernprincipes van duurzame toeristische ontwikkeling komen op het volgende neer: verbeteren van de kwaliteit van leven van de gemeenschap op de plaats van bestemming, het bieden van een hoge belevingswaarde aan de bezoeker, en het behoud van de kwaliteit van de natuurlijke omgeving, waarvan zowel de gemeenschap als de bezoeker afhankelijk zijn (Mill & Morrison, 2002; Postma, 2003; Reid, 2003; Postma & Schilder, 2007). De kwaliteit van leven in de gemeenschap speelt daarmee een hoofdrol in de duurzaamheid van toerisme op lange termijn, en wordt volgens Kim (2002) mede beïnvloed door de positieve of negatieve beoordeling van toerisme. Negatieve belevingen vormen dus een bedreiging voor de duurzaamheid van toerisme op de lange termijn.



Auteurs: Albert Postma en Ko Koens, NHTV en Stenden

Bronnen van irritatie

Om deze reden is het nuttig om te weten hoe in de ogen van bewoners, eenvoudig gezegd, de 'grenzen aan de groei' precies kunnen worden omschreven. Albert Postma stelt in zijn proefschrift dat het niet zozeer meer gaat om de invloed van toerisme op de gemeenschap, maar dat, omgekeerd, toerisme ook door de gemeenschap gevormd wordt. Die wisselwerking tussen toerisme en gemeenschap is tijd- en plaatsgebonden en in kaart gebracht aan de hand van critical encounters, dat wil zeggen die interacties die in de ogen van de burgers een doorslaggevend en blijvend negatief beeld van toerisme geven (kritieke interacties). Op basis van een analyse van een honderdtal interviews op Ameland, Terschelling, Curaçao en Aruba kon geconcludeerd worden dat er drie categorieën zijn van negatieve critical encounters: 1. de invloed die verschillende partijen hebben op het toerisme; denk bijvoorbeeld aan hotels die de lokale bewoners van het strand weren, of de verkoop van stranden aan projectontwikkelaars (zogenaamde stakeholder encounters); 2. de wijze waarop toerisme zich (direct)

manifesteert in de sociale, economische en ruimtelijke omgeving; denk bijvoorbeeld aan het gedrag van toeristen, aantasting van het oorspronkelijke landschap of arbeidsmigratie (zogenoemde direct encounters); 3. de wijze waarop toerisme (indirect) de kwaliteit van het dagelijks leven beïnvloedt; denk bijvoorbeeld aan gebrek aan privacy, druk op het sociale leven, of veranderende levensstijlen (zogenoemde indirect encounters). Uit de interviews kon tevens worden afgeleid dat er vier irritatieniveaus zijn (emotionele reactie), vier niveaus in de manier waarop mensen op de interacties reageren (gedragsmatige reactie), en drie niveaus in de effecten die de interacties hebben op de loyaliteit jegens (verdere ontwikkeling van) toerisme. Het aantal van de kritieke interacties in de genoemde categorieën, de wijze waarop bewoners daarop reageren, en de mate waarin dit hun houding tegenover toerisme beïnvloedt, is per toeristische gemeenschap verschillend (Postma, 2013).

