



Alleen deel 2 van het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Gebruikerslicentie: CBS

Voorwoord

Eind 2019 waren we in de vrijetijdssector nog zo positief gestemd. De groei zakte weliswaar wat in maar we traden vol vertrouwen het nieuwe decennium tegemoet. Overtoerisme gingen we, met Perspectief 2030 en de input van de Rli in de hand, onder de knie krijgen en alle regio's gingen van toerisme profiteren. Het verdelen van de groei stond bovenaan elke agenda. Die droom werd begin 2020 wreed verstoord door de opmars van het coronavirus over de wereld. Eerst dachten we dat het een Chinees probleem was, later bereikte het virus ook Italië en de Europese wintersportgebieden. Vakantiegezers en zakenreizigers brachten het virus naar Nederland en voordat we het wisten zaten we in de eerste intelligente lockdown.

Voor de meeste ondernemers in de vrijetijdssector was er niets intelligents aan want hun operatie kwam met een grote klap tot stilstand. Het vizier van de beleidsmakers was namelijk al snel gericht op het beperken van bewegingen van Nederlanders en het sluiten van vrijwel de gehele vrijetijdssector was een quick fix. Omdat we het virus nog voor de zomer op een aanvaardbaar niveau kregen, gingen we optimistisch de zomer in om in het najaar tot de vervelende conclusie te moeten komen dat het virus helemaal terug was. Een tweede lockdown was een feit en weer was de vrijetijdssector een makkelijk slachtoffer.

Veel Nederlanders realiseerden zich intussen dat vakanties en vrijetijdsactiviteiten bijzonder en waardevol zijn en zeker niet vanzelfsprekend. Maar met alle (internationale) bewegingen die vrijetijdsactiviteiten met zich meebrengen, is dat gedrag ineens een risico. Daarmee staan we als sector ongewild enorm in de spotlights en de voormannen van de brancheorganisaties zijn nog nooit zoveel op nationale televisie geweest. Zowel de sector als de vrijetijdsconsument zijn hun onschuld definitief verloren.

Landen, regio's en bedrijven die op het ene spreekwoordelijke paard hebben gewed, zitten nu diep in de problemen. Dat zien we aan Amsterdam dat met een toeristische monocultuur gericht op inkomend toerisme en vrijwel uitsluitend hotelaanbod toeristisch gezien zwaar in de min zit. Andere regio's die een veel beter gespreid aanbod hebben, zijn vooralsnog beter uit de crisis gekomen. Bedrijven die gedwongen moesten sluiten en geen alternatief hadden, zaten met doorlopende kosten en nul euro aan inkomsten. Ondernemers die snel konden schakelen naar andere verdienmodellen kunnen met de steunmaatregelen van de overheid nog iets van het jaar redden.

Geen enkele deelsector van de vrijetijdseconomie komt ongeschonden uit deze pandemie. Bijzonder somber is het vooruitzicht voor de reisbranche inclusief luchtvaart, cruises en de evenementensector die vrijwel geen omzet konden realiseren en voor 2021 weinig perspectief hebben. De verblijfsrecreatie had op de groepsaccommodaties na nog een redelijk jaar evenals de watersport die juist profiteerde van de hernieuwde belangstelling voor Nederland Vakantieland. Dagattracties, cultuur en de horeca moesten het doen met een beperkte capaciteit maar konden nog wel een zomer maken. Waar het wel goed mee ging was de buitenrecreatie. In sommige natuurgebieden was het soms zo druk dat het publiek moest worden opgeroepen een ander natuurgebied te bezoeken. Veel bedrijven hingen aan het infuus van de overheid en het is zeer de vraag of zij in 2021 nog bestaan. Zeker nu ook 2021 een verloren jaar dreigt te worden. Misschien niet zo extreem als 2020 maar een krachtig herstel wordt zeker niet verwacht.

Ook tijdens de COVID-19-pandemie verschijnt zoals elk jaar het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd. In het rapport blikken we altijd terug op het voorgaande jaar, in dit geval 2019. Dat doen we ook in de nieuwste editie. Het lijkt vreemd, een terugblik op 2019 in deze hele nieuwe werkelijkheid met strikte maatregelen en beperkte mogelijkheden tot vakantie, een uitstapje of een dagje uit. Toch zijn de trends en ontwikkelingen uit 2019 niet ineens waardeloos. We zijn nog steeds dezelfde persoon met dezelfde behoeften en wensen. We verwachten niet dat deze

na de pandemie ineens 180 graden anders zijn. Daarom heeft de voltallige redactieraad besloten in het rapport een terugblik op 2019 en de jaren daarvoor te geven.

Natuurlijk wel met bij elk hoofdstuk een paragraaf waarin we die nieuwe werkelijkheid schetsen. In die schets zijn we weggebleven van de dagelijkse actualiteit die steeds wijzigt. We hebben ons geconcentreerd op de harde data die we nu al beschikbaar hebben over 2020 en geven u daarmee een beeld waar de sector halverwege oktober 2020 staat.

Duidelijk is dat niet alle bedrijven in de vrijetijdssector deze crisis zullen overleven en de overlevers hebben allemaal forse financiële schade opgelopen. Grote vraag is hoe we na deze crisis weer op weten te krabbelen. Hopelijk met een vernieuwd elan en zonder de fouten uit het verleden te maken. Mooie input daarvoor geven de toekomst-scenario's van CELTH die we in hoofdstuk 6 van deel 1 behandelen.

Reizen, ontdekken, genieten van het leven en elkaar ontmoeten, het definieert ons als mens. Daarom zullen na de pandemie vakanties en daguitstapjes weer volop worden genoten. Daar twijfelt niemand aan. Maar wel voorzichtiger en met meer besef dat het heel bijzonder is. Want we hebben in Nederland 75 jaar lang in een paradijs geleefd. Een paradijs dat we zeker terug kunnen winnen, hopelijk met meer waardering dan daarvoor.

Het rapport kwam ook dit jaar tot stand in samenwerking met de markt, het onderwijs en de overheid. NRIT, NBTC Holland Marketing, CELTH (Centre of Expertise Leisure, Toerisme & Hospitality) en CBS hebben in een intensieve samenwerking dit rapport samengesteld. Het CBS is in deze uitgave verantwoordelijk voor de invulling van deel 2 van het rapport. Diverse hoofdstukken in deel drie hebben we in samenwerking met de brancheorganisaties samengesteld. We willen op deze plaats HISWA-RECRON, ANVR, Club van Elf, NVD, Landelijk Fietsplatform en Wandelnet hartelijk danken voor hun inzet en betrokkenheid.

Op deze plaats willen wij iedereen die heeft meegewerkt aan het rapport hartelijk danken voor hun medewerking. Hopelijk levert ook deze editie van het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd weer waardevolle en bruikbare kennis op die ondernemers, overheden, onderwijs en kennisinstellingen in deze uitdagende tijden verder brengen!

Namens de samenwerkende partijen en de redactieraad,

Ton Vermeulen

Projectleider Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd



Colofon

Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

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

Redactieraad:

Ton Vermeulen – NRIT

Jorrit Bijl – CELTH, Hogeschool Zeeland (tot 1 juli 2020)

Diana Korteweg Maris, CELTH, Hogeschool Zeeland (vanaf 1 juli 2020)

Margo Rooijackers – CELTH, Breda University of Applied Sciences

Jasper Heslinga – CELTH, NHL Stenden

Marieke Politiek – NBTC Holland Marketing

Nico Heerschap – CBS

Luuk Schreven – CBS

Kees van Wijk – Gastvrij Nederland

Bestelinformatie:

Titel: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

ISSN: 1569-609X

ISBN: 978-94-91625-11-4

Foto's:

Shutterstock en Hanzesteden Marketing (foto omslag).

© NRIT (delen 1 en 3) en CBS (deel 2) 2020

Deze editie is redactioneel afgesloten op 16 oktober 2020. 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, CBS, CELTH en NBTC Holland Marketing zijn niet verantwoordelijk voor eventuele schade die daaruit kan voortvloeien.

Inhoud

Deel 1 Trends	10
1. Demografische trends	12
1.1 Wereldbevolking	13
1.2 Europa	14
1.3 Nederland	16
1.4 Demografie en vrije tijd	22
1.5 Demografische trends in coronatijd	23
2. Economische trends	24
2.1 De Nederlandse economie	25
2.2 Inkomen	26
2.3 Prijzen	29
2.4 Arbeidsmarkt	30
2.5 Vertrouwen	33
2.6 Economische waarde van de toeristische sector	34
2.7 Economische trends in coronatijd	36
3. Sociaal-culturele trends	40
3.1 Stemming in Nederland	41
3.2 Kwaliteit van leven	42
3.3 Vrije tijd	44
3.4 Brede welvaart	46
3.5 Sociale en culturele trends in coronatijd	48
4. Technologische trends	51
4.1 Internetgebruik	52
4.2 Online winkelen	53
4.3 Sociale media	55
4.4 Online criminaliteit	57
4.5 Bedrijven	58
4.6 Megatrends	61
4.7 Technologische ontwikkelingen in de vrijetijdssector	63
5. Duurzame trends	66
5.1 Uitstoot van broeikasgassen	67
5.2 CO ₂ uitstoot van Nederlandse vakantiegangers	72
5.3 Klimaatakkoord	73
5.4 Andere duurzame maatregelen, initiatieven en ondersteunende onderzoeken	74
5.5 Duurzame initiatieven in de sector	76

6.	Politieke en beleidsmatige trends	84
6.1	Rijksbeleid	85
6.2	Advies Rli: Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het	91
6.3	CELTH Scenario's	94

Capita Selecta 97

Waardevol toerisme vraagt allereerst om kennis	97
'Nederland van boven': het gebruik van satellietbeelden voor toerisme en recreatie	101
Wetenschap als legitimatiefabriek? Hoe onderzoek beleidsvernieuwing in milieuvraagstukken in de weg zit en wat we daaraan kunnen doen	106
Metten van dagbezoek: Van vergeten onderwerp naar urgentie	112
Waar is de steun van inwoners voor toerisme het grootst?	116
Leven-de-Hanze! Storytelling als instrument voor een inspirerende beleving van de Hanzesteden	120
De integrale aanpak van duurzame ontwikkeling: Parktheater Eindhoven	125
Inclusief toerisme geeft waarde aan professionaliteit	129

Deel 2 Statistieken 132

1.	Inleiding	136
1.1	Opzet	136
1.2	Het kader	138
2.	Internationale ontwikkelingen	146
2.1	Wereldwijde ontwikkelingen	147
2.2	Ontwikkelingen binnen Europa	153
2.3	Impact van Covid-19 op de toeristische sector wereldwijd	161
3.	Vrijetijdsgedrag van Nederlanders	163
3.1	Vrijetijdsparticipatie	165
3.2	Het volume van vrijetijdsactiviteiten	168
3.3	De bestedingen aan vrijetijdsactiviteiten	171
3.4	Gevolgen van de COVID-19-crisis	172
4.	Vakanties van Nederlanders	173
4.1	Vakantieparticipatie en -duur	175
4.2	Vervoer van en naar de vakantiebestemming	179
4.3	Boeking en organisatie van de vakantie	180
4.4	De vakantiebestemming	183
4.5	Verblijf tijdens de vakantie	185
4.6	Reisgezelschap	187
4.7	Invulling van de vakantie	188

4.8	Uitgaven aan vakanties	189
4.9	Calamiteiten tijdens de vakantie	191
4.10	Gevolgen van de COVID-19-crisis	191
5.	Inkomend toerisme in Nederland	194
5.1	Aantal buitenlandse bezoekers en overnachtingen	195
5.2	Herkomst van buitenlandse toeristen	198
5.3	Bestemmingen van buitenlandse toeristen	202
5.4	Inkomend toerisme naar accommodatietype	204
5.5	Bezoekmotieven	206
5.6	Vervoermiddelen	208
5.7	Ondernomen activiteiten	210
5.8	Bestedingen van buitenlandse toeristen	212
5.9	Gevolgen van de COVID-19-crisis	213
6.	Zakelijk toerisme	215
6.1	Inleiding	216
6.2	Zakelijk toerisme in Nederland	218
6.3	Zakenreizen van Nederlanders	221
6.4	Inkomend zakelijk toerisme	223
6.5	Internationale positie van Nederland als congresbestemming	226
6.6	Gevolgen van de COVID-19-crisis	227
7.	Inkomend toerisme in Caribisch Nederland	228
7.1	Inleiding	229
7.2	Bonaire	230
7.3	Sint-Eustatius	233
7.4	Saba	235
8.	Aanbod en gebruik van logiesaccommodaties	239
8.1	Aanbod van logiesaccommodaties in Nederland	240
8.2	Gebruik van Nederlandse logiesaccommodaties	246
8.3	Bezettingsgraden	257
8.4	Gevolgen van de COVID-19-crisis	260
9.	Toerisme in macro-economisch perspectief	262
9.1	Toerisme en de nationale rekeningen	263
9.2	Toeristische bestedingen	264
9.3	Toeristische toegevoegde waarde	267
9.4	Toeristische werkgelegenheid	268
9.5	De reisverkeersbalans	271
9.6	Gevolgen van de COVID-19-crisis	275

10.	Toerisme en duurzaamheid	277
10.1	Inleiding	278
10.2	De 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger	279
10.3	Toeristische druk op de omgeving	287
10.4	Gevolgen van de COVID-19-crisis	291

Deel 3 Domeinen 294

1.	Horecasector	296
1.1	Aanbod	297
1.2	Vraag	299
1.3	Economisch	304
1.4	Beleid	312
1.5	Trends in de horeca	314
1.6	De gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de horeca	320
2.	Verblijfsrecreatie	324
2.1	Inleiding	325
2.2	Aanbod	325
2.3	Vraag	332
2.4	Ondernemen	340
2.5	Trends & ontwikkelingen	342
2.6	De gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de verblijfsrecreatie	352
3.	Waterrecreatiesector	355
3.1	Aanbod	356
3.2	Vraag	361
3.3	Trends en ontwikkelingen	365
3.4	De gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de watersport	373
4.	Reissector	374
4.1	Aanbod	375
4.2	Vraag	379
4.3	Toekomstvisie vakantiemarkt	384
4.4	Trends	386
4.5	Ontwikkelingen in de reisbranche	389
4.6	Luchtvaart	394
4.7	Treinreizen	403
4.8	Touringcar	405
4.9	De gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de reisbranche	406
5.	Attractiepuntensector	409
5.1	Aanbod	410
5.2	Vraag	419
5.3	Prognose voor de komende jaren	425

5.4	Trends en ontwikkelingen	430
5.5	Brancheorganisaties	434
5.6	Een blik terug en vooruit: de COVID-19-pandemie en haar gevolgen voor de attractiepuntensector	435
6.	Actieve recreatie	439
6.1	Bewegen en sporten	440
6.2	Fietsen	447
6.3	Wandelen	456
6.4	Samen optrekken	462
6.5	De gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de actieve recreatie	462
7.	Evenementensector	465
7.1	Branchebeeld	466
7.2	Publieksevenementen	467
7.3	Festivals	471
7.4	Beurzen	473
7.5	Concerten	474
7.6	Sportevenementen	475
7.7	Sponsoring	476
7.8	Evenementen in het nieuws	476
7.9	De gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de evenementensector	482
	Capita Selecta	485
	Hopen op een vakantie:	
	De coronacrisis en geplande vakanties	485
	Het verkennen van sociale media als potentiële gegevensbronnen voor het begrijpen van toerisme en recreatie in Friesland	489
	Het belang van kleur in de kwaliteit van toeristische bestemmingen	493
	Balanceren tussen het beschermen en benutten van natuurgebieden: architourism als instrument	498
	Hoe gastvrij zijn we in ons taalgebruik?	502
	Cultuur is zeg maar niet mijn ding: Cultuurbeleving van jongvolwassenen die zelden of nooit cultuur bezoeken	505
	Esports als glimp van de toekomst: digitale sportervaringen tijdens COVID-19	511
	De Kayan in Thailand: van menselijke dierentuin naar gemeenschapstoerisme	515



Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020



Deel 2 Statistieken

Voorwoord

Met bijna 46 miljoen gasten en ruim 123 miljoen overnachtingen in logiesaccommodaties was 2019 wederom een topjaar voor de Nederlandse toerismesector. De toeristische bestedingen in Nederland groeiden in 2019 tot 91,2 miljard euro, de toegevoegde waarde bedroeg 31,8 miljard euro en er waren bijna 500 duizend voltijdbanen in de toerismesector. De toerismesector had in 2019 een aandeel van 4,4 procent in de Nederlandse economie.

Begin 2020 leek Nederland zich op te kunnen maken voor een nieuw toeristisch recordjaar. Meerdere internationale publiekstrekkingen stonden op het programma zoals het Eurovisie Songfestival in Rotterdam, de Grand Prix van Zandvoort en het EK voetbal met wedstrijden in de Johan Cruijff Arena in Amsterdam. Dat het COVID-19-virus zich razendsnel over de rest van de wereld zou kunnen verspreiden en de maatregelen van de overheid en gedragsveranderingen van de burgers het reisverkeer en de mobiliteit overal ter wereld zouden inperken, hadden weinig mensen eind januari 2020 verwacht.

Normaal gesproken kijken we in het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd alleen terug op de ontwikkelingen in het voorliggende jaar. In het Trendrapport 2020 voeren de ontwikkelingen in 2019 daarom de boventoon. De impact van het COVID-19-virus op de samenleving in het algemeen en de toerismesector in het bijzonder is echter zo groot, dat we dit keer ieder hoofdstuk afsluiten met een schets van de ontwikkelingen in de eerste helft van 2020. Daarbij maken we gebruik van de vaak voorlopige cijfers over de eerste twee kwartalen of eerste zeven maanden van 2020 die bij de samenstelling van het rapport beschikbaar waren.

Hoe de tweede golf van COVID-19-besmettingen zich verder zal verspreiden over Nederland, Europa en de rest van de wereld is op het moment van schrijven van dit voorwoord nog niet bekend. Maar dat de nieuwe besmettingen ook weer maatregelen uitlokken die opnieuw van invloed zijn op het reisverkeer en de mobiliteit is inmiddels wel duidelijk. Hoe groot de impact is op de toerismesector in Nederland en het vakantiegedrag van de Nederlanders in de rest van 2020 is op dit moment nog niet bekend. Daarvoor wijs ik u graag op de volgende editie van het Trendrapport toerisme, recreatie en vrijetijd, die in 2021 verschijnt.

Het Trendrapport 2020 is tot stand gekomen in samenwerking met uitgever NRIT Media, onderzoekers van het kenniscentrum CELTH, NBTC Holland Marketing en Gastvrij Nederland. Het CBS bundelt zijn kennis in deze overzichtspublicatie met die van onderwijs- en marketingorganisaties, en de branche zelf. Deze publicatie vormt daarmee een waardevolle informatiebron voor onder andere ondernemers, beleidsmakers en studenten. Mijn dank gaat uit naar allen die hebben bijgedragen aan deze publicatie.

Directeur-Generaal,

Angelique Berg

Den Haag/Heerlen/Bonaire, oktober 2020



1 Inleiding

Dit hoofdstuk begint met een paragraaf die de opzet van de publicatie beschrijft en een beknopte leeswijzer bevat. 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 figuren illustreren de begrippen en de samenhang daartussen.

1.1 Opzet

Sinds 2015 werkt het CBS samen met NRIT Media, NBTC Holland Marketing en kenniscentrum CELTH aan het 'Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd'. Binnen deze samenwerking is het CBS verantwoordelijk voor het tweede deel van het drieluik waaruit het Tendrapport bestaat. Het CBS verzorgt de eindredactie van dit deel waarin de nadruk op de statistieken ligt. Dit cijfermateriaal is dan ook voor een belangrijk deel afkomstig van het 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.

Naast de cijfers die in deze publicatie aan bod komen, stelt het CBS een grote hoeveelheid aanvullend cijfermateriaal gratis ter beschikking op zijn databank StatLine. Deze databank is te raadplegen via <https://opendata.cbs.nl>.

In het eerste deel van het Tendrapport worden de maatschappelijke trends op een aantal terreinen beschreven die relevant zijn voor de ontwikkeling van het toerisme en vrije tijd. Daarin aandacht voor demografische, economische, sociaal-culturele, technologische, duurzame en beleidsmatige trends. Een beschrijving van de ontwikkelingen in de diverse sectoren van de vrijetijdseconomie, zoals de

horeca-, verblijfsrecreatie-, (water)sport-, attractieparken-, evenementen-, cultuur, en reissector, is opgenomen in deel drie van deze publicatie.

Opzet van deel 2

Dit tweede deel van de publicatie benadert het toerisme in grote lijnen vanuit twee invalshoeken: de vraagzijde en de aanbodzijde. Vanaf hoofdstuk 3 zijn deze beide thema's duidelijk te onderscheiden. De eerste twee hoofdstukken zijn algemeen van karakter. Dit eerste hoofdstuk geeft een omschrijving van het theoretische kader van toerisme. In hoofdstuk 2 volgt een overzicht van de internationale ontwikkelingen in het toerisme wereldwijd en in het bijzonder binnen Europa. Deze ontwikkelingen zijn 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 bezoeker (in het Engels 'visitor') en zijn gedrag. Hoofdstuk 3 beschrijft hoe Nederlanders hun vrije tijd buitenshuis doorbrengen. Daarna gaat hoofdstuk 4 uitgebreid in op het binnenlandse en het uitgaande toerisme, dat wil zeggen het vakantiegedrag van Nederlanders die in Nederland respectievelijk in het buitenland op vakantie gaan. Het gaat daarbij niet alleen om het aantal toeristen en vakanties in hotels, vakantiehuishjes, 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. Het gaat daarbij zowel om Nederlanders als buitenlanders die in Nederland met zakelijke doeleinden op reis zijn, als om de buitenlandse zakenreizen van Nederlanders.

Hoofdstuk 7 gaat over het toerisme in Caribisch Nederland: de eilanden Bonaire, Sint-Eustatius en Saba. Het hoofdstuk laat per maand zien hoeveel bezoekers per vliegtuig naar de eilanden komen, verdeeld naar land van herkomst. Ook is gekeken naar het aantal bezoekers dat per boot is gekomen, waaronder de omvang van het cruiseverkeer.

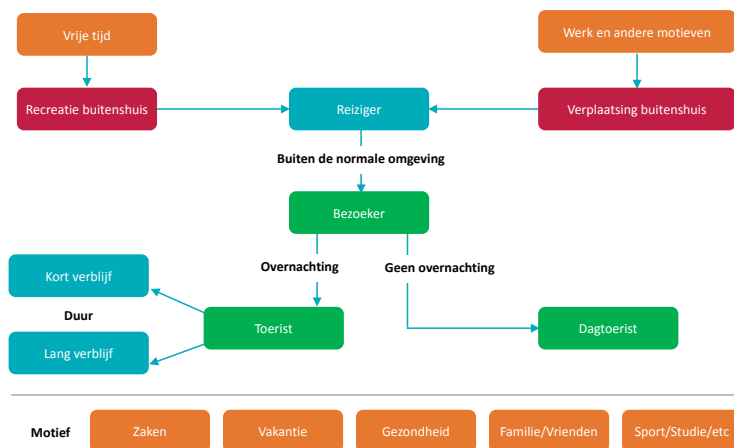
De hoofdstukken 8 en 9 stellen de aanbodzijde van het toerisme centraal. Hoofdstuk 8 is het overgangshoofdstuk van vraag naar aanbod. Het hoofdstuk beschrijft hoeveel hotels, vakantieparken, campings en groepsaccommodaties (logiesaccommodaties) in Nederland actief zijn, hoeveel slaapplekken zij aanbieden en hoeveel toeristen zij ontvangen. De ontwikkeling in de bezettingsgraad van deze bedrijven vormt een belangrijke indicator voor de prestaties van Nederlandse logiesaccommodaties. Het hoofdstuk biedt cijfermateriaal over verschillende typen accommodaties, zoals hotels en kampeerterreinen, en over provincies en belangrijke toeristische steden en gebieden in Nederland. Ook maakt dit hoofdstuk een vergelijking tussen het binnenlandse en inkomende toerisme mogelijk. Hoofdstuk 9 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), de toeristische bestedingen en de werkgelegenheid. Daarnaast komt de reisverkeersbalans aan bod als belangrijke indicator die de ontgangsten uit en uitgaven aan het internationale reisverkeer op macroniveau weergeeft.

In hoofdstuk 10 staan duurzaamheidsaspecten in relatie tot toerisme centraal. Dit hoofdstuk beschrijft ontwikkelingen in de omvang van de 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger en de

De focus in deze hoofdstukken ligt, zoals in het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd gebruikelijk, telkens op de cijfers van het afgelopen jaar. In Trendrapport 2020 ligt de focus dus op de cijfers over het jaar 2019. Vanwege de grote invloed van het COVID-19-virus op de toeristische sector worden ook de ontwikkelingen in 2020 geschetst.

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

Toerisme wordt door de 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'.¹ In deze internationaal geaccepteerde definitie staat de vraagzijde centraal, namelijk de bezoeker ('visitor') als consument. Het begrip 'normale omgeving' maakt de definitie subjectief. De normale omgeving van een persoon is niet beperkt tot de directe omgeving van zijn of haar woning, maar strekt zich ook uit tot de plaats van werk of studie en andere locaties die een persoon regelmatig bezoekt.



Elk individu heeft zijn of haar eigen leefpatroon. De definitie gebruikt in principe geen objectief meetbare dimensies, zoals afstand, frequentie of duur, om de normale omgeving af te bakenen. In de praktijk worden deze dimensies echter wel vaak gehanteerd. Zo worden plekken dicht bij de woning die zelden worden bezocht, ook gezien als onderdeel van de normale omgeving.

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 bezoekers, op voorwaarde dat zij niet betaald worden vanuit de plaats van bestemming.² Mensen die forenzen, vracht vervoeren of als verkoper reizen, tellen niet mee als bezoekers. Zij zijn reizigers die zich in hun 'normale (werk) omgeving' bevinden.

Doordat er sprake is van verschillende motieven om te reizen, bestaan er ook verschillende vormen van toerisme, zoals strandtoerisme, cultuurtoerisme, wintersportvakantie, zakelijk toerisme, stedentrips en familiebezoek. Deze verschillende subdomeinen van toerisme hebben allen hun eigen kenmerken en verschillen in hun profiel van de bezoeker. Naast de bezoeker zelf, is een ander belangrijk element van toerisme de vakantie of trip.³ Daarbij gaat het niet alleen om vakanties waarbij er wordt overnacht, maar ook om dagtochten of excursies waarbij de bezoeker niet langer dan een etmaal op pad is. In het laatste geval wordt in het Engels gesproken over een 'excursionist' of 'day tripper' (dagtoerist). Als er sprake is van een overnachting in een accommodatie dan wordt gesproken over een 'tourist' (toerist of verblijfstoerist). Verblijfstoerisme wordt 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 en maximaal een jaar. In figuur 1.1 wordt de samenhang tussen de begrippen getoond.

Toerisme als een cyclisch proces

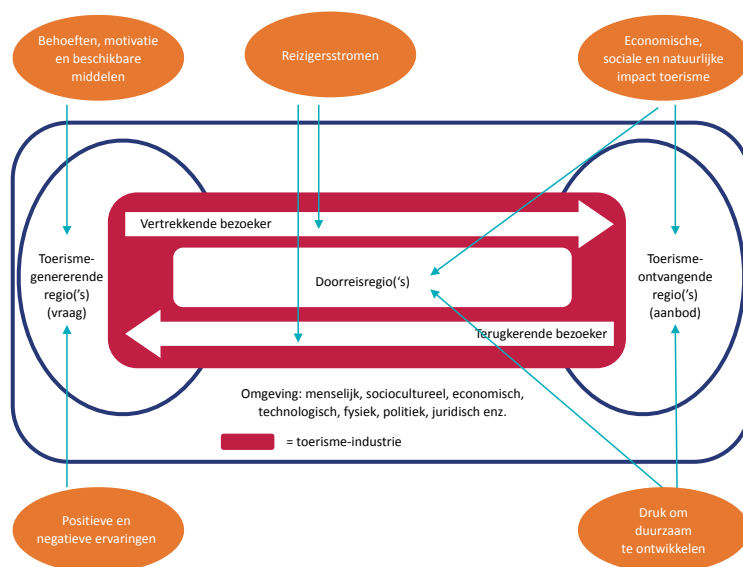
Toerisme behelst niet alleen de reis en het (eventuele) verblijf van de bezoeker. Het omvat ook de handelingen die voorafgaan aan de reis: informatie verzamelen, besluiten nemen en voorbereidingen treffen, zoals de benodigde goederen aanschaffen. Ook nadat de reis is afgelopen, blijft deze van invloed op het toekomstige reisgedrag van de bezoeker. Een bezoeker neemt immers positieve en negatieve reiservaringen mee terug, die weer hun invloed hebben op besluiten die de bezoeker neemt over een nieuwe reis. Al deze opeenvolgende fasen van een reis of trip hangen met elkaar samen en vormen een cyclisch proces, ook wel de 'customer journey' (klantenreis) genoemd. Het 'systeem van toerisme' van Leiper⁴ beschrijft deze samenhang (figuur 1.2).

² Hoofdstuk 6 over zakelijk toerisme omschrijft precies welke zakenreizigers wel en niet als toerist meetellen.

³ Ook de zakenreis of bedevaart.

⁴ Leiper, N., 1990, *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*, Palmerston North, New Zealand: Massey University Printery.

Figuur 1.2 Toerisme als systeem

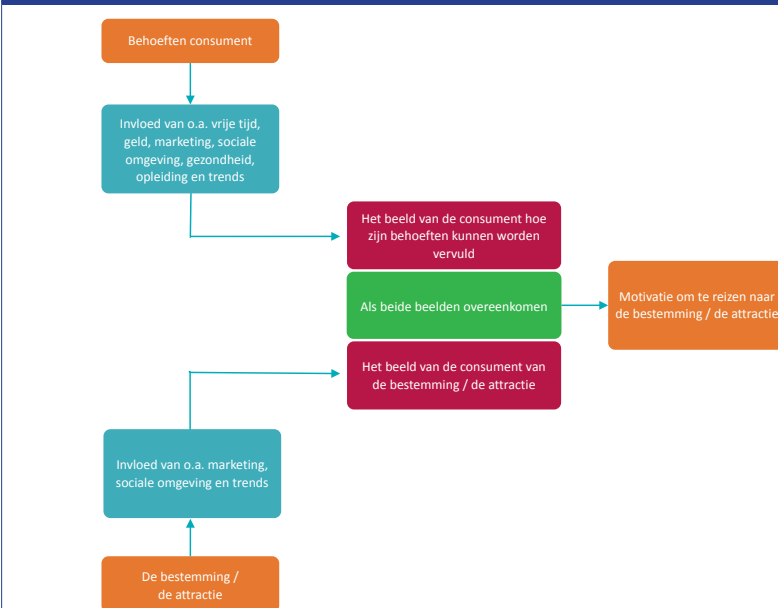


Bron: Leiper, N., 1990, *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*, Palmerston North, New Zealand: Massey University Printery.

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

Toerisme is bovenal een menselijke ervaring. Op vakantie gaan is een vast deel van ons hedendaagse consumptiepatroon geworden. Daarmee is de bezoeker de centrale actor in het systeem van Leiper. Bij de bezoeker ontstaat immers de vraag naar toerisme. De bezoeker ervaart de motivatie, neemt besluiten en heeft de tijd en middelen ter beschikking. Bij zijn of haar besluitvorming wordt hij of zij beïnvloed door onder meer de sociale omgeving, marketing en heersende vakantietrends. In toenemende mate vindt deze beïnvloeding plaats via kanalen zoals internet en sociale media. Figuur 1.3 laat dit besluitvormingsproces zien.



Bron: Holloway, J.C., 2009, The business of tourism, Prentice Hall, New York.

Bezoekers 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 de bezoekers, zoals leeftijd, inkomen, gezinssamenstelling, geslacht en arbeidsmarktpositie.⁵ Vervolgens kunnen verschillende waar te nemen kenmerken worden gehangen aan de vakantie of dagtocht van een bezoeker, zoals:

- het doel: de motivatie van de bezoeker;
- de duur van de dagtocht of de vakantie;
- de woonplaats van de bezoeker⁶ 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 bezoeker heeft gedaan;
- het type accommodatie waarin de bezoeker eventueel heeft overnacht;
- het transportmiddel dat de bezoeker heeft gebruikt;
- de activiteiten die de bezoeker heeft ontplooid; en
- de wijze van boeken.

⁵ Inclusief studeren, pensioen of werkloosheid.

⁶ Het gaat bij toerisme niet zozeer om de nationaliteit, maar om de woonplaats van de bezoeker. De term 'Nederlanders' betekent in deze publicatie inwoners van Nederland (ingezetenen). De term 'buitenlanders' of 'buitenlandse bezoekers' 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 'Nederlander' beschouwd. Anderzijds is iemand met de Nederlandse nationaliteit die in België woont in dit verband een 'buitenlander'. Deze persoon wordt als Belgische bezoeker beschouwd.

Vanuit economisch perspectief zijn vooral de bestedingen van bezoekers belangrijk. Daarbij gaat het niet alleen om bestedingen tijdens de reis en het verblijf, maar ook om gerelateerde bestedingen die bezoekers voor en na de reis doen. Op nationaal niveau gaat het om de vakantieparticipatie van de bewoners: welk deel van de Nederlanders neemt deel aan welk type vakantie en welk deel niet en waarom niet.

Bezoekers vertegenwoordigen de vraagzijde van het toerisme. De vraagzijde komt vooral aan bod in de hoofdstukken 3 tot en met 6 van deze publicatie. Op de toeristische bestedingen wordt in hoofdstuk 9 nader ingegaan.

Regio's van herkomst, doorreis en bestemming

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

- **Toerisme-genererende regio('s):** Dit is de plaats of de regio waar de (potentiele) bezoekers wonen en waar hun reis begint en meestal ook eindigt. Hier zoeken bezoekers hun informatie en boeken ze hun reis. Op deze locatie ontstaan de behoefte en motivatie om te reizen (de vraag), ook wel bekend als de 'push-factor';
- **Doorreisregio('s):** Dit is de plaats of de regio waar het reizen van de bezoeker plaatsvindt om van zijn woonplaats op zijn eindbestemming te komen. Ook de plaatsen die de bezoeker onderweg bezoekt, horen bij de doorreisregio;
- **Toerisme-ontvangende regio('s):** Dit is de plaats of regio waar de bezoeker zijn eindbestemming heeft en waar hij of zij (eventueel) verblijft.⁷ De eindbestemming vormt de zogenaamde 'pull-factor', het aanbod, 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 bezoeker 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 geografische 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 bezoekers van 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.
- **Binnenlands toerisme:** Dit betreft alle dagtochten en vakanties die bezoekers in hun eigen land doorbrengen. Een voorbeeld is een Limburgs gezin dat op vakantie gaat in Noord-Holland.
- **Uitgaand toerisme:** Dit omvat alle dagtochten en vakanties van bezoekers naar een ander land dan het land waarin zij wonen. Voor het land dat de bezoeker aandoet, behoort hij of zij tot het inkomende toerisme. Een voorbeeld van uitgaand toerisme is de vakantie van een Nederlandse

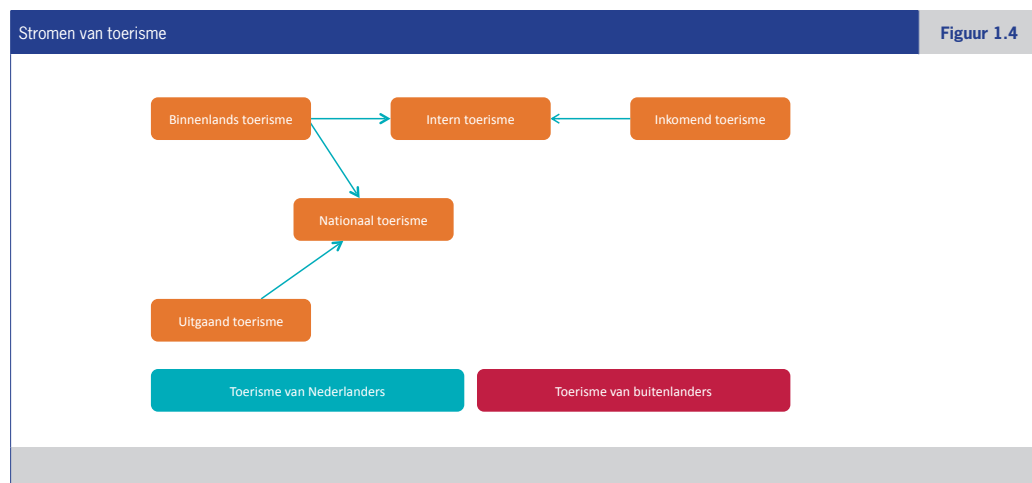
⁷ De toerisme-ontvangende regio kan ook de eindbestemming zijn van een dagtocht, dus zonder dat er een overnachting plaatsvindt.

ingezetene in Duitsland, die vanuit het Nederlandse perspectief dus behoort tot het uitgaande toerisme en vanuit het Duitse perspectief tot het inkomende 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 bezoekers 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.

De verschillende stromen van toerisme komen terug in de diverse hoofdstukken van deze publicatie. De hoofdstukken 3 en 4 gaan over het nationaal toerisme van Nederland: 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 bezoeker als actor en het reizen van bezoekers tussen geografische regio's, vormt de toerisme-industrie het derde element van Leipers model. De toerisme-industrie vertegenwoordigt de aanbodzijde en omvat de bedrijven en instellingen die aan bezoekers 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 bezoekers enerzijds en de toerisme-gerelateerde bedrijven of instellingen anderzijds, waarbij de activiteiten en bestedingen van bezoekers altijd het uitgangspunt vormen.

Het aanbod van toeristische diensten heeft een aantal specifieke kenmerken. Zo zijn toeristische diensten vaak 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 bezoeker tijdens zijn of haar 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-definitie tot de kern van de toerisme-industrie behoren en in welke hoofdstukken van deel 3 de sectoren aan bod komen.

Tabel 1.1 Kernsectoren van de toerisme-industrie

Kernsector	Deel 3
Verschaffen van accommodatie	Hoofdstuk 2: Verblifsrecreatie
Eet- en drinkgelegenheden	Hoofdstuk 1: Horecasector
Personenvervoer per spoor	Hoofdstuk 4: Reissector
Personenvervoer over de weg	Hoofdstuk 4: Reissector
Personenvervoer over het water	Hoofdstuk 3: Waterrecreatiesector
Personenvervoer door de lucht	Hoofdstuk 4: Reissector
Verhuur van transportmiddelen	
Reisbureaus, reisorganisaties, reserveringsbureaus en aanverwante activiteiten	Hoofdstuk 4: Reissector
Kunst en cultuur, waaronder musea en podiumkunsten	Hoofdstuk 5: Attractiepuntensector
Sport en recreatie, waaronder recreatie-instellingen en toeristische attracties	Hoofdstuk 6: Actieve recreatie
Detailhandel (o.a. toerisme-gerelateerde goederen)	
Andere toerisme-gerelateerde activiteiten die specifiek zijn voor een land	Hoofdstukken 5 en 7: Attractiepunten- en Evenementensector

Bron: UNWTO, 2010, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, United Nations, no. 83/Rev.1, New York.

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 doorreis- en toerisme-ontvangende regio's.

De afhankelijkheid van toerisme verschilt per bedrijfstak. Enerzijds zijn er branches die volledig afhankelijk zijn van bezoekers, zoals logiesaccommodaties, reisbureaus en toeristische attracties. Anderzijds zijn er bedrijfstakken die wel producten en diensten leveren aan bezoekers, maar hier niet volledig afhankelijk van zijn. Zij bedienen naast bezoekers 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 toegevoegde 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 bezoekers. Anders is er sprake van overschatting. Het economische belang van het toerisme wordt op macroniveau bepaald in de zogenaamde toerismerekeningen. Deze toerismerekeningen komen uitgebreid aan bod in hoofdstuk 9 van deze publicatie.

Factoren bij vraag en aanbod

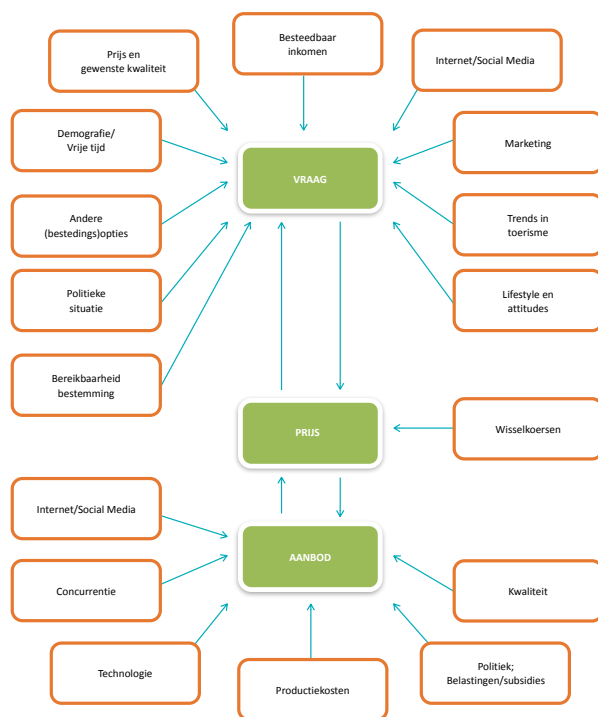
Figuur 1.5 toont de belangrijkste factoren die een rol spelen bij het aanbod van en de vraag naar toeristische goederen en diensten. In deze figuur is een centrale rol toebedeeld aan de markt die vraag en aanbod op elkaar afstemt via de prijs.

Duurzaamheid

De snelle ontwikkeling van toerisme in de tweede helft van de vorige eeuw resulteerde in het zogenaamde massatoerisme. Daardoor heeft toerisme niet alleen positieve, maar vaak ook negatieve gevolgen voor het milieu en de bevolking van de doorreis- en toerisme-ontvangende regio's. Vanaf de jaren negentig is er steeds meer aandacht gekomen voor deze negatieve effecten en wordt een duurzame ontwikkeling van het toerisme steeds belangrijker gevonden. Deze aandacht is het laatste decennium verder gegroeid door de sterke toename van het wereldwijde toerisme, waardoor de duurzaamheid en leefbaarheid van bepaalde regio's en steden onder druk is komen te staan. Duurzaam toerisme betekent toerisme met zo min mogelijk negatieve gevolgen voor de lokale bevolking, de natuur en het milieu, zowel op korte als op lange termijn. Daarnaast streeft duurzaam toerisme ernaar dat vooral de lokale bevolking in economische zin de vruchten plukt.

Factoren van vraag en aanbod van toeristische goederen en diensten

Figuur 1.5



Bron: o.a. Tribe, J., 2012, The economics of recreation, leisure and tourism.

In hoofdstuk 10 wordt op duurzaamheidsaspecten met betrekking tot de 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger en de eco-efficiëntie van vakantielanden ingegaan. Daarnaast gaat het hoofdstuk in op de toeristische druk binnen Nederland die wordt veroorzaakt door de verblijfsrecreatie.



2 Internationale ontwikkelingen

Dit hoofdstuk beschrijft de 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 toeristische participatiegraad en het aantal vakanties van Europeanen met de bijbehorende kenmerken aan de orde, evenals het gebruik van logiesaccommodaties. Aan het eind van het hoofdstuk wordt kort ingegaan op de effecten van de COVID-19-crisis op het toerisme wereldwijd.

Hoofdpunten

- In 2019 groeide het toerisme, uitgedrukt in het aantal internationale aankomsten ('international arrivals'), wereldwijd met 3,5 procent. Hoewel deze groei substantieel is, is deze minder sterk dan in voorgaande jaren (7,0 procent in 2017 en 5,7 procent in 2018).
- De groei van het aantal internationale aankomsten was het sterkst in Afrika (5,4 procent). In Europa en Azië en Oceanië was de groei respectievelijk 3,9 procent en 3,6 procent. Het continent Amerika en het Midden-Oosten bleven met 1,6 en 2,1 procent enigszins achter ten opzichte van de rest van de wereld.
- De inkomsten uit internationaal reisverkeer groeiden wereldwijd van 1.234 miljard euro in 2018 naar 1.320 miljard euro in 2019, wat neerkomt op een groei van 2,5 procent. De grootste ontvangers van die toeristische bestedingen waren de Verenigde Staten, Spanje, Frankrijk en Thailand.
- China, de Verenigde Staten en Duitsland waren ook in 2019 weer de landen die het meest hebben uitgegeven aan het uitgaande toerisme. Samen waren deze landen goed voor een derde deel van de wereldwijde toeristische bestedingen.
- In 2018 gaven de inwoners van de EU (exclusief het Verenigd Koninkrijk) iets meer dan 516 miljard euro uit aan iets minder dan 1,1 miljard vakanties met minimaal één overnachting. Bijna drie kwart van die vakanties vond plaats in het eigen land. Dat waren vooral korte vakanties van 1 tot en met 3 nachten. Evenals vorig jaar, gold voor 89 procent van de vakanties een persoonlijk en voor de resterende 11 procent een zakelijk motief.

- Het aantal overnachtingen door binnenlandse en buitenlandse toeristen in geregistreerde logies-accommodaties groeide in de EU-27 in 2019 met 2,1 procent naar iets meer dan 2,8 miljard overnachtingen. De groei van het aantal overnachtingen vond vooral plaats bij huisjesterreinen (3,8 procent), gevolgd door hotels (1,8 procent) en kampeerterreinen (1,0 procent).
- In de maanden april, mei en juni van 2020 kwam het internationale toerisme bijna geheel tot stilstand met respectievelijk 97,1, 96,4 en 92,6 procent minder internationale aankomsten dan in dezelfde maanden een jaar eerder.

2.1 Wereldwijde ontwikkelingen

Deze paragraaf beschrijft de wereldwijde ontwikkelingen binnen het toerisme. Naast de ontwikkelingen op wereldniveau wordt er aandacht besteed aan de ontwikkelingen in specifieke regio's van de wereld. Voor het beschrijven van de ontwikkelingen worden drie indicatoren gebruikt, namelijk het inkomend toerisme ('international arrivals'), de toeristische ontvangsten en de toeristische bestedingen. Toeristische ontvangsten en bestedingen geven naast de economische betekenis van het toerisme, ook inzicht in welke regio's profiteren van het toerisme en welke regio's juist belangrijke markten zijn voor het toerisme. De gebruikte cijfers zijn vooral afkomstig van de World Tourism Organization (UNWTO).

Internationaal toerisme groeit in 2019, maar minder hard dan in voorgaande jaren

In 2019 groeide het toerisme, uitgedrukt in het aantal internationale aankomsten ('international arrivals¹'), wereldwijd met 3,5 procent. Na de krimp in 2009, die samenhangt met de economische recessie, is het internationale toerisme in de periode 2010-2019 onafgebroken gegroeid, met gemiddeld ongeveer 5 procent per jaar. Na twee jaren van zeer sterke groei (7,0 procent in 2017 en 5,7 procent in 2018) komt de groei voor 2019 uit onder het gemiddelde van de afgelopen jaren (figuur 2.1). In absolute termen is het aantal internationale aankomsten in 2019 met 50 miljoen toegenomen tot 1.458 miljoen: een nieuw recordjaar. Aanvankelijk zette deze groei zich door in 2020. Echter vanaf februari 2020 waren de effecten van de COVID-19-crisis al merkbaar met een daling van het aantal internationale inkomsten van ongeveer 16,3 procent ten opzichte van dezelfde maand van het voorgaande jaar. In de maanden daarna stortte het internationale toerisme verder in met ongekende dalingen in maart (-63,6 procent) en april (-97,1 procent). Dit hield aan in mei (-96,4 procent) en juni (-92,6). Zie verder de paragraaf aan het eind van dit hoofdstuk over de effecten van de COVID-19-crisis.

De cijfers van de UNWTO van 2019 passen goed bij die van IPK International, dat wereldwijd onderzoek doet naar het internationale uitgaande toerisme. Zij komen uit op een geschatte groei van het aantal vakanties wereldwijd van 3,9 procent in 2019². Vakanties met een vrijetijdsmotief stegen met 4 procent, terwijl de zakelijke markt stagneerde. Bij de vakanties met een vrijetijdsmotief groeiden vooral de stedentrips (+8 procent) en cruises (+6 procent). Zonvakanties groeiden met 2 procent. Bij de zakelijke markt ging het in 2019 om twee tegengestelde trends. De markt van congressen, beurzen e.d. (MICE³) groeide met 2 procent, terwijl de traditionele zakelijke markt (bijvoorbeeld het bezoeken van een ander kantoor of collega) daalde met 4 procent.

1 Bij 'international arrivals' gaat het om inkomende toeristen, die minimaal één nacht in het ontvangende land verblijven ('overnight visitors'). Dag- en binnenlands toerisme blijven buiten beschouwing.

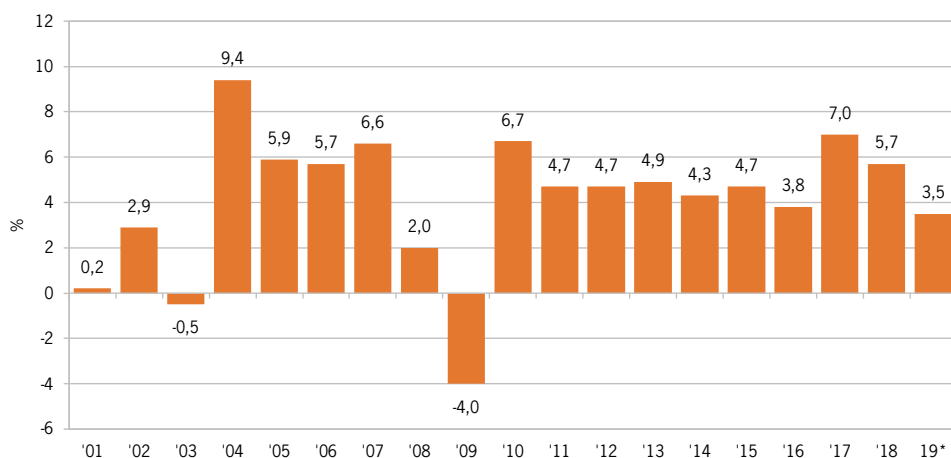
2 Zie <https://www.ipkinternational.com/en/>. Het gaat hier om de eerste 8 maanden van 2019.

3 Meetings, incentives, conferencing and exhibitions.

Indicatoren om het internationale inkomende toerisme te analyseren

Om trends in het internationale inkomende toerisme te analyseren, worden meestal drie indicatoren gebruikt: het inkomende toerisme ('international arrivals'), de toeristische ontvangsten en de toeristische bestedingen. Het inkomend toerisme is met name relevant voor ontwikkelingen op de korte termijn, terwijl de toeristische ontvangsten en bestedingen meer relevant zijn voor de langetermijntwikkelingen. Voor deze laatste twee indicatoren vormt de zogenoemde reisverkeersbalans van de statistiek Internationale Handel de basis. De World Tourism Organization (UNWTO) verzamelt gegevens over deze indicatoren bij landen, en publiceert ze in samenhang. Ondanks internationale standaarden, kunnen er wel enkele kanttekeningen worden geplaatst bij het gebruik van het inkomende toerisme om regio's en landen met elkaar te vergelijken. Zo gebruiken landen verschillende onderzoeksmethoden en populaties. Worden dagjesmensen, die de grens passeren, soms wel en soms niet meegeteld. En, ten slotte, kunnen geografische eigenschappen van een land een stempel drukken op de cijfers. Zo bestaat Europa uit veel verschillende landen. Als een bezoeker door Europa reist, telt hij of zij bij het passeren van elke grens opnieuw mee als inkomende toerist. Een bezoeker die door bijvoorbeeld de Verenigde Staten reist, telt slechts één keer als inkomende toerist mee.

Toeristische ontvangsten en bestedingen hebben betrekking op uitgaven van internationale bezoekers aan onder meer logies, drank, eten, entertainment en winkelen. De toeristische ontvangsten van een land betreffen alle uitgaven die inkomende bezoekers doen, gezien vanuit het bestemmingsland. Deze ontvangsten kunnen dus worden gezien als de export van toeristische producten. 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 bezoeker. Bij de bestedingen gaat het dus om de import van toeristische producten. Door de UNWTO worden bij de toeristische ontvangsten en bestedingen van de reisverkeersbalans ook nog de ontvangsten en bestedingen van het internationale personenvervoer van de betalingsbalans opgeteld. Deze zijn niet in de reisverkeersbalans opgenomen. Ook deze twee indicatoren kennen hun beperkingen. Naast de uitgaven van toeristen (minimaal één overnachting) en dagjesmensen, worden ook de uitgaven van het grensverkeer en van niet-ingeschreven buitenlandse arbeidsmigranten in de reisverkeersbalans meegeteld. Dat maakt het moeilijk om cijfers van de reisverkeersbalans te vergelijken met of te delen door aantallen inkomende bezoekers. Ook kunnen cijfers van verschillende landen niet zomaar bij elkaar worden opgeteld. Bij het berekenen van ontwikkelingen kan namelijk sprake zijn van de invloed van wisselkoersen en inflatie. Daarom wordt de ontwikkeling van toeristische bestedingen en uitgaven van een land bepaald aan de hand van de lokale munteenheid en gecorrigeerd voor inflatie. Hierdoor wijkt de ontwikkeling van toeristische 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. De cijfers in dit hoofdstuk moeten dan ook eerder gezien worden als indicatie van de orde van grootte. Belangrijker dan de niveaus, zijn de ontwikkelingen in de cijfers.



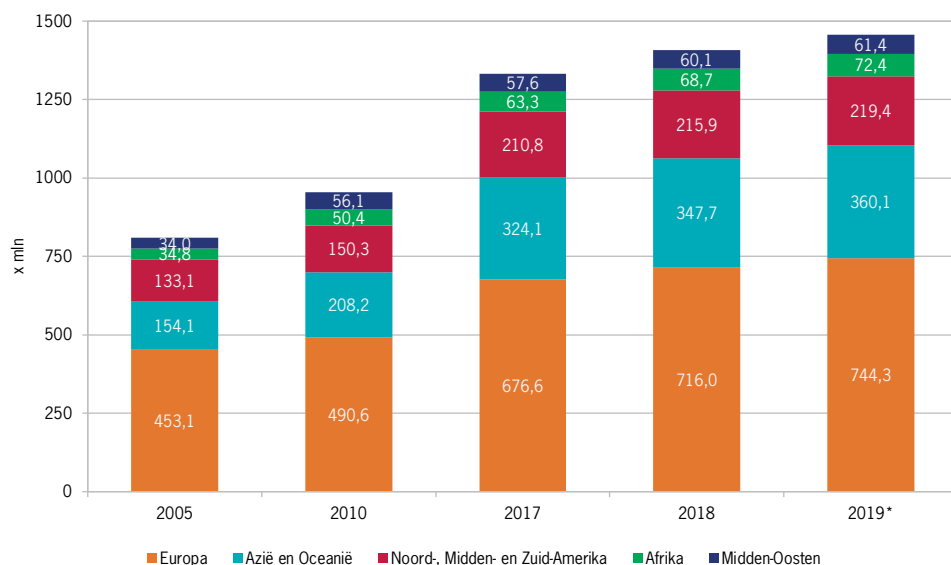
Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2020.

* Voorlopige cijfers.

Wel groei maar meer gematigd in alle wereldregio's

In 2019 vertoonden alle wereldregio's groei, maar deze groei was in alle gevallen lager dan in 2018 (figuur 2.2). Met marktaandeel van 51,1 en 24,7 procent zijn Europa en Azië en Oceanië goed voor drie kwart van het internationaal inkomend toerisme. De groei in deze regio's was respectievelijk 3,9 procent en 3,6 procent. Vooral het zuidelijke en mediterrane deel en het centrale en oostelijk deel van Europa groeiden bovengemiddeld met 5,4 en 4,5 procent. West Europa, waaronder Nederland, groeide in 2019 met 2,3 procent. In Azië en Oceanië was de groei vooral te zien in Zuid-Azië (7,4 procent) en Zuidoost-Azië (6,4 procent) met typische vakantie bestemmingen zoals Thailand en Maleisië. Daarnaast profiteren deze regio's ook sterk van de in de nabijheid gelegen Chinese en Indiase markt. Ook het marktaandeel van het continent Amerika is met 15,1 procent van de internationale aankomsten aanzienlijk. De groei voor dit continent bleef met 1,6 procent wat achter bij Europa en Azië en Oceanië. Deze gematigde groei van het continent Amerika is grotendeels toe te schrijven aan een krimp van 4,8 procent in het internationale toerisme voor de regio Zuid-Amerika. Waarschijnlijk spelen hier de politieke en economische situatie in sommige landen van Zuid-Amerika een rol.⁴ Het inkomend toerisme in het Caraïbisch gebied, waaronder de landen en bijzondere gemeenten van Caribisch Nederland, groeide met 3,8 procent. In 2018 was er in dit gebied nog sprake van stagnatie, mede als gevolg van de na-ijl effecten van het zware orkaanseizoen in het jaar daarvoor. In de overige wereldregio's, Afrika en het Midden-Oosten, groeide het inkomend toerisme in 2019 met respectievelijk 5,4 en 2,1 procent.

4 Bijvoorbeeld de economische crisis in Argentinië. Zie o.a. UNWTO, Tourism Barometer 1 januari 2020.

Figuur 2.2 Inkomend toerisme regionaal, 2005-2019*

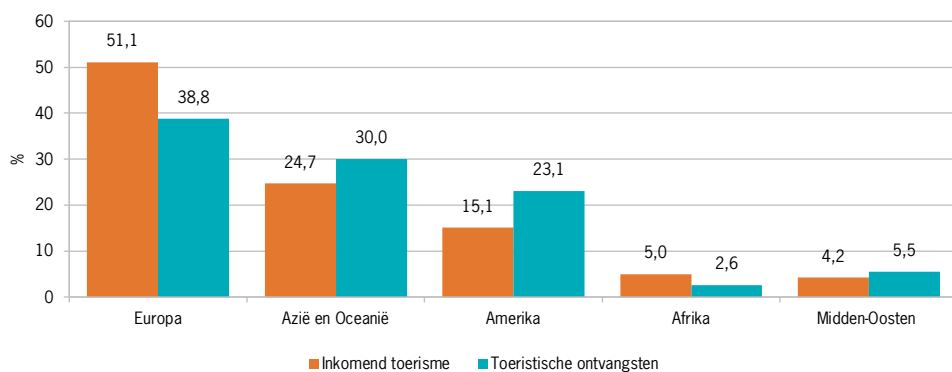
Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2020.

* Voorlopige cijfers.

Toeristische ontvangsten wereldwijd groeiden met 2,5 procent

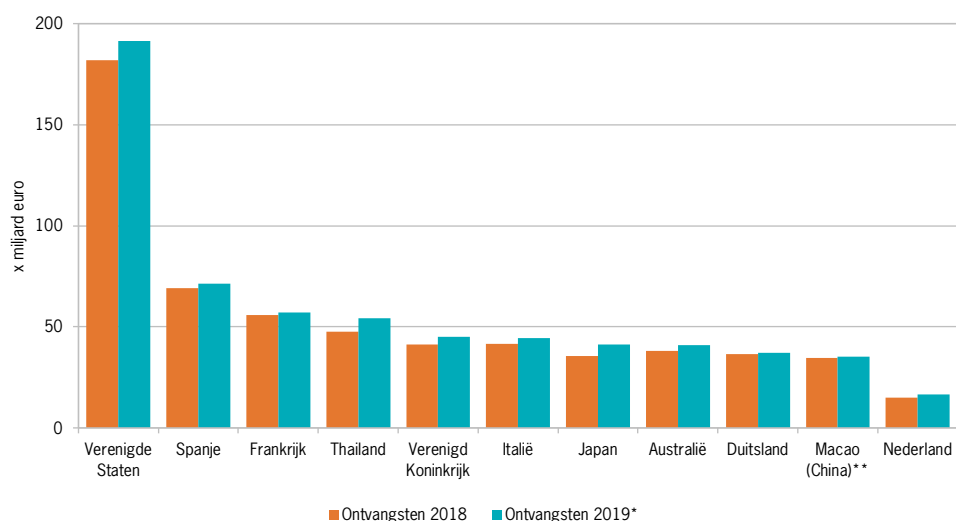
In 2019 groeiden de inkomsten van landen uit het internationale reisverkeer met 2,5 procent ten opzichte van 2018 naar 1.320 miljard euro. Dat is een minder sterke groei dan de groei van het aantal internationale aankomsten (3,5 procent). Van deze toeristische ontvangsten kwam 512,2 miljard euro (38,8 procent) in Europa terecht; 395,9 miljard euro (30,0 procent) kwam in Azië en Oceanië terecht; en 305,3 miljard euro (23,1 procent) in Amerika. Een relatief klein deel van de inkomsten ging naar het Midden-Oosten (72,9 miljard euro, 5,5 procent) en Afrika (34,2 miljard euro, 2,6 procent; figuur 2.3).

Wanneer de toeristische ontvangsten gedeeld worden door het aantal inkomende bezoekers geeft dit een grove indicatie van de gemiddelde besteding per bezoeker, toerist en dagjesmens. Wereldwijd bedraagt de gemiddelde besteding per vakantie per bezoeker 910 euro. Voor Amerika is de besteding per vakantie per bezoeker met 1.390 euro aanzienlijk hoger dan dit gemiddelde. De middenmoot van de besteding per vakantie per bezoeker wordt gevormd door het Midden-Oosten (1.190 euro) en Azië en Oceanië (1.100 euro). In Europa en Afrika is de gemiddelde besteding met 690 en 470 euro relatief laag. Deze gemiddelde besteding moet wel met terughoudendheid worden geïnterpreteerd omdat de toeristische bestedingen van de reisverkeerbalans, naast de uitgaven van bezoekers, ook de uitgaven van het grensverkeer en arbeidsmigranten omvatten. Daarnaast is het zo dat de gemiddelde besteding per vakantie per bezoeker geen rekening houdt met verschillen in de gemiddelde verblijfsduur. Ter illustratie, bij een gelijke dagbesteding leveren 100 toeristen die gemiddeld 2 dagen verblijven evenveel op als 50 toeristen die gemiddeld 4 dagen verblijven. De besteding per vakantie per toerist is echter twee keer zo hoog in de tweede situatie.



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2020.

* Voorlopige cijfers.



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2020.

* Voorlopige cijfers.

* China (zonder Macao en Hong Kong) komt op de 11de plaats met 32 miljard euro aan toeristische ontvangsten in 2019.

Bijna 15 procent van de toeristische ontvangsten gaat naar de Verenigde Staten

Figuur 2.4 laat de top 10 van landen, plus Nederland, zien die in 2019 het meest verdienen aan het inkomende toerisme. Ten opzichte van 2018 is de volgorde van de top 10 wel iets veranderd, maar deze bestaat nog steeds uit dezelfde landen. Met 191,3 miljard euro aan toeristische ontvangsten staan de Verenigde Staten ruim bovenaan. Dit bedrag vertegenwoordigt bijna 15 procent van de wereldwijde

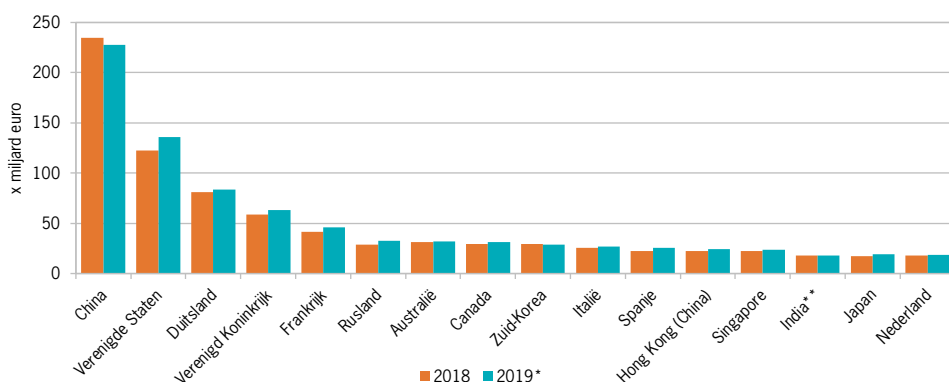
toeristische ontvangsten en is meer dan de nummer 2, 3, en 4 op de lijst samen ontvangen. Deze posities worden ingenomen door Spanje (71,2 miljard euro), Frankrijk (57,0 miljard euro) en Thailand (54,1 miljard euro). Dezelfde top 4 als in 2018. Een opvallende stijger in de top 10 is Japan. Met een groei van 8,0 procent stijgt dit land van positie 9 naar positie 7. Van de landen die buiten de top 10 vallen was de groei van de toeristische ontvangsten in 2019 sterk in onder meer Turkije (26,6 miljard euro ontvangsten, 18,3 procent groei), Zuid-Korea (19,3 miljard euro ontvangsten, 16,5 procent groei), Griekenland (18,2 miljard euro ontvangsten, 13,0 procent groei), Saudi Arabië (14,6 miljard euro ontvangsten, 19,2 procent groei) en Vietnam (10,6 miljard ontvangsten, 17,4 procent groei). Nederland stond met 16,5 miljard euro aan ontvangsten en 9,7 procent groei op plaats 24 van de ranglijst.

Als de toeristische ontvangsten per land per hoofd van de bevolking⁵ per jaar wordt berekend, ontstaat een ander beeld. Van de 10 landen met de grootste absolute ontvangsten, staat Macao met al zijn casino's dan ruim bovenaan: 55.000 euro toeristische ontvangsten per hoofd van de bevolking. De tweede en derde positie op dit lijstje worden ingenomen door Australië (circa 1.600 euro per hoofd) en Spanje (circa 1.500 euro per hoofd). Voor de andere top 10 landen variëren de ontvangsten per hoofd van de bevolking van circa 325 euro (Japan) tot circa 875 euro (Frankrijk).

China, Verenigde Staten en Duitsland goed voor een derde van toeristische bestedingen

Tegenover de toeristische ontvangsten uit het inkomende toerisme staan de toeristische bestedingen van het uitgaande toerisme. De totale bestedingen van het uitgaande toerisme bedroegen 1.320 miljard euro in 2019. Dit bedrag is wereldwijd per definitie gelijk aan het bedrag aan toeristische ontvangsten. Iedere euro die een buitenlandse bezoeker besteedt, komt immers als toeristische ontvangst terecht in een bestemmingsland. De toeristische bestedingen geven vooral aan welke regio's potentiële markten zijn voor bestemmingslanden, of anders gezegd geven een indicatie van de vraag naar het internationaal toerisme (het uitgaande verkeer).

Figuur 2.5 Top 15 landen, plus Nederland (16de plaats), naar de toeristische bestedingen, 2018 en 2019*



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2020.

* Voorlopige cijfers.

** Cijfers internationaal inkomend toerisme 2018

⁵ Zie Verenigde Naties, World population prospects, per 1 juli 2019.

Hoewel de toeristische bestedingen van China in 2019 met 4,2 procent krompen, besteedde het land met 227,4 miljard euro ook dit jaar weer veruit het meeste aan buitenlandse vakanties en trips (het internationale uitgaande toerisme). De Verenigde Staten en Duitsland namen met respectievelijk 136,0 miljard euro en 83,3 miljard euro plaats 2 en 3 in (figuur 2.5). Samen met China zijn deze landen goed voor een derde van de totale bestedingen aan het internationale uitgaande toerisme. Van de top 15 landen kenden vooral Frankrijk (11,5 procent) en Spanje (11,5 procent) een sterke groei. Landen buiten de top 15 die sterk groeiden zijn onder meer Nigeria (41,2 procent), Koeweit (20,3 procent), Thailand (13,4 procent), Roemenië (17,7 procent) en Ierland (13,9 procent).

Wanneer ook hier gekeken wordt naar de toeristische bestedingen per hoofd van de bevolking gaan van de top 15 landen Singapore (4.100 euro) en Hong Kong (3.201 euro) en Australië (1.278 euro) aan kop. India staat op plaats 14 qua absolute bestedingen, maar geeft gemiddeld per hoofd van de bevolking slechts 15 euro uit. In Nederland groeiden de uitgaven met 4,3 procent in 2019, naar een totaal van 18,4 miljard euro. Dit komt neer op bestedingen van circa 1.100 euro per hoofd van de bevolking.

2.2 Ontwikkelingen binnen Europa

Deze paragraaf gaat in op toeristische ontwikkelingen in Europa. Daarbij komen andere indicatoren aan bod dan bij de beschrijving op wereldniveau. Deze paragraaf beschrijft onder meer de toeristische participatiegraad en het aantal vakanties en hun kenmerken van inwoners van de EU. Daarnaast gaat de paragraaf in op het verblijf van toeristen in Europese logiesaccommodaties. Alle cijfers in deze paragraaf zijn aangeleverd vanuit de verschillende lidstaten van de EU aan Eurostat, het statistiekbureau van de EU. De laatst beschikbare cijfers over vakanties van Eurostat zijn van 2018. Daarbij gaat het om vakanties van één nacht of meer van de Europese bevolking van 15 jaar of ouder. Bij het onderzoek Logiesaccommodaties gaat het om cijfers van 2019.

In 2018 ging twee op de drie inwoners van de Europese Unie (EU-27) minimaal één keer op vakantie

In 2018 ging 64,4 procent van alle inwoners van de Europese Unie van 15 jaar en ouder minimaal één keer voor een persoonlijke reden op vakantie (dus exclusief zakelijke trips). Circa 30,7 procent ging alleen in het binnenland op vakantie; 10,2 procent alleen in het buitenland; en 23,5 procent zowel in het binnen- als het buitenland. Circa 35,7 procent van de inwoners van de EU-27 ging helemaal niet op vakantie in 2018. De belangrijkste reden om niet met vakantie te gaan waren financiën. Bij ouderen van 65 jaar en ouder speelde vooral de gezondheid een rol om niet op vakantie te gaan. Landen met de hoogste toeristische participatiegraad in de EU-27 zijn Finland (91 procent), Nederland (85 procent) en Zweden (85 procent). Buiten de EU-27 scoorden ook Noorwegen (93 procent) en Zwitserland (90 procent) hoog. Landen waar de toeristische participatie het laagst is, zijn Roemenië (27 procent) en Bulgarije (34 procent). Als gekeken wordt naar leeftijd dan is de impact op de toeristische participatiegraad niet zo groot, behalve als het gaat om de groep van 65 jaar en ouder. Dan zakt de toeristische participatiegraad naar 49 procent voor deelname aan alle vakanties.

Cijfers van Eurostat over toerisme

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

In de eerste plaats gaat het om het vakantieonderzoek van Eurostat. De data over de participatiegraad en kenmerken van toeristen zijn per lidstaat 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 het Verenigd Koninkrijk, Noorwegen en Zwitserland, die niet tot de EU behoren.

Daarnaast gaat het om het onderzoek Logiesaccommodaties. De data over het aantal toeristen en overnachtingen zijn tot stand gekomen door een uitvraag bij geregistreerde logiesaccommodaties in de EU. Nadeel van dit onderzoek is dat het geen gegevens bevat van kleine accommodaties, waaronder Airbnb-achtige accommodaties.

De Nederlandse toeristische participatiegraad van 85,0 procent kan verdeeld worden naar 20,7 procent alleen binnenlandse, 24,1 procent alleen buitenlandse vakanties en 40,3 procent zowel binnenlandse als buitenlandse vakanties. In vergelijking met het gemiddelde van de EU, zijn de inwoners van Nederland van 15 jaar en ouder daarmee beduidend meer gericht op buitenlandse vakanties: 64,4 procent van de Nederlanders tegen 33,7 procent van de Europeanen. Bij deelname aan binnenlandse vakanties is het verschil beduidend kleiner: 61,0 procent van de Nederlanders tegen 54,2 procent van de Europeanen.

In 2018 gingen inwoners van de EU 1,1 miljard keer op reis

In 2018 gingen de inwoners van de EU-27 van 15 jaar en ouder iets meer dan 1.130 miljoen keer op een vakantie- of zakelijke trip met een gemiddelde verblijfsduur van 5,2 overnachtingen. Dit resulteerde in iets minder dan 5,9 miljard overnachtingen. In 55 procent van de gevallen ging het om een kort verblijf van niet meer dan drie nachten en in 45 procent ging het om een langer verblijf van vier nachten of meer. Inwoners van de EU-27 bleven het liefst in eigen land: 71 procent van alle vakanties inclusief zakenreizen. Binnenlandse vakanties waren echter vooral korte vakanties van niet meer dan drie nachten (tabel 2.1).

In vergelijking met de Europese gemiddelden, richtten de Nederlanders zich in 2018 voor hun vakantie meer op het buitenland: 47 procent van alle Nederlandse vakanties tegen 30 procent van alle Europese vakanties. Gemiddeld duren de Nederlandse vakanties ook langer: gemiddeld 6,5 nachten voor alle Nederlandse vakanties tegen gemiddeld 5,2 nachten voor alle Europese vakanties. Dat geldt met name voor buitenlandse vakanties van Nederlanders, die een gemiddelde verblijfsduur hebben van 9,2 nachten: de op twee na langste gemiddelde verblijfsduur van alle Europese landen.

	Totaal	waarvan		waarvan		Binnenlandse vakanties		Buitenlandse vakanties	
		Kort*	Lang**	Binnenland	Buitenland	Kort*	Lang**	Kort*	Lang**
Vakanties (of zakenreizen) (x mln)	1.134	621	513	800	334	521	279	99	234
% van totaal aantal vakanties	100,0	54,7	45,3	70,5	29,5	46,0	24,6	8,8	20,7
Overnachtingen (x mln)	5.882	1.176	4.706	3.307	2.575	961	2.345	215	2.361
% van totaal aantal overnachtingen	100,0	20,0	80,0	56,2	43,8	16,3	39,9	3,7	40,1
Bestedingen (x mld euro)	516,7	129,9	386,8	206,7	310,1	86,1	120,5	43,8	266,3
% van totale bestedingen	100,0	25,1	74,9	40,0	60,0	16,7	23,3	8,5	51,5
Gem. aantal overnachtingen per vakantie	5,2	1,9	9,2	4,1	7,7	1,8	8,4	2,2	10,1
Gem. bestedingen p.p. per vakantie (euro)	456	209	754	258	928	165	433	440	1.135
Gem. bestedingen p.p. per nacht (euro)	88	110	82	62	120	90	51	204	113

Bron: Eurostat, 2020.

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

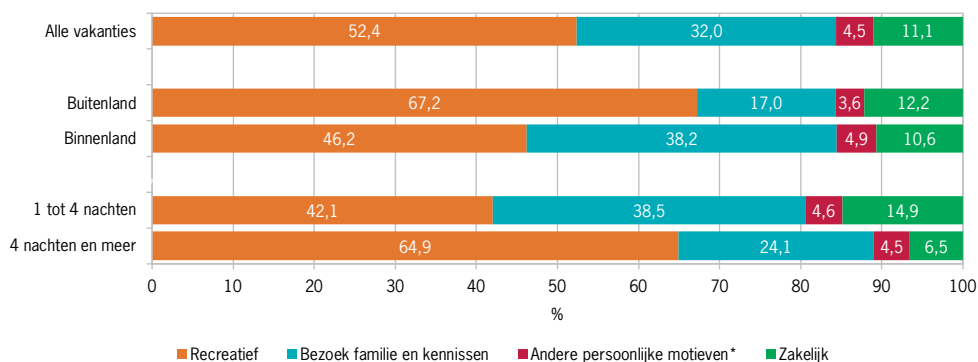
** Een lange vakantie omvat ten minste 4 overnachtingen.

Als gevolg van afrondingen kunnen afwijkingen voorkomen.

Inwoners EU gaven bijna 517 miljard euro uit aan vakanties en zakelijke trips

Per vakantie of zakelijke trip werd in 2018 gemiddeld door de toeristen uit de EU-27 per persoon 456 euro uitgegeven, resulterend in totale toeristische uitgaven van iets minder dan 517 miljard euro. Gemiddeld per nacht per persoon komt dat neer op 88 euro. Circa 52 procent van alle toeristische bestedingen werd uitgegeven aan lange buitenlandse vakanties: iets meer dan 266 miljard euro. Gemiddeld komt dat neer op 1.135 euro per persoon per lange buitenlandse vakantie. Gemiddeld per nacht per persoon werd het meest uitgegeven aan korte buitenlandse vakanties en het minst aan lange binnenlandse vakanties: respectievelijk 204 euro en 51 euro per persoon per nacht (zie tabel 2. 1).

De gepresenteerde cijfers zijn moeilijk te vergelijken met voorgaande jaren omdat het Verenigd Koninkrijk nu niet meer is meegeteld in de cijfers van Eurostat. Globaal genomen, lijkt er, tussen 2017 en 2018, een kleine verschuiving te hebben plaatsgevonden naar meer buitenlandse vakanties en de daaraan gekoppelde bestedingen, dit gaat ten koste van binnenlandse vakanties. Deze verschuiving geldt echter niet voor het aantal overnachtingen: de verhouding tussen binnenlandse en buitenlandse overnachtingen is tussen 2017 en 2018 nagenoeg gelijk gebleven. Wel lijken de (gemiddelde) toeristische uitgaven in 2018 over de gehele linie meer dan de inflatie te zijn gestegen.

Figuur 2.6 Vakanties van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar motief, duur en bestemming, 2018

Bron: Eurostat, 2020.

* Andere motieven zijn bijvoorbeeld gezondheid en pelgrimage.