Bezoekersdruk op toeristische steden, een actueel probleem

De problematiek zoals beschreven in het onderzoek van Postma wordt in de afgelopen jaren in toenemende mate geconstateerd in stedelijke toeristische bestemmingen. In 2013 constateerde het European Tourism Futures Institute (ETFI) reeds een early warning signal dat bewoners in toenemende mate hun beklag doen over de toeristische ontwikkeling in de binnensteden, waarbij vooral de druk door het grote aantal toeristen en hun gedrag schijnbaar een doorn in het oog is (de tweede categorie van critical encounters zoals hierboven beschreven). De media maakten in 2013 al veelvuldig melding van incidenten in bijvoorbeeld Venetië, Barcelona en Amsterdam. Dit was aanleiding voor ETFI en de Universiteit van Riga om een pilotonderzoek te starten naar het bewonersperspectief in Amsterdam, Berlijn en Riga. Uit het onderzoek kwam naar voren dat de methodiek en bevindingen van Postma ook toepasbaar bleken in de stedelijke context. Studenten van de hiervoor genoemde hogescholen voerden tientallen interviews uit. Een analyse daarvan gaf inzicht in de critical encounters die bewoners in deze steden ervaren. En hoewel het onderzoek er niet op ingericht was uitspraken te doen over individuele steden, leken er toch interessante verschillen te bestaan in het patroon tussen de drie steden. In Riga bijvoorbeeld bleken de stakeholder encounters relatief een veel groter aandeel te hebben dan in beide andere steden. In Amsterdam en Berlijn bleken de direct encounters relatief belangrijker dan beide andere typen encounters. Ook het irritatie- en loyaliteitsniveau jegens toerisme bleek in de drie steden kleine verschillen te vertonen. De resultaten zijn in 2014 op de Futures Day van de jaarlijkse ITB in Berlijn gepresenteerd. Dat is de grootste toeristische vak- en consumentenbeurs ter wereld (Postma, 2015).

Grootschalig Europees onderzoek legt feiten bloot

In 2015 is er door CELTH een grootschalig onderzoek¹ gestart naar bezoekersdruk in grote steden in Europa. Hiervoor heeft ETFI de krachten gebundeld met NHTV Breda waar ook actief onderzoek wordt verricht naar toerisme in een stedelijke context. Met de steun van ETOA, de European Tour Operators Association, het platform waarin de Europese touroperators zijn vertegenwoordigd, hebben de steden Amsterdam, Kopenhagen, Berlijn, München, Barcelona en Lissabon CELTH gevraagd te onderzoeken hoe bewoners de toeristische druk ervaren

¹ Bent u geïnteresseerd in de toekomst van stedelijk toerisme, dan verwijzen we u naar het najaarsnummer van 2017 van het Journal of Tourism Futures (<http://www.emeraldinsight.com/loi/jtf>). Mocht u daaraan een bijdrage willen leveren, dan verwijs ik u naar de call for contributions op de website van het European Tourism Futures Institute (www.etfi.eu).

en per stad acties te formuleren waarmee toerisme in goede of betere banen kan worden geleid. Dit onderzoek heeft vanuit twee perspectieven plaatsgevonden: organisaties die als stakeholder bij stedelijk toerisme betrokken zijn (industrie, overheid en non-gouvernementele organisaties) en bewoners. De literatuur heeft inzicht gegeven in de bezoekersdruk (visitor pressure) zoals de media die naar voren brengen, maar ook in de vele strategieën die steden hanteren om met dat vraagstuk om te gaan en de mogelijke acties om die strategieën te realiseren. De toeristische organisaties in de steden zijn geïnterviewd om te achterhalen hoe zij tegen bezoekersdruk aan kijken en welke strategieën gehanteerd worden om bezoekersdruk het hoofd te bieden. Met de bewoners, ten slotte, zijn interviews gehouden om vast te stellen wat de critical encounters zijn tussen toerisme en lokale gemeenschap. De interviews gaven een goed beeld van de verscheidenheid aan situaties die de bewoners vervelend vinden.

Om te kunnen vaststellen in welke mate de critical encounters voorkomen, en daarmee het bewonersperspectief te kunnen kwantificeren, is in samenwerking met de Destination Management Organizations (DMO's) van Amsterdam, Kopenhagen, Berlijn, München, Barcelona en Lissabon een online vragenlijst opgesteld die in elke stad onder een steekproef van 400-500 stadsbewoners is afgenomen. Hierin zijn vragen opgenomen over hun relatie tot de stad, hun relatie tot toerisme (werk en inkomen), hun oordeel over tal van ruimtelijke, economische, sociale en persoonlijke situaties waar zij de afgelopen jaren mee te maken hebben gehad, de wijze waarop zij op zulke situaties reageren, hun standpunt ten opzichte van verdere groei van toerisme in de stad en in de eigen woonwijk, en de strategieën waar men de voorkeur aan geeft om de bezoekersstromen te reguleren. Uit dit onderzoek blijkt dat de ruim 2.600 respondenten in de zes steden het meest positief zijn over:

1. Meer internationale karakter van de stad
2. Meer evenementen
3. Positiever imago
4. Bescherming van historische delen van de stad
5. Restauratie van traditionele architectuur
6. Meer seizoensgebonden banen
7. Groter cultureel aanbod (musea, culturele activiteiten, culturele evenementen, e.d.)
8. Groter aanbod van toeristische accommodaties
9. Meer mogelijkheden om kennis en cultuur te delen met bezoekers
10. Meer vrijetijdsvoorzieningen

De respondenten zijn het meest negatief over:

1. Prijsstijging/betaalbaarheid huurwoningen
2. Prijsstijging/betaalbaarheid koopwoningen
3. Prijsstijging/betaalbaarheid taxi's
4. Prijsstijging/betaalbaarheid winkels
5. Prijsstijging/betaalbaarheid restaurants en cafés
6. Prijsstijging/betaalbaarheid openbaar vervoer
7. Prijsstijging/betaalbaarheid vrijetijdsvoorzieningen
8. Afnemende beschikbaarheid van woningen

9. Overvol openbaar vervoer
10. Vervuiling, zwerfafval, lawaai

Aanzet voor strategisch beleid

Verreweg de meeste ondervraagden ontwijken of negeren dergelijke nadelen die toerisme met zich meebrengt. Ze proberen specifieke plaatsen of momenten van de dag te vermijden of nemen het simpelweg voor lief en accepteren het.

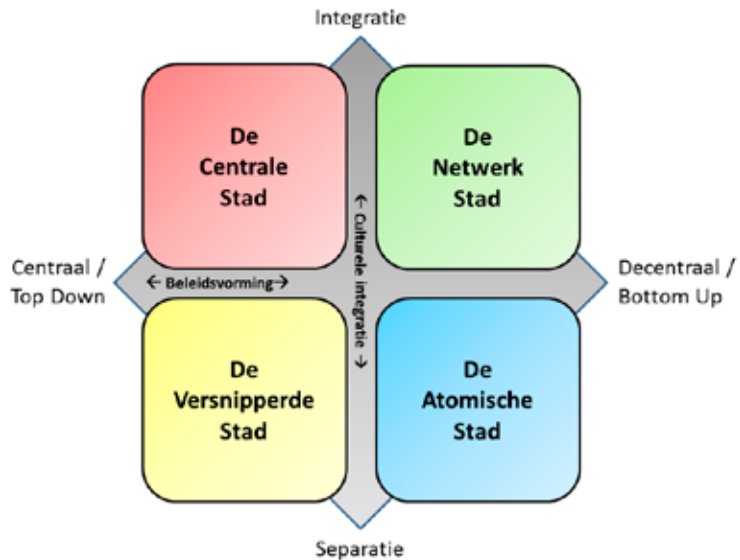
In totaal denkt iets meer dan de helft van de ondervraagden dat er nog steeds ruimte is voor ongeconditioneerde groei van het aantal bezoekers naar hun stad. Degenen die daar anders over denken, zijn vooral van mening dat er alleen nog groei buiten het hoofdseizoen mogelijk is, dat de groei alleen buiten vakantieflats/-appartementen mag plaatsvinden, of dat het groeitempo omlaag moet.