Meer dan helft van de vakanties heeft een recreatief doel

Meer dan de helft van alle vakanties van de inwoners van de EU-27 had in 2018 een recreatief doel. Daarnaast had ruim één op de drie vakanties als doel familie of kennissen te bezoeken. Vakanties van 1 tot 4 nachten en binnenlandse vakanties zijn relatief veel gericht op het bezoek aan familie en kennissen, respectievelijk 38,5 en 38,2 procent. Vakanties van 4 en meer nachten en buitenlandse vakanties zijn vooral gericht op een recreatieve trip, respectievelijk 64,9 en 67,2 procent (figuur 2.6).

Circa 11 procent van alle vakanties had in 2018 een zakelijk motief. Absoluut gezien, ging het om 126 miljoen zakelijke trips. De meeste daarvan vonden plaats in het binnenland (67,6 procent van alle zakelijke trips) en duurden niet langer dan 3 nachten (73,4 procent van alle zakelijke trips).

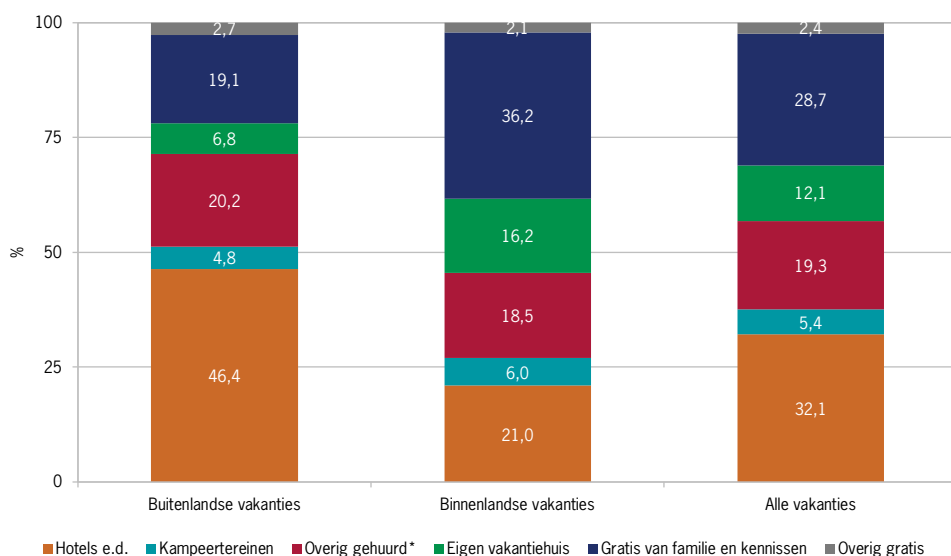
Meeste overnachtingen in gehuurde accommodaties

Inwoners van de EU-27 van 15 jaar en ouder brachten in 2018 tijdens hun 1,1 miljard vakanties bijna 5,9 miljard overnachtingen in een accommodatie door. Meer dan de helft van die overnachtingen (56,8 procent) werd doorgebracht in een gehuurde accommodatie. Hotels en soortgelijke accommodaties namen daarvan het grootste deel voor hun rekening: 32,1 procent van alle overnachtingen. Niet-gehuurde accommodaties waren goed voor 43,2 procent van alle overnachtingen, waarvan de meeste overnachtingen werden doorgebracht bij familie en kennissen: 28,7 procent. Voor 12,1 procent van alle overnachtingen werd gebruikgemaakt van een eigen vakantiewoning (zie verder figuur 2.7). Vergeleken met 2017 lijken er in 2018 zich slechts kleine verschuivingen te hebben voorgedaan in de genoemde percentages.

Gehuurde accommodaties en dan vooral hotels e.d. waren favoriet als het gaat om buitenlandse vakanties, respectievelijk 71,4 en 46,4 procent van alle buitenlandse overnachtingen. Bij binnenlandse vakanties zijn juist de niet-gehuurde accommodaties in trek: 54,5 procent van alle binnenlandse overnachtingen. Er werd vooral verbleven in accommodaties van familie en kennissen (36,2 procent). In 2018 gaven de toeristen van de EU-27 ongeveer 171 miljard euro uit aan hun verblijf in een logiesaccommodatie: ongeveer een derde van alle toeristische uitgaven in 2018.

Overnachtingen van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar type accommodatie en bestemming, 2018

Figuur 2.7

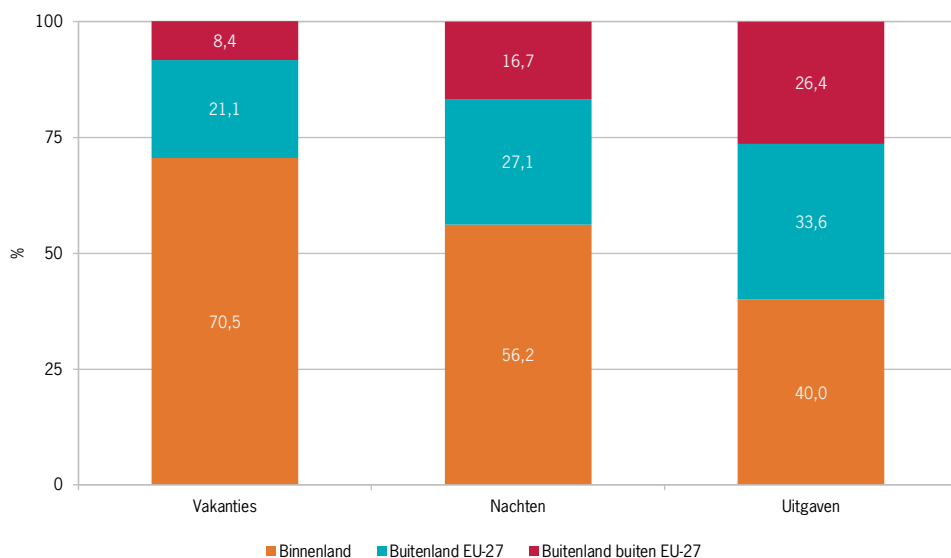


Bron: Eurostat, 2020.

* Overig gehuurd betreft onder meer jeugdherbergen en vakantiewoningen.

Vakanties, overnachtingen en uitgaven van inwoners EU-27 van 15 jaar en ouder naar bestemming, 2018

Figuur 2.8



Bron: Eurostat, 2020

In eigen land met de auto; naar het buitenland vliegen

Evenals in voorgaande jaren, is de auto⁶ ook in 2018 het favoriete vervoermiddel voor een vakantie of zakelijke trip: 62,9 procent van alle vakanties. Het vliegtuig (17,9 procent van alle vakanties) en de trein (10,5 procent van alle vakanties) volgen op grote afstand. Hoewel enigszins afhankelijk van het land, worden andere typen vervoermiddelen, zoals bus, boot en fiets⁷, tijdens de vakantie veel minder gebruikt. Bij binnenlandse vakanties domineert de auto nog meer: 74,8 procent van alle binnenlandse vakanties wordt gemaakt met de auto. Bij vakanties naar het buitenland is het vliegtuig meer in trek (51,2 procent van alle buitenlandse vakanties) en komt de auto op de tweede plaats (34,7 procent van alle buitenlandse vakanties). Vergeleken met het Europese gemiddelde maken Nederlanders voor hun vakantie meer gebruik van het vliegtuig en minder gebruik van de trein en de bus.

Voor buitenlandse vakanties EU favoriet en dan met name Spanje, Italië, Frankrijk, Oostenrijk en Duitsland

Van de 1,1 miljard vakanties werden bijna drie van de vier vakanties van inwoners van de EU in 2018 gemaakt in eigen land (70,5 procent). Doordat binnenlandse vakanties vooral korte vakantie waren, lag het aandeel voor de binnenlandse vakanties, uitgedrukt in overnachtingen, lager, namelijk 56,2 procent van alle overnachtingen. Buitenlandse vakanties waren goed voor iets minder dan een derde van de vakanties (29,5 procent van alle vakanties) en 43,8 procent van het aantal overnachtingen.

De 29,5 procent buitenlandse vakanties kan verdeeld worden over 21,1 procent vakanties naar een ander land van de EU-27 en 8,4 procent vakanties naar een land buiten de EU-27. Dus circa 91,6 procent van alle vakanties, binnen- en buitenland, van de inwoners van de EU-27 vond in 2018 plaats binnen de EU zelf. Ook als alleen gekeken wordt naar lange vakanties van 4 nachten of meer ging in 2018 nog steeds 86,0 procent binnen de EU op vakantie.

Van alle buitenlandse vakanties, waren vooral Spanje (11,2 procent), Italië (9,8 procent), Duitsland (6,3 procent), Frankrijk en Oostenrijk (beide 6,0 procent) in 2018 favoriet. Als gekeken wordt naar het aantal buitenlandse overnachtingen dan staan nog steeds Spanje en Italië op de eerste twee plaatsen met respectievelijk 12,6 en 9,4 procent. Frankrijk komt dan op de derde plaats met 5,5 procent. Buiten de EU waren onder meer de wereldregio's Azië, Afrika en Noord-Amerika (waaronder de Verenigde Staten) en landen zoals het Verenigd Koninkrijk, Zwitserland, Turkije, Noorwegen en Marokko favoriete bestemmingen. Het marktaandeel van Nederland, als het gaat om alle buitenlandse trips van inwoners van de EU-27 in een andere EU-land, was 3,8 procent in 2018. In 2016 en 2017 was het marktaandeel respectievelijk 2,8 en 3,1 procent. Europeanen gaan vooral naar hun buurlanden op vakantie. Belangrijke elementen voor de populariteit van een land als vakantiebestemming zijn onder meer de reisafstand, de toeristische attracties, het klimaat, de historische banden en de taal.

Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk de belangrijkste toerisme genererende landen binnen Europa

Net als voorgaande jaren, werd in 2018 absoluut gezien het meeste geld uitgegeven aan toerisme door Duitsers en Fransen, respectievelijk 167 en 114 miljard euro. Samen zijn deze twee landen goed voor meer dan de helft (54 procent) van alle uitgaven aan het toerisme door inwoners van de EU-27. Ook wanneer alleen gekeken wordt naar het uitgaande toerisme binnen de EU-27 besteedden Duitsland en Frankrijk het meeste, respectievelijk 114 en 54 miljard euro. Andere Europese landen die in 2018

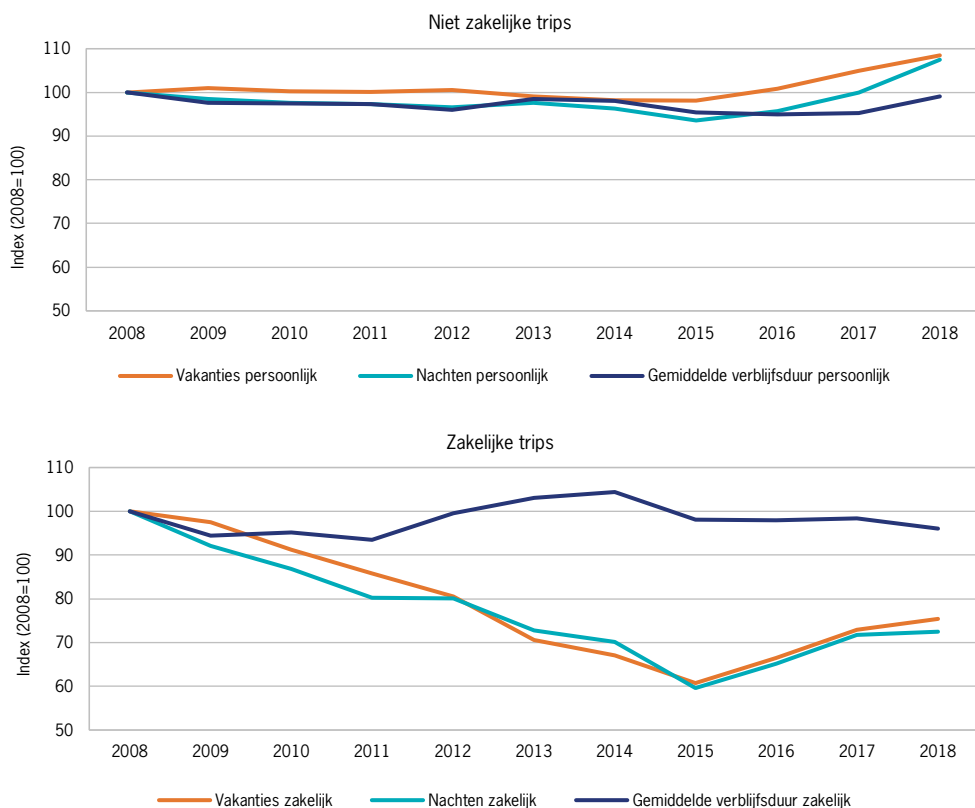
⁶ Motorvoertuigen, inclusief huurauto, camper en motor.

⁷ Het gaat hier om het belangrijkste vervoermiddel tijdens de vakantie.

veel besteedden aan het uitgaand toerisme binnen de EU-27 zijn Zweden (28 miljard euro), Nederland (18 miljard euro), Spanje (15 miljard euro), Oostenrijk (11 miljard euro), Denemarken (10 miljard euro) en buiten de EU het Verenigd Koninkrijk⁸ (38 miljard euro in 2013), Zwitserland (14 miljard euro) en Noorwegen (11 miljard euro).

Trends in het aantal vakanties, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar motief, 2008 - 2018

Figuur 2.9



Bron: Eurostat, 2020.

Vooraf het zakelijk toerisme ondervindt nog steeds de gevolgen van de economische crisis rond 2008

Figuur 2.9 laat, samenvattend, de trends zien van een aantal belangrijke toeristische indicatoren, zoals aantal vakanties, aantal overnachtingen en de gemiddelde verblijfsduur. Zo is bij recreatieve en persoonlijke vakanties te zien dat voor de EU-27 het aantal vakanties in de periode 2008 - 2018 gegroeid is met circa 8 procent. De grootste groei heeft zich echter pas vanaf 2015 voorgedaan. Daarvoor was

⁸ Het statistisch bureau (ONS) meldt dat in 2018 bewoners van het Verenigd Koninkrijk 45,4 miljard pond besteedden in het buitenland.

sprake van een lichte daling ten opzichte van 2008 als gevolg van de effecten van de economische crisis. De gemiddelde verblijfsduur in de periode 2008-2018 is nauwelijks gewijzigd.

Voor zakelijke trips zijn duidelijk andere trends te zien. Daar heeft de economische crisis hard toege-
slagen. Deze markt is tien jaar na de crisis nog niet terug op het oude niveau van voor de crisis rond
2008: een teruggang van 25 procent in het aantal zakelijke trips. Ook daar is vanaf 2015 weer sprake
van groei in het aantal zakelijke trips en overnachtingen. Voor 2015 was er echter sprake van een
teruggang van respectievelijk 39 en 40 procent in het aantal trips en het aantal overnachtingen. Zoals
te verwachten was, is de gemiddelde verblijfsduur over de periode 2008-2018 maar beperkt gedaald
(-4 procent).

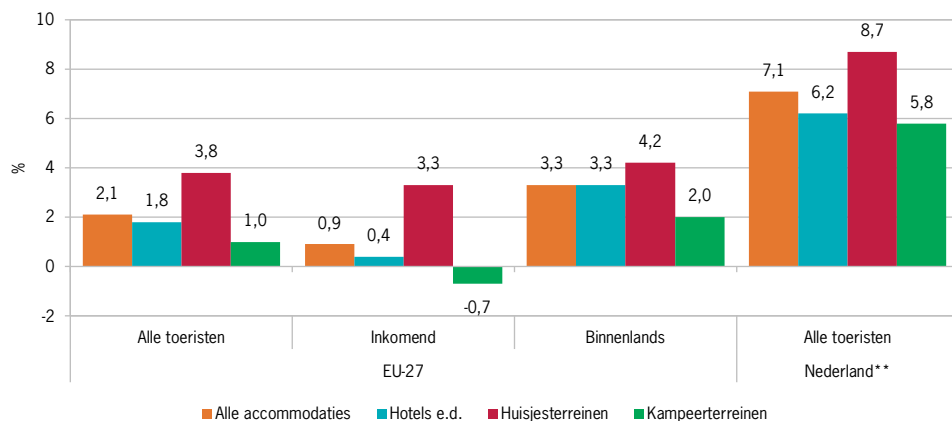
Overnachtingen in logiesaccommodaties vormen ook een maatstaf

Naast vakanties en hun kenmerken, vormt het aantal overnachtingen van toeristen in logiesaccommo-
daties een belangrijke indicator voor de ontwikkeling van het toerisme in een bestemming. Het gaat om
overnachtingen in hotels, op huisjesterreinen en kampeerterreinen. De cijfers hebben betrekking op de
ontwikkeling van het jaar 2019 ten opzichte van 2018.

De cijfers van logiesaccommodatie wijken af van de hierboven gepresenteerde cijfers over vakanties
en 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, 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 beperken de cijfers zich tot de overnachtingen in
hotels, op huisjesterreinen en kampeerterreinen. Overnachtingen in andere accommodatietypen zoals
eigen vakantiewoningen of bij familie of kennissen worden niet meegerekend in de cijfers, net overnach-
tingen in (vakantie)woningen die door particulieren worden verhuurd (bijvoorbeeld via Airbnb).

Figuur 2.10

Ontwikkeling van het aantal overnachtingen in Europese logiesaccommodaties naar accommodatietype (SBI*) en land van herkomst, 2019



Bron: Eurostat, 2020.

* SBI = Standaard Bedrijfsindeling.

** Dit betreffen cijfers van Eurostat. Deze hoeven niet geheel vergelijkbaar te zijn met de cijfers van de statistiek Logiesaccommodaties van het CBS.

In 2019 iets meer dan 2,8 miljard overnachtingen in geregistreerde toeristische accommodaties in de EU

In 2019 vonden er iets meer dan 2,8 miljard overnachtingen plaats in logiesaccommodaties binnen de EU-27. Dat betekent een toename van 2,1 procent in vergelijking met 2018. In dat jaar groeide het aantal overnachtingen in logiesaccommodaties in de EU27 met 2,4 procent ten opzichte van 2017. Het aantal overnachtingen van buitenlandse toeristen (niet-ingezetenen) nam dit jaar sinds lange tijd minder toe dan het aantal overnachtingen van gasten binnen de eigen landsgrenzen (ingezetenen), respectievelijk 0,9 en 3,3 procent (figuur 2.10). De meeste overnachtingen werden in 2019 doorgebracht in Spanje, Frankrijk, Duitsland en Italië. Samen goed voor 63 procent van alle overnachtingen in toeristische accommodaties in de EU-27 in 2019. Buiten de EU werd ook in het Verenigd Koninkrijk veel gebruikgemaakt van logiesaccommodaties.

De groei van het aantal overnachtingen in de EU in 2019 vond plaats bij zowel hotels (1,8 procent) en huisjesterreinen (3,8 procent) als kampeerterreinen (1,0 procent; figuur 2.10). De groei in 2019 heeft zich gemanifesteerd in alle landen van de EU, behalve Griekenland, Luxemburg en Malta, die een daling van het aantal overnachtingen kenden. Landen waar het aantal toeristische overnachtingen in alle logiesaccommodaties in 2019 sterk groeiden, waren onder meer Slowakije (13,4 procent), Litouwen (10,1 procent), Cyprus (5,2 procent) en Estland (5,1 procent). Nederland behoort met 7,1 procent ook tot de sterke groeiers. Vergelijkbaar met de EU-27, nam het aantal overnachtingen bij huisjesterreinen het sterkst toe (8,7 procent). Maar ook de aantallen overnachtingen in hotels (6,2 procent) en op kampeerterreinen (5,8 procent) groeiden in Nederland harder dan het Europese gemiddelde. Wordt alleen gekeken naar het inkomende toerisme, dan groeiden landen, zoals Litouwen (10,8 procent), Nederland (10,8 procent), Slowakije (8,8 procent) en Polen (5,3 procent), het hardst binnen de EU-27.

2.3 Impact van Covid-19 op de toeristische sector wereldwijd

Het toerisme behoort tot de sectoren die het hardst worden geraakt door de COVID-19-crisis. De effecten van deze crisis raken direct bedrijfstakken zoals de luchtvaart, accommodaties, restaurants, musea, podiumkunsten, attracties, cruises, reisbureaus, festivals en evenementen. Er is onmiskenbaar sprake van de ergste crisis in het toerisme sinds er data beschikbaar zijn. De UNWTO meldt een daling van 27,8 procent van het aantal Internationale aankomsten wereldwijd in het eerste kwartaal en 95,2 procent in het tweede kwartaal van 2020. In de maanden februari en maart waren de eerste voor tekenen van de crisis zichtbaar met een daling in het aantal internationale aankomsten van respectievelijk 16,3 en 63,6 procent. In de maanden april, mei en juni kwam het internationale toerisme bijna geheel tot stilstand met respectievelijk 97,1, 96,4 en 92,6 procent minder internationale aankomsten dan in dezelfde maanden een jaar eerder. In bijna alle landen was sprake van een zachte of harde lockdown, reisbeperkingen en het instellen van quarantainemaatregelen. Vanaf mei-juni hebben sommige landen de reisbeperkingen versoepeld. Het is nog niet duidelijk hoe dat heeft uitgedaakt voor de verschillende branches van het toerisme.

Afhankelijk van het verdere verloop van de pandemie en de daarbij behorende reisbeperkingen, is de schatting van de UNWTO dat het aantal internationale aankomsten, in vergelijking met 2019, in 2020 met 60 tot 80 procent zal afnemen. Dit betekent een verlies van 900 tot 1.200 miljard US\$.⁹ Daarmee

⁹ De World Travel & Tourism Council (WTTC) schat het mogelijke verlies op 2,7 biljoen US\$. Zie: WTTC recovery scenarios 2020 and Economic impact from COVID-19.

komen ook 100 tot 120 miljoen banen in gevaar. Banen die zich voor een belangrijk deel bevinden aan de onderkant van de arbeidsmarkt en werk bieden aan groepen zoals migranten, vrouwen en studenten. In veel landen is het toerisme een belangrijke aanjager van de economie. Gemiddeld gaat het om circa 4,4 procent van het bbp en 6,9 procent van de werkgelegenheid.¹⁰

Afhankelijk van het verloop van de pandemie, verwachten experts van de UNWTO en de OESO, dat het herstel van het toerisme pas in de tweede helft van 2021 zal plaatsvinden. De verwachting is dat eerst het binnenlands toerisme weer zal aantrekken, mede als gevolg van het feit dat consumenten liever dichterbij huis willen blijven en de voorkeur geven aan een vakantie met de auto. Het herstel van het uitgaand toerisme en bijvoorbeeld een bedrijfstak als de cruisevaart zal langer op zich laten wachten. Het herstel en het tempo waarmee dat plaats vindt, zal ook afhangen van hoe het consumentenvertrouwen zich ontwikkelt voor de verschillende bedrijfstakken van het toerisme en de omvang en duur van een eventuele economische crisis.

De meeste landen ondersteunen hun toerismesector met (financiële) maatregelen, veelal als onderdeel van algemene steunpakketten. Landen denken ook al na over herstelplannen op het moment dat de reisbeperkingen worden opgeheven en het consumentenvertrouwen weer is hersteld. Daarbij past ook het nadenken over de toekomst van het toerisme, bijvoorbeeld als het gaat om innovatie, duurzaamheid, digitalisering, onderlinge samenwerking tussen regio's en bedrijfstakken, *overtourism* en de langere termijn implicaties van de crisis, zoals blijvende veranderingen in het consumentengedrag.

¹⁰ Zie OESO.



3 Vrijetijdsgedrag van Nederlanders

Dit hoofdstuk beschrijft het vrijetijdsgedrag van Nederlanders op basis van de resultaten van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) 2018. Dit onderzoek geeft inzicht in de participatie van Nederlanders aan zo'n tachtig verschillende uithuizige vrijetijdsactiviteiten, geclusterd in elf groepen. Welke vrijetijdsactiviteiten zijn populair en hoe vaak trekken Nederlanders erop uit?

Hoofdpunten

- Bijna alle Nederlanders (98,7 procent) hebben in 2018 ten minste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis ondernomen. Buitenrecreatie, uitgaan en winkelen voor plezier kennen de hoogste participatie.
- In 2018 hebben Nederlanders samen ruim 3,6 miljard vrijetijdsactiviteiten ondernomen. Vooral buitenrecreatie komt veel voor: 926 miljoen keer in 2018. Daarvan betrof het 424 miljoen keer een wandeling voor het plezier. In het voorjaar ondernemen Nederlanders gemiddeld de meeste uithuizige vrijetijdsactiviteiten.
- In termen van participatie is bij jongeren tot 18 jaar vooral het bezoeken van een attractie populair. Bij ouderen boven de 65 jaar scoren hobby-activiteiten bovengemiddeld. 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, ruim vier op de tien 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 2018 plaats in Zuid-Holland, gevolgd door Noord-Holland en Noord-Brabant.
- In totaal is door Nederlanders in 2018 een bedrag van bijna 68 miljard euro uitgegeven aan uithuizige vrijetijdsactiviteiten. Dat kwam neer op gemiddeld 18,75 euro per persoon per ac-

- tiviteit. Het grootste deel gaat op aan directe kosten, waarbij bestedingen in winkels en aan consumpties het belangrijkste zijn.
- De COVID-19-crisis had grote impact op de uithuizige vrijetijdsbesteding van Nederlanders. Uit metingen van Google blijkt dat het mobiliteitspatroon van Nederlanders voor Retail & recreatie begin april met 46 procent daalde. In de maanden daarna volgde een langzaam herstel tot 9 procent minder mobiliteit bij de meting op 25 september.

Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek

Het CVTO is een grootschalig 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.

Het CVTO bestaat uit een serie weekmetingen 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 leeftijds grenzen.

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 ondernomen 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 2018 hebben betrekking op het gehele jaar 2018. Het onderzoek geeft inzicht in de participatie aan en frequentie waarmee zo'n 80 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.

In 2018 zijn er de nodige aanpassingen in het CVTO doorgevoerd, met name in de lijst van vrijetijdsactiviteiten. Sommige activiteiten zijn komen te vervallen, anderen weer toegevoegd of samengevoegd met andere activiteiten. Daarnaast zijn er in de editie van 2018 alleen vrijetijdsactiviteiten in eigen land gemeten en niet die meer in het buitenland. Genoemde veranderingen beperken de mogelijkheden om vergelijkingen te maken met eerdere jaren waarin het onderzoek werd uitgevoerd.

3.1 Vrijetijdsparticipatie

Deze paragraaf beschrijft de vrijetijdsparticipatie van Nederlanders in eigen land: 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.

Bijna alle Nederlanders ondernemen vrijetijdsactiviteiten

De vrijetijdsparticipatie van de Nederlandse bevolking bedroeg 98,7 procent in 2018. Dit betekent dat in het jaar 2018 circa 16,6 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 uithuizige vrijetijdsactiviteit gaan.

Uitgaan, buitenrecreatie en winkelen zijn populair

Het onderzoek CVTO gebruikt elf clusters om de circa tachtig gemeten activiteiten te groeperen. Activiteiten behorend tot clusters 'buitenrecreatie', 'uitgaan' 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 81 procent in 2018. De clusters 'watersport' en 'wellness' zijn het minst in trek. Zij kennen de laagste percentages van Nederlanders die dit soort activiteiten op jaarbasis wel eens ondernemen.

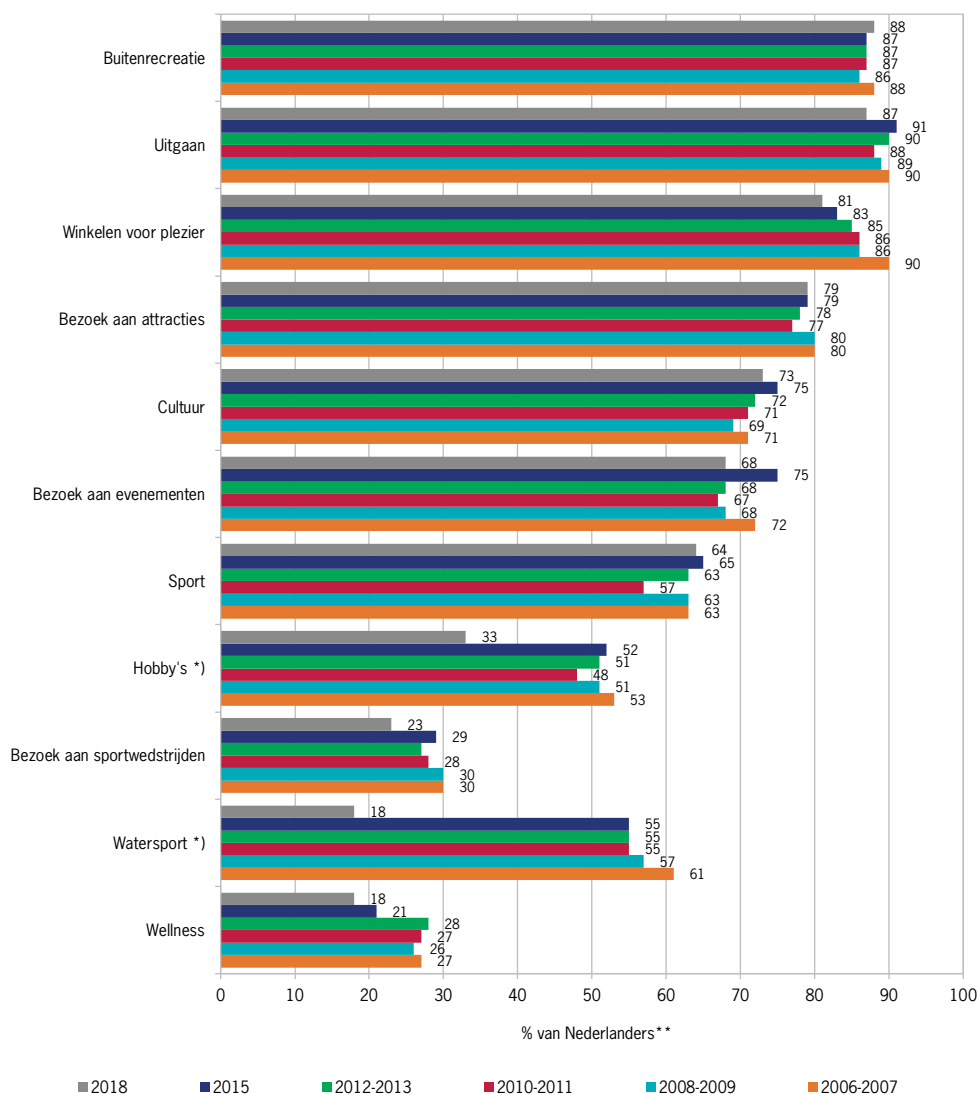
De frequentie waarmee de verschillende vrijetijdsactiviteiten ondernomen worden, blijkt sterk te verschillen per cluster van activiteiten. Dit varieert van gemiddeld meerdere malen per week tot eens per twee maanden. Van alle 11 onderscheiden clusters is de frequentie waarmee men jaarlijks funshopactiviteiten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

Bijna alle kinderen en jongeren bezoeken op jaarbasis een attractie

De participatiegraden verschillen per cluster per leeftijd. Zo bezoeken bijvoorbeeld bijna 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. 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.

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', 'bezoek evenementen', 'cultuur' en 'wellness' dan mannen (figuur 3.2). Bij mannen ligt de participatie juist weer hoger in de clusters 'sport', 'watersport' en 'bezoek aan sportwedstrijden'.

Figuur 3.1 Participatie van Nederlanders aan uithuiszige vrijetijdsactiviteiten, 2006-2018



Bron: Jaarmeting CVTO, 2018.

* Bij een aantal clusters dient bij de vergelijking door de jaren heen rekening te worden gehouden met wijzigingen in de onderliggende activiteiten waar het cluster uit bestaat. Dit verklaart de soms forse daling van de participatiegraad, zoals bij de clusters 'Hobby's' en 'Watersport'.

** Bij alle CVTO-cijfers in dit hoofdstuk gaat het om activiteiten in Nederland van inwoners van Nederland, exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Participatie van Nederlanders aan uithuizige vrijetijdsactiviteiten naar leeftijdsgroep, 2018

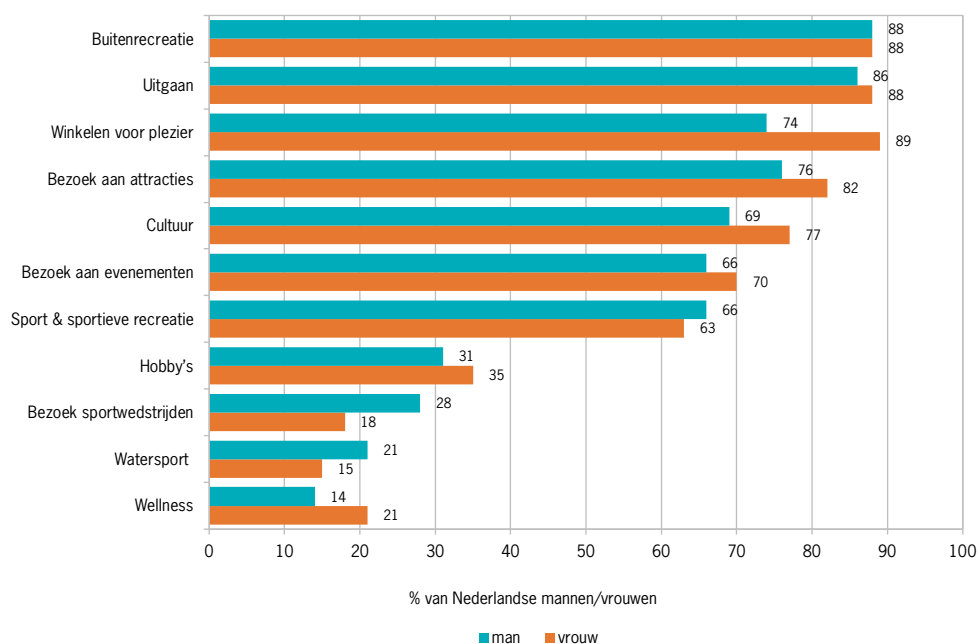
Tabel 3.1

	Leeftijd in jaren									
	0-5	6-12	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	> 74
percentage van Nederlanders in de betreffende leeftijdsgroep										
Buitenrecreatie	90	91	85	80	92	92	92	88	84	79
Uitgaan	70	79	86	91	95	93	89	87	84	84
Winkelen voor plezier	73	74	78	79	87	87	83	80	83	76
Bezoek aan attracties	94	96	87	77	85	89	72	75	70	49
Cultuur	46	86	86	80	81	82	75	74	60	47
Bezoek aan evenementen	45	65	73	74	72	75	71	72	64	56
Sport en sportieve recreatie	47	88	88	71	75	74	61	53	48	44
Hobby's	18	47	51	31	36	31	32	28	28	34
Bezoek sportwedstrijden	11	27	29	26	26	30	26	19	16	11
Watersport	12	30	36	20	21	19	16	15	13	3
Wellness	1	1	6	17	34	27	24	20	12	7

Bron: Jaarmeting CVTO, 2018.

Participatie van Nederlanders aan uithuizige vrijetijdsactiviteiten naar geslacht, 2018

Figuur 3.2



Bron: Jaarmeting CVTO, 2018.

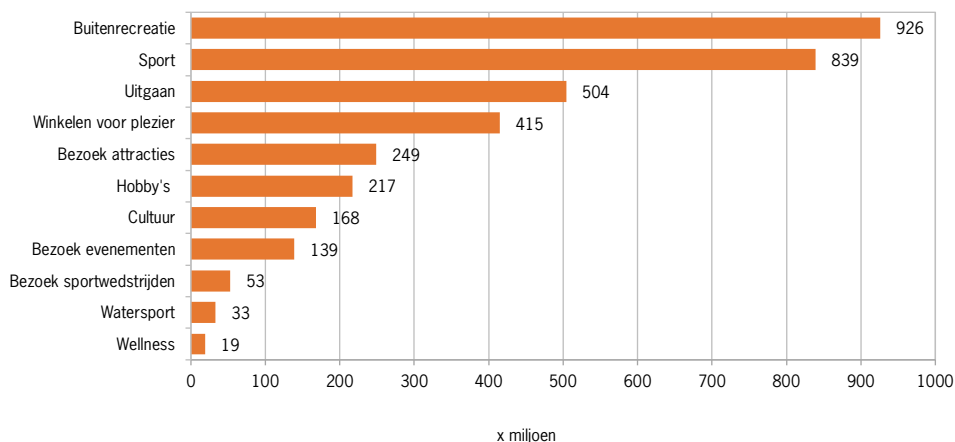
3.2 Het volume van vrijetijdsactiviteiten

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

Ruim 3,6 miljard activiteiten, vaak buitenrecreatie

In 2018 heeft de Nederlandse bevolking gezamenlijk ruim 3,6 miljard vrijetijdsactiviteiten van minimaal een uur buiten de eigen woning ondernomen.

Figuur 3.3 Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders, 2018



Bron: Weekmeting CVTO, 2018.

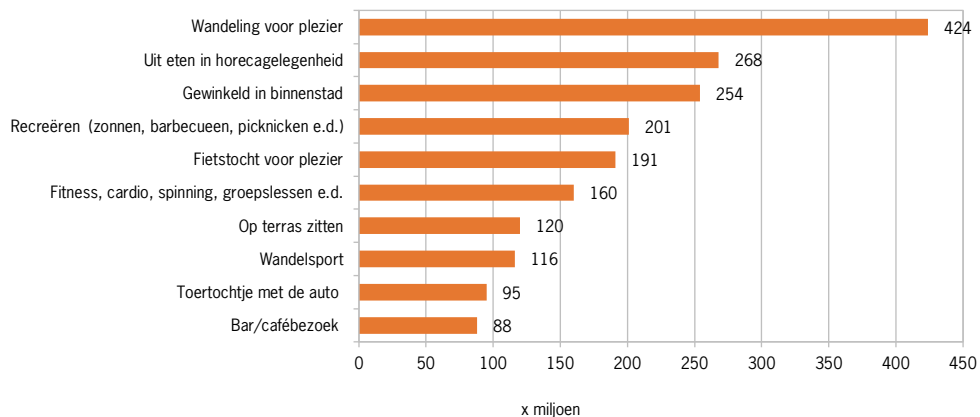
Het cluster 'buitenrecreatie' is de grootste van de elf onderscheiden clusters met 926 miljoen buitenrecreatieve activiteiten op jaarbasis (26 procent van het totaal). Na 'buitenrecreatie' volgt 'sport' (figuur 3.3). Er worden op jaarbasis 839 miljoen sportieve activiteiten ondernomen door Nederlanders (23 procent). Het cluster 'uitgaan' maakt met 504 miljoen activiteiten (14 procent) de top drie van de meest omvangrijke clusters compleet.

Het minst vaak ondernemen Nederlanders activiteiten die tot het cluster 'wellness' en 'watersport' behoren. Er worden zo'n 19 miljoen 'wellness' activiteiten op jaarbasis ondernomen en 33 miljoen watersportactiviteiten. Het cluster 'wellness' heeft daarmee een aandeel van 0,5 procent, terwijl het aandeel van het cluster 'watersport' op bijna 1 procent van alle activiteiten uitkomt.