De meest geprefereerde strategieën om het bezoek aan de stad te reguleren zijn in de ogen van de respondenten:

1. Verbeteren van de infrastructuur en faciliteiten in de stad, zoals uitbreiding van het wegennet of het aantal parkeerplaatsen
2. Met plaatselijke bewoners en bedrijven communiceren en hen betrekken bij toeristische planvorming
3. Beter met bezoekers communiceren over hoe zij zich in de stad moeten gedragen
4. Een betere spreiding van bezoekers over het jaar

Om de steden van dienst te kunnen zijn bij het treffen van passende maatregelen worden de resultaten van het onderzoek in de context van een aantal scenario's geplaatst, die elk een alternatief beeld geven van de omstandigheden waar stedelijk toerisme de komende 10 jaar mee te maken kan krijgen: de centrale stad, de netwerkstad, de atomische stad, en de versnipperde stad. De scenario's zijn tot stand gekomen op basis van input die vertegenwoordigers van de DMO's van de deelnemende steden gezamenlijk in een scenarioworkshop naar voren hebben gebracht. In deze sessie werden twee kernonzekerheden vastgesteld die voor de toekomst van stedelijk toerisme doorslaggevend en tegelijkertijd onzeker zijn: de mate van integratie van verschillende culturen en de mate van top-down of bottom-up beleidsvorming. De combinatie van mogelijke ontwikkelingsrichtingen van deze onzekerheden heeft geresulteerd in de vier hierboven genoemde scenario's. Deze scenario's bieden aanknopingspunten voor strategisch beleid, waarbij wel gezegd dient te worden dat het verstandig is om met alle mogelijke scenario's rekening te houden.

Figuur 1 Scenario's voor steden



Bron: Koens en Postma, 2016.

CELTH zal tegen het eind van 2016 een rapport uitbrengen waarin de resultaten van het onderzoek, de scenario's en de strategische adviezen verder worden uitgewerkt (Koens & Postma, 2016). In 2016/2017 zal het onderzoek worden herhaald in andere Europese steden. De verzamelde gegevens zullen ook door de onderzoekers van CELTH worden gebruikt voor wetenschappelijke analyses.

Literatuur

De gebruikte literatuur treft u online aan op www.nritmedia.nl/trendrapport2016.

Contactgegevens auteurs:

Dr. Albert Postma, lector scenarioplanning Stenden, ETFI, onderzoeker CELTH, albert.postma@stenden.com

Dr. Ko Koens, hoofddocent NHTV, onderzoeker CELTH, Koens.K@nhtv.nl

10.2 Toeristische cijfers bruikbaar maken

Het combineren van data als oplossingsrichting

Er zijn volop cijfers over verblijfstoerisme in Nederland: NBTC-NIPO Research heeft het ContinuVakantieOnderzoek over het vakantiegedrag van Nederlanders en het CBS meet het aantal overnachtingen dat plaatsvindt in Nederland. De kerncijfers uit deze bronnen worden jaarlijks bijeengebracht in dit Trendrapport. Met al deze cijfers lijkt er een vrij volledig beeld te zijn van het verblijfstoerisme in Nederland. Deze gegevens bieden echter onvoldoende informatie voor lokale overheden en toeristische ondernemers, zoals de gemeenteambtenaar die een toeristisch beleidsplan schrijft of een attractie die wil weten hoeveel toeristen er in de directe omgeving verblijven. Zij zoeken gegevens op regionaal en lokaal niveau, die niet beschikbaar zijn vanuit deze landelijke onderzoeken. Daarom probeert Kenniscentrum Kusttoerisme, gevestigd bij HZ university of applied sciences, de cijfers over toerisme in Zeeland vanuit landelijke onderzoeken aan te vullen en in te kleuren met lokale data.

Auteurs: Diana Korteweg Maris en Anton Bil, HZ

Een compleet beeld van verblijfstoerisme?

Voor Zeeland is het inkomend toerisme enorm belangrijk. Daarom bieden de cijfers van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO) over alleen de Nederlandse vakantiemarkt geen goed beeld van het totaal aantal overnachtingen in Zeeland. Het CBS meet met de Statistiek Logiesaccommodaties het aantal overnachtingen bij toeristische accommodaties, van zowel Nederlanders als buitenlanders. Deze cijfers zijn al veel completer, maar in dit onderzoek worden particuliere en/of heel kleine logiesaanbieders¹ niet meegenomen en ook het verblijf van vaste gasten (mensen met een eigen vakantieverblijf zoals een stacaravan, kajuitboot of tweede woning) telt niet mee. Het CVO neemt Nederlandse vaste gasten wel mee in hun onderzoek, maar bij het Kenniscentrum zijn er lokale gegevens waarbij de indruk bestaat dat sprake is van een flinke onderschatting in het CVO². Tabel 1 geeft een overzicht van de gegevens die beschikbaar zijn vanuit CVO en CBS voor verschillende vormen van verblijfstoerisme.

Tabel 1 laat zien dat diverse vormen van verblijfstoerisme onvoldoende of niet gemeten worden door het CVO en het CBS. Vraag is hoeveel overnachtingen hierdoor buiten beeld blijven. Kenniscentrum Kusttoerisme heeft geprobeerd dit in beeld te brengen, door gebruik te maken van gegevens vanuit de toeristen- en forensenbelasting.

- ¹ Het gaat daarbij om hotels, pensions, jeugdaccommodaties en b&b's met minder dan vijf slaapplekken, huisjesterreinen en groepsaccommodaties met minder dan tien slaapplekken en kampeerterreinen met minder dan vier standplaatsen (excl. vaste standplaatsen voor bijvoorbeeld stacaravans).
- ² Vanuit het CVO blijkt dat vaste gasten per jaar gemiddeld 22 nachten doorbrengen op hun eigen vakantieverblijf (totaal aantal overnachtingen gedeeld door de participatie). De onderzoeken die ter plaatse in Zeeland worden uitgevoerd ter onderbouwing van forfaitaire tarieven voor toeristenbelasting komen op gemiddelden van 60 nachten per jaar of hoger.

Tabel 1

Bruikbaarheid gegevens over diverse soorten verblijfstoerisme

	CVO	CBS*	Toeristenbelasting	Forensenbelasting
Nederlandse toerist in hotels, op bungalowparken of op campings	√	√	√	
Nederlandse toerist in andere accommodaties (klein ¹ / particulier)	√		√	
Nederlandse vaste gast op campings of in jachthavens	±		√	
Nederlander met tweede woning	±			√
Nederlandse zakenreiziger in hotels, op bungalowparken of op campings		√	√	
Nederlandse zakenreiziger in andere accommodaties (klein ¹ / particulier)			√	
Buitenlandse toerist in hotels, op bungalowparken of op campings		√	√	
Buitenlandse toerist in andere accommodaties (klein ¹ / particulier)			√	
Buitenlandse vaste gast op campings of in jachthavens			√	
Buitenlander met tweede woning				√
Buitenlandse zakenreiziger in hotels, op bungalowparken of op campings		√	√	
Buitenlandse zakenreiziger in andere accommodaties (klein ¹ / particulier)			√	

Bron: Kenniscentrum Kusttoerisme

*Het gaat daarbij om hotels, pensions, jeugdaccommodaties en b&b's met minder dan vijf slaapplekken, huisjesterreinen en groepsaccommodaties met minder dan tien slaapplekken en kampeerterreinen met minder dan vier standplaatsen (excl. vaste standplaatsen voor bijvoorbeeld stacaravans).