Elk cluster van vrijetijdsactiviteiten bestaat uit een reeks afzonderlijk onderscheiden vrijetijdsactiviteiten. In totaal onderscheidt het CVTO zo'n 80 activiteiten. Figuur 3.4 bevat de top tien van alle uithuizige vrijetijdsactiviteiten: de activiteiten die Nederlanders in 2018 het vaakst hebben ondernomen.

Top tien van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders, 2018

Figuur 3.4



Bron: Weekmeting CVTO, 2018.

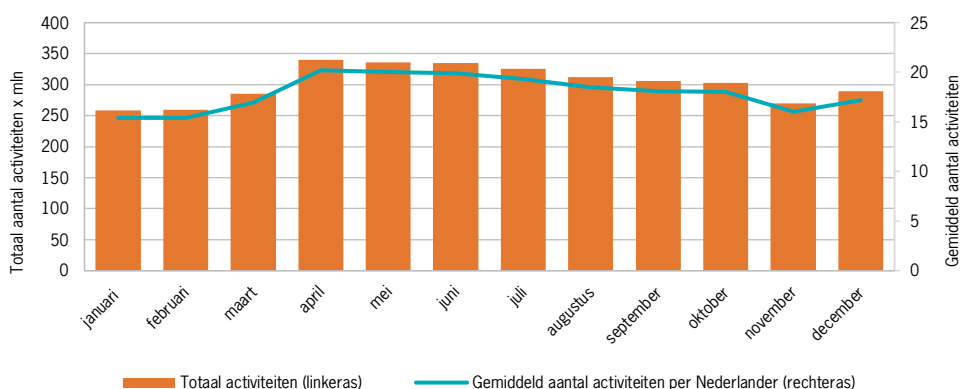
Wandelen voor het plezier staat bovenaan de ranglijst van meest ondernomen vrijetijdsactiviteiten. In 2018 trokken Nederlanders bijna 424 miljoen keer erop uit om een stukje te gaan lopen (figuur 3.4). Op plaats twee staat uit eten in horecagelegenheid en winkelen in de binnenstad neemt de derde plaats in. Het bezoeken van een bar of café sluit de top tien af.

Vier op de tien activiteiten vindt plaats in de eigen gemeente

Ruim 40 procent van alle vrijetijdsactiviteiten ondernemen Nederlanders in hun eigen woongemeente en bijna 60 procent elders in Nederland. Vooral hobby- en sportactiviteiten vinden vaak dichtbij huis plaats. Het weekend is de meest populair voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning. Op maandag en dinsdag worden de minste uithuizige vrijetijdsactiviteiten ondernomen.

Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders naar maand, 2018

Figuur 3.5



Bron: Weekmeting CVTO, 2018.

Veel vrijetijdsactiviteiten in het voorjaar

De maanden april t/m juni zijn de populairste maanden om buitenshuis vrijetijdsactiviteiten te ondernemen (figuur 3.5). De traditionele vakantie maanden juli en augustus volgen op korte afstand. Dat deze maanden niet hoger scoren komt mede doordat binnen het CVTO vrijetijdsactiviteiten niet meetellen wanneer men één nacht of meer van huis is.

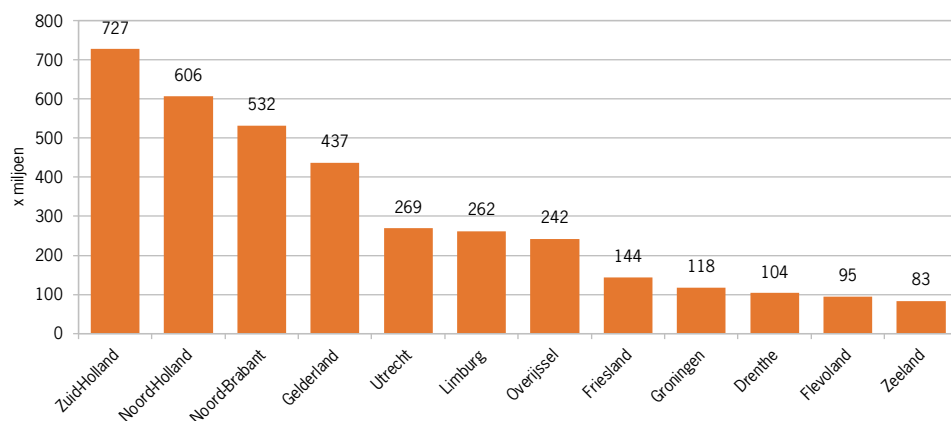
Minst populaire maanden qua omvang zijn de wintermaanden januari en februari. Het mindere weer in de winter (in de donkere periode na de feestdagen) in combinatie met het feit dat in het algemeen een kwart van de activiteiten tot buitenrecreatie behoort zal een belangrijke verklaring zijn voor het feit dat men minder uithuizig is in zijn of haar vrije tijd in deze periode. In de meest populaire maanden – april t/m juni – onderneemt een Nederlander gemiddeld zo'n 20 vrijetijdsactiviteiten buitenshuis, terwijl in de minst populaire maanden – januari en februari – dit aantal is teruggelopen naar ruim 15 activiteiten.

In totaal hebben Nederlanders in 2018 ruim 3,6 miljard uithuizige vrijetijdsactiviteiten ondernomen. Kijkend naar de verschillende provincies blijkt dat in Zuid-Holland de meeste vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning worden ondernomen; een op de vijf uithuizige vrijetijdsactiviteiten vindt daar plaats. Ook Noord-Holland (17 procent) en Noord-Brabant (15 procent) zijn provincies met veel vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning. Genoemde provincies zijn echter ook de provincies met de meeste inwoners van Nederland.

De auto meest gebruikt

De auto is het meest gebruikte vervoermiddel om naar een vrijetijdsactiviteit toe te gaan (43 procent). De fiets wordt bij 18 procent van de activiteiten gebruikt, 13 procent gaat te voet en 6 procent met het OV. Zo'n 16 procent van de vrijetijdsactiviteiten wordt direct vanaf huis ondernomen. Met name bij wellnessactiviteiten, waar de af te leggen afstand veelal wat groter is, wordt veel met de auto gereisd. Bij buitenrecreatieve activiteiten worden activiteiten relatief vaak direct van huis ondernomen. De fiets en te voet zijn hier relatief belangrijk.

Figuur 3.6 Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders per provincie, 2018



Bron: Weekmeting CVTO, 2018.

3.3 De bestedingen aan vrijetijdsactiviteiten

We hebben kunnen lezen hoeveel Nederlanders bepaalde vrijetijdsactiviteiten ondernemen en wat het totale aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten is in Nederland. De uithuizige vrijetijdsmarkt vertegenwoordigt echter ook een economische waarde. In deze paragraaf gaan we in op de bestedingen aan vrijetijdsactiviteiten.

De uithuizige vrijetijdsmarkt vertegenwoordigt een grote economische waarde

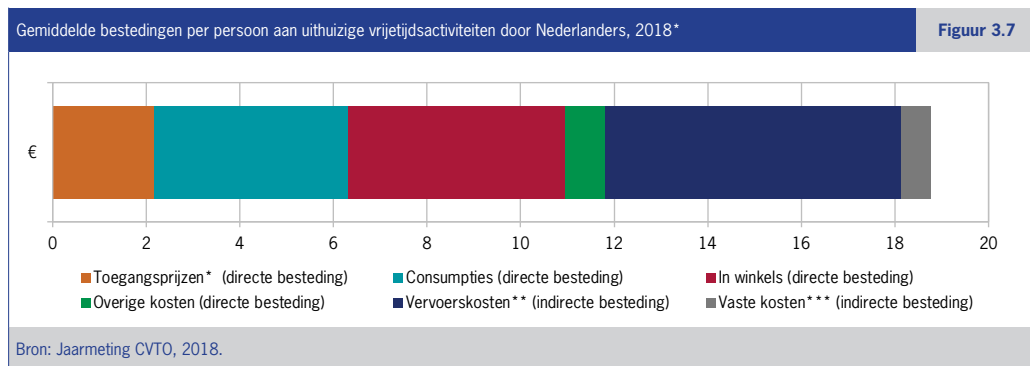
In totaal is door Nederlanders in 2018 een bedrag van bijna 68 miljard euro uitgegeven ten behoeve van het ondernemen van uithuizige vrijetijdsactiviteiten. Dit bedrag komt neer op gemiddeld 18,75 euro per persoon per activiteit. Van de totale economische waarde is bijna 42,7 miljard euro uitgegeven tijdens het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning (directe kosten). De overige 25,1 miljard euro zijn uitgaven die samenhangen met vervoer (22,8 miljard euro) en vaste kosten als abonnementen en lidmaatschappen (2,3 miljard euro) die het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten met zich meebrengen.

Gemiddeld bijna 12 euro directe kosten per persoon per activiteit

De totale directe kosten van bijna 42,7 miljard euro uitgegeven tijdens activiteiten komen neer op een gemiddelde besteding van 11,81 euro per persoon per activiteit (figuur 3.7). Dit bedrag kan verder uitgesplitst worden en dan is te zien dat het grootste deel van dit bedrag opgaat aan bestedingen in winkels en aan consumpties. De indirecte kosten komen gemiddeld op 6,94 euro per persoon per activiteit uit, waarvan het grootste deel opgaat aan vervoerskosten.

Ook al wordt er bijna 43 miljard euro uitgegeven tijdens vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning, dat betekent niet dat iedere activiteit bestedingen met zich meebrengt. Bij iets minder dan de helft van alle ondernomen activiteiten (46 procent) blijft de beurs namelijk gesloten. Bij een vijfde van alle activiteiten wordt minder dan 10 euro uitgegeven.

Activiteiten behorend tot het cluster winkelen voor plezier zijn over het algemeen de activiteiten waarbij de directe bestedingen het hoogst zijn (37 euro per activiteit). Voor buitenrecreatieve activiteiten zijn de directe uitgaven met 3,50 euro gemiddeld genomen het laagst.



* O.a. toegangsprijzen, deelnamekosten, huurprijzen.

** Inclusief parkeerkosten.

*** Kosten gemaakt voor o.a. kortingskaarten, abonnementen of lidmaatschappen.

3.4 Gevolgen van de COVID-19-crisis

Het dagelijks leven van vrijwel alle Nederlanders is verstoord door de COVID-19-crisis. Deze had grote consequenties voor hun werk of opleiding, de wijze waarop zij reisden en ook de invulling van hun vrije tijd. Veel toeristisch/recreatieve bedrijven moesten hun deuren sluiten in de beginfase van de COVID-19-crisis (variërend van restaurants tot theaters en zwembaden). Dit beperkte de consument in de keuze om de vrije tijd uithuizig door te brengen. Met als gevolg dat er meer uren in huis werden doorgebracht met vooral films en series kijken, hobby's, lezen, koken en bakken, klussen en dergelijke. Activiteiten in de openlucht als fietsen en wandelen in de directe woonomgeving en de natuur werden extra populair.

De versoepelingen die vanaf 1 juni 2020 volgden (anderhalve-meter-regel) maakten weer meer activiteiten mogelijk. Door alle sectoren is met veel creativiteit ingespeeld op de nieuw ontstane situatie, maar de meeste sectoren hadden ook in de zomer van 2020 nog te maken met dalingen van aantallen bezoekers en inkomsten.

Cijfers van Google met betrekking tot recreatieve mobiliteitsbewegingen laten zien dat Nederlanders in het voorjaar er duidelijk minder op uittrokken. Bij de meting van 11 april 2020 was zichtbaar dat mobiliteitspatronen voor Retail & recreatie (onder meer bezoek horeca, winkelcentra, musea, attractieparken en bioscopen) met 46 procent waren gedaald. De meting van 16 mei 2020 liet verbetering zien ten opzichte van april, maar toont nog steeds 36 procent minder bewegingen voor recreatieve doeleinden dan voor de COVID-19-crisis. Bij de meting van 25 juli waren er nog 15 procent minder bewegingen en 9 procent minder op 25 september 2020. Dit herstel in het aantal recreatieve mobiliteitsbewegingen kan worden toegeschreven aan de versoepelingen van de maatregelen. Dat de in september en oktober 2020 verder aangescherpte maatregelen van invloed zijn op de vrijetijdsmobiliteit van Nederlanders is bij het ter perse gaan van deze publicatie wel duidelijk. Onduidelijk blijft vooralsnog hoe groot die invloed in de laatste maanden van 2020 zal zijn.



4 Vakanties van Nederlanders

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de vakanties van Nederlanders in 2019. Hoeveel Nederlanders gingen er in dat jaar op vakantie, waar gingen zij naar toe, hoe lang verbleven zij op hun vakantiebestemming en in wat voor accommodatie? Daarnaast komt aan bod hoe Nederlandse vakantiegangers naar hun bestemming reisden en op welke wijze zij invulling gaven aan hun vakantie. Hoe lang van tevoren zij dit vastlegden en op welke wijze zij die boeking deden wordt eveneens besproken. De bespreking van de vakanties van Nederlanders in 2019 wordt afgesloten met de calamiteiten waarmee zij te maken kregen.

Dit hoofdstuk sluit af met de eerste voorlopige cijfers van de eerste helft van 2020. Het wordt dan duidelijk hoe het Coronavirus en de ertegen getroffen maatregelen het vakantiegedrag van Nederlanders hebben beïnvloed.

De cijfers in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit het Continu Vakantieonderzoek (CVO). Het zijn voorlopige cijfers. Dit betekent dat ze kunnen afwijken van de definitieve cijfers die eind 2020 door het CBS worden gepubliceerd.

Hoofdpunten

- In 2019 gingen 14,3 miljoen Nederlanders op vakantie. Dit is 83,7 procent van de 17,0 miljoen inwoners van Nederland in dat jaar. Zij gingen samen 40,6 miljoen keer op vakantie, 18,0 miljoen keer in Nederland en 22,6 miljoen keer daarbuiten.
- Nederlanders gingen in 2019 gemiddeld 2,4 keer op vakantie: 1,1 keer in Nederland en 1,3 keer in het buitenland. Als we alleen kijken naar de Nederlanders die in 2019 op vakantie gingen, dan lag dit gemiddelde met 2,8 vakanties per vakantieganger iets hoger dan voor de gehele bevolking.
- De duur van een vakantie was gemiddeld 8,7 dagen, ofwel 7,7 overnachtingen. Hierbij sliepen alle Nederlandse vakantiegangers samen 314 miljoen nachten niet in hun eigen bed: 91 miljoen nachten elders in Nederland en 223 miljoen nachten in het buitenland.
- Een Nederlander ging in 2019 gemiddeld 20,8 dagen op vakantie, 6,4 dagen in eigen land en 14,4 dagen daarbuiten.

- Gezamenlijk besteedden Nederlanders 22,0 miljard euro aan vakanties in 2019, ofwel 1.291 euro per Nederlander. Voor Nederlanders die in 2019 één of meer keren op vakantie gingen, lag dit bedrag uiteraard hoger, namelijk op 1.542 euro per vakantieganger. Een gemiddelde vakantie kostte ruim 542 euro per persoon. Een vakantie in het buitenland was goed voor gemiddeld 809 euro, een vakantie in Nederland voor 205 euro.
- De COVID-19-crisis heeft in de eerste 6 maanden van 2020 een substantieel effect gehad op de Nederlandse vakantieganger. Maar waar het aantal binnenlandse vakantiegangers in juni 2020 weer aantrok tot 80 procent van het aantal in juni 2019, bleef het aantal Nederlanders dat in die maand naar het buitenland op vakantie ging steken op 14 procent.

Het Continu Vakantieonderzoek (CVO)

De cijfers in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit het Continu Vakantieonderzoek (CVO) en gaan, afgezien van de laatste paragraaf, over vakantiejaar 2019. Het CVO is een jaarlijks onderzoek dat het CBS gebruikt om cijfers over het vakantiegedrag van de Nederlandse bevolking samen te stellen. Het CVO richt zich op diverse aspecten van vakanties, zoals bestemmingen, vakantieduur, logiesvormen, vervoermiddelen en bestedingen.

De onderzoekspopulatie van het CVO omvat inwoners van Nederland in alle leeftijden. Personen in institutionele huishoudens, zoals verpleeghuizen of gevangenissen, zijn geen onderdeel van de onderzoekspopulatie van het CVO. Het CVO is een panelonderzoek. De leden van het CVO-panel worden via een aselechte steekproef getrokken uit het panel van Kantar TNS (voorheen NIPO). Zij vullen elke drie maanden een vragenlijst in over hun vakanties in het voorafgaande kwartaal. De jaarlijkse cijfers die op basis van het CVO worden gepubliceerd, zijn gebaseerd op panelleden die bij alle vier de metingen van het betreffende vakantiejaar de vragenlijst hebben ingevuld. Vanaf 2017 zijn dit ongeveer 8.000 personen per jaar.

Om de kwaliteit van de cijfers uit het CVO te kunnen blijven waarborgen, is het onderzoek in 2017 op enkele belangrijke punten gewijzigd. Daarbij is de netto steekproef uitgebreid van 6.500 naar 8.000 respondenten en zijn aan de doelpopulatie met Nederlanders met een migratieachtergrond toegevoegd. Door deze en andere wijzigingen kunnen de uitkomsten van 2017 t/m 2019 niet zonder meer vergeleken worden met die van 2016 en daarvoor.

Vakantiejaar

Het CVO werkt met vakantiejaaren, in tegenstelling tot veel andere statistieken die als jaarafbakening het kalenderjaar hanteren. Een vakantiejaar loopt van 1 oktober van het voorgaande jaar t/m 30 september van het betreffende jaar. Zo loopt vakantiejaar 2019 van 1 oktober 2018 t/m 30 september 2019.

Binnen een vakantiejaar worden alle vakanties die in dat jaar beginnen waargenomen. Een vakantie die bijvoorbeeld start op 30 september 2018 en eindigt op 6 oktober 2018, wordt geheel gerekend tot vakantiejaar 2018. Een vakantie die start op 1 oktober 2018 en eindigt op 4 oktober 2018 wordt wel gerekend tot vakantiejaar 2019.

		Vakanties totaal	Vakanties in Nederland	Vakanties in het buitenland
Nederlandse bevolking	mln	17,0	17,0	17,0
Deelname				
Wel op vakantie	mln	14,3	8,9	11,1
Niet op vakantie	mln	2,8	8,2	5,9
Aantal vakanties				
Totaal	mln	40,6	18,0	22,6
Gemiddeld per Nederlander		2,4	1,1	1,3
Gemiddeld per vakantieganger		2,8	2,0	2,0
Aantal vakantiedagen				
Totaal	mln	354	109	245
Gemiddeld per Nederlander		20,8	6,4	14,4
Gemiddeld per vakantieganger		24,8	12,3	22,0
Gemiddeld per vakantie		8,7	6,1	10,8
Aantal overnachtingen				
Totaal	mln	314	91	223
Gemiddeld per Nederlander		18,4	5,3	13,1
Gemiddeld per vakantieganger		22,0	10,2	20,0
Gemiddeld per vakantie		7,7	5,1	9,8
Uitgaven				
Totaal	mld euro	22,0	3,7	18,3
Gemiddeld per Nederlander	euro	1.291	216	1.074
Gemiddeld per vakantieganger	euro	1.542	415	1.644
Gemiddeld per vakantie	euro	542	205	809
Bron: CBS, CVO 2019.				

* Voorlopige cijfers.

4.1 Vakantieparticipatie en -duur

Deze paragraaf geeft een algemeen beeld van de vakanties van Nederlanders. Eerst komt de vakantiedeelname aan bod: hoeveel Nederlanders gaan er op vakantie, gaan ze in zomer of winter, lang of kort, en vertrekken ze naar het buitenland of verblijven ze binnen de landsgrenzen? De paragraaf sluit af met de duur van vakanties in 2019.

Grote meerderheid Nederlanders gaat op vakantie

In 2019 gingen 14,3 miljoen Nederlanders één of meer keer per jaar op vakantie, dit is 83,7 procent van de bevolking. De meeste Nederlanders gaan in de zomerperiode één of meer keren op vakantie,

in 2019 zo'n 13,2 miljoen. Het aantal vakantiegangers in de winterperiode ligt doorgaans lager, maar was dat jaar nog altijd 9,2 miljoen.

Ongeveer 8,1 miljoen Nederlanders gingen zowel in de zomer als in de winter op vakantie, terwijl een relatief klein aantal van 1,1 miljoen landgenoten alleen in de winter vakantie vierde. Het aantal Nederlanders dat alleen op zomervakantie ging, was flink hoger, namelijk 5,1 miljoen.

Vakantie

Een vakantie is een verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier, met ten minste één overnachting. Het gaat daarbij zowel om vakanties in Nederland als in het buitenland. Logeren bij familie, vrienden of kennissen in het buitenland valt eveneens onder het begrip vakantie. Verblijf bij familie, vrienden of kennissen in Nederland telt echter alleen mee als een vakantie, als die familie, vrienden of kennissen de meeste dagen afwezig waren.

In het CVO worden vakanties per persoon geteld en niet per huishouden of per reisgezelschap. Als een gezin met vier personen samen op vakantie gaat, telt dit als vier vakanties. De gezinsleden kunnen immers ook los van elkaar op vakantie gaan. Binnen het CVO wordt onderscheid gemaakt tussen lange en korte vakanties. Een lange vakantie is een vakantie met een verblijf van minimaal 5 opeenvolgende dagen (4 overnachtingen). Een korte vakantie duurt maximaal 4 opeenvolgende dagen (3 overnachtingen).

Vakanties het vaakst in het buitenland

Nederlanders zoeken hun vakantievertier graag buiten de landsgrenzen, in 2019 gold dit voor ongeveer 11,1 miljoen landgenoten. Van hen gingen 5,4 miljoen personen uitsluitend in het buitenland op vakantie en 5,7 miljoen daarnaast ook in Nederland. Ruim 3,1 miljoen Nederlanders vierden alleen in eigen land vakantie. Het aantal Nederlanders dat in 2019 een of meer vakanties binnen de landsgrenzen doorbracht, kwam daarmee op 8,9 miljoen.

Een meerderheid van 13,0 miljoen Nederlanders hield in 2019 een lange vakantie van vier of meer opeenvolgende nachten. De helft daarvan, ruim 6,4 miljoen personen, ging uitsluitend op lange vakantie; de andere helft hield daarnaast ook een korte vakantie. In totaal gingen 7,8 miljoen Nederlanders in 2019 één of meer keer op korte vakantie met maximaal drie overnachtingen. Door 1,3 miljoen van hen werden alleen korte vakanties gehouden (tabel 4.2).

De meeste Nederlanders gingen één of twee keer op vakantie, in 2019 respectievelijk 22 en 23 procent. Zeventien procent ging drie keer op vakantie, 10 procent vier keer en 6 procent vijf keer. Zes procent van de Nederlanders ging zelfs zes of meer keer op vakantie.

	Deelname	Nederlanders	Vakanties	Overnachtingen
	%	mln	mln	mln
Totaal	83,7	14,3	40,6	354
In Nederland	52,1	8,9	18,0	109
In het buitenland	65,3	11,1	22,6	245
Uitsluitend in Nederland	18,4	3,1	6,8	52
Uitsluitend in het buitenland	31,6	5,4	11,6	127
Zowel in Nederland als in het buitenland	33,7	5,7	22,3	175
Lange vakanties	76,2	13,0	25,6	307
Korte vakanties	45,9	7,8	15,0	47
Uitsluitend lange vakanties	37,8	6,4	12,3	151
Uitsluitend korte vakanties	7,5	1,3	2,3	7
Zowel lange als korte vakanties	38,4	6,5	26,1	196
In de zomerperiode	77,2	13,2	23,7	239
In de winterperiode	54,0	9,2	16,9	115
Uitsluitend in de zomerperiode	29,7	5,1	7,8	79
Uitsluitend in de winterperiode	6,5	1,1	1,7	15
Zowel in de zomer- als in de winterperiode	47,5	8,1	31,1	260

Bron: CBS, CVO 2019.

Laagste vakantiedeelname onder arbeidsgeschiedten

Nederlanders verschillen onderling in de mate waarin zij deelnemen aan vakanties. De deelname van jongeren tot 15 jaar lag in 2019 met ruim 95 procent fors boven de gemiddelde deelname van 84 procent van de Nederlandse bevolking als geheel. Dit in tegenstelling tot personen van 75 jaar of ouder, die hier met 68 procent flink onder zaten. Dat gold ook voor weduwen en weduwnaars (65 procent) en in mindere mate voor Nederlanders die zijn gescheiden (72 procent). Personen in huishoudens met thuiswonende kinderen behoorden in 2019 juist vaker dan gemiddeld tot de groep vakantiegegangenen. Vooral als er twee of meer kinderen zijn, was dit percentage met rond de 89 hoog. Een nog wat hoger aandeel vakantiegegangenen was in 2019 te vinden bij universitair geschoolden en in het hoogste inkomenskwartiel (beide 93 procent). Mensen die tot het laagste inkomenskwartiel behoorden, gingen juist relatief weinig op vakantie (64 procent). Dit geldt eveneens voor Nederlanders die in 2019 geen werk hadden (69 procent). De laagste vakantiedeelname, 59 procent, vinden we echter in de groep arbeidsgeschiedten (tabel 4.3).

Tabel 4.3 Deelname van Nederlanders aan vakanties naar achtergrondkenmerken, 2019

	%		%
Totaal	83,7		
Geslacht		Hoogst voltooide opleiding	
Mannen	84,0	Geen of basisonderwijs	88,3
Vrouwen	83,4	Vbo, mbo1, avo onderbouw	76,5
		Havo, vwo, mbo	85,3
		Hbo, wo bachelor	87,7
Leeftijd		Wo, master, doctor	93,2
Jonger dan 15 jaar	95,1		
15 t/m 24 jaar	80,5	Aantal kinderen in het huishouden	
25 t/m 34 jaar	86,2	Geen	80,1
35 t/m 44 jaar	87,9	1 kind	87,6
45 t/m 54 jaar	83,1	2 kinderen	91,7
55 t/m 64 jaar	80,6	3 of meer kinderen	85,3
65 t/m 74 jaar	78,0		
75 jaar of ouder	68,2	Maatschappelijke positie	
Migratieachtergrond		Werkzaam in loondienst	87,3
Nederland	83,1	Werkzaam als zelfstandige	85,9
Westers	87,4	Werkloos	69,6
Niet-westers	84,0	Arbeidsongeschikt	59,5
		(School)kind of student	91,0
Burgerlijke staat		Huisvader of huisman / huismoeder of huisvrouw	75,7
Gehuwd of geregistreerd partnerschap	84,5	Gepensioneerd of met prepensioen	72,7
Gescheiden	71,9		
Verweduwd	65,0	Bruto inkomen van het huishouden	
Nooit gehuwd geweest	85,5	Kwartiel 1 (laagste)	64,1
		Kwartiel 2	74,2
		Kwartiel 3	85,4
		Kwartiel 4 (hoogste)	93,0

Bron: CBS, CVO 2019.

Bijna twee en een halve vakantie per Nederlander

Nederlanders gingen in 2019 samen 40,6 miljoen keer op vakantie, dat zijn gemiddeld 2,4 vakanties per persoon. Vooral lange vakanties met ten minste vier overnachtingen (25,6 miljoen) zijn populair. Nederlanders gingen in 2019 gemiddeld 1,5 keer op lange vakantie. Het aantal korte vakanties bedroeg 15,0 miljoen, dat is minder dan één korte vakantie per Nederlander (0,9 vakanties). De meeste vakanties werden in 2019 in de zomerperiode gevierd: 23,7 miljoen ofwel 1,4 vakantie per Nederlander. In de winterperiode waren dit 16,9 miljoen vakanties, gemiddeld één vakantie per Nederlander. Nederlanders hielden in 2019 vaker vakantie in het buitenland dan in het eigen land, 22,6 miljoen tegenover 18,0 miljoen. Dit zijn respectievelijk 1,3 buitenlandse en 1,1 binnenlandse vakanties per Nederlander.

Seizoenen: zomer en winter

Binnen het CVO wordt onderscheid gemaakt tussen vakanties in de zomer en in de winter. De winterperiode van een vakantiejaar duurt ongeveer 30 weken en loopt van 1 oktober, het begin van het vakantiejaar, tot eind april. De zomerperiode duurt 22 weken en loopt van eind april tot en met het einde van het vakantiejaar op 30 september. In vakantiejaar 2019 startte de zomerperiode op 27 april.

Om vast te stellen of een vakantie in de zomer- of winterperiode valt, is de startdatum bepalend. Een vakantie die in de zomerperiode begint en eindigt in de winterperiode, telt als zomervakantie, en omgekeerd.

Zomervakantie duurt gemiddeld 10 dagen

Een vakantie van Nederlanders telde in 2019 gemiddeld 8,7 dagen. Een vakantie buiten de landsgrenzen duurde gemiddeld bijna twee keer zo lang als een vakantie in eigen land: 10,8 tegen 6,1 dagen. Ook vakanties in de zomerperiode waren gemiddeld langer (10,1 dagen) dan vakanties in de winterperiode (6,8 dagen). En zoals te verwachten overtreft de duur van lange vakanties die van korte vakanties ruimschoots: in 2019 respectievelijk 12,0 en 3,1 dagen.

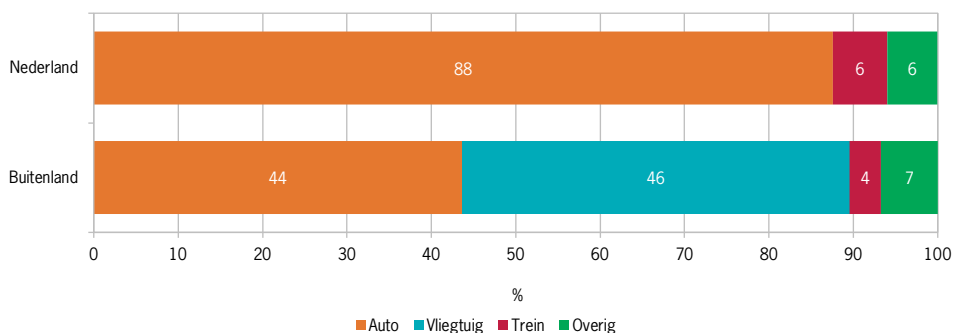
4.2 Vervoer van en naar de vakantiebestemming

Om van huis naar de vakantiebestemming te reizen is vervoer nodig. Hiervoor staat Nederlanders een scala aan mogelijkheden ter beschikking, variërend van fiets tot vliegtuig. In sommige gevallen reist men met meerdere, verschillende voertuigen. Bijvoorbeeld een vliegvakantie, waarbij eerst met de auto naar het vliegveld wordt gereisd. In die gevallen wordt uitgegaan van het vervoermiddel waarmee de langste afstand is afgelegd. In het voorbeeld is dat het vliegtuig.

Meeste buitenlandse vakanties met de auto of het vliegtuig

Het vervoermiddel waarmee Nederlanders het vaakst reisden, was in 2019 met bijna twee derde van alle vakanties de auto. Bij vakanties in eigen land ging 88 procent met de auto, dit zijn 15,7 miljoen vakanties. Bij de resterende binnenlandse vakanties koos men 1,2 miljoen keer voor de trein en iets minder vaak voor andere vervoermiddelen, zoals de fiets of een touringcar. Voor vakanties buiten de landsgrenzen werd 9 van de 10 keer met het vliegtuig of de auto gereisd. Het vliegtuig was goed voor 10,4 miljoen vakanties en de auto voor 9,9 miljoen vakanties. Daarnaast gingen Nederlanders 840 duizend keer met de trein en 1,5 miljoen keer met andere vervoermiddelen van en naar hun buitenlandse vakantiebestemming (figuur 4.1).

Figuur 4.1 Vervoermiddel van en naar de binnenlandse en buitenlandse vakantiebestemming, 2019



Bron: CBS, CVO 2019.

4.3 Boeking en organisatie van de vakantie

Nederlanders verschillen onderling in de mate waarin zij vooraf vastleggen waar zij overnachten en hoe zij naar hun bestemming reizen. Door vooraf de accommodatie, het vervoer of beide te boeken ontstaat zekerheid omtrent enkele randvoorwaarden van de vakantie. De een kiest er voor om alles vooraf te organiseren, de ander juist niet. In deze paragraaf kijken we hoe vaak Nederlanders hun vakantie of onderdelen daarvan boeken, hoe zij dit doen en wanneer.

De organisatiegraad is de mate waarin Nederlanders georganiseerd op vakantie gaan of zelf hun vervoer en onderkomen regelen. Dit varieert van op de bonnefooi tot met een pakketreis op vakantie gaan. Wie op de bonnefooi gaat, vertrekt op vakantie zonder dat onderdelen van de reis vooraf zijn vastgelegd. Onder de pakketreis valt ook de all-inclusive vakantie, waarbij naast vervoer en accommodatie ook eten en drinken zijn inbegrepen. De organisatiegraad wordt alleen beschreven voor vakanties in toeristische accommodatievormen. Daarnaast onderscheiden we vakanties in een eigen recreatieve accommodatie, waarvoor het verblijf uiteraard niet geregeld hoeft te worden.

Logiesvormen

In dit hoofdstuk worden twee logiesvormen onderscheiden, namelijk toeristische accommodaties en eigen recreatieve accommodaties. Een toeristische accommodatie is een accommodatie waarvoor logies wordt gehuurd van een professionele verstrekker van logiesaccommodaties of van een particuliere aanbieder. Hieronder valt ook het verblijf in een eigen mobiel onderkomen op een tijdelijke stand- of ligplaats, bijvoorbeeld in een tent, camper, toercaravan of plezierjacht. Een eigen recreatieve accommodatie is een vast vakantieonderkomen dat in het bezit is van het huishouden van de respondent, zoals een vakantiewoning of een stacaravan. Ook overnachten in een mobiel onderkomen op een vaste seizoens- of jaarplaats wordt hiertoe gerekend.

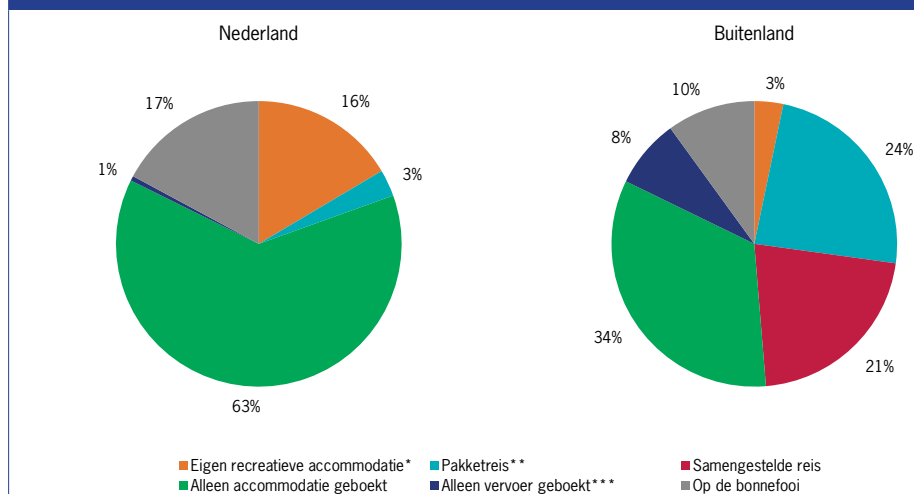
1 op de 8 vakanties in eigen vakantieonderkomen

Nederlanders regelden in 2019 voor 82 procent van hun vakanties voor vertrek een slaapplaats. Dit zijn 33,4 miljoen vakanties. Meestal, voor bijna 19 miljoen vakanties, werd dan alleen de accommodatie geboekt. Daarnaast boekten Nederlanders vaak een pakketreis (5,6 miljoen vakanties) of een samengestelde reis waarbij accommodatie en vervoer los van elkaar geboekt zijn bij verschillende aanbieders (5,2 miljoen vakanties). Ongeveer 3,7 miljoen vakanties werden in een eigen recreatieve accommodatie doorgebracht, er is dan uiteraard geen boeking nodig. Nederlanders die voor vertrek nog geen verblijf hadden vastgelegd, zijn in de minderheid. Voor de meeste van de 7,2 miljoen vakanties waarvoor dit gold, werd vooraf verblijf noch vervoer geregeld (5,3 miljoen vakanties). Daarnaast werd voor 1,9 miljoen vakanties alleen het vervoer geboekt.

Voor 14,8 miljoen binnenlandse vakanties in 2019 was de slaapplaats voor aankomst bekend. Bij 11,3 miljoen van deze vakanties werd alleen de accommodatie geboekt. Dit is 63 procent van de 18,0 miljoen vakanties van Nederlanders in eigen land. Voor vakanties buiten Nederland lag het aandeel vakanties waarvoor alleen de accommodatie werd geboekt bijna 30 procentpunten lager. Voor vakanties buiten Nederland is juist het aandeel pakketreizen aanzienlijk, terwijl deze vorm van op vakantie gaan binnen Nederland relatief zeldzaam is (figuur 4.2).

Organisatiegraad van binnenlandse en buitenlandse vakanties van Nederlanders, 2019

Figuur 4.2



Bron: CBS, CVO 2019.

* Vakanties in een eigen recreatieve accommodatie waarbij het vervoer is geboekt, zijn hier niet meegeteld. Deze vakanties zijn terug te vinden in de categorie vakanties waarbij alleen vervoer is geboekt.

** Bij binnenlandse vakanties zijn vanwege de lage aantallen waarnemingen bij pakketreizen ook de samengestelde reizen meegenomen.

*** Inclusief vakanties in een eigen recreatieve accommodatie waarbij het vervoer is geboekt.

Vervoer bij 1 op de 3 vakanties geboekt, meestal bij reisbureau of reisorganisatie

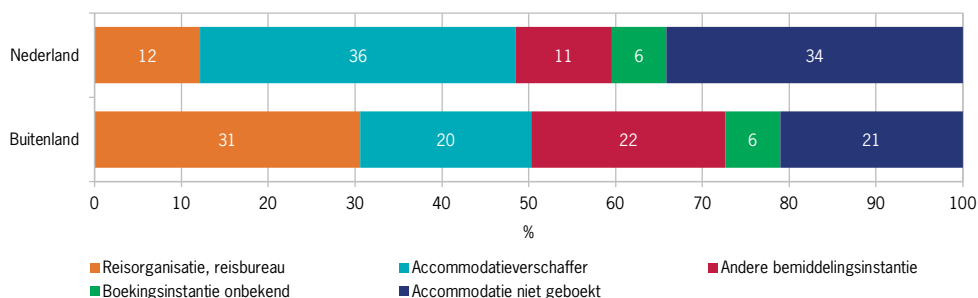
Wanneer een vakantie geheel of gedeeltelijk georganiseerd is, betekent dit dat er sprake is van een boeking; van de accommodatie, van het vervoer, of van beide. Nederlanders boekten in 2019 vaker vooraf hun accommodatie dan het vervoermiddel waarmee zij reizen, namelijk bij 80 tegen 34 procent van de vakanties. Dit is niet verrassend, aangezien er bij bijna twee derde van de vakanties met de eigen auto werd gereisd.

Wanneer het vervoer werd geboekt, betrof dit in bijna 80 procent van de gevallen een vliegvakantie (altijd naar het buitenland). Het overgrote deel van de vakanties waarbij het vervoer is geboekt, had een buitenlandse bestemming (95 procent). Nederlanders boekten in 2019 hun vervoermiddel 6 van de 10 keer via een bemiddelaar, zoals een reisbureau of reisorganisatie. Een derde boekte rechtstreeks bij de vervoerder en voor de resterende 8 procent van de vakanties was niet bekend waar de reis werd geboekt.

Driekwart boekt accommodatie voor vertrek

Nederlanders boekten in 2019 bij 29,7 miljoen vakanties vooraf een slaapplek. Dat komt neer op bijna driekwart van alle vakanties. Bij vakanties in Nederland lag dit aandeel op 66 procent, bij vakanties in het buitenland op 79 procent. De boeking van de accommodatie gebeurde het vaakst direct bij de organisatie of particulier die de accommodatie aanbiedt (27 procent van de vakanties). Daarnaast boekten Nederlanders in 2019 ook dikwijls bij een reisbureau of reisorganisatie (22 procent van de vakanties) of bij een andere bemiddelaar (17 procent van de vakanties). Bij vakanties in Nederland is het rechtstreeks boeken van de accommodatie bij de accommodatieverschaffer favoriet, bij buitenlandse vakantie wordt deze het vaakst via een reisorganisatie of reisbureau geregeld (figuur 4.3). Bij vakanties naar het buitenland werd de accommodatie langer van tevoren vastgelegd dan bij vakanties in eigen land.

Figuur 4.3 Boekingsinstantie van de accommodatie voor vakanties in Nederland en in het buitenland, 2019



Bron: CBS, CVO 2019.

Nederlanders boeken meestal via internet

In 2019 werd ruim 70 procent van de vakanties waarbij verblijf en/of vervoer was geboekt via internet geregeld. Daarnaast boekte 9 procent zijn of haar vakantie in een persoonlijk contact met een reisagent of -bemiddelaar, 8 procent via e-mail of tekstbericht (bijv. sms of WhatsApp) en 6 procent telefonisch (figuur 4.5). Vakanties in het buitenland werden wat vaker via een website geboekt dan vakanties in Nederland (74 tegenover 69 procent). Voor telefonisch boeken was dat andersom, 9 procent van de binnenlandse en 3 procent van de buitenlandse vakanties werd telefonisch geboekt.

4.4 De vakantiebestemming

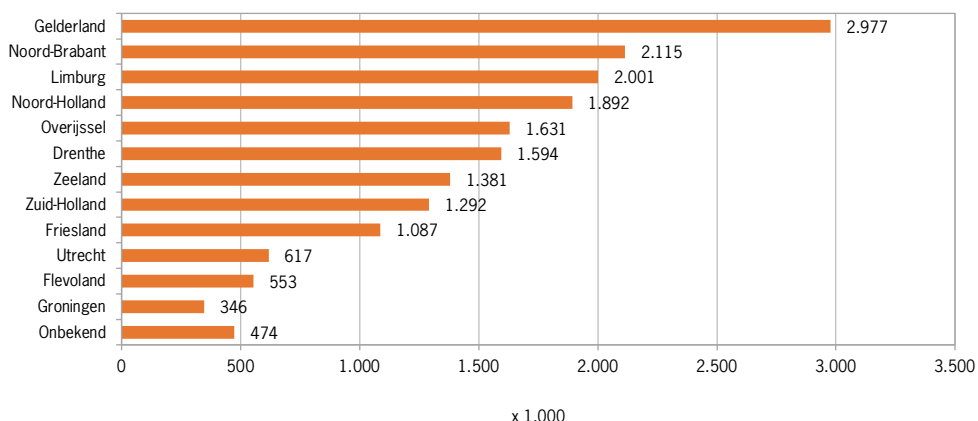
De vakantiebestemming is de plaats waar men tijdens de vakantie het langst verbleef. Dit is in dit hoofdstuk de provincie voor vakanties in Nederland en het land voor buitenlandse vakanties. Wanneer men op meerdere plaatsen even lang verbleef, geldt de locatie die het verst van de woonplaats van de respondent ligt. De meeste vakanties van Nederlanders worden buiten de landsgrenzen doorgebracht: 22,6 miljoen vakanties kenden in 2019 een buitenlandse bestemming. Dit is een aandeel van 58 procent. Nederlanders beleefden daarnaast 18,0 miljoen vakanties in eigen land.

Gelderland ontvangt meeste vakantiegangers van eigen bodem

De provincie die in 2019 de meeste Nederlandse vakantiegangers ontving was Gelderland. Nederlanders gingen hier bijna 3,0 miljoen keer op vakantie, een zesde van alle vakanties op eigen bodem. Noord-Brabant stond met 2,1 miljoen vakanties op de tweede plaats, direct gevolgd door Limburg met bijna 2,0 miljoen en Noord-Holland met 1,9 miljoen (figuur 4.4).

Binnenlandse vakanties van Nederlanders naar provincie, 2019

Figuur 4.4



Bron: CBS, CVO 2019.

Azië populairste bestemming buiten Europa

Van de Nederlanders die in 2019 naar het buitenland op vakantie gingen, bleef bijna 85 procent binnen Europa (19,0 miljoen vakanties). Van die groep verbleef de helft in West-Europa, een derde reisde naar Zuid-Europa, een tiende naar Noord-Europa en één op de twintig naar Oost-Europa. Nederlanders gingen in 2019 zo'n 3,6 miljoen keer op vakantie buiten Europa. Zij deden dat vooral in Azië (47 procent), gevolgd door Noord-Amerika (17 procent) en Latijns-Amerika/Cariben (15 procent). De resterende 20 procent van vakanties buiten Europa werd in andere werelddelen doorgebracht.

Regionale indeling van Europa voor buitenlandse vakanties

Noord-Europa: Denemarken, Eiland Man, Estland, Faeröer eilanden (Denemarken), Finland (incl. Åland eilanden), Guernsey, Ierland, Jersey, Letland, Litouwen, Noorwegen, Spitsbergen en Jan Mayen, IJsland, Verenigd Koninkrijk, Zweden.

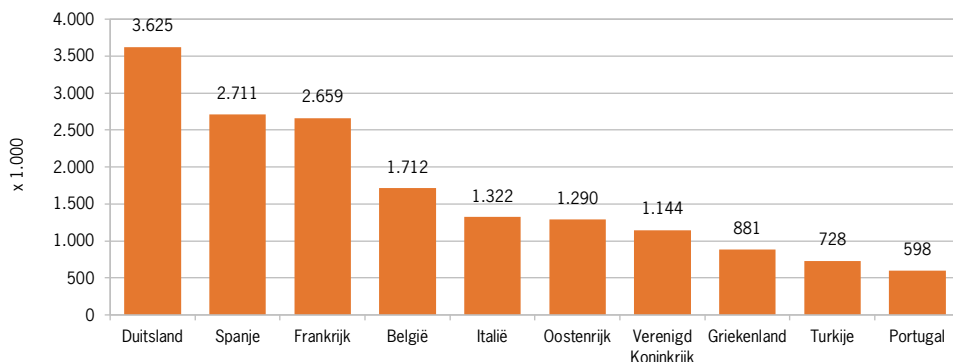
Oost-Europa: Bulgarije, Hongarije, Moldavië, Oekraïne, Polen, Roemenië, Rusland (ten westen v.d. Oeral), Slowakije, Tsjechië, Wit-Rusland.

Zuid-Europa: Albanië, Andorra, Bosnië-Herzegovina, Gibraltar, Griekenland, Italië, Kosovo, Kroatië, Macedonië, Malta, Montenegro, Portugal, San Marino, Servië, Slovenië, Spanje, Turkije (Europees deel), Vaticaanstad.

West-Europa: België, Duitsland, Frankrijk, Liechtenstein, Luxemburg, Monaco, Oostenrijk, Zwitserland.

De top tien van meest bezochte vakantie landen van 2019 werd aangevoerd door Duitsland (3,6 miljoen vakanties), gevolgd door Spanje (ruim 2,7 miljoen vakanties) en Frankrijk (bijna 2,7 miljoen vakanties). Onder in de top 10 vinden we Griekenland, Turkije en Portugal, samen nog steeds goed voor 2,2 miljoen vakanties. De top tien bestemmingen samen zijn in 2019 verantwoordelijk voor bijna 2 van de 3 vakanties naar het buitenland (figuur 4.5).

Figuur 4.5 Top 10 van buitenlandse vakantiebestemmingen van Nederlanders, 2019



Bron: CBS, CVO 2019.

Spanje favoriet voor een lange vakantie

Als het gaat om korte vakanties van maximaal 4 dagen (en drie overnachtingen), is Duitsland in 2019 met 1,6 miljoen vakanties veruit favoriet. Het aantal korte vakanties naar de nummer twee België was met 1,0 miljoen beduidend lager. Daarna komt Frankrijk met 630 duizend vakanties.

Voor lange vakanties van vijf of meer dagen gaan Nederlanders vooral naar Spanje, ruim 2,4 miljoen keer. Frankrijk en Duitsland volgden Spanje met beide 2,0 miljoen vakanties (tabel 4.4a).

Wanneer we kijken welke landen in de zomer- en winterperiode in 2019 het meest bezocht werden, zien we geen grote verschillen met het jaar als geheel. Wel blijkt dat Italië vooral populair was als zomerbestemming, terwijl Oostenrijk het vooral in de winter goed deed (tabel 4.4b).

Top 5 van buitenlandse vakantiebestemmingen van Nederlanders naar vakantieduur, 2019				Tabel 4.4a
		Lange vakanties	Korte vakanties	
		x 1.000	x 1.000	
	Totaal	17.856	4.776	
1	Spanje	2.447	Duitsland	1.592
2	Duitsland	2.032	België	977
3	Frankrijk	2.026	Frankrijk	633
4	Oostenrijk	1.202	Verenigd Koninkrijk	463
5	Italië	1.184	Spanje	264
Bron: CBS, CVO 2019.				

Top 5 van buitenlandse vakantiebestemmingen van Nederlanders naar seizoen, 2019				Tabel 4.4b
		Zomer	Winter	
		x 1.000	x 1.000	
	Totaal	13.760	8.873	
1	Duitsland	2.138	Duitsland	1.487
2	Frankrijk	1.912	Spanje	1.062
3	Spanje	1.649	België	796
4	Italië	971	Oostenrijk	777
5	België	916	Frankrijk	747
Bron: CBS, CVO 2019.				

4.5 Verblijf tijdens de vakantie

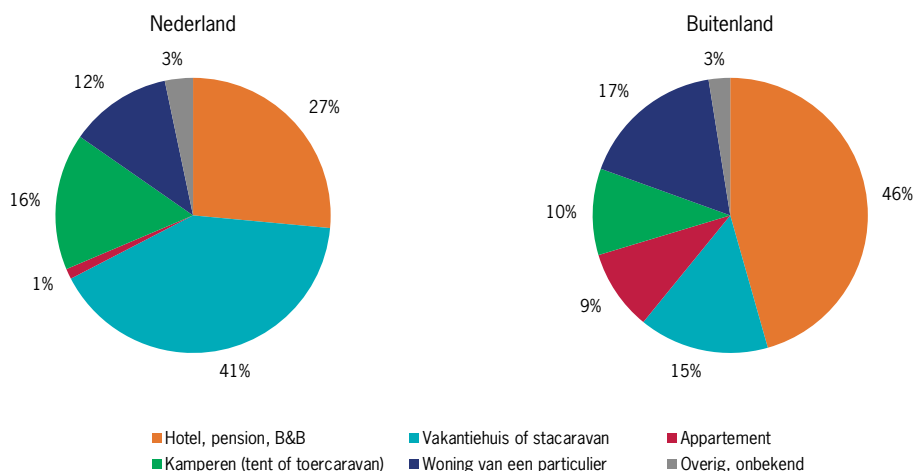
Waar verbleven Nederlanders in 2019 tijdens hun vakantie? Wat voor soort verblijf kozen zij en hoe zag de omgeving eruit waar zij zich ophielden? Kozen Nederlanders ervoor om op één plek te verblijven of verbleven zij juist of meerdere plaatsen? En hoe verschillen vakanties binnen en buiten Nederland op deze punten? Dit hoofdstuk geeft antwoord op deze vragen. Wanneer tijdens een vakantie in verschillende accommodaties werd verbleven, geldt de accommodatie met de meeste overnachtingen.

Vakantie in eigen land vaakst in vakantiehuis of stacaravan

De meest gekozen vakantieaccommodatie van Nederlanders was in 2019 een hotel, pension of B&B. Bij ruim 15 miljoen vakanties werd hier overnacht, 37 procent van alle vakanties. Daarnaast kozen Nederlanders voor 27 procent van hun vakanties voor een vakantiehuis of stacaravan (10,8 miljoen vakanties). Bij 15 procent van de vakanties verbleef men in de woning van een particulier (6,0 miljoen vakanties). Dit kan bij familie, vrienden of kennissen zijn, maar ook bij onbekenden via bijvoorbeeld Airbnb.

Nederlanders die hun vakantieertier in eigen land zochten, verbleven in 2019 het vaakst in een vakantiehuis of stacaravan (41 procent), voor een verblijf in een hotel, pension of B&B werd minder vaak gekozen (26 procent). Daarnaast werd bij 16 procent van de vakanties gekampeerd, in tent, vouwwagen of toercaravan. Van de Nederlanders die een buitenlandse vakantie genoten, verbleef bijna 46 procent in een hotel, pension of B&B. Daarnaast koos 15 procent voor een vakantiehuis of stacaravan en vond 17 procent onderdak in de woning van een particulier. Een opvallend verschil tussen de accommodatie van vakanties in binnen- en buitenland, is dat in Nederland zelden een appartement wordt geboekt. Dit was in 2019 bij iets meer dan 1 op de 80 vakanties het geval, terwijl dit bij vakanties buiten de landsgrenzen bijna 1 op de 10 was (figuur 4.6).

Figuur 4.6 Accommodaties tijdens vakanties in Nederland en in het buitenland, 2019



Bron: CBS, CVO 2019.

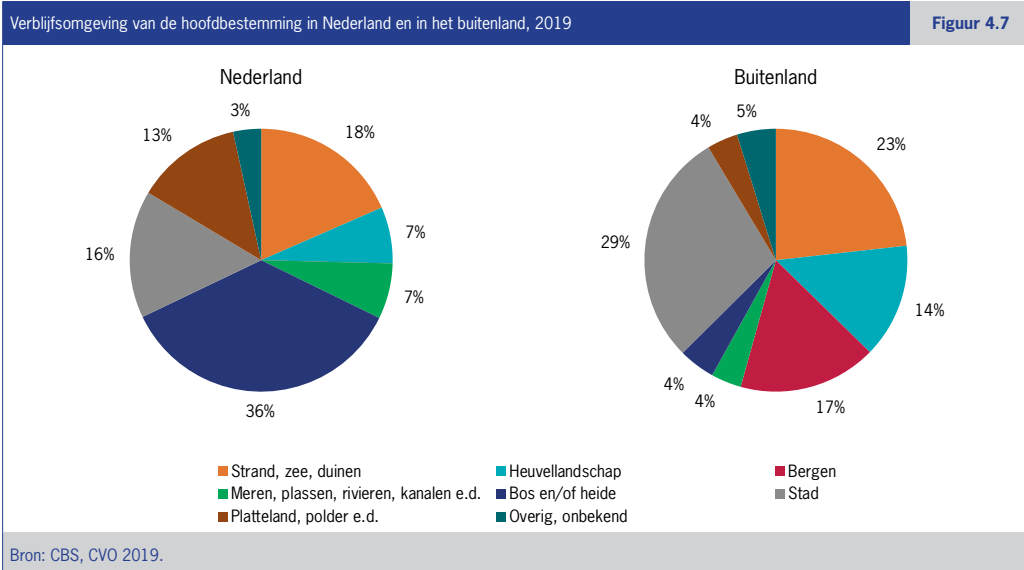
Binnenlandse vakanties vooral op één locatie

Hoe honkvast Nederlanders in 2019 tijdens hun vakantie waren, is op te maken uit het aantal verschillende plekken waar zij overnachtten. Binnen Nederland had een grote meerderheid van 94 procent één vakantielocatie (14,1 miljoen vakanties). Er waren relatief weinig vakanties in eigen land waarbij men op twee of drie of meer verschillende locaties overnachtte (beide 3 procent). Bij buitenlandse vakanties verbleef eveneens een forse meerderheid op één locatie, al ligt dit aandeel hier met twee derde van de vakanties aanmerkelijk lager. Relatief veel personen verbleven op vier of meer plaatsen (15 procent). Elf procent verbleef op twee locaties en 7 procent op drie locaties. Deze cijfers gaan alleen over toeristische vakanties. Voor recreatieve vakanties in een eigen onderkomen is het aantal verblijfslocaties niet beschikbaar. Het is echter aannemelijk dat bij de meeste van deze vakanties alleen in het eigen onderkomen of op de vaste stand- of ligplaats is overnacht.

Stad en strand favoriete vakantieplaatsen

Nederlanders vertoeven tijdens hun vakantie graag in de stad en op het strand: respectievelijk 9,4 miljoen en 8,6 miljoen keer brachten zij hier in 2019 hun vakantie door. Bos- en heidegebieden waren eveneens populair en mochten dat jaar een kleine 7,4 miljoen vakantiebezoekers verwelkomen.

Het blijkt dat Nederlandse vakantiegangers zich binnen en buiten eigen land door verschillende landschappen aangetrokken voelen. In eigen land begaf men zich in 2019 vaak in bos- en heidegebied (36 procent), terwijl buiten Nederland stad en strand de meest populaire omgevingen waren, met respectievelijk 29 en 23 procent van de vakanties. Niet alle landschappen zijn in alle landen te vinden. Zo zullen bergliefhebbers hun heil buiten Nederland moeten zoeken; 17 procent van de buitenlandse vakanties werd in 2019 in de bergen doorgebracht (figuur 4.7).



4.6 Reisgezelschap

Het vaakst met kinderen op vakantie

Nederlanders vierden in 2019 het vaakst vakantie in gezelschap van (hun) kinderen en eventuele andere volwassenen, namelijk 13,5 miljoen keer. Bij 82 procent deze vakanties was het jongste kind in het gezelschap maximaal 12 jaar. De bestemming van ruim de helft van deze vakanties (53 procent) lag in Nederland. Bij de 18 procent van de vakanties waarbij kinderen meegingen was het jongste kind een adolescent in de leeftijd van 13 tot 18 jaar. Bij het merendeel (59 procent) van deze vakanties was sprake van een bestemming buiten de landsgrenzen.

Daarnaast gingen Nederlanders 12,8 miljoen keer samen met hun partner, zonder kinderen of andere personen, op pad. Met volwassen gezins- of familieleden en eventuele andere volwassenen werd minder vaak de vakantie doorgebracht: 6,5 miljoen keer. Bij 5,0 miljoen vakanties bleven de verwanten thuis en begaf men zich op weg met vrienden, kennissen en/of collega's. Het minst vaak werd er alleen gereisd (2,9 miljoen vakanties).

Bij de meeste vakanties ging men in 2019 met zijn tweeën er op uit (17,0 miljoen). Aanzienlijk minder mensen gingen op vakantie in een gezelschap van drie (5,0 miljoen vakanties), vier (7,5 miljoen vakanties), of vijf of meer (8,2 miljoen vakanties) reizigers (tabel 4.5).

Tabel 4.5 Vakanties van Nederlanders in Nederland en buitenland, naar reisgezelschap, 2019.

	Totaal	Nederland	Buitenland
	x 1.000		
Totaal	40.594	17.961	22.632
Alleenreizende	2.854	1.365	1.489
Paar zonder kind(eren)	12.795	5.487	7.309
Volwassene(n) met minderjarig(e) kind(eren)	13.496	6.633	6.864
Volwassene(n) met familieleden en eventueel anderen	6.494	2.499	3.995
Alleen met vrienden, kennissen en/of collega's	4.954	1.978	2.975
Leeftijd jongste kind in reisgezelschap			
0 t/m 5 jaar	6.280	3.687	2.593
6 t/m 12 jaar	5.110	2.308	2.802
13 t/m 17 jaar	2.481	1.009	1.472
Omvang van het reisgezelschap			
1 persoon	2.854	1.365	1.489
2 personen	16.940	7.193	9.747
3 personen	5.014	2.243	2.771
4 personen	7.536	3.334	4.201
5 personen of meer	8.195	3.796	4.400
onbekend	55	31	24

Bron: CBS, CVO 2019.

4.7 Invulling van de vakantie

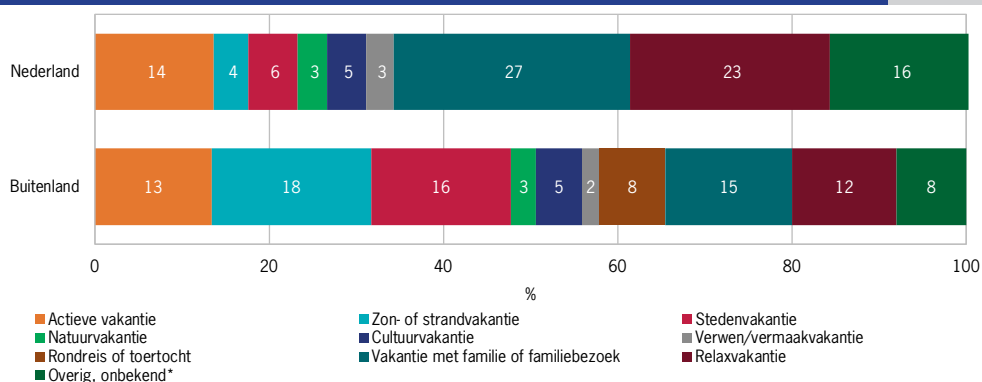
Een vakantie is meer dan alleen maar luieren en kan op diverse manieren worden ingevuld. Hoe onze landgenoten dat doen, komt in deze paragraaf aan bod. Vakanties in een eigen recreatief onderkomen zijn buiten beschouwing gelaten.

Vakanties vaak met familie en vrienden

Nederlanders noemen in 2019 als voornaamste doel van vakantie het samenzijn met familie, vrienden of kennissen of bij hen op bezoek gaan. Bezoek aan familie, vrienden of kennissen in Nederland telt daarbij alleen als vakantie als die familie, vrienden of kennissen het grootste deel van de tijd afwezig zijn. Het aandeel van deze familievakanties was 20 procent, meer nog in eigen land (27 procent) dan in het buitenland (15 procent). Op de tweede en derde plaats komen de relaxvakanties (16 procent) en de actieve vakanties waarbij wandelen, fietsen, wintersport of watersport voorop staan (14 procent). Relaxvakanties, waarbij ontspanning, uitrusten en tot rust komen voorop staat, houdt men vooral in eigen land (23 procent) en minder in het buitenland (12 procent), het aandeel van actieve vakanties is in binnen- en buitenland ongeveer gelijk, tussen 13 en 14 procent. Strandvakanties en stedenvakanties hebben elk een aandeel van 12 procent van alle vakanties en zijn vooral populair tijdens vakanties in het buitenland, respectievelijk 18 en 16 procent (figuur 4.8).

Invulling van vakanties in Nederland en in het buitenland, 2019

Figuur 4.8



Bron: CBS, CVO 2019.

* Voor vakanties in Nederland inclusief rondreizen.

4.8 Uitgaven aan vakanties

Het meest besteed aan buitenlandse vakantie

De totale uitgaven van Nederlanders aan vakanties in 2019 bedroegen 22,0 miljard euro. Het grootste deel daarvan, 18,3 miljard euro, werd besteed aan vakanties in het buitenland. De overige 3,7 miljard euro ging op aan vakanties in het binnenland. Gemiddeld besteedde een Nederlandse vakantieganger 1.542 euro aan vakanties, dit komt neer op 542 euro per vakantie. Een gemiddelde vakantie buiten de landsgrenzen kostte 809 euro en was daarmee flink duurder dan een gemiddelde vakantie in eigen land, waarvoor men 216 euro neertelde. Per vakantiedag was dat respectievelijk 75 en 34 euro per persoon.

Vakantie-uitgaven

De uitgaven aan een vakantie omvatten alle kosten die met die vakantie gemoeid zijn. Het gaat dan om reiskosten, verblijfskosten, uitgaven in horecagelegenheden en overige uitgaven aan bijvoorbeeld boodschappen, entree en souvenirs. Uitgaven aan duurzame recreatiegoederen, zoals een eigen caravan of boot, ski's, koffers of een kampeeruitrusting, worden niet meegenomen. Daar is voor gekozen, omdat deze goederen meestal langer dan één vakantie meegaan. Ook bijvoorbeeld de hypotheek of het onderhoud van een vakantiehuis of stacaravan, of de huur van een vaste seizoen- of jaarplaats tellen om die reden niet mee als vakantie-uitgaven.

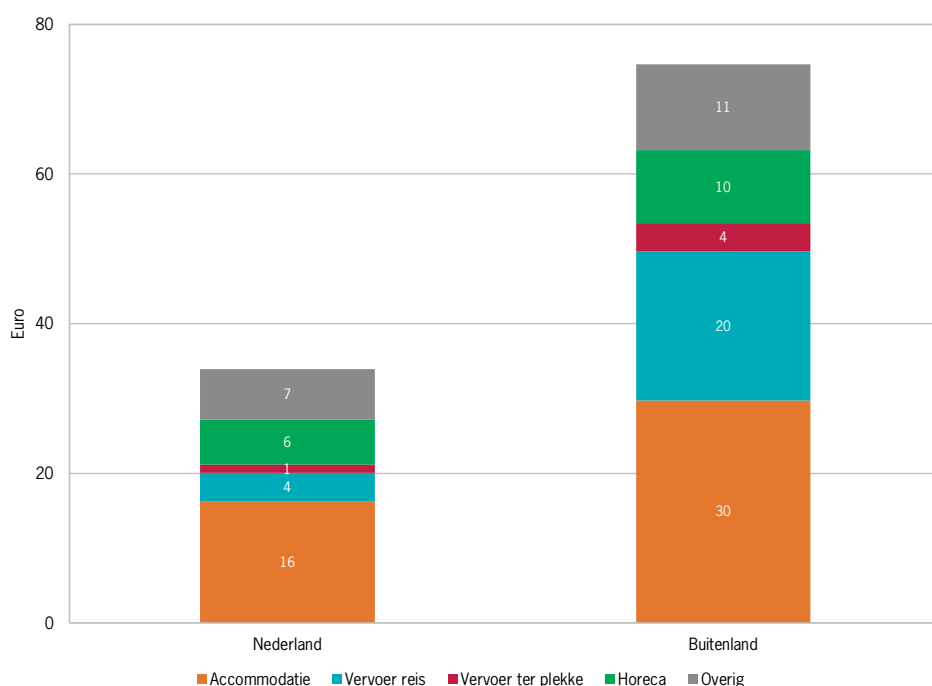
Vanaf vakantiejaar 2017 worden in CVO vijf soorten uitgaven onderscheiden: uitgaven aan de accommodatie, aan vervoer van en naar de bestemming, aan reizen op de plaats van bestemming, aan horeca en overige uitgaven. Overige uitgaven betreffen entreegelden, boodschappen, souvenirs, etc.

In buitenland meer besteed aan horeca

De grootste kostenpost van vakanties is de accommodatie. Nederlanders gaven hieraan in 2019 gezamenlijk 9,1 miljard euro uit, ruim 40 procent van de totale vakantiebestedingen. Bijna een kwart van de uitgaven, 5,3 miljard euro, ging op aan vervoer van en naar de vakantiebestemming. Vervoer ter plekke daarentegen omvatte met 1,0 miljard euro slechts 5 procent van het vakantiebudget. Het aandeel uitgaven aan horeca lag met 3,1 miljard euro drie keer zo hoog. De overige uitgaven bedroegen 3,5 miljard euro.

De kostenverdeling van vakanties in binnen- en buitenland verschilt aanzienlijk. Bij vakanties in Nederland wordt naar verhouding meer aan de vakantieaccommodatie uitgegeven dan bij vakanties in het buitenland: 48 tegen 40 procent van de vakantiebestedingen in 2019. Bij buitenlandse vakanties daarentegen, gaat een groter deel van het budget op aan het vervoer van en naar de vakantiebestemming dan bij vakanties in eigen land. Dit is niet vreemd, aangezien bij buitenlandse vakanties doorgaans meer kilometers gereisd worden. In 2019 was het reisvervoer bij buitenlandse vakanties goed voor ruim een kwart van de uitgaven, bij binnenlandse vakanties was dat 11 procent. In eigen land werd wel weer relatief veel gespendeerd aan horeca: 18 procent tegenover 13 procent bij vakanties buiten Nederland. Dit percentuele verschil ontstaat doordat de accommodatie en het vervoer bij buitenlandse vakanties duurder zijn dan bij binnenlandse vakanties. Het werkelijke bedrag dat men per persoon gemiddeld per vakantiedag aan horeca kwijt was, lag in het buitenland met 10 euro namelijk hoger dan in Nederland (6 euro) (figuur 4.9).

Figuur 4.9 Uitgaven van Nederlanders aan vakanties per persoon per vakantiedag, 2019



Bron: CBS, CVO 2019.

4.9 Calamiteiten tijdens de vakantie

Iedereen die op vakantie gaat, doet dit met de verwachting een leuke tijd tegemoet te gaan. Des te vervelender is het als er onverwachts iets gebeurt dat roet in het eten gooit. Het kan dan gaan om relatief onschuldige zaken zoals autopech, maar ook om iets ernstigs als het meemaken van een overval of natuurgeweld. Vakanties in een eigen recreatief onderkomen zijn hier buiten beschouwing gelaten.

Calamiteit bij ruim 1 op de 10 vakanties

Nederlanders rapporteerden in 2019 bij 10 procent van hun toeristische vakanties een calamiteit. Het ging daarbij om 3,1 miljoen vakanties. Een groot deel van die calamiteiten betrof een ernstige vertraging door een defect vervoermiddel (26 procent) of door andere redenen, zoals extreme drukte of een staking (21 procent). Bij 18 procent van de vakanties met een calamiteit ging het om ziekte en/of ziekenhuisopname en bij 10 procent om familieomstandigheden thuis. Natuurgeweld kwam in 2019 bij iets minder dan één op de tien vakanties met een calamiteit voor. Ongevallen en misdaad of ander geweld werden minder vaak gerapporteerd (8 en 3 procent). In de meeste gevallen kon de vakantie ondanks de calamiteit worden vervolgd. In ruim 8 procent van de gevallen was de ernst van de calamiteit echter zodanig, dat men zich genoodzaakt zag om de vakantie te onderbreken en voortijdig huiswaarts te keren. In 2019 was dit het geval bij 257 duizend vakanties.

4.10 Gevolgen van de COVID-19-crisis

In 2020 wordt Nederland in de greep gehouden door een calamiteit van een hele andere orde: het COVID-19-virus. Op 27 februari werd de eerste besmetting in Nederland gemeld en vanaf 12 maart trof de regering steeds ingrijpendere maatregelen om verdere verspreiding van het virus te voorkomen. Zo gold er onder andere een verbod op burgerluchtverkeer met enkele landen. Ook hebben diverse landen een inreisverbod ingesteld voor buitenlandse reizigers. Vanaf 11 mei vond er weer een geleidelijke versoepeling plaats. Deze paragraaf gaat in op het effect van de COVID-19-maatregelen wereldwijd op de vakanties van Nederlanders in de eerste 6 maanden van 2020. Het zijn voorlopige cijfers.

Nederlanders gaan minder op vakantie

De wereldwijde COVID-19-crisis heeft een substantieel effect op het vakantiegedrag van de Nederlandse bevolking gehad. Vanaf week 9, de week van de eerste COVID-19-besmetting op 27 februari, was er in 2020 een daling van het aantal vakantiegangers ten opzichte van diezelfde week in 2019. Dit was de week waarin de eerste Nederlandse besmetting werd gemeld. Pas vanaf week 11, waarin ook 12 maart viel, zette de daling ten opzichte van het voorgaande jaar goed door, tot in week 13 een dieptepunt werd bereikt. In die week waren nog geen 150 duizend Nederlanders 1 of meer dagen op vakantie, ruim 900 duizend minder dan in dezelfde week in 2019. Dit dieptepunt duurde tot week 20 (de week van 11 mei). Daarna werden de maatregelen versoepeld en nam het aantal vakantiegangers weer toe.

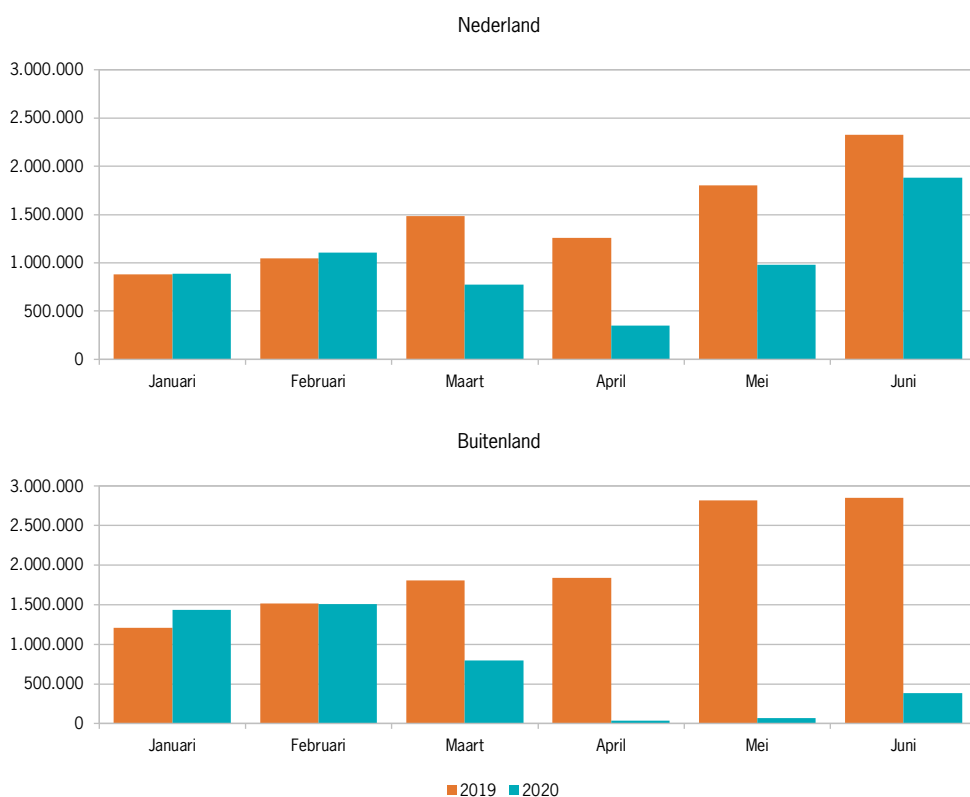
Vrijwel geen vakanties naar het buitenland

Het aantal Nederlanders dat in de maanden januari t/m juni van 2020 op vakantie ging, daalde voor zowel binnenlandse als buitenlandse vakanties. Op het dieptepunt in april 2020 gingen er 347 duizend Nederlanders in eigen land op vakantie, dit is 28 procent van de 1,3 miljoen deelnemers een jaar

eerder. Het aantal Nederlanders dat in april 2020 op vakantie ging naar het buitenland was amper 36 duizend en daarmee slechts 2 procent van het volume in diezelfde maand in 2019.

In de maanden mei en juni krabbelde de binnenlandse vakantiemarkt weer langzaam overeind. In mei waren de aantallen binnenlandse vakantiegangers op 54 procent van het niveau van 2019. Dit herstel zette door in juni en was toen al weer ruim 80 procent van wat het een jaar eerder was: 1,9 miljoen Nederlanders gingen in die maand op binnenlandse vakantie. Vakanties naar het buitenland laten veel minder herstel zien. In mei lag het aantal Nederlanders dat op buitenlandse vakantie ging op 2 procent van diezelfde maand in 2019. Pas in juni trad voorzichtig herstel op en steeg het aantal Nederlandse vakantiegangers in het buitenland naar 385 duizend. Dit is echter nog geen 14 procent van het aantal buitenlandse vakantiegangers in 2019.

Figuur 4.10 Deelname van Nederlanders aan vakanties in Nederland en in het buitenland in de eerste 6 maanden van het jaar, 2019-2020



Bron: CBS, CVO 2019-2020.

Herstel vakantie-uitgaven blijft achter

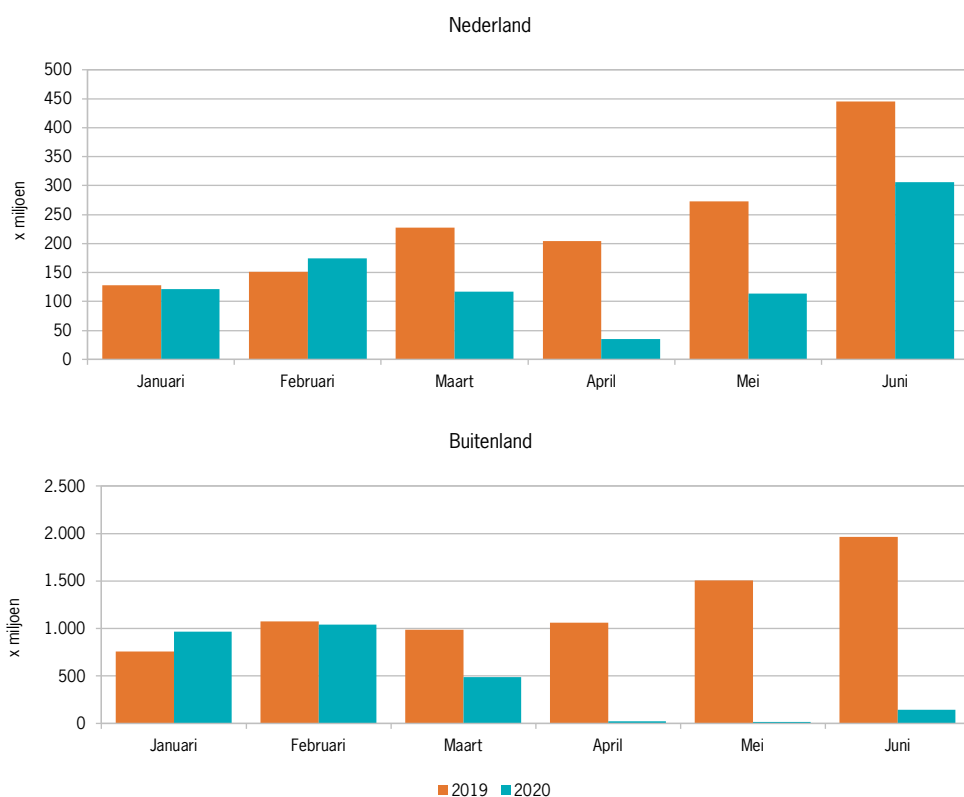
De maandelijkse uitgaven van Nederlanders aan binnenlandse en buitenlandse vakanties in de eerste zes maanden van 2020 volgen een vergelijkbaar verloop als de vakanties. De uitgaven daalden sterk in maart en april om vervolgens in mei en juni weer enig herstel te tonen. De daling in de uitgaven was

echter sterker en het herstel kleiner dan bij de vakantiedeelname, vooral bij buitenlandse vakanties. De buitenlandse vakantie-uitgaven waren in mei nog slechts 15 miljoen euro, 1 procent van wat zij in mei 2019 waren. Het herstel in juni omvatte een toename van deze uitgaven naar 142 miljoen euro, 7 procent van de uitgaven in juni 2019. Ten opzichte van het herstel van de vakantiedeelname bleef het herstel van de uitgaven daarmee 7 procentpunten achter.