Twaalf van de dertien Zeeuwse gemeenten heffen toeristenbelasting, alleen gemeente Borsele doet dit niet. De gemeenten leggen toeristenbelasting op via alle accommodaties, of deze nu bedrijfsmatig of particulier worden aangeboden. Ook particuliere aanbieders op websites als AirBnB worden aangeschreven voor de aangifte toeristenbelasting, veel gemeenten doen zelfs intensief onderzoek om deze aanbieders in beeld te krijgen. Voor vaste plaatsen op campings en jachthavens wordt een forfaitair tarief gehanteerd. Dit tarief wordt eens per (gemiddeld) 5 jaar vastgesteld, op basis van veldwerkonderzoek naar het aantal personen dat op de kampeerplaats of ligplaats verblijft en het aantal nachten dat zij per jaar op hun accommodatie verblijven. Hiermee ontstaat een behoorlijk goede benadering van het aantal overnachtingen van vaste gasten op campings en in jachthavens. Al met al hebben de gemeenten dankzij het heffen van toeristenbelasting een vrij nauwkeurig beeld van de omvang van het verblijfstoeurisme in hun gemeente.

Kenniscentrum Kusttoerisme heeft inzicht gekregen in de totalen per gemeente. In tabel 2 worden de cijfers over het kalenderjaar 2014 getoond, naast de gegevens vanuit CVO en CBS.

Aantal overnachtingen in Zeeland 2014, volgens verschillende bronnen		Tabel 2
Gegevensbron	Aantal overnachtingen	
ContinuVakantieOnderzoek*	7.320.000	
CBS Statistiek Logiesaccommodaties	9.830.000	
Toeristenbelasting van 12 Zeeuwse gemeenten	14.461.500	
Bron: Kenniscentrum Kusttoerisme.		

*Gegevens uit vakantie jaren 2014 en 2015 gecombineerd tot het kalenderjaar 2014.

Tabel 2 laat zien dat de gegevens van de toeristenbelasting een veel completer beeld schetsen van het verblijfstoerisme. Toch is ook dan het plaatje nog niet compleet. Aan eigenaren van tweede woningen wordt namelijk geen toeristenbelasting in rekening gebracht. Echter, wanneer men meer dan 90 dagen voor eigen gebruik over de woning kan beschikken, wordt forensenbelasting geheven. Op basis van de forensenbelasting is er een globaal inzicht in het aantal tweede woningen dat Zeeland telt voor eigen gebruik (en niet - of slechts beperkt - voor verhuur). Op basis van gegevens van Zeeuwse gemeenten is het aantal tweede woningen geraamd op 11.500.

Dankzij gegevens van het CVO is bekend dat tweede woningen in Nederland met gemiddeld 2,7 personen worden gebruikt. De gemiddelde verblijfsduur in een tweede woning is 6,6 nachten per keer. Vanuit het onderzoek van CELTH³ is bekend dat vaste gasten gemiddeld 9,5 keer per jaar gebruikmaken van hun vakantieaccommodatie. Zo is het aantal nachten per persoon per tweede woning berekend op een gemiddelde van 60. Dit aantal komt overeen met het aantal nachten dat wordt gebruikt in veel berekeningen van forfaitaire tarieven voor de toeristenbelasting voor vaste gasten. Op deze wijze kan een globale berekening worden gemaakt van het aantal overnachtingen in tweede woningen: 1,86 miljoen in Zeeland in 2014.

Het beeld van de omvang van het verblijfstoerisme in Zeeland is op deze wijze bijna compleet. Bijna, want de gemeente Borsele ontbreekt nog in de cijfers. Door te kijken naar het accommodatieaanbod in de gemeente en het aantal overnachtingen in gemeenten met een vergelijkbaar aanbod is het aantal overnachtingen in de gemeente Borsele geraamd op 100.000.

Totaal aantal overnachtingen in Zeeland in 2014		Tabel 3
Gegevensbron	Aantal overnachtingen	
Toeristenbelasting van 12 Zeeuwse gemeenten	14.461.500	
Berekening aantal overnachtingen in tweede woningen	1.863.000	
Schatting aantal overnachtingen in gemeente Borsele	100.000	
Totaal aantal overnachtingen	16.424.500	
Bron: Kenniscentrum Kusttoerisme.		