Het herstel van de uitgaven aan vakanties in Nederland bleef eveneens achter. Na een dieptepunt in de uitgaven van 35 miljoen euro in april stegen de uitgaven in mei en juni tot respectievelijk 114 en 306 miljoen euro. Het niveau van de vakantie-uitgaven in juni lag daarmee op twee derde van de uitgaven in diezelfde maand in 2019. Het herstel van de binnenlandse uitgaven bleef dus eveneens achter bij het herstel van de vakantiedeelname en wel 12 procentpunt.

Uitgaven van Nederlanders aan vakanties in Nederland en in het buitenland* in de eerste 6 maanden van het jaar, 2019-2020

Figuur 4.11



Bron: CBS, CVO 2019-2020.

* Let op: de schaal van de y-as bij buitenlandse vakanties loopt tot 2,5 miljard euro, die bij binnenlandse vakanties tot 500 miljoen euro.



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 voornamelijk 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 2019 hebben ruim 20,1 miljoen buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezocht; ruim 1,3 miljoen meer dan in 2018 (+7 procent). Zij boekten samen 52 miljoen overnachtingen; zo'n 4,8 miljoen meer dan een jaar eerder (+10 procent). Daarmee groeide het inkomende toerisme in 2019 verder door.
- De meeste toeristen kwamen in 2019 uit Duitsland (6,2 miljoen), België (2,5 miljoen) en het Verenigd Koninkrijk (2,4 miljoen). Met name uit Duitsland en het Verenigd Koninkrijk kwamen dit jaar meer toeristen (beide +9 procent). Vanuit België groeide het aantal toeristen in 2019 met 5 procent.
- Amsterdam is met 7,6 miljoen buitenlandse hotelgasten in 2019 de grote trekpleister in Nederland. Mede door de populariteit van Amsterdam is Noord-Holland de provincie met de meeste buitenlandse meerdaagse toeristen: 10,7 miljoen in 2019.
- Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel. In 2019 ging het om meer dan 15,5 miljoen hotelgasten, 77 procent van het totale aantal buitenlandse toeristen in dat jaar.
- De meeste buitenlandse toeristen komen naar Nederland voor een (korte) vakantie: 69 procent in 2019. 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 2019 hebben buitenlandse toeristen gezamenlijk 14,6 miljard euro besteed aan hun bezoek aan Nederland.

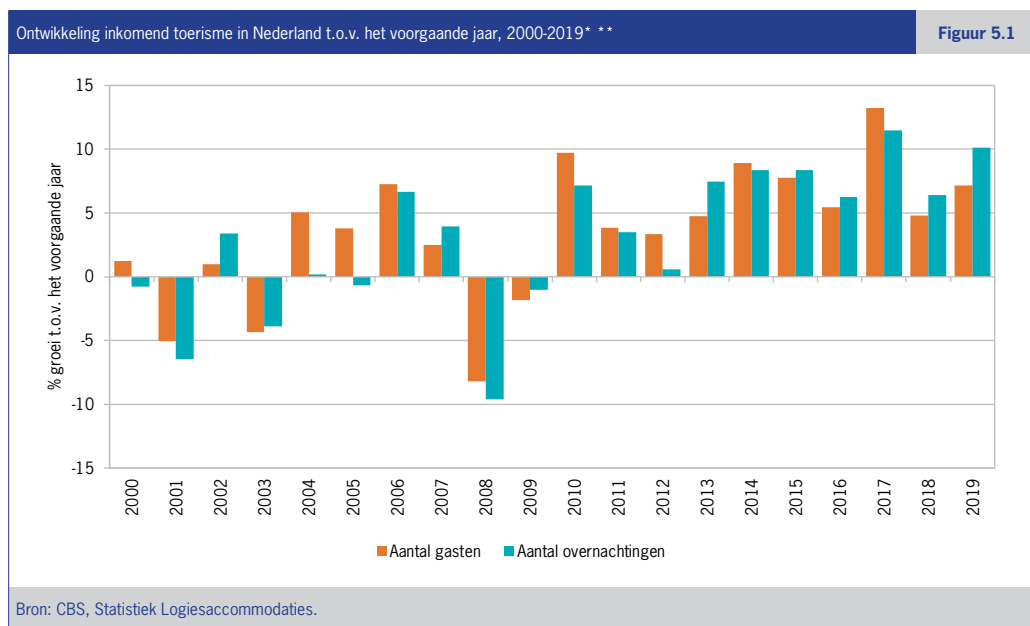
- De 'lockdown' die ten gevolge van de COVID-19-crisis wereldwijd werd afgekondigd heeft grote gevolgen gehad voor het aantal buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties met als voorlopig dieptepunt april 2020 toen het aantal buitenlandse gasten 98 procent lager lag dan een jaar eerder.

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?

Ruim 20 miljoen buitenlandse toeristen

In 2019 hebben 20,1 miljoen buitenlandse toeristen Nederland voor één of meerdere nachten bezocht.¹ Dit waren er 1,3 miljoen meer dan in 2018; een groei van zo'n 7 procent (figuur 5.1). In totaal boekten deze buitenlandse gasten 52 miljoen overnachtingen, 4,8 miljoen meer dan in 2018. Dit betekent een groei van zo'n 10 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 2,6 nachten in Nederland. Dit gemiddelde is al jaren stabiel.



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

** In de figuren in paragraaf 5.1 tot en met 5.4 worden voor accommodaties de volgende ondergrenzen gehanteerd: hotels/pensions/jugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplaatsen; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (vaste standplaatsen, zoals stacaravans die het hele jaar aan dezelfde persoon worden verhuurd, tellen 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.

Aantal accommodaties Airbnb in Amsterdam daalde verder in 2019

Mede aangezet door de exponentiële groei in de laatste 10 jaar van het toeristisch verhuur via het online platform Airbnb, is er steeds meer behoefte aan cijfers over het particulier verhuur van kamers, appartementen en (tweede)woningen aan toeristen. Cijfers hierover zijn voor het grootste deel niet opgenomen in de Statistiek Logiesaccommodaties.² Het gaat echter niet meer alleen om Airbnb, ook platformen zoals Booking, Trip Advisor en Expedia, zijn, naast de bemiddeling in hotelkamers, ook in de markt van het particulier verhuur gestapt. Daarnaast waren er al vele kleinere, vaak lokale, aanbieders actief. Het is moeilijk om voor heel Nederland een betrouwbaar en up-to-date beeld te krijgen van het aanbod en het gebruik van dit soort accommodaties. In feite publiceert alleen Airbnb af en toe cijfers. Verder wordt er veel door derden gewebscrapd.

De laatste officieel gepubliceerde cijfers van Airbnb over heel Nederland dateren van 2018. Daarbij ging het om circa 55 duizend accommodaties met 1,9 miljoen gasten, waarvan 80 procent uit het buitenland afkomstig was. Met een totaal van 44 miljoen gasten in andere accommodaties in Nederland, is dat een marktaandeel van ongeveer 4 procent. Die 1,9 miljoen gasten besteedden volgens Airbnb ongeveer 1,1 miljard euro aan zowel de accommodaties (circa € 250 miljoen) als overige uitgaven (circa € 869 miljoen). Verreweg het grootste deel van de accommodaties van Airbnb wordt in Amsterdam aangeboden: circa 21 duizend (1 januari 2019). Die werden volgens Airbnb in 2019 door circa 700 duizend gasten gebruikt. Dat is een marktaandeel van circa 7 procent vergeleken met de 9,2 miljoen hotelgasten in 2019 in Amsterdam. Gasten verbleven gemiddeld 3 nachten in een Airbnb en kwamen vooral uit Europa (63 procent) en Amerika (22 procent). Vergeleken met Amsterdam is het aanbod in de andere grote steden van Nederland beperkt: Den Haag en Rotterdam beide circa 2 duizend, Utrecht circa 2,6 duizend en Eindhoven circa 500 accommodaties.

Wordt gekeken naar een andere bron (Airdna³) dan lijkt het erop dat in veel steden in Nederland de sterke groei van Airbnb in 2018 en 2019 wat is afgevlakt. Ondanks die trend, zijn er ook nog grote groeiers, zoals Arnhem-Nijmegen, Valkenburg en Eindhoven, maar vooral ook plaatsen aan de kust, zoals Egmond, Noordwijk en Zeeland. Door beperkende maatregelen is in Amsterdam het aanbod, volgens Airdna, de laatste twee jaar met zo'n 20 procent afgenomen.

Het CBS experimenteert met het scrapen van data van toeristische online platformen. Op basis daarvan is onder meer onderzoek gedaan naar de mogelijkheden om schattingen te maken van aantallen toeristen en overnachtingen. Zie het discussionpaper dat in december 2019 hierover verschenen is 'Estimation of the number of guests and overnight stays in platform-related accommodations'. Een belangrijke ontwikkeling in dit kader is dat het statistisch bureau van Eurostat, samen met de Europese Commissie, een overeenkomst heeft getekend met Airbnb, Trip Advisor, Expedia en Booking, om over deze vier platformen heen geaggregeerde data te leveren. De intentie is dat deze data eind 2020 per lidstaat op stadniveau beschikbaar komt. Het gaat om cijfers die vergelijkbaar zijn met de uitkomsten van de Statistiek Logiesaccommodaties, maar daar ook

² Aantal gasten van Airbnb-accommodaties kunnen niet zomaar worden opgeteld bij de totalen van de Statistiek Logiesaccommodaties. Er kan sprake zijn van overlap. Grotere accommodaties die via Airbnb worden verhuurd kunnen mogelijk ook in de Statistiek Logiesaccommodaties zitten. Bovendien worden via Airbnb ook steeds meer hotelkamers aangeboden.

³ Airdna haalt gegevens van Airbnb op door webscraping.

een onbekende mate van overlap mee hebben: aanbod (o.a. hosts en listings) en gebruik (o.a. aantal toeristen en nachten naar land van herkomst).

Bronnen:

Airbnb: <https://press.airbnb.com/new-2018-data-airbnb-grows-responsibly-and-spreads-tourism-across-the-country>;

Airdna: <https://www.airdna.co/vacation-rental-data>;

CBS: <https://www.cbs.nl/en-gb/background/2019/51/guests-and-nights-in-platform-related-accommodations>

Groei Nederland in 2019 boven Europees gemiddelde

In hoofdstuk 2 is reeds gesproken over de internationale aankomsten in alle delen van de wereld. Wereldwijd is het inkomende toerisme in 2019 met 3,6 procent gegroeid, Europa liet een groei zien van 4,0 procent. Met een groei van 7 procent was de ontwikkeling voor Nederland dus bovengemiddeld. Buurlanden Duitsland en België lieten het afgelopen jaar een groei zien van 2 procent en Denemarken van 5 procent. Het aantal aankomsten in het Verenigd Koninkrijk groeide slechts met 1 procent, nadat het internationaal toerisme een jaar eerder nog daalde. De onzekerheden rond de Brexit vormen daarbij een belangrijke verklaring.⁴

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. De economieën in deze landen trokken aan, men had tijd en geld om (extra) vakanties te ondernemen. En Nederland is als buurland een uitermate geschikte bestemming voor een korte vakantie. 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. Als de economische ontwikkeling in die landen stagneert, kan het reisgedrag echter nog erg fluctueren.

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 economische crisis rond 2008-2009. Na deze perioden van krimp herstelde het inkomende toerisme zich weer snel; de laatste jaren was er vaak sprake van forse groeipercentages. Ook in 2020 is er sprake van een opmerkelijke krimp, als gevolg van de COVID-19 crisis. De exacte gevolgen voor het aantal internationale gasten of overnachtingen zijn echter nog niet bekend, hoewel cijfers van januari t/m juli een krimp van 59 procent in het aantal gasten laten zien ten opzichte van dezelfde periode in 2019. In de afsluitende paragraaf van dit hoofdstuk wordt verder ingegaan op de ontwikkelingen in 2020.

⁴ NBTC, Toerisme in Perspectief 2019 en ONS, International Passenger Survey.

Ook paragraaf 8.2 van deze publicatie gaat in op 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.

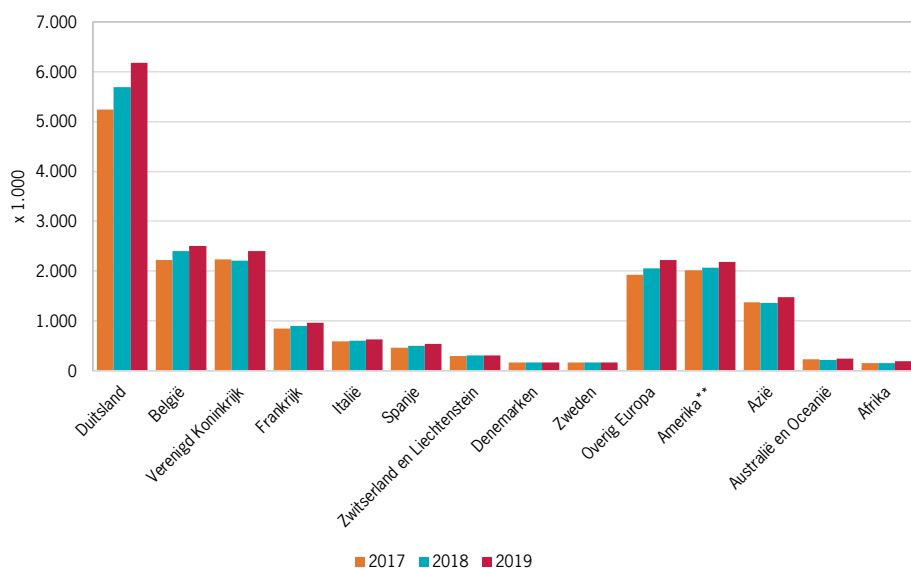
5.2 Herkomst van buitenlandse toeristen

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 2019 ontving Nederland 6,2 miljoen Duitse gasten (figuur 5.2). Dit komt overeen met 31 procent van het totale aantal buitenlandse gasten in 2019. Ook uit België en het Verenigd Koninkrijk komen veel toeristen naar Nederland, respectievelijk 2,5 en 2,4 miljoen gasten. Ongeveer 20 procent van de buitenlandse bezoekers aan ons land kwam in 2019 van buiten Europa. Amerika (Noord-, Midden- en Zuid-Amerika) is het belangrijkste herkomstcontinent buiten Europa. In 2018 ontvingen Nederlandse logiesaccommodaties 2,2 miljoen gasten uit Amerika.

Figuur 5.2 Buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties naar herkomstland, 2017-2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

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

Hotelgasten: meer Britten en Duitsers

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. De belangrijkste herkomstlanden voor hotelgasten in 2019 zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en België. Vooral uit het Verenigd Koninkrijk en Duitsland kwamen in absolute zin meer hotelgasten dan in 2018. Andere herkomstlanden die een relatief sterke groei lieten zien, zijn Rusland, Polen en China. Het volgende deel gaat achtereenvolgens in op de belangrijkste herkomstlanden Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk.

Ruim 9 procent meer Duitse toeristen in 2019

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 Noordzeekust de dichtstbijzijnde kust. In 2019 overnachtten zo'n 6,2 miljoen Duitsers in Nederland; ruim 9 procent meer dan in 2018. Het aantal overnachtingen van Duitse toeristen in Nederland kwam in 2019 uit op 21,6 miljoen (figuur 5.3), een stijging van 12 procent ten opzichte van 2018.

Het overgrote deel van de Duitse gasten komt uit recreatieve overwegingen in het tweede en derde kwartaal van het jaar naar Nederland; slechts 9 procent komt uit zakelijk oogpunt. Duitse toeristen verblijven relatief vaak aan de Nederlandse kust en in de watersportgebieden. Meer dan 2,1 miljoen Duitse gasten verbleven aan de Nederlandse kust in 2019. Dit komt neer op 71 procent van alle buitenlandse gasten in de Nederlandse kustgebieden.



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

Duitse toeristen in Nederland

Al jaren staat Nederland in de top 10 van meest populaire vakantie landen voor Duitsers. Ze komen dan ook in groten getale naar ons land voor een vakantie of dagje uit. Enkele feiten over Duitse toeristen in ons land op een rij:

- Het overgrote deel van Duitsers die naar Nederland komen, is woonachtig in Noordrijn-Westfalen: 61 procent bij korte vakanties (2-4 dagen) en 47 procent bij lange vakanties (5 dagen of meer).
- Ruim zeven op de tien Duitse vakantiegangers komt met het gezin (incl. kinderen) naar Nederland.
- Bijna 80 procent van de Duitse toeristen komt met de auto naar Nederland voor een lange vakantie. Voor korte vakanties is dit ruim zeven op de tien.
- De Nederlandse kust is verreweg de belangrijkste bestemming voor de Duitse toerist.
- Het tweede en derde kwartaal van het jaar zijn het belangrijkste voor inkomend toerisme vanuit Duitsland: in 2019 kwam twee derde van het totale aantal Duitse gasten in deze kwartalen.

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme (2014) en GfK, ReiseAnalyse (2019).

Huisjes op bungalowparken zijn onder Duitsers relatief populaire accommodaties. In 2019 vond 47 procent van alle overnachtingen van Duitse gasten in ons land plaats op een huisjesterrein. Dit is veel in vergelijking met alle buitenlandse gasten, waarvan 'slechts' 29 procent van de overnachtingen in deze accommodatievorm plaatsvond. Duitse gasten verbleven in 2019 gemiddeld 3,5 nachten in Nederland; het gemiddelde van alle buitenlandse gasten bedroeg 2,6 nachten.

België weer tweede herkomstmarkt

België kwam in 2019 op de tweede plaats wat betreft het aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. Met 2,5 miljoen gasten (+5 procent) bleef België daarmee het Verenigd Koninkrijk voor dat op 2,4 miljoen gasten bleef steken. Ten opzichte van 2018 nam het aantal overnachtingen van Belgen in Nederland met 7 procent toe. Belgen bleven in 2018 gemiddeld 2,5 nachten in Nederland.

Belgische gasten in Nederland verblijven vooral op huisjesterreinen. In 2019 betrof het ruim de helft van alle overnachtingen van Belgen in Nederland. Ook hotels zijn een populair accommodatietype onder Belgische toeristen in ons land.

Belgische toeristen in Nederland

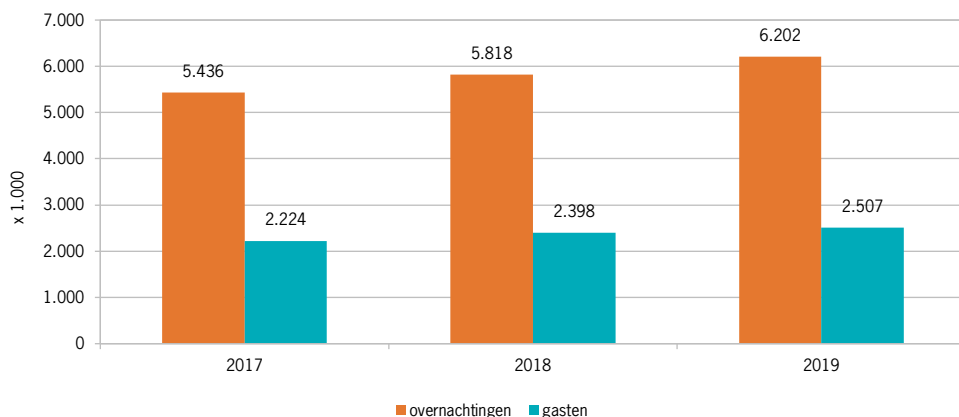
België vormt een belangrijke groeimarkt voor het inkomende toerisme in Nederland. Enkele feiten over Belgische toeristen in ons land op een rij:

- Het overgrote deel van 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.
- Ongeveer 70 procent van de Belgische toeristen komt met de auto naar Nederland.
- Belgen zijn vaak te vinden in de bos- en heidegebieden in Zuid-Nederland (Brabant en Limburg). Mede hierdoor is Noord-Brabant de populairste provincie onder onze zuiderburen. Hierna volgt Zeeland.
- Het tweede en derde kwartaal van het jaar zijn het belangrijkst voor inkomend toerisme vanuit België: in 2019 kwam respectievelijk 27 en 31 procent van het totale aantal Belgische gasten in deze kwartalen.

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties en NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme (2014), Association of Belgian Tour Operators (ABTO), 2020.

Gasten uit België en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2017-2019*

Figuur 5.4



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

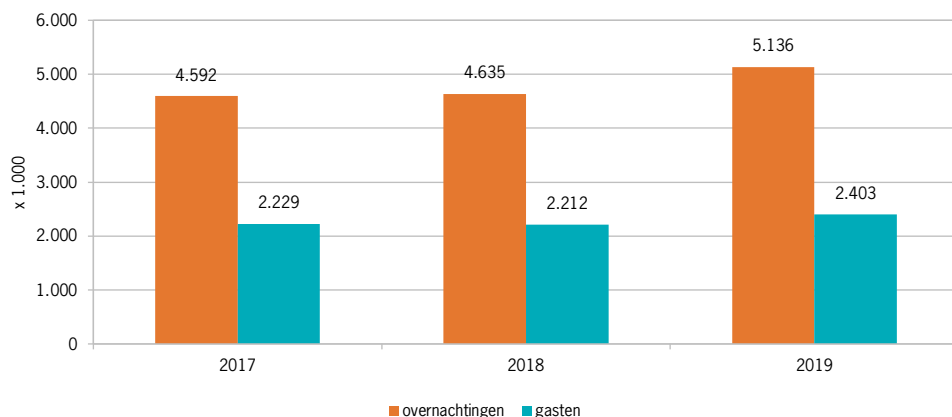
* Overnachtingen van gasten die in België wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

Weer meer Britten in 2019

Het Verenigd Koninkrijk neemt de derde plaats in wat betreft het aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. In 2018 daalde het aantal Britse toeristen in ons land met 1 procent, maar deze daling is in 2019 weer voorbij. In dat jaar kwamen 2,4 miljoen Britten naar Nederland; dit is een sterke stijging ten opzichte van 2018 (+9 procent). Toeristen uit het Verenigd Koninkrijk boekten in 2019 gezamenlijk zo'n 5,1 miljoen overnachtingen (figuur 5.5). Dit is 11 procent meer dan in 2018.

Gasten uit het Verenigd Koninkrijk komen vooral voor vakantie naar Nederland; 59 procent komt uit recreatieve en 36 procent uit zakelijke overwegingen. Stedentrips naar de grote steden zijn hierbij populair. Met name Amsterdam ontvangt veel hotelgasten uit het Verenigd Koninkrijk: 1,4 miljoen in 2019. Dit is 14 procent meer dan in 2018. 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. Britse gasten blijven relatief kort in Nederland: gemiddeld 2,1 nachten in 2019.

Figuur 5.5 Gasten uit het Verenigd Koninkrijk en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2017-2019*



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.

5.3 Bestemmingen van buitenlandse toeristen

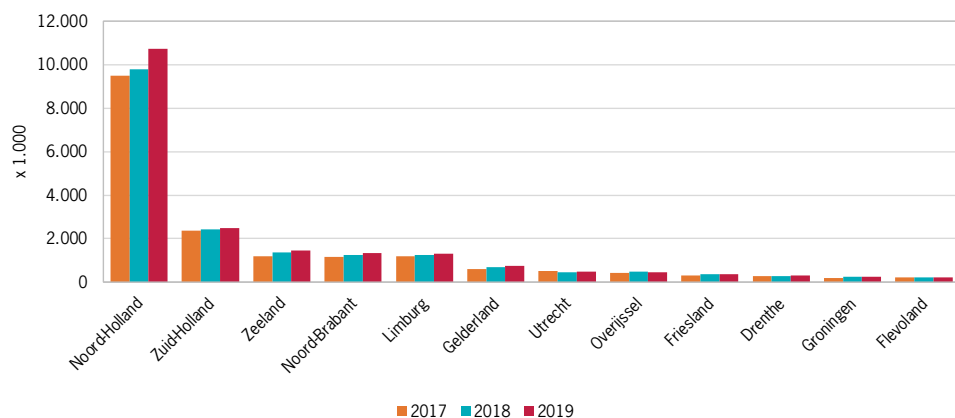
De vorige paragraaf ging over de herkomst van buitenlandse toeristen in ons land. Deze paragraaf gaat in op hun bestemmingen. Welke Nederlandse regio's trekken veel toeristen uit het buitenland?

Noord-Holland meest bezochte provincie

Van alle 20,1 miljoen buitenlandse gasten in 2019, verbleven 7,6 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 ruim 10,7 miljoen buitenlandse gasten in 2019 de meest bezochte provincie (figuur 5.6). Ruim de helft van alle buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in deze provincie. Zuid-Holland bekleedt de tweede plaats met 2,5 miljoen gasten; 12 procent van het totaal. Zeeland volgt met 1,4 miljoen buitenlandse toeristen in 2019. Vergeleken met het jaar ervoor zagen vooral Drenthe (10,2 procent), Gelderland (9,9 procent) en Noord-Holland (9,5 procent) een sterke groei in het aantal internationale gasten. Alleen Overijssel en Friesland zagen een (kleine) daling in het afgelopen jaar ten opzichte van 2018.

Buitenlandse gasten in Nederland naar provincie, 2017-2019*

Figuur 5.6



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

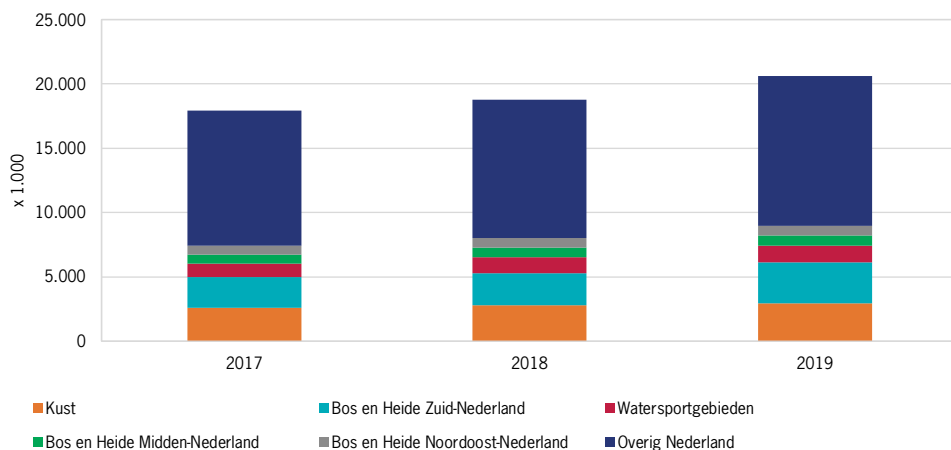
* Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

Bijna 3 miljoen buitenlandse gasten aan de kust

In 2019 ontvingen de Nederlandse kustgebieden bijna 3 miljoen buitenlandse gasten (figuur 5.7), ruim 6 procent meer dan het jaar ervoor. De sterkste groei was zichtbaar in de bos- en heidegebieden in Zuid-Nederland (+25 procent). Bijna een derde van de internationale bezoekers aan deze toeristische regio komt uit België. Ook de bos- en heidegebieden in Midden-Nederland en Overig Nederland (inclusief de grote steden) laten bovengemiddelde groeicijfers zien.

Buitenlandse gasten in Nederland naar enkele toeristische regio's, 2017-2019*

Figuur 5.7



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Spreiding gasten in Nederland

Momenteel bezoeken veel toeristen bekende hotspots als Amsterdam, Giethoorn, Kinderdijk en Volendam met zwaardere belasting van deze plekken als gevolg. Cijfers over de afgelopen drie jaar laten zien dat Amsterdam met een marktaandeel van rond de 37-38 procent een grote aantrekkingskracht heeft op toeristen. Met de HollandCity-strategie wil NBTC in samenwerking met partners richting geven aan het groeiend aantal bezoekers, zodat deze bezoekers beter gespreid worden in tijd en ruimte. De HollandCity-strategie speelt in op het compacte karakter van Nederland. Onderdeel van de strategie zijn onder meer a) districten, b) verhaallijnen en c) evenementen/themajaren.

- a. Voor internationale bezoekers is Nederland als een wereldstad met districten die op relatief korte reisafstand van elkaar liggen. Door behalve Amsterdam ook andere districten uit te werken, ieder met hun eigen onderscheidende DNA, worden bezoekers verleid om minder bekende steden en regio's te ontdekken. Voorbeeld: Design District Eindhoven.
- b. Verhaallijnen lopen als denkbeeldige metrolijnen door Nederland. Ze verbinden plekken op basis van een thema of interesse. Via de verhaallijnen ontdekken internationale bezoekers ook de minder bekende plekken in Nederland. In elke verhaallijn staat een bepaald thema centraal. Typische Nederlandse onderwerpen worden verbonden via een verhaallijn, zoals bijvoorbeeld het verhaal van de Hanzesteden en het verhaal rondom Nederland Waterland.
- c. Evenementen en themajaren zorgen voor urgentie om Nederland in een bepaalde periode te bezoeken. Door in te zetten op evenementen die het DNA van een stad of regio uitdragen, wordt het profiel van een regio versterkt. Voorbeeld van een themajaar is 'Ode aan het Nederlandse landschap' dat in 2021 plaatsvindt.

Districten, verhaallijnen en evenementen/themajaren inspireren bezoekers om buiten de gebaande paden te gaan en minder bekende plekken te ontdekken.

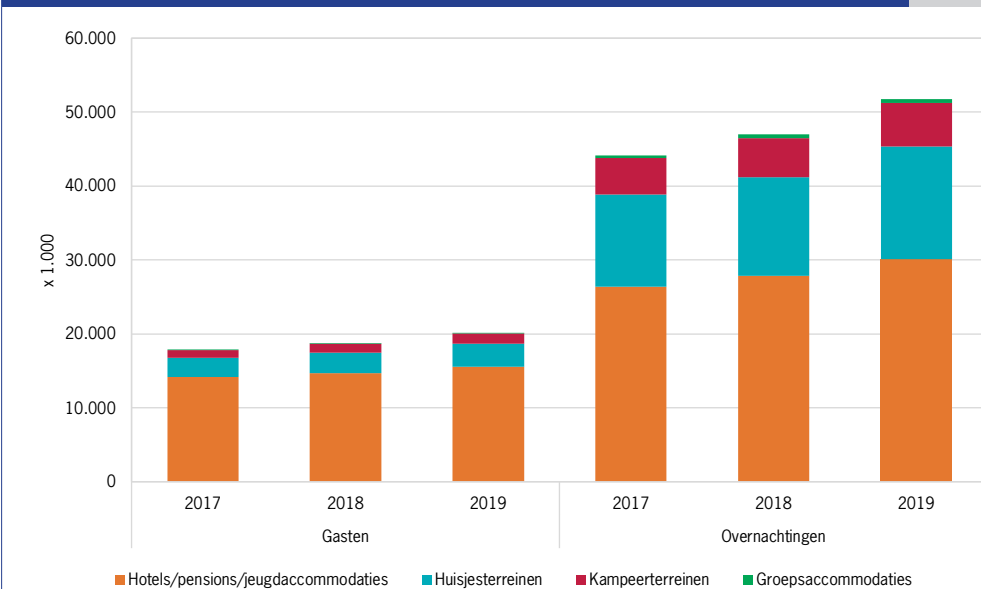
5.4 Inkomend toerisme naar accommodatietype

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

Hotels verreweg het populairst

Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel.⁵ In 2019 ging het om meer dan 15,5 miljoen hotelgasten; dit is 77 procent van het totale aantal buitenlandse toeristen in dat jaar (figuur 5.8). Huisjes- en kampeerterreinen volgen op afstand met respectievelijk 3,2 miljoen en 1,3 miljoen gasten. Groepsaccommodaties sluiten de rij met ruim 100 duizend buitenlandse gasten in 2019.

⁵ Inclusief motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en bed&breakfasts.



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

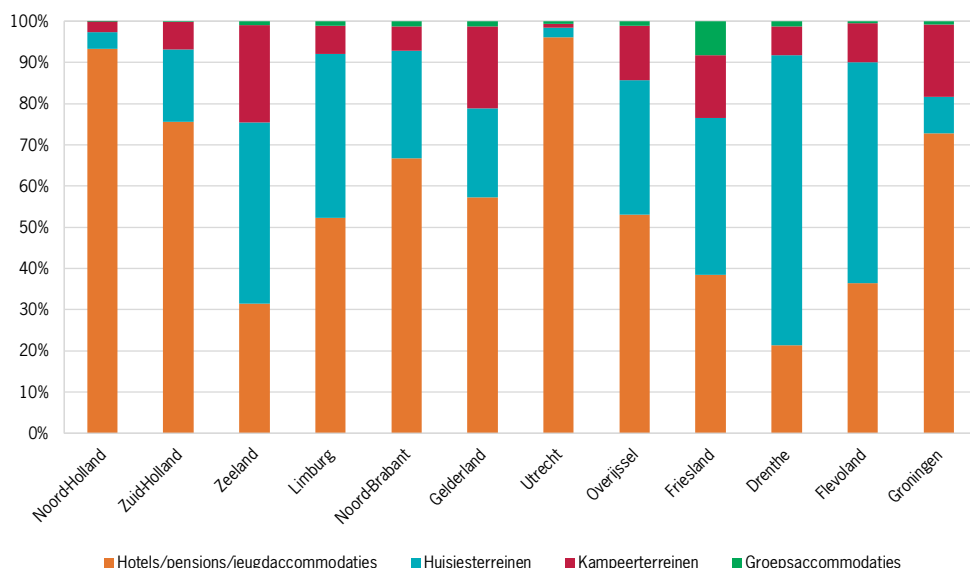
* Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

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 huisjes- of kampeerterreinen.

Sterke groei huisjes en campings

De laatste jaren laten bijna alle accommodatietypen groei zien. Alleen het aantal buitenlandse gasten dat in groepsaccommodaties verbleef daalde in 2019 met 13 procent. In 2019 groeide het aantal buitenlandse gasten in Nederlandse hotels absoluut gezien het sterkst; het aantal buitenlandse hotelgasten steeg met ruim 800 duizend naar 15,5 miljoen (6 procent). Procentueel was de groei voor de huisjes- en kampeerterreinen sterker. Het aantal buitenlandse gasten op huisjesterreinen groeide in 2019 met 15 procent naar 3,2 miljoen gasten. Het percentage buitenlandse gasten op Nederlandse campings steeg met 10 procent naar 1,3 miljoen gasten, wat mede te danken zal zijn aan het mooie zomerweer van het afgelopen jaar.

Figuur 5.9 Verdeling buitenlandse gasten over Nederlandse logiesaccommodaties per provincie naar type accommodatie, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Populariteit logiesvormen verschilt per provincie

Op provinciaal niveau bestaan duidelijke verschillen tussen de logiesvormen wat betreft hun populariteit bij buitenlandse gasten (figuur 5.9). Dit hangt voor een belangrijk deel samen met het type bezoeker dat een provincie voornamelijk trekt. Vakantiegers verblijven bijvoorbeeld relatief vaak op huisjes- en kampeerterreinen; 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 de Randstedelijke provincies. Buitenlandse gasten van huisjesterreinen trekken vooral naar Zeeland en Limburg. De provincies aan de Noordzeekust (Zeeland, Noord- en Zuid-Holland) trekken ook veel buitenlandse gasten op kampeerterreinen. Buitenlandse gasten die verblijven in groepsaccommodaties gaan vooral naar Friesland, voornamelijk naar de Waddeneilanden.

5.5 Bezoekmotieven

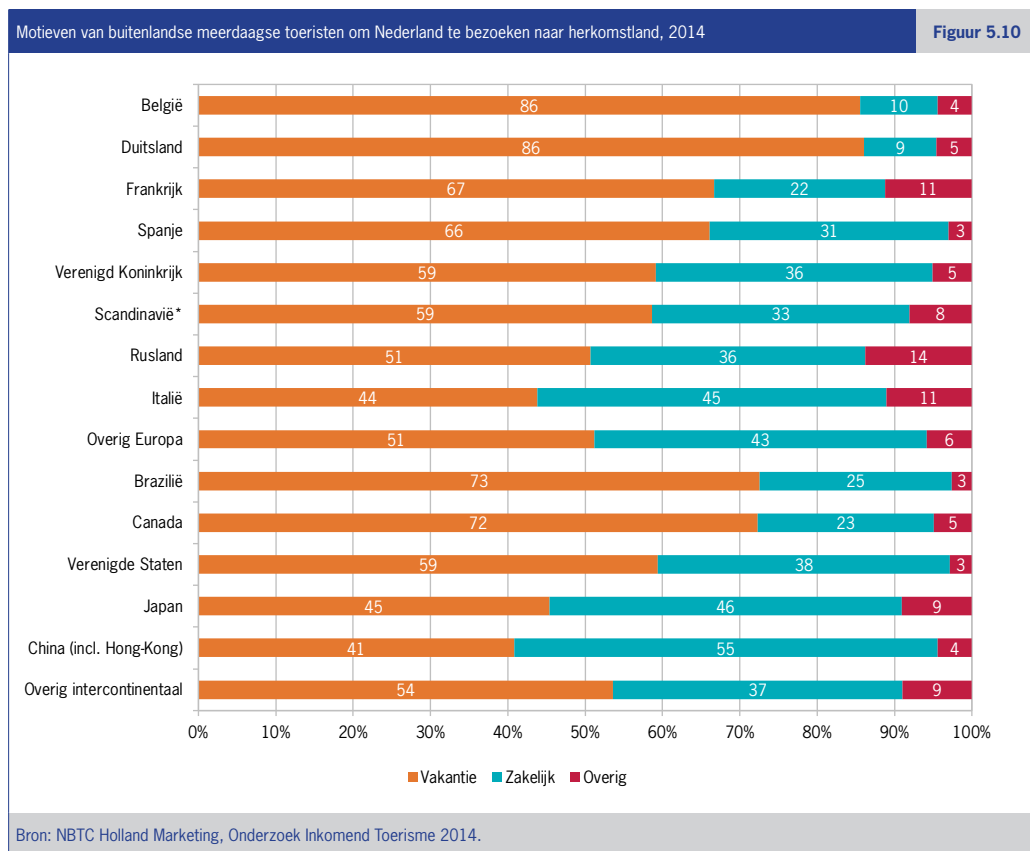
Het voorgaande deel van dit hoofdstuk gebruikte de CBS-statistiek Logiesaccommodaties als cijferbron. In het restant van dit hoofdstuk staan de uitkomsten van het Onderzoek Inkomend Toerisme centraal (zie tekstkader). Deze paragraaf bespreekt het motief van buitenlandse toeristen om een bezoek aan ons 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; 69 procent van alle buitenlandse bezoekers. 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.

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 5.10). 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.



* Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland.

Onderzoek Inkomend Toerisme

In 2014 is het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) voor het laatst door NBTC Holland Marketing in samenwerking met het CBS uitgevoerd. 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 toegangspunten, 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 zoek- en 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.

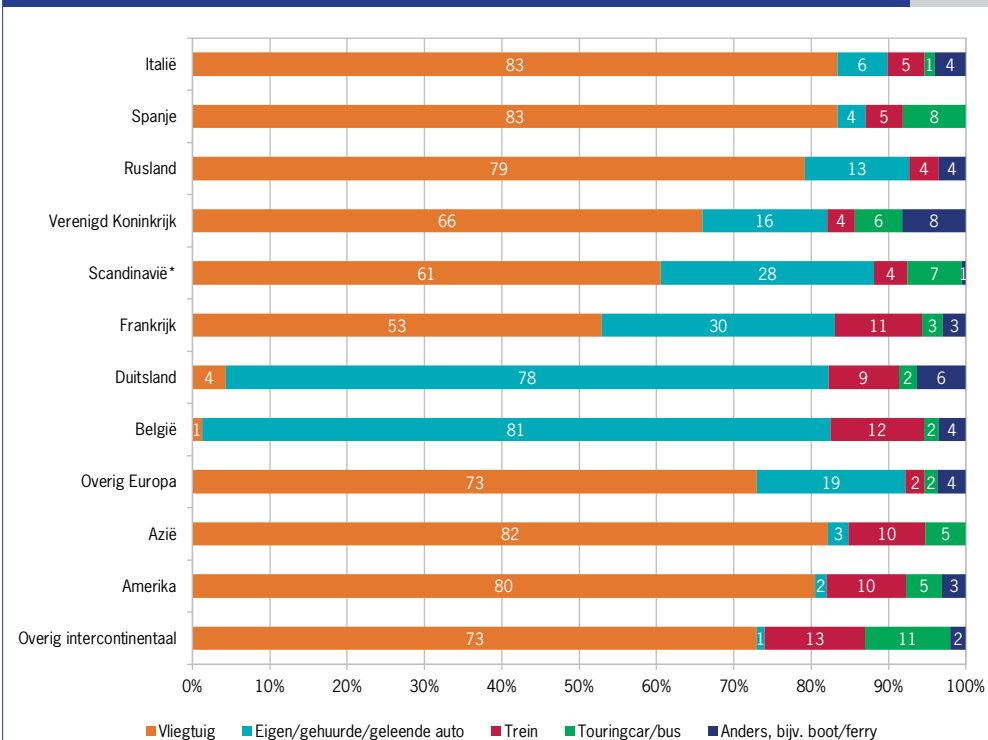
5.6 Vervoermiddelen

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?

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.

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 toegangspunten geworden.



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

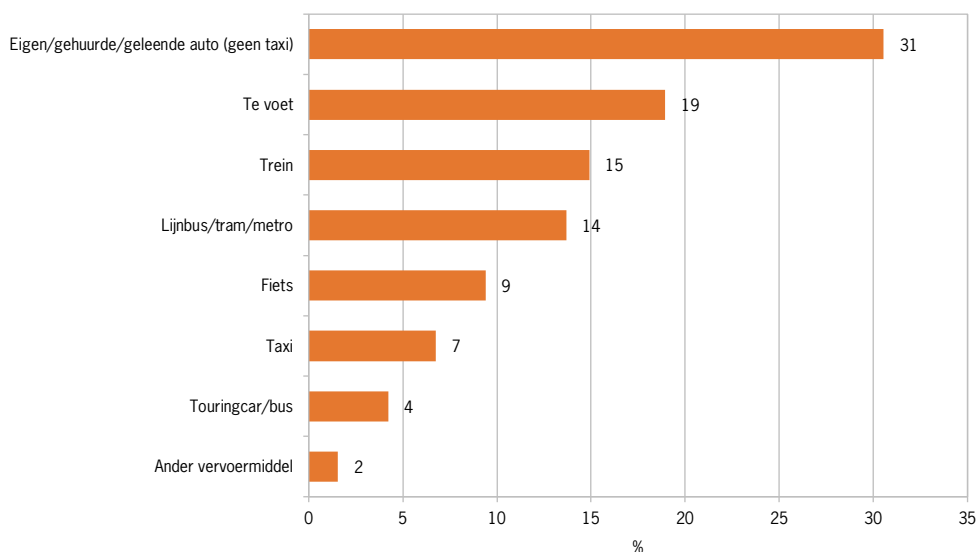
* Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland.

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.

Reizen binnen Nederland vaak per auto

Enmaal 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.

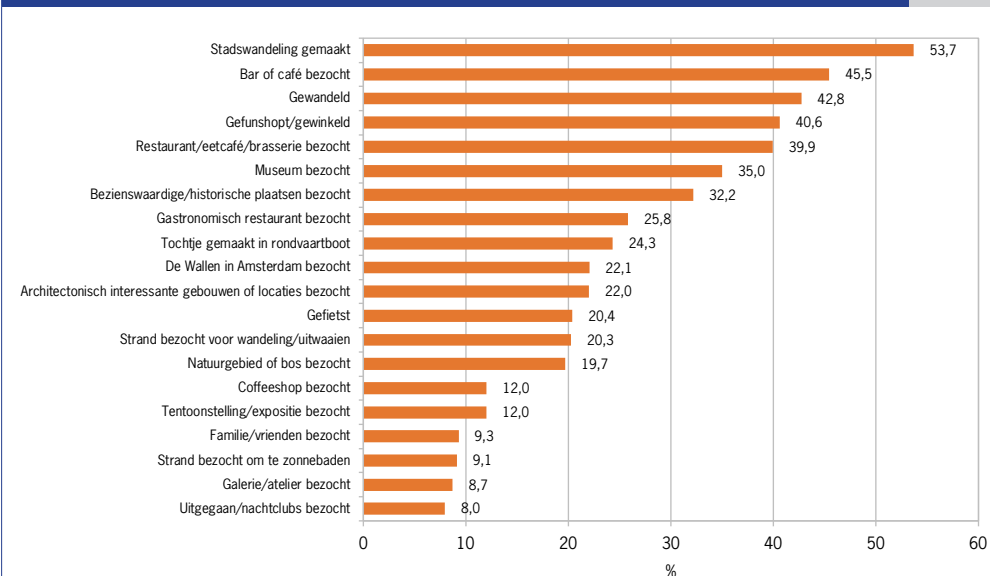
5.7 Ondernomen activiteiten

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.

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 bezoekers. 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.



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

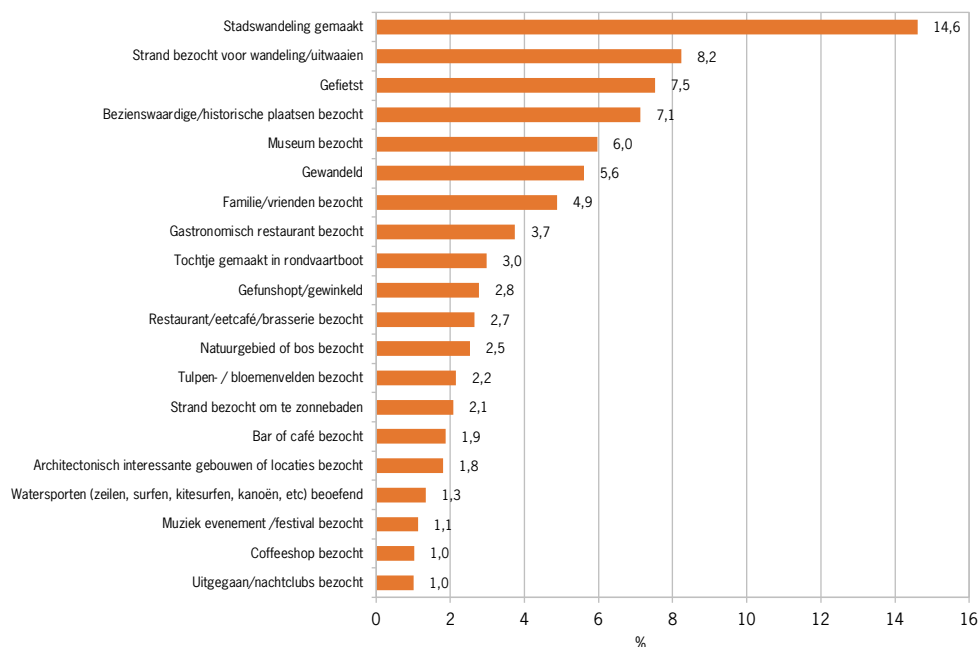
* Het percentage van buitenlandse meerdaagse toeristen dat de betreffende activiteit heeft ondernomen.

Stadswandelingen zijn ook veruit het belangrijkste

Veel buitenlandse toeristen ondernemen een stadswandeling; 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.

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.

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 8.⁶

Inkomend toerisme goed voor 14,6 miljard euro in 2019

In 2019 hebben buitenlandse toeristen gezamenlijk 14,6 miljard euro besteed aan hun bezoek aan Nederland. Het toegenomen aantal buitenlandse toeristen zorgde voor een groei van de totale bestedingen van buitenlandse toeristen in Nederland.

In totaal besteden Duitse toeristen het meest aan meerdaagse verblijven in Nederland. In 2019 gaven zij samen 2,7 miljard euro uit (tabel 5.1). Gevolgd door de Amerikanen met 1,8 miljard euro en de Britten met 1,6 miljard euro. Duitsers en Belgen besteden gemiddeld per persoon het minst vanwege de

⁶ 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 2018. Daarbij is geen rekening gehouden met inflatie.

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.

Bestedingen van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland naar herkomstland, 2019			Tabel 5.1
	bestedingen per persoon per verblijf	bestedingen per persoon per dag	totale bestedingen
	euro	euro	miljoen euro
Duitsland	442	112	2.732
Verenigd Koninkrijk	668	240	1.603
België	320	117	802
Frankrijk	636	227	613
Italië	911	232	567
Spanje	891	239	471
Scandinavië*	716	248	363
Rusland	1.173	255	276
Verenigde Staten	1.180	343	1.846
Canada	1.396	392	249
Brazilië	1.017	298	174
China (incl. Hongkong)	1.256	328	463
Japan	1.323	457	177

Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014, doorrekening NBTC.

* Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland.

Zakenreizigers besteden gemiddeld meer dan vakantiegangers

In 2019 besteedde een gemiddelde buitenlandse zakenreiziger 1.045 euro aan een trip naar Nederland. Dat is aanzienlijk meer dan de bestedingen van een gemiddelde buitenlandse vakantieganger, die 595 euro bedroegen in dat jaar. 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: 13,9 miljoen vakantiegangers tegen 5,1 miljoen zakenreizigers in 2019. Uitgaande van de gemiddelde bestedingen zoals deze volgen uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (2014) resulteert dit voor de vakantiegangers in een economische waarde in 2019 van 8,3 miljard euro en voor de zakenreizigers 5,3 miljard euro.

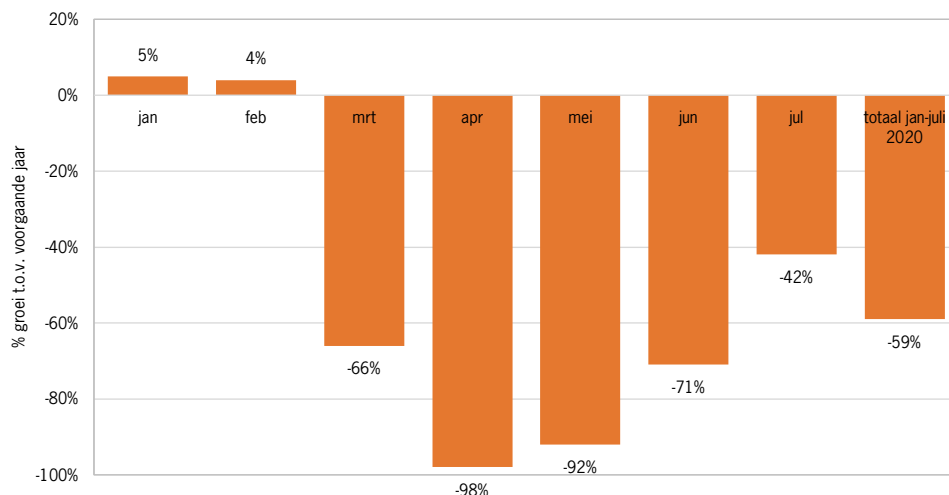
5.9 Gevolgen van de COVID-19-crisis

Afgezien van de crisisjaren 2008 en 2009 groeide het internationale toerisme naar Nederland het afgelopen decennium constant en de verwachting was dat deze groei, gestuwd door enkele grote

internationale evenementen, in 2020 zou voortzetten. Door de COVID-19-crisis kwam er vanaf midden maart van dat jaar echter een abrupt einde aan deze groei.

In de eerste zeven maanden van 2020 is het aantal buitenlandse gasten in Nederland volgens de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS met 59 procent afgenomen. Januari en februari lieten nog een stijging zien van het aantal gasten, maar de 'lockdown' vanaf half maart leidde tot een ongeken- de daling. Het dieptepunt lag in april met een daling van 98 procent. Vanaf mei is er door de versoepelingen sprake van enig herstel; in juli bedroeg de daling echter nog altijd 42 procent.

Figuur 5.15 Ontwikkeling buitenlandse verblijfs gasten in Nederland naar maand, 2020*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, voorlopige cijfers.

Alle herkomstmarkten lieten ongeken- de dalingen zien. De dalingen waren het sterkst voor verder weg gelegen herkomstlanden/-continenten, maar ook het toerisme uit de buurlanden België en Duitsland daalde fors: over de eerste zeven maanden van 2020 kwamen 45 procent minder Duitse en 49 procent minder Belgische gasten.

Ook lieten alle onderscheiden accommodatietypen dalingen zien in het aantal buitenlandse gasten. Die daling was het grootst voor hotels (61 procent minder buitenlandse gasten) en relatief het minst voor huisjessterreinen (50 procent minder). Het aantal buitenlandse gasten op kampeerterreinen daalde in de maanden januari tot en met juli met 56 procent, in groepsaccommodaties met 59 procent.



6 Zakelijk toerisme

In dit hoofdstuk staat het zakelijk 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 en hoe is de internationale positie van Nederland als congresbestemming? Het hoofdstuk sluit af met een korte beschrijving van de ontwikkelingen op de zakelijke markt in de eerste helft van 2020.

Hoofdpunten

- In 2019 vonden ruim 21 miljoen zakelijke hotelovernachtingen plaats in Nederland: een groei van 5 procent ten opzichte van 2018. Zakelijke overnachtingen omvatten daarmee 39 procent van het totale aantal hotelovernachtingen in 2019.
- Van alle provincies vonden in Noord-Holland de meeste zakelijke overnachtingen plaats: 9 miljoen in 2019. In de provincie Utrecht was het marktaandeel zakelijke overnachtingen met bijna 59 procent van het totale aantal hotelovernachtingen het grootst.
- In 2019 hebben Nederlanders ongeveer 9 miljoen zakenreizen ondernomen: circa 4 miljoen meerdaagse zakenreizen in eigen land en 5 miljoen één- of meerdaagse zakenreizen naar het buitenland. Ten opzichte van 2016 is het totale aantal zakenreizen in 2019 met 4 procent gegroeid.
- Een kwart van alle buitenlandse bezoekers komt met een zakelijke reden naar Nederland. In 2019 hebben bijna 5,1 miljoen buitenlandse zakenreizigers ons land bezocht voor ten minste één nacht. De meeste zakenreizigers zijn afkomstig uit het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Duitsland. Een zakelijke bezoeker geeft gemiddeld meer geld uit dan een vrijetijdstoerist. In totaal besteedden buitenlandse zakenreizigers ruim 5,3 miljard euro in 2019.
- In de top 10 van congresbestemmingen, volgens de ICCA-ranglijst, stond Nederland in 2019 net als in het voorgaande jaar op de 9e positie.
- De COVID-19-crisis in 2020 heeft niet alleen een groot effect op de markt voor recreatief verblijfstoerisme, de zakelijke markt is zelfs nog harder geraakt. In de eerste zeven maanden van 2020 daalde het aantal zakelijke hotelovernachtingen met 56 procent.

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 beloond vanuit de plaats die wordt bezocht'.¹ 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 bezoekers. Ten tweede worden reizigers die voor hun werk betaald ('beloond') 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.

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.² Veel landen en steden profileren zich dan ook graag als zakelijke bestemming, ook voor (internationale) conferenties, congressen en dergelijke. Dat geldt ook voor Nederland. Het gaat bij zakelijk toerisme steeds minder om uitsluitend de primaire werkgerelateerde activiteiten, zoals het bijwonen van een vergadering, training of conferentie. Er gaat ook steeds meer

¹ UNWTO, 2010, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, United Nations, no. 83/Rev.1, New York.

² Zie bijvoorbeeld paragraaf 6.4 over inkomend zakelijk toerisme.

aandacht naar 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.³

Behalve politieke en economische ontwikkelingen zijn ook technologische ontwikkelingen van invloed op het zakelijk toerisme. Zo zijn vergaderingen en trainingen door middel van bijvoorbeeld het internet, livestreaming en videoconferencing digitaal en op afstand te volgen, waardoor de noodzaak om te reizen afneemt.⁴ Door de lockdown ten gevolge van COVID-19 hebben zowel thuiswerken als videoconferencing een grote impuls gekregen. De inburgering van dit soort technologische ontwikkelingen kan ook op lange termijn effecten hebben op zakenreizen. 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.⁵

Drie verschillende cijferbronnen

Betrouwbare en recente cijfers over het zakelijk toerisme zijn niet in overvloed beschikbaar. Dit hoofdstuk maakt gebruik van drie bronnen (SLA, CZO en OIT), die wél aan deze voorwaarden voldoen en die hieronder toegelicht worden. Omdat deze bronnen op diverse manieren van elkaar verschillen, zijn de cijfers niet goed met elkaar te vergelijken. Welke bron het meest geschikt is, hangt af van het doel waarvoor de cijfers gebruikt worden.

Voor een totaaloverzicht van de omvang van het zakelijk toerisme in Nederland geldt de CBS-statistiek Logiesaccommodaties (SLA) als bron. In dit onderzoek vraagt het 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 kampeerreinen en huisjesterreinen, vraagt het 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 driejaarlijks 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 deze versie van het Trendrapport komen de resultaten van de recente CZO-meting 2019 aan bod.

Een belangrijk verschil tussen de SLA en het CZO is dat laatstgenoemde personen ondervraagt, 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

³ Zie onder andere IMEX, 2012, *The Power of 10*, Frankfurt.

⁴ Zie paragraaf 6.3 en bijvoorbeeld NBTC, 2015, *Zakelijk ontmoeten in Nederland. Het belang van de sector in kaart gebracht*, Den Haag.

⁵ IMEX, 2012, *The Power of 10*, Frankfurt

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.

Het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) is de derde bron die dit hoofdstuk aanboort. Dit onderzoek, dat in de periode 2013-2014 heeft plaatsgevonden, heeft weer een eigen benadering: het sluit deels aan bij het CZO en deels bij de SLA. Het OIT is een persoonsenquête die kijkt naar buitenlandse vrijetijds en zakelijke toeristen die Nederland bezoeken, en die verblijven in hotels, op huisjesterreinen, kampeerterreinen of in groepsaccommodaties. Er moet dus wel sprake zijn van een overnachting. In hoofdstuk 5 over inkomend toerisme komt dit onderzoek uitgebreid aan bod. De uitkomsten over inkomend zakelijk toerisme worden gecombineerd met actuele gegevens uit de Statistiek Logiesaccommodaties en staan centraal in paragraaf 6.4.

Naast de genoemde drie bronnen, maakt dit hoofdstuk gebruik van cijfers die afkomstig zijn van de International Congress and Convention Association (ICCA), een van de internationale brancheorganisaties van het MICE-toerisme. Deze komen aan bod in paragraaf 6.5 over de internationale positie van Nederland als congresbestemming. De cijfers beslaan een deel van de congresmarkt en geven een goede indicatie van de positie van Nederland in deze markt.

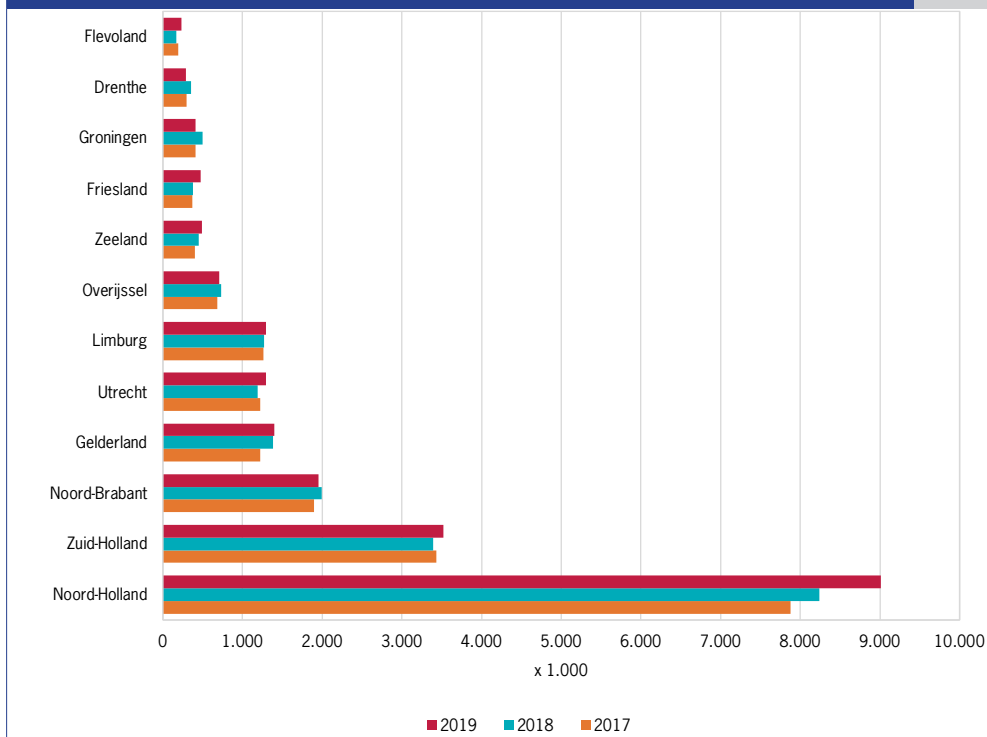
6.2 Zakelijk toerisme in Nederland

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 seizoenspatroon. Nagenoeg alle cijfers zijn gebaseerd op de statistiek Logiesaccommodaties.

21 miljoen zakelijke hotelovernachtingen in Nederland

In 2019 vonden in Nederlandse hotels 21 miljoen zakelijke overnachtingen plaats. Dit betekent een groei van 5,1 procent ten opzichte van 2018, toen het aantal overnachtingen nog op 20 miljoen lag. De groei van de zakelijke markt in 2019 valt samen met de verdere groei van de economie: het bbp in 2019 was 1,7 procent groter dan in 2018. Dat is wat minder sterk dan in 2018. Toen bedroeg de economische groei 2,4 procent, in 2017 werd met 2,9 procent de hoogste groei in tien jaar gemeten.⁶ Het zakelijk toerisme in hotels groeit weliswaar snel, maar iets minder snel dan het totaal aantal hotelovernachtingen. Dat groeide in 2019 met 5,4 procent.

⁶ Zie ook <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/33/economie-krimpt-met-8-5-procent-in-tweede-kwartaal-2020> en de cijfers op StatLine: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84106NED>.



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

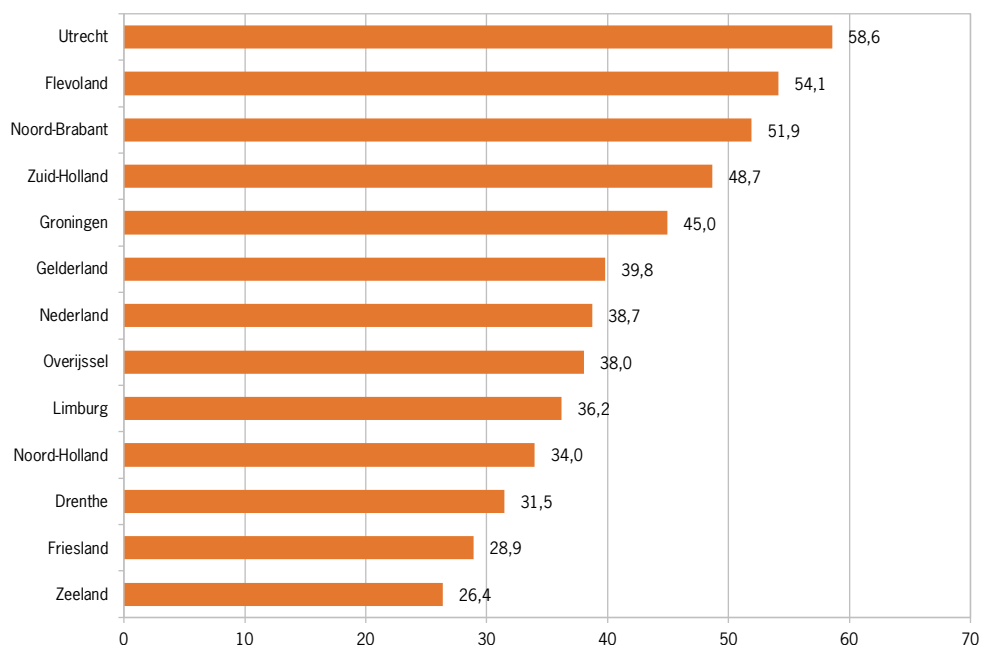
* Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplaatsen.

Meeste zakelijke overnachtingen in Noord-Holland

In 2019 was Noord-Holland de provincie met veruit de meeste zakelijke overnachtingen: bijna 9,0 miljoen (figuur 6.1), een stijging van 9,3 procent ten opzichte van het jaar ervoor. Hiermee was Noord-Holland goed voor 43 procent van het totale aantal zakelijke overnachtingen in Nederlandse hotels. De Amsterdamse hotels droegen het meest bij aan deze koppositie van Noord-Holland: 28 procent van alle zakelijke overnachtingen in heel Nederland vond in Amsterdam plaats. De provincies Zuid-Holland en Noord-Brabant komen respectievelijk op de tweede en derde positie. De minste zakelijke overnachtingen vonden plaats in de provincie Flevoland.

Wat de ontwikkeling van het aantal zakelijke hotelovernachtingen tussen 2018 en 2019 betreft, lieten met name de provincies Groningen en Drenthe een grote daling zien (respectievelijk -18 en -17,1 procent) terwijl in beide provincies in 2018 nog sprake was van een flinke stijging ten opzichte van 2017. Overijssel en Noord-Brabant lieten in 2019 een lichte daling zien (respectievelijk -2,7 en -2,0 procent). In de provincies Flevoland en Friesland is het aantal zakelijke hotelovernachtingen in 2019 toegenomen. De stijging bedroeg in Friesland 23,7 procent en in Flevoland zelfs 35,3 procent terwijl daar in het voorgaande jaar nog sprake was van een daling van 10,5 procent.

Figuur 6.2 Aandeel zakelijke overnachtingen in het totale aantal overnachtingen in hotels in Nederland, naar provincie, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Marktaandeel van zakelijke overnachtingen het grootst in Utrecht

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?

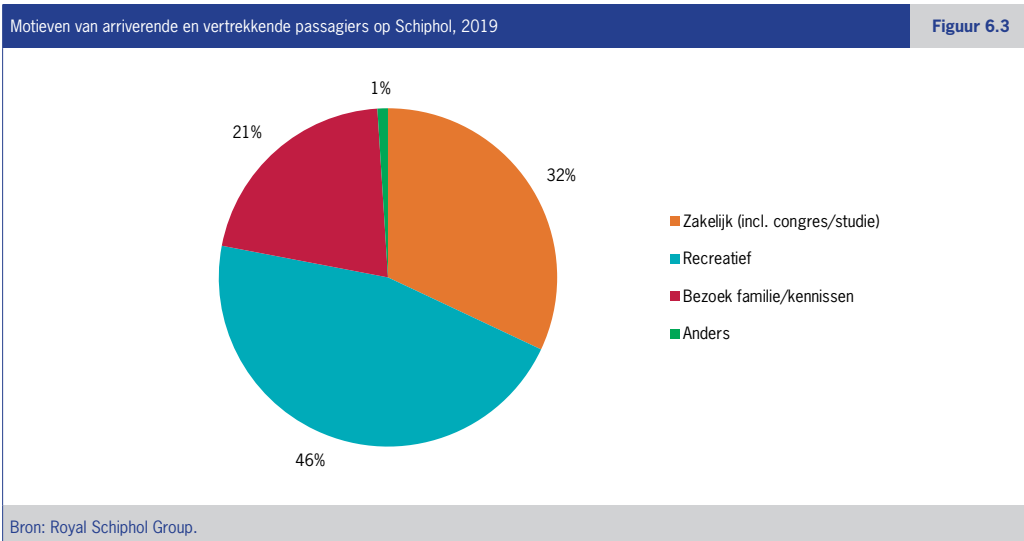
Zakelijke overnachtingen maken een substantieel deel uit van het totale aantal overnachtingen in Nederlandse hotels. In 2019 was dit aandeel 39 procent. Dat is wel iets kleiner dan het aandeel in 2012: 43 procent. Dat heeft te maken met de snellere groei van de vrijetijdsmarkt in de periode 2012-2019. Het aandeel zakelijke overnachtingen was in de provincie Utrecht met 59 procent het grootst (figuur 6.2). In Noord-Holland vonden de meeste zakelijke overnachtingen plaats, maar het zakelijke toerisme had daar 'slechts' een marktaandeel van 34,0 procent. Dit komt voornamelijk doordat Amsterdam ook erg in trek is bij de vrijetijdstoeristen.

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. In juli en augustus vinden minder zakelijke hotelovernachtingen plaats dan in de omliggende maanden, maar wat betreft niet-zakelijke overnachtingen zijn juli en augustus juist topmaanden voor hotels. In grote lijnen is dit seizoenspatroon van zakelijke over-

nachtingen ook te zien in de vier grootste steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) en in Maastricht en Haarlemmermeer. Er zijn wel duidelijke verschillen per stad in termen van de aantallen zakelijke overnachtingen. Amsterdam steekt met kop en schouders boven de andere steden uit.

Zakelijke toeristen die niet in Nederland overnachten, tellen niet mee in het CBS-onderzoek Logies-accommodaties. Dit zijn bijvoorbeeld zakelijke reizigers die per vliegtuig arriveren en dezelfde dag weer vertrekken uit Nederland. Deze reizigers zijn niet onbelangrijk: zij overnachten weliswaar niet in Nederland, maar besteden wel geld 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 arrivinge en vertrekkende passagiers. In 2019 waren dit er 71,7 miljoen, wat een groei betekent van 0,8 procent ten opzichte van het aantal passagiers in 2018 (71,1 miljoen). Het aandeel reizigers met een zakelijk motief (inclusief congres en studie) bedroeg 32 procent in 2019 (figuur 6.3).⁷



6.3 Zakenreizen van Nederlanders

Deze paragraaf beschrijft cijfers over de zakenreizen die Nederlanders hebben ondernomen. Hoeveel zakenreizen vinden in eigen land plaats en hoeveel in het buitenland? Wat besteedt een gemiddelde zakenreiziger? Ook de verschillen tussen de typen zakenreizigers komen in deze paragraaf aan bod.

9 miljoen zakenreizen in 2019

In 2019 hebben Nederlanders die deel uitmaken van de beroepsbevolking bijna 9 miljoen zakenreizen ondernomen. Daarvan had 56 procent een bestemming in het buitenland en 44 procent een bestemming in eigen land. Ten opzichte van 2016 is het totaal aantal zakenreizen met 4 procent gestegen.

⁷ Zie de cijfers van de Royal Schiphol Group: Jaarverslag 2019, p. 38. Beschikbaar via <https://www.jaarverslagschiphol.nl/>

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 de 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 in 2019. Deze cijfers kunnen niet worden vergeleken met de cijfers van de SLA in paragraaf 6.2.

Sterke groei in aantal zakenreizen naar het buitenland

In 2019 hebben Nederlanders in totaal ruim 5 miljoen zakenreizen naar het buitenland ondernomen (tabel 6.1). Dit was circa 6 procent meer dan in 2016. Het aantal zakelijke overnachtingen in het buitenland kwam uit op ongeveer 14,6 miljoen. De meeste buitenlandse zakenreizen duurden langer dan één dag, waarbij de zakenreiziger dus minimaal één nacht op de bestemming verbleef. Slechts 14 procent van alle ondernomen buitenlandse zakenreizen betrof een eendaagse zakentrip, zonder overnachting. Een meerdaagse zakenreis telde gemiddeld circa 3,4 overnachtingen. Dit is iets minder dan in 2013 en 2016 (3,8 nachten en 3,6 nachten respectievelijk). De belangrijkste bestemmingslanden waren onze buurlanden.

Tabel 6.1 Kerncijfers zakenreizen van Nederlanders naar bestemming, 2019*

	Buitenlandse zakenreizen	Binnenlandse zakenreizen
Aantal reizen	5,0 miljoen	4,0 miljoen
Aantal overnachtingen	14,6 miljoen	6,8 miljoen
Economische waarde	Circa 4,3 miljard euro	Circa 1,6 miljard euro

Bron: NBTC-NIPO Research, CZO.

* Buitenlandse zakenreizen betreffen zowel ééndaagse als meerdaagse zakenreizen, binnenlandse zakenreizen betreffen alleen meerdaagse zakenreizen.

Nederlanders gaan het meest op zakenreis naar het buitenland om een vergadering bij te wonen. Ruim één op de vijf buitenlandse zakenreizen heeft dit motief. In paragraaf 6.1 kwam het begrip MICE al aan bod: meetings, incentives, conventions and exhibitions: bijeenkomsten van grotere groepen zakelijke reizigers. Ongeveer 21 procent van de buitenlandse zakenreizen heeft een MICE-motief. Ten opzichte van 2016 zijn er minder zakenreizigers met een MICE-motief op buitenlandse zakenreis gegaan.

Zakenreizigers besteden circa 4,3 miljard euro in het buitenland

Nederlanders die in 2019 voor zaken naar het buitenland reisden, gaven in totaal ongeveer 4,3 miljard euro uit aan deze trips (tabel 6.1). Gemiddeld kwam dat uit op een bedrag van circa 860 euro per persoon per buitenlandse zakenreis. Het grootste deel van deze bestedingen ging naar vervoerskosten, gevolgd door verblijfskosten. Zakenreizigers met een MICE-motief besteedden gemiddeld meer dan zakenreizigers met een individueel zakelijk motief: 1.085 euro tegen 800 euro per persoon per zakenreis.

Meer binnenlandse zakenreizen ondernomen in 2019

In 2019 gingen Nederlanders in totaal circa 4,0 miljoen keer op zakenreis in eigen land (tabel 6.1). Dit aantal komt 2 procent hoger uit dan in 2016. 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: 62 procent in 2019. Een meerdaagse binnenlandse zakenreis telde gemiddeld 1,7 overnachtingen. In totaal boekten de binnenlandse zakenreizigers in 2019 ongeveer 6,8 miljoen overnachtingen.

Het volgen van een opleiding of training is de belangrijkste reden om een meerdaagse binnenlandse zakenreis te ondernemen. In 2019 was 22 procent van de meerdaagse binnenlandse zakenreizen voor een opleiding of training. Daarnaast is ongeveer één op de vijf zakenreizen ondernomen om een vergadering bij te wonen. In totaal kende 33 procent van alle ondernomen zakenreizen een MICE-motief.

Binnenlandse zakenreizen goed voor 1,6 miljard euro

In 2019 gaven Nederlanders in totaal ongeveer 1,6 miljard euro uit aan meerdaagse zakenreizen in eigen land (tabel 6.1). Dat komt neer op ongeveer 405 euro per persoon per binnenlandse zakenreis. Een gemiddelde zakenreis naar het buitenland kostte ruim het dubbele (860 euro). Het grootste deel van de bestedingen aan binnenlandse zakenreizen gaat naar het verblijf, gevolgd door de kosten om deel te nemen aan congressen en vervoerskosten.

Utrecht, Den Haag en Rotterdam meest aantrekkelijke steden voor zakelijke bijeenkomsten

Binnen het CZO is in een aanvullend onderzoek onder organisatoren van zakelijke bijeenkomsten gevraagd naar de aantrekkelijkheid en het imago van provincies en steden als zakelijke bestemming. Utrecht werd als de meest aantrekkelijke stad gezien voor het organiseren van een zakelijke bijeenkomst (77 procent vond de stad (zeer) aantrekkelijk). De hoge score voor Utrecht komt met name door het ruime aanbod aan goede vergader- en congresfaciliteiten en de bereikbaarheid. Daarna waren Den Haag (59 procent), Rotterdam (56 procent) en Den Bosch (54 procent) het meest aantrekkelijk. Ook als provincie werd Utrecht het meest aantrekkelijk gevonden (77 procent), gevolgd door Zuid-Holland (63 procent).

6.4 Inkomend zakelijk toerisme

Deze paragraaf beschrijft cijfers over buitenlandse zakenreizigers die Nederland bezoeken: het inkomende zakelijke toerisme. Aan bod komen 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 komen tot stand door het aandeel zakelijke toeristen per herkomstland uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) 2014⁸ te combineren met het aantal gasten per herkomstland uit de Statistiek Logiesaccommodaties 2019 van het CBS.

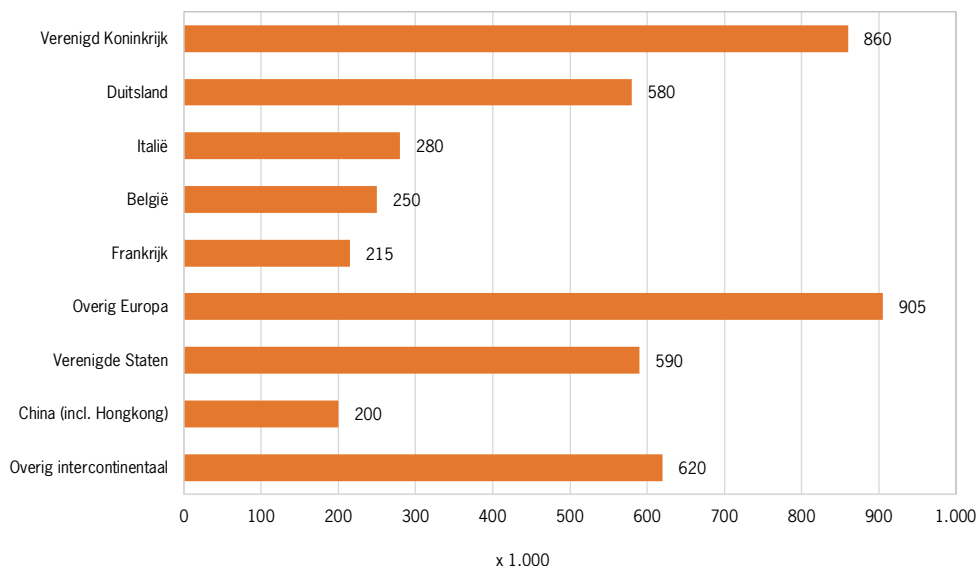
⁸ Meer over dit onderzoek staat in hoofdstuk 5 van deze publicatie.