3 CELTH (2015). Toekomst van de vaste gast.

Zoals tabel 3 toont komt het totaal aantal overnachtingen in Zeeland op 16,4 miljoen in 2014. Door het benutten van lokale gegevens in combinatie met kengetallen uit landelijke onderzoeken, kan een zo compleet mogelijk beeld van de omvang van het verblijfstoerisme worden geschetst, zowel op provinciaal als op regionaal en lokaal niveau. Zo kan worden tegemoetgekomen aan de informatiebehoefte van provincie, gemeenten en ondernemers.

Nadeel van bovengenoemde berekeningen is dat niet precies bekend is om hoeveel gasten het gaat (alleen het aantal overnachtingen is bekend) en waar deze gasten vandaan komen. In combinatie met gegevens vanuit het ContinuVakantieOnderzoek en de Statistiek Logiesaccommodaties kunnen hiervan wel goede schattingen worden gemaakt.

Nadere informatie over verblijfstoerisme

De informatiebehoefte van overheden en bedrijven gaat natuurlijk veel verder dan alleen de omvang van het verblijfstoerisme. Waar komen gasten vandaan, hoe hebben zij informatie over hun vakantie gezocht, hoe hebben zij geboekt en wat doen zij tijdens de vakantie? Ook belangrijk: hoeveel geld gaven zij uit tijdens het verblijf? Voor Nederlandse gasten is veel informatie beschikbaar via het CVO. In dat onderzoek wordt gevraagd naar zoek- en boekgedrag, bestedingen en activiteitenpatroon. Het Onderzoek Inkomend Toerisme van NBTC Holland Marketing biedt soortgelijke informatie over buitenlandse gasten, maar vindt slechts eens per vier à vijf jaar plaats.

Beide onderzoeken vragen naar het activiteitenpatroon tijdens de vakantie. Dit levert algemene participatiecijfers op, zoals de top 3-activiteiten van Nederlandse toeristen in Zeeland: bezoek aan het strand, wandelen en uit eten gaan. Voor beleidsmakers en ondernemers is het belangrijk om aanvullend meer gedetailleerde informatie te krijgen over dit activiteitenpatroon. Wat is bijvoorbeeld de actieradius van verblijfstoeristen? Welke activiteiten worden ondernomen, in welke plaatsen en bij welke weersomstandigheden? Relevante informatie voor de marketingactiviteiten van bedrijven en bijvoorbeeld ook voor het mobiliteitsbeleid van overheden.

Sinds enkele jaren bestaat in Zeeland de ZeelandPas, uitgegeven door WV Zeeland: een voordeelpas voor toeristen en inwoners. Houders van de pas krijgen voordeel bij attracties, activiteiten, horeca en winkels. De ZeelandPas bevat een barcode, QR-code en magneetstrip die elk gebruik met de pas kunnen registreren. Voor onderzoeksdoeleinden is het belangrijk dat elke transactie gescand wordt, zodat het gebruik ook vastgelegd wordt. Op dit moment wordt een gedeelte van de activiteiten met de ZeelandPas geregistreerd; 28 procent van de 297 acceptatiepunten deed dit in 2015. Zo ontstond een databestand met anonieme gegevens van ruim 9.000 passen voor het jaar 2015. Hoewel dit slechts een klein deel van de ondernemers is en ook maar een klein deel van het totaal aantal passen (ruim 100.000) betreft, levert dit al interessante inzichten op over het activiteitenpatroon en de actieradius van de gebruikers.

Zo blijkt uit een analyse van het gebruik van de ZeelandPas door gasten die aan de kust van Walcheren verblijven (zie figuur 1), dat toeristen bereid zijn om ver te reizen voor activiteiten tijdens hun vakantie. Er worden activiteiten ondernomen van Bruinisse tot Sluis, met reistijden

oplopend tot een uur. De actieradius is veel groter dan tot nu toe werd aangenomen en de analyse laat zien dat het achterland meeprofitteert van het toerisme aan de kust. Men bezoekt bijvoorbeeld overdekte attracties zoals het Omnium in Goes of de Tropical Zoo in Kwadendamme. Ook gaat men naar het Belfort in Sluis of men beklimt de Dikke Toren in Zierikzee.

Geregistreerde activiteiten van toeristen die verblijven aan de kust van Walcheren, 2015* Figuur 1



Bron: Databestand ZeelandPas 2015.

* Gebaseerd op 5.000 transacties met 1.800 ZeelandPassen; de grootte van de cirkels is indicatief voor het aantal transacties.

Kenniscentrum Kusttoerisme heeft in samenwerking met onder andere VVV Zeeland en big data-deskundigen van HZ university of applied sciences een dashboard ontwikkeld. In dit dashboard wordt de data van de ZeelandPas ontsloten voor gemeenten en ondernemers die deelnemen aan de pas. Het dashboard toont de gegevens op maat, zodat bijvoorbeeld een camping kan zien welke activiteiten de eigen gasten ondernemen en een attractie kan zien op welke verblijfsaccommodaties hun bezoekers verblijven en welke verblijfsaccommodatie juist nauwelijks bezoekers 'aanlevert'.

Doorontwikkelen met big data

In het bovengenoemde dashboard worden nu de data van de ZeelandPas ontsloten. Hierbij wordt ook data over het weer toegevoegd, zodat analyses kunnen worden gemaakt van

het activiteitenpatroon bij bepaalde weersomstandigheden. In de komende jaren zal de HZ, samen met ondernemers, overheden, VVV Zeeland en Economische Impuls Zeeland, verder werken aan de doorontwikkeling van een analyseplatform waarin data vanuit steeds meer gegevensbronnen bijeen worden gebracht. Denk bijvoorbeeld aan gegevens vanuit verkeers-tellingen of vanuit het online gedrag op media van VVV Zeeland, maar ook aan gegevens van ondernemers zelf, bijvoorbeeld vanuit reserveringssystemen. Het streven is te komen tot een Digitale Zeeland Experience, waarin de gast Zeeland optimaal kan beleven door informatie en aanbiedingen op maat en waarin ondernemers dankzij de 'digitale sporen' kennis vergaren over het gedrag en de voorkeuren van de gast.

Binnen de Digitale Zeeland Experience werkt de HZ aan het ontwikkelen van het analyseplatform en het benutten en ontsluiten van relevante data, big data. Vanaf najaar 2016 worden hiertoe drie proefgebieden ingericht, waarin met ondernemers en stakeholders geëxperimenteerd kan worden met data mining, analyses en dashboards. Deze proefgebieden zijn onderdeel van het project PROFIT en worden mede mogelijk gemaakt door een bijdrage uit het Interreg 2 Zeeën-Programma 2014-2020, gefinancierd door het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling.

Conclusie

Om de landelijke cijfers over verblijfstoerisme in Nederland daadwerkelijk bruikbaar te maken voor lokale overheden en toeristische bedrijven zijn aanvullende onderzoeken en analyses op provinciaal en lokaal niveau noodzakelijk. Hierbij is het slim om zoveel mogelijk gebruik te maken van de bij verschillende partijen reeds beschikbare data. Lokale data kunnen echter nooit zonder de landelijke data. De landelijke onderzoeken zetten de lokale gegevens in perspectief, zorgen voor een benchmark, voorzien in de benodigde kengetallen en achtergrondkenmerken. De uitdaging is om alle gegevens zo goed mogelijk met elkaar te combineren, zodat tegemoet wordt gekomen aan de steeds grotere informatiebehoefte van beleidsmakers en ondernemers.

Contactgegevens auteurs

Diana Korteweg Maris, Projectmanager Kenniscentrum Kusttoerisme, HZ university of applied sciences, d.kortewegmaris@hz.nl

Anton Bil, Docent-onderzoeker Big data, HZ university of applied sciences, anton.bil@hz.nl