Circa 5,1 miljoen zakelijke internationale bezoekers

In 2019 hebben naar schatting bijna 5,1 miljoen buitenlandse zakenreizigers ons land bezocht voor ten minste één nacht. In totaal kwamen circa 20,1 miljoen buitenlandse bezoekers voor één of meer nachten naar Nederland. Het aandeel zakenreizigers bedroeg hiermee dus een kwart in 2019.

Het belangrijkste motief om Nederland te bezoeken, verschilt sterk per herkomstland. Uit onze buurlanden België en Duitsland kwamen relatief veel toeristen naar Nederland om vakantie te vieren: in beide gevallen 86 procent. Het aandeel zakelijke bezoekers was voor deze landen vrij klein, ongeveer 10 procent. Vanuit Italië, het Verenigd Koninkrijk, China en Japan komen juist relatief veel zakenreizigers naar Nederland. Vanuit China komt zelfs meer dan de helft van de gasten voor een zakelijk bezoek.

Figuur 6.4 Buitenlandse meerdaagse zakenreizigers in Nederland naar land van herkomst, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, bewerking NBTC Holland Marketing.

* Afgerond op 5.000-tallen.

Veel zakenreizigers uit Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten en Duitsland

Uitgedrukt in absolute aantallen kwamen de meeste zakenreizigers in 2019 uit het Verenigd Koninkrijk: circa 860 duizend (figuur 6.4). Daarmee kwam 17 procent van de buitenlandse meerdaagse zakenreizigers uit het Verenigd Koninkrijk. De Verenigde Staten volgde op plaats twee met ongeveer 590 duizend zakenreizigers (12 procent). Duitsland heeft weliswaar een klein aandeel zakelijke bezoekers, maar wat betreft het absolute aantal zakenreizigers in Nederland nam Duitsland toch een derde positie in. Er komen dus niet alleen veel Duitsers naar Nederland voor vakantie, maar ook voor zaken.

Ruim een kwart komt voor georganiseerd bezoek (MICE)

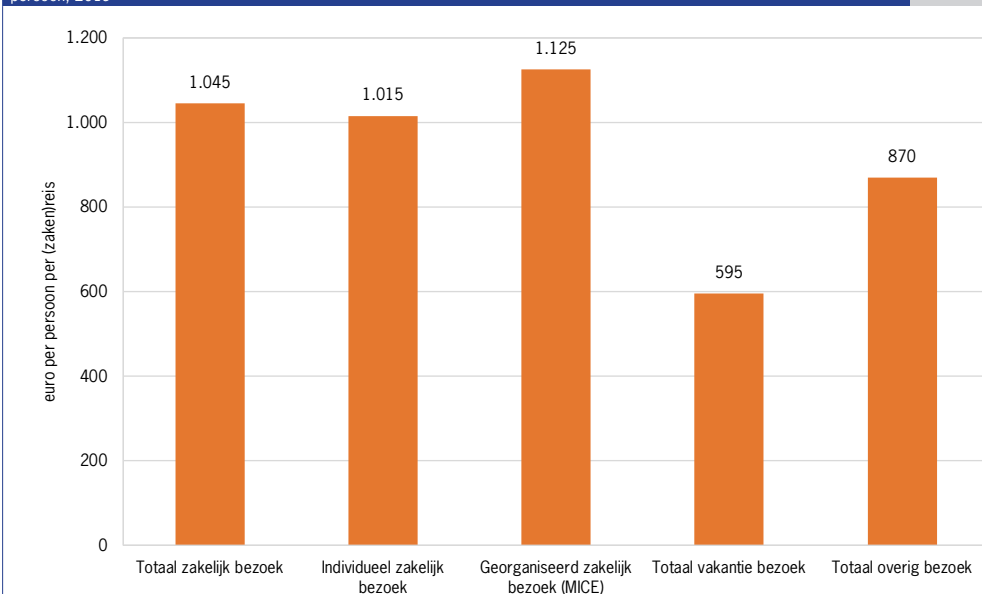
Van de circa 5,1 miljoen buitenlandse zakelijke bezoekers in 2019, kwam ruim een kwart voor een georganiseerd zakelijk bezoek (MICE) naar Nederland. Het betrof 1,4 miljoen buitenlandse MICE-be-

zoekers. De overige zakenreizigers reisden naar Nederland voor een individueel zakelijk bezoek (bijvoorbeeld het bezoeken van een klant/relatie). 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 brachten relatief veel buitenlandse zakenreizigers een bezoek aan Nederland om een congres bij te wonen: 8 procent.

Bij hun bezoek aan Nederland blijven buitenlandse zakenreizigers vaak niet langer dan noodzakelijk in ons land. Vier op de vijf zakelijke bezoekers verbonden geen vrijtijdsverblijf aan hun zakenreis naar Nederland. Van de reizigers die het zakelijke verblijf wel combineren met een vrijtijdsbezoek, blijft 67 procent nog enige tijd na afloop van het zakelijke deel. Een niet-zakelijk verblijf voorafgaand aan het zakelijke gedeelte kwam minder vaak voor: 41 procent. Ongeveer 9 procent van de reizigers die een zakelijk verblijf combineerden met een niet-zakelijk deel, verbleef zowel voor als na het zakelijke bezoek langer in Nederland.

Gemiddelde bestedingen van buitenlandse meerdaagse zakenreizigers en andere toeristen aan reis en verblijf in Nederland per persoon, 2019*

Figuur 6.5



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

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

Buitenlandse zakenreizigers besteedden ruim 5 miljard euro

De circa 5,1 miljoen buitenlandse zakenreizigers die Nederland in 2019 bezochten, hebben naar schatting in totaal zo'n 5,3 miljard euro besteed aan hun bezoek. Gemiddeld betekent dit dus ongeveer 1.045 euro per buitenlandse zakenreiziger (figuur 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 bijna 600 euro per persoon per verblijf.

6.5 Internationale positie van Nederland als congresbestemming

Deze paragraaf gaat in op de internationale positie die Nederland bekleedt als bestemming voor grote congressen. Uitgangspunt vormt daarbij de ranglijst van de ICCA (International Congress and Convention Association). Deze ranglijst komt jaarlijks uit en vergelijkt landen met elkaar in termen van het aantal congressen die er hebben plaatsgevonden.

De ICCA richt zich op de associatiecongressen. Dit zijn congressen die worden georganiseerd door een vereniging (associatie), bijvoorbeeld een congres van de associatie voor hartchirurgen. 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 in de top 10 van congresbestemmingen

De top drie van internationale congresbestemmingen wordt gevormd door de Verenigde Staten, Duitsland en Frankrijk. In 2019 stond Nederland in de ICCA-ranglijst op de negende plaats van internationale congresbestemmingen. Ons land staat hiermee op dezelfde plaats in de ranking als in 2018.

Tabel 6.2 Top 15 van internationale associatiecongresbestemmingen volgens ICCA, 2016-2019*								
Positie				Land	Aantal congressen			
2019	2018	2017	2016		2016	2017	2018	2019
1	1	1	1	Verenigde Staten	934	941	947	934
2	2	2	2	Duitsland	689	682	642	714
3	4	6	4	Frankrijk	545	506	579	595
4	3	4	5	Spanje	533	564	595	578
5	5	3	3	Verenigd Koninkrijk	582	592	574	567
6	6	5	6	Italië	468	515	522	550
7	8	8	7	China	410	376	449	539
8	7	7	7	Japan	410	414	492	527
9	9	10	9	Nederland	368	307	355	356
10	11	11	10	Portugal	287	298	306	342
11	10	9	10	Canada	287	360	315	336
12	13	14	16	Australië	211	258	265	272
13	12	13	13	Zuid-Korea	267	279	273	248
14	15	19	18	Zweden	240	208	252	237
15	14	15	14	Zweden	260	255	257	237

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.

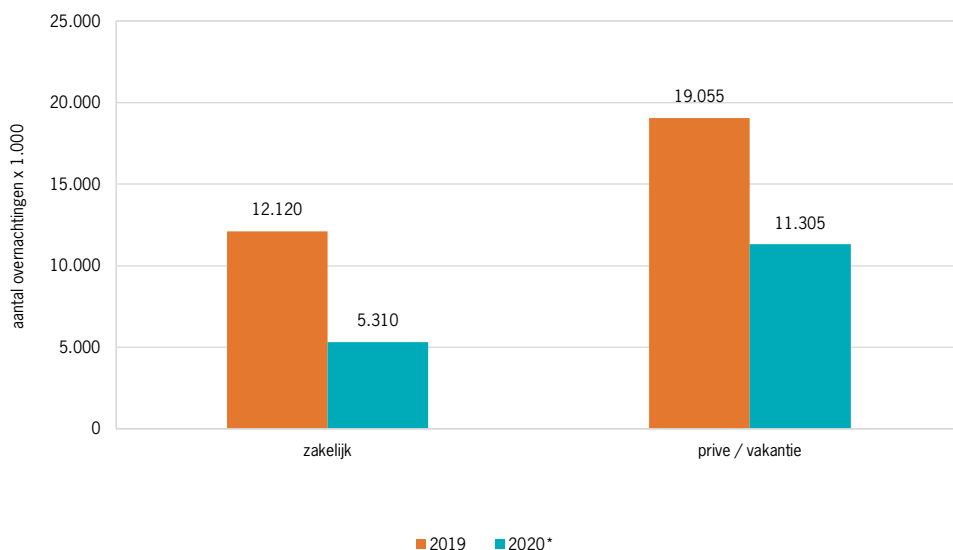
6.6 Gevolgen van de COVID-19-crisis

Zoals we in de voorafgaande paragrafen hebben gezien is zakelijk toerisme belangrijk voor Nederland. In 2019 bezochten zo'n 5,1 miljoen internationale zakenreizigers Nederland. Daarnaast brachten Nederlanders ongeveer 4 miljoen meerdaagse zakenreizen in eigen land door. Door de COVID-19-crisis is het aantal zakelijk gasten in Nederlandse hotels in de eerste zeven maanden van 2020 drastisch gedaald. Met name hotels in de regio Amsterdam zijn geraakt door die daling van het aantal zakelijke gasten.

De daling van het aantal zakelijke verblijfgasten is nog groter dan voor de totale markt. Voorlopige cijfers van de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS laten over de eerste zeven maanden van 2020 een daling zien van 56 procent ten opzichte van dezelfde periode van 2019 voor wat betreft het aantal zakelijke hotelovernachtingen. In dezelfde periode daalden hotelovernachtingen voor privéredenen (veelal vakantie) met 41 procent. Voor de hotels in Amsterdam was die daling nog wat sterker. Daar liep in de eerste zeven maanden van 2020 het aantal zakelijke overnachtingen met 69 procent terug terwijl de overnachtingen voor privéredenen met 58 procent daalde ten opzichte van dezelfde periode in 2019.

Ontwikkeling hotelovernachtingen in Nederland, januari t/m juli 2019 en 2020*

Figuur 6.6



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, bewerking NBTC Holland Marketing.

* Voorlopige cijfers.



7 Inkomend toerisme in Caribisch Nederland

Dit hoofdstuk beschrijft het inkomend toerisme op de Caribische eilanden Bonaire, Sint-Eustatius en Saba voor het jaar 2019. Ook wordt kort teruggekeken vanaf 2013 toen voor het eerst op vergelijkbare wijze werd gemeten. Het gaat in eerste instantie om de vraag hoeveel buitenlandse bezoekers per vliegtuig naar deze eilanden kwamen en wat hun nationaliteit was. Daarnaast wordt gekeken naar de bijbehorende aantallen overnachtingen en de inkomende bezoekers, die met de (kleine) scheepvaart kwamen. Voor Bonaire gaat het daarbij ook om het cruiseverkeer.

Hoofdpunten

Bonaire:

- In 2019 kwamen ongeveer 157,8 duizend bezoekers per vliegtuig naar Bonaire, 7 procent meer dan in 2018;
- De meeste bezoekers per vliegtuig hadden een Nederlandse (inclusief Curaçao, Aruba en Sint-Maarten) of Amerikaanse nationaliteit;
- Het aantal cruisepassagiers dat Bonaire aandeed steeg in 2019 met 15 procent, naar een recordaantal van 458 duizend passagiers;
- Met de kleine pleziervaart kwamen circa 3 duizend passagiers naar Bonaire.

Sint-Eustatius:

- In 2019 vlogen circa 10,5 duizend bezoekers naar Sint-Eustatius, 6 procent minder dan in 2018;
- Ook bij Sint-Eustatius ging het vooral om toeristen met een Nederlandse (inclusief Curaçao, Aruba en Sint-Maarten) of Amerikaanse nationaliteit;
- Met de kleine pleziervaart deden in 2019 circa 5,3 duizend passagiers het eiland aan.

Saba:

- Per vliegtuig kwamen in 2019 circa 8,8 duizend bezoekers naar Saba, 9 procent meer dan in 2018;

- Ook op Saba ging het vooral om bezoekers met een Nederlandse (inclusief Curaçao, Aruba en Sint-Maarten) of Amerikaanse nationaliteit;
- Met de ferry's van Sint-Maarten kwamen in 2019 circa 6,5 duizend passagiers naar Saba. Daarbij is niet duidelijk welk deel bezoekers en welk deel ingezetenen van Saba zijn;
- De kleine pleziervaart bracht in 2019 circa 5,2 duizend inkomende passagiers naar Saba. Dat is inclusief twee kleinere cruises.

7.1 Inleiding

Sinds oktober 2010 zijn de Caribische eilanden Curaçao, Aruba en Sint-Maarten als zelfstandige landen binnen het Koninkrijk der Nederlanden verdergegaan. Zij zijn daarmee via hun statistische bureaus verantwoordelijk voor hun eigen statistische gegevens. Dat geldt niet voor Bonaire, Sint-Eustatius en Saba. Deze eilanden zijn bijzondere gemeenten van Nederland geworden. Dit hoofdstuk presenteert in drie afzonderlijke paragrafen gegevens over het inkomend toerisme van deze drie bijzondere gemeenten van Nederland. De gepresenteerde cijfers hebben vooral betrekking op de jaren 2013, 2018 en 2019. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een korte paragraaf over de gevolgen van de COVID-19-crisis.

Bronnen en methode voor toerisme-cijfers voor Caribisch Nederland

Tot 2010 vormden de 'entry- en departure-kaarten' het middel om informatie te verzamelen over het aantal inkomende bezoekers op de Nederlandse Antillen. Als niet-ingezetenen per vliegtuig aankwamen en vertrokken, waren zij verplicht om schriftelijk enkele vragen over hun herkomst en verblijf te beantwoorden. Na 2010 is deze verplichting voor de bijzondere gemeenten Bonaire, Sint-Eustatius en Saba komen te vervallen. De cijfers in dit hoofdstuk zijn dan ook op andere bronnen gebaseerd, namelijk op beschikbare registers over het vliegverkeer en de scheepvaart en data van de Koninklijke Marechaussee. Sommige van deze registers zijn echter niet volledig. Daarom zijn de cijfers over het inkomend toerisme van Caribisch Nederland die hieruit voortkomen schattingen en geen tellingen. Aansluitend op de internationaal gehanteerde definitie van 'toerisme', betreft het zowel recreatief als zakelijk toerisme, alsmede dagtoerisme en verblijfs-toerisme.

Het proces voor het schatten van het aantal bezoekers per vliegtuig verloopt in drie stappen:

1. Het CBS gebruikt integrale vluchtgegevens van de Koninklijke Marechaussee en de douane van Caribisch Nederland om per maand te bepalen wat per eiland het totale aantal per vliegtuig aankomende passagiers is. Voor Bonaire worden deze gegevens extra gecontroleerd en eventueel verbeterd door deze te vergelijken met de informatie van Flamingo Airport over het aantal inkomende en vertrekkende passagiers;
2. Daarna worden de gegevens van het zogenoemde Border Management Systeem (BMS) gebruikt om te bepalen welk deel van de aankomende passagiers een toeristische bezoeker is en welk deel niet. Het BMS bevat de door de Koninklijke Marechaussee gescande paspoorten van vliegtuigpassagiers die op de eilanden aankomen en vertrekken. Door de gegevens van de paspoortscans te koppelen aan het register van ingezetenen van de eilanden (PIVA) kan bepaald worden of een passagier een ingezetene of een niet-ingezetene en dus een bezoeker is. Op basis van deze informatie berekent het CBS de verhouding tussen het aantal ingezetenen en het aantal niet-ingezetenen: de toerisme-ratio. Voor Bonaire gebeurt dat op maandbasis.

Omdat op Sint-Eustatius en Saba het aantal aankomende passagiers relatief klein is, wordt de toerisme-ratio daar op jaarbasis berekend;

3. Ten slotte wordt op basis van de toerisme-ratio's en het totale aantal aankomende vliegtuigpassagiers geschat hoe groot het aantal bezoekers per eiland per maand is.

Ook schat het CBS het aantal toeristen naar nationaliteit. De passagiers, die tussen Bonaire, Sint-Eustatius en Saba reizen, worden hier niet meegeteld, omdat ze volgens de internationale definitie behoren tot het binnenlands toerisme.

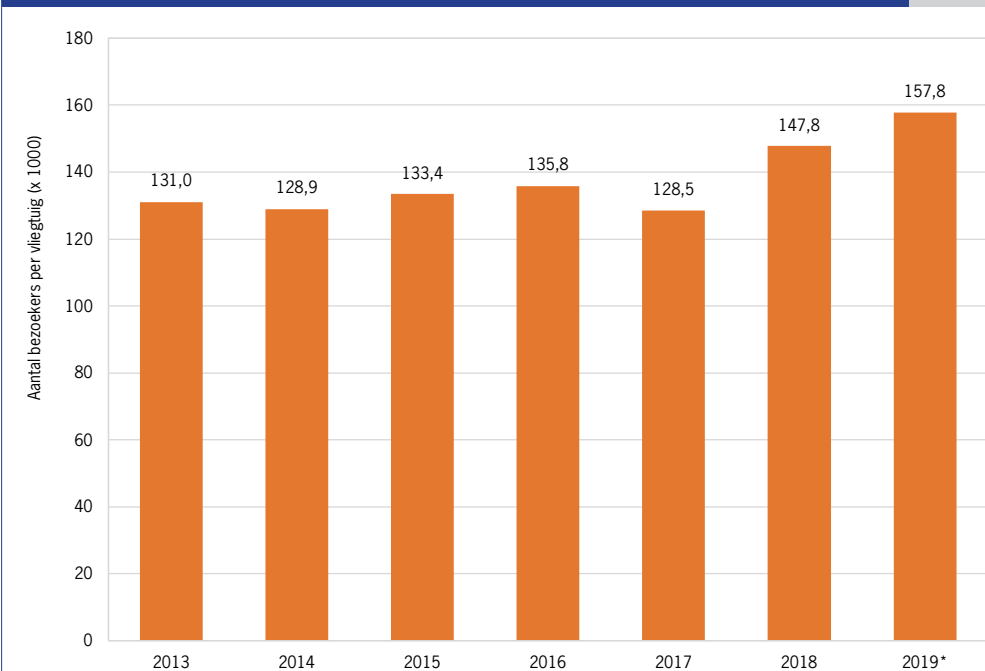
Scheepvaartpassagiers: De douanegegevens bevatten ook informatie over het aantal passagiers dat met een schip een van de eilanden aandoet. In principe behoren de kleine pleziervaart en de cruisevaart (met name Bonaire) geheel tot het inkomend toerisme. Het is wel onduidelijk welk deel van de passagiers daadwerkelijk van boord gaat. Van de passagiers van de ferry's die tussen Saba en Sint-Maarten heen en weer varen, kan (nog) niet worden vastgesteld welke deel een bezoeker is en welk deel een ingezetene is.

7.2 Bonaire

Bonaire is met ruime afstand het grootste eiland van de drie bijzondere gemeenten van Nederland in het Caribisch gebied. Bonaire behoort tot de Benedenwindse eilanden en ligt in de buurt van Aruba en Curaçao. Op 1 januari 2020 had het eiland circa 20,9 duizend inwoners: een groei van 4 procent ten opzichte van 2019. Het bruto binnenlands product (bbp) bedroeg in 2017 circa 428 miljoen Amerikaanse dollars. Het enige vliegveld van Bonaire is Flamingo Airport, waar ook grote vliegtuigen kunnen landen en opstijgen. Het eiland heeft aanlegsteigers voor grote cruiseschepen en twee door land afgeschermd jachthavens. Bonaire is vooral aantrekkelijk als duikeiland, maar ook de natuur en de cruisevaart spelen een belangrijke rol bij het toerisme.

Laatste twee jaar sterke groei van het aantal bezoekers per vliegtuig

In 2019 kwamen circa 157,8 duizend bezoekers per vliegtuig naar Bonaire: een groei van 7 procent ten opzichte van 2018 toen circa 147,8 duizend bezoekers, dagjesmensen en toeristen (met minimaal één overnachting), naar Bonaire kwamen. Sinds 2013 groeide het aantal bezoekers per vliegtuig met 20 procent. De grootste groei heeft zich de laatste twee jaar voorgedaan. Deze groei is gerelateerd aan de stijging van het aantal vliegbewegingen naar en daarmee het aantal aankomende passagiers op Bonaire. In de periode 2013-2016 was slechts sprake van een kleine groei in het aantal bezoekers per vliegtuig, met zelfs een dip in 2017 als gevolg van onder meer de problemen met een regionale luchtvaartmaatschappij (figuur 7.1). Over het jaar gezien speelt het hoogseizoen zich vooral af in de periode november tot en met april.

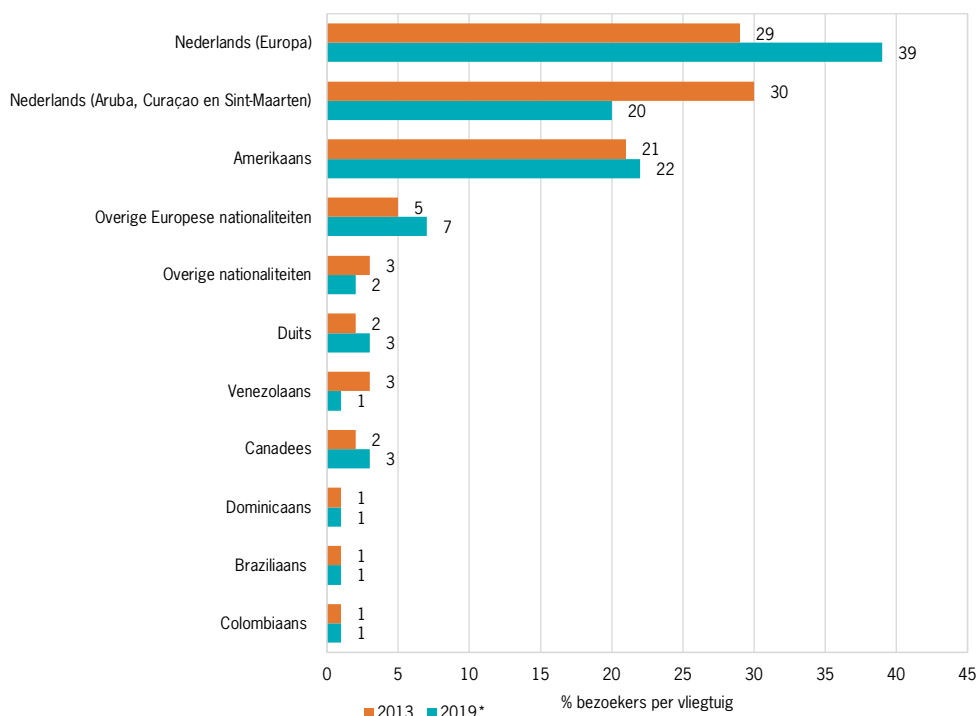


Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.

Over de gehele periode 2013 – 2019 heen kwamen de meeste bezoekers per vliegtuig uit Europees Nederland, de Verenigde Staten en uit de Caribische landen Aruba, Curaçao en Sint-Maarten. Het marktaandeel van Europees Nederland is in die periode wel groter geworden, terwijl het marktaandeel van de landen Aruba, Curaçao en Sint-Maarten juist kleiner is geworden (figuur 7.2).

Toeristen, die per vliegtuig kwamen, verbleven in 2019 voor iets meer dan 1,5 miljoen nachten in een accommodatie op Bonaire. Dat is 6 procent meer dan in 2018. Dat is vergelijkbaar met het groeipercentage van het aantal bezoekers per vliegtuig. Ten opzichte van 2013 gaat het om een groei van circa 27 procent van het aantal overnachtingen. Iets meer dan de groei in het aantal bezoekers per vliegtuig over dezelfde periode.

Figuur 7.2 Marktaandeel bezoekers per vliegtuig naar nationaliteit, Bonaire, 2013 en 2019*

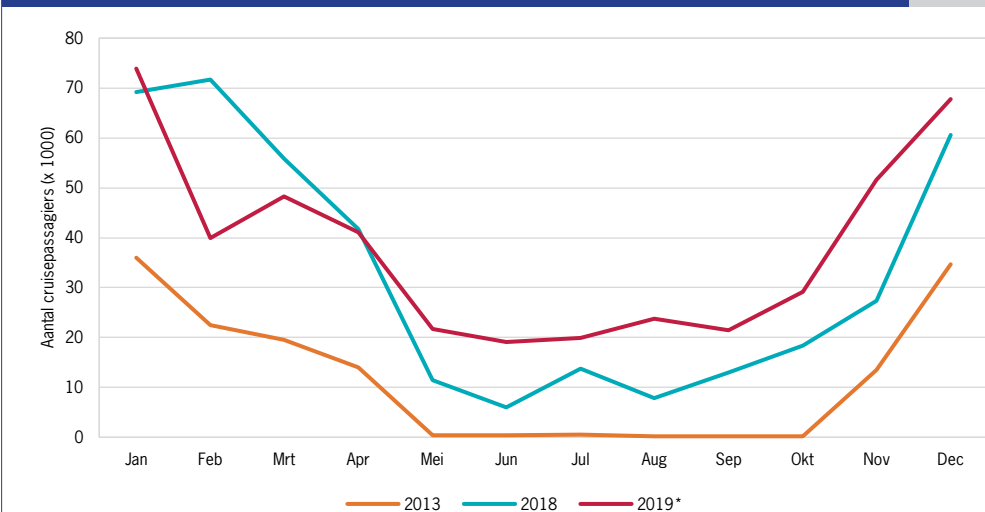
Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.

Groei cruisetoeerisme zet door

Naast bezoekers per vliegtuig, wordt het toerisme op Bonaire ook in belangrijke mate gedreven door het cruisetoeerisme. Cruises brachten in 2019 een recordaantal van 458 duizend passagiers mee: een groei van 15 procent ten opzichte van 2018. Ten opzichte van 2013 is er maar liefst een groei van 322 procent (figuur 7.3). Door de groei van het cruisetoeerisme in het algemeen en de extra inspanningen van het eiland om meer cruises naar Bonaire te trekken, is het aantal cruise-passagiers vooral gestegen vanaf 2017. Daarbij hebben waarschijnlijk ook de relatief lage head tax (geïnde belasting per cruise-passagier) en verbeteringen aan de cruisesteiger (o.a. grotere schepen) een rol gespeeld. Niet gemeten is welk deel van de cruise-passagiers ook daadwerkelijk van boord is gegaan. In vergelijking met 2013, heeft de groei van het cruisetoeerisme zich niet alleen voorgedaan in het hoogseizoen maar juist ook in de periode van het laagseizoen van mei tot en met oktober.

Ten slotte, brachten aanmerende jachten en motorboten in 2019 nog circa 3 duizend passagiers mee. Dat is minder dan in de twee voorgaande jaren toen het nog ging om zo'n 4 duizend passagiers.



Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.

7.3 Sint-Eustatius

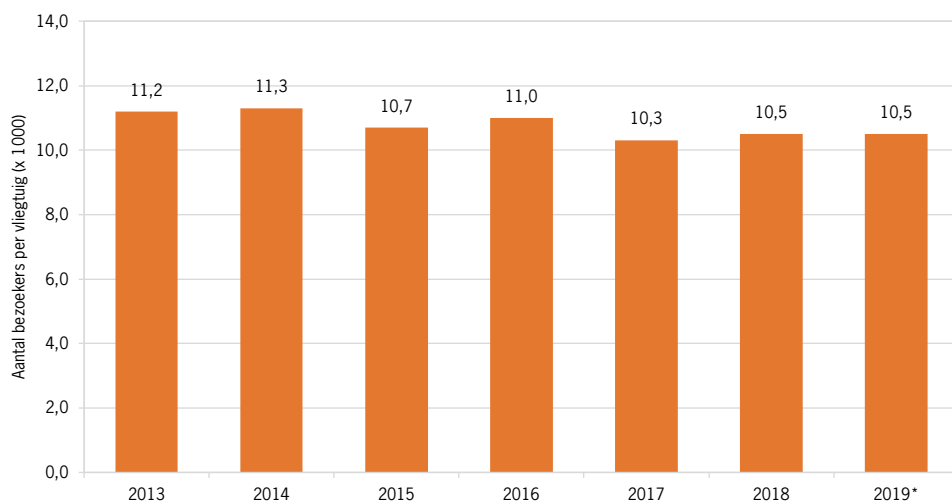
Sint-Eustatius behoort samen met Saba en Sint-Maarten tot de Bovenwindse eilanden. Op 1 januari 2020 telde het eiland 3.100 inwoners: nagenoeg evenveel inwoners als in 2019. Het bbp van Sint-Eustatius steeg in 2017 met 8,6 procent naar 108 miljoen Amerikaanse dollars. Met het F.D. Roosevelt Airport heeft het eiland één vliegveld, waar alleen kleine vliegtuigen kunnen landen. Er zijn voornamelijk vliegverbindingen met Sint-Maarten, en in mindere mate met de andere omringende eilanden. Sint-Eustatius heeft geen door land afgeschermd haven. Het eiland heeft wel een aanlegsteiger en ankerplaatsen voor kleine schepen, zoals jachten. Ook in 2019 was er geen reguliere ferryverbinding met andere eilanden zoals Sint-Maarten. Net als Bonaire is Sint-Eustatius vooral een duikbestemming, maar ook de natuur en de geschiedenis van het eiland spelen een rol bij het toerisme.

Aantal bezoekers per vliegtuig in de periode 2013-2019 varieert tussen 10 en 11 duizend

In 2019 kamen circa 10,5 duizend bezoekers per vliegtuig naar Sint-Eustatius. Dat is vergelijkbaar met het aantal bezoekers per vliegtuig in 2018. Over de periode 2013 – 2019 schommelt het aantal bezoekers per vliegtuig voortdurend tussen 10 en 11 duizend (figuur 7.4). Daarmee heeft Sint-Eustatius niet geprofiteerd van de groei van het toerisme wereldwijd en het Caribisch gebied in het bijzonder. Een belangrijke factor is dat Sint-Eustatius met F.D. Roosevelt Airport een relatief klein vliegveld heeft en dat het voor goede internationale verbindingen vooral afhankelijk is van Sint-Maarten. Het aantal vliegbewegingen naar het eiland is in de genoemde periode wel toegenomen, maar het aantal passagiers en daarmee het aantal bezoekers niet.¹ Verder is de haven van Sint-Eustatius niet geschikt voor de grotere cruises. Bij het relatief lage aantal bezoekers in 2017 hebben ook de gevolgen van de orkanen Irma en in mindere mate Maria een rol gespeeld.

1 Hier is niet gekeken naar het mogelijke verschil in prijsniveau tussen de verschillende eilanden. Dat kan ook een rol spelen.

Figuur 7.4 Inkomend toerisme per vliegtuig, Sint-Eustatius, 2013-2019*



Bron: CBS

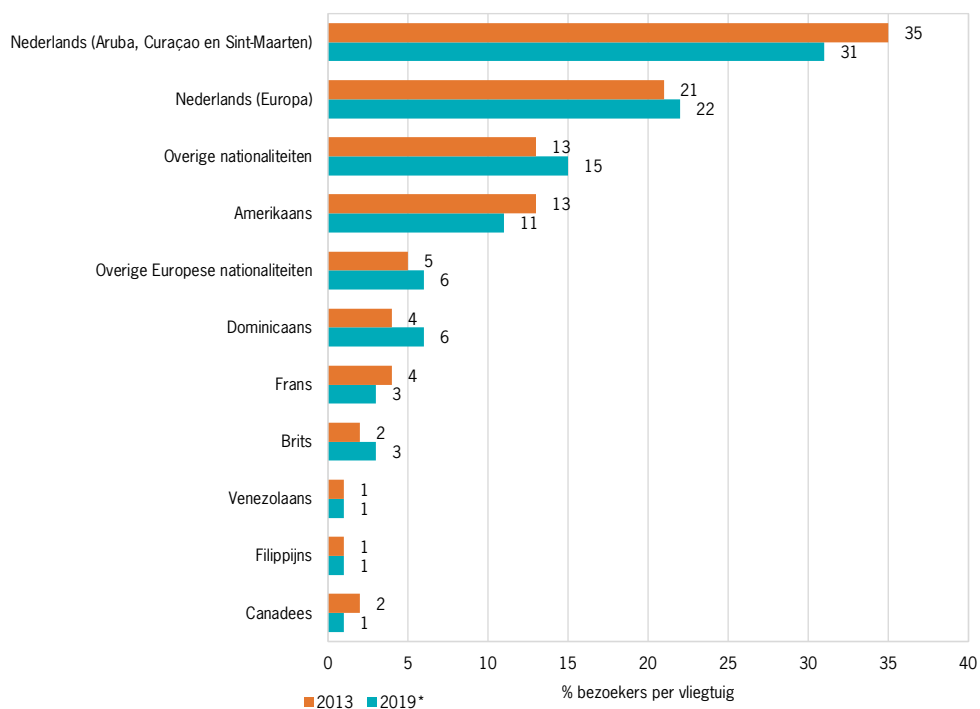
* Voorlopige cijfers.

Marktaandeel naar land van herkomst (nationaliteit) ongewijzigd

Evenals voor Bonaire en Saba, geldt ook voor Sint-Eustatius dat sinds 2013 de belangrijkste toeristische herkomstsmarkten de Caribische landen Aruba, Curaçao en Sint-Maarten, Europees Nederland en de Verenigde Staten zijn (figuur 7.5). Sinds 2013 hebben zich daarin slechts kleine verschuivingen voorgedaan.

Het aantal overnachtingen dat vliegtoeristen op Sint-Eustatius hebben gemaakt in 2019 bedroeg 114 duizend: ongeveer 6 procent minder dan in 2018 en 7 procent minder dan in 2013.

In 2019 werd Sint-Eustatius ook aangedaan door circa 5,3 duizend passagiers van jachten en motorboten. Dat is meer dan in de voorgaande jaren toen het nog ging om zo'n 3,5 duizend passagiers. Dit cijfer is inclusief de passagiers van twee kleinere cruises, die Sint-Eustatius aandeden.



Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.

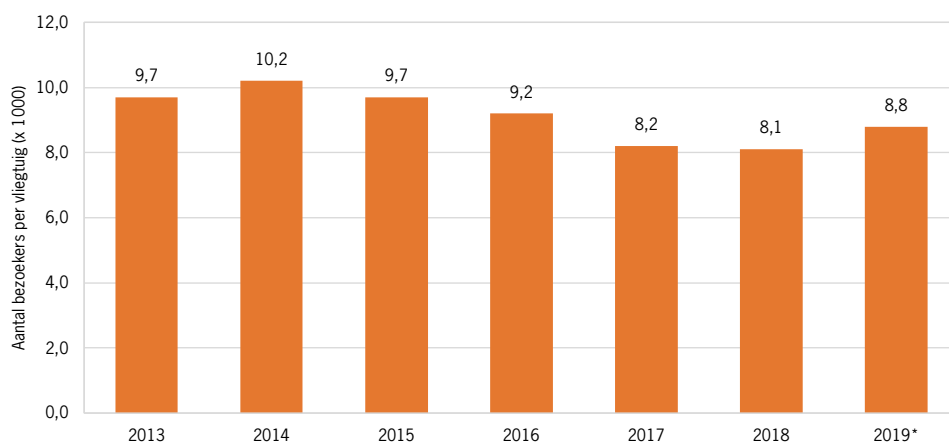
7.4 Saba

Saba behoort evenals Sint-Eustatius en Sint-Maarten tot de Bovenwindse eilanden. Op 1 januari 2020 had het eiland circa 1.900 inwoners. Dat is vergelijkbaar met 2019. Daarmee is het eiland duidelijk het kleinste van de drie bijzondere gemeenten van Nederland in het Caribisch gebied. In 2017 bedroeg het bbp ongeveer 47 miljoen Amerikaanse dollars. Saba heeft met Juancho E. Yrausquin Airport één vliegveld, waarvan de landingsbaan behoort tot een van de kortste ter wereld. Er kunnen dus alleen kleine vliegtuigen landen. Evenals Sint-Eustatius, heeft Saba vooral vliegverkeer met Sint-Maarten en in mindere mate met andere eilanden in de omgeving. Een andere overeenkomst met Sint-Eustatius is dat Saba ook geen door land afgeschermd haven heeft. Ook Saba heeft alleen een aanlegsteiger en ankerplaatsen voor kleinere schepen, zoals jachten. Wel heeft Saba, in tegenstelling tot Sint-Eustatius, twee ferryverbindingen met Sint-Maarten. Deze ferry's vormen een belangrijk onderdeel van het toeristische scheepvaartverkeer van en naar Saba. Saba wordt vooral bezocht voor zijn natuur (o.a. slapende vulkaan) en ook weer voor de mogelijkheden om te duiken.

Aantal bezoekers per vliegtuig groeit niet

Saba lijkt wat de toeristische ontwikkeling betreft Sint-Eustatius te volgen. Ook op Saba is in de periode 2013-2019 het aantal bezoekers, dat met het vliegtuig naar het eiland kwam, niet gegroeid. In 2013 kwamen circa 9,7 duizend bezoekers per vliegtuig naar Saba. In 2019 waren dat er bijna duizend minder: 8,8 duizend. Na een aantal jaren van lichte daling lijkt de opgaande lijn in 2019 echter weer te zijn ingezet (figuur 7.6). Ook Saba heeft een vliegveld waarop alleen kleine vliegtuigen kunnen landen. Voor de internationale verbindingen is men, evenals Sint-Eustatius, vooral afhankelijk van Sint-Maarten. Ook hier hebben in 2016 en 2017 de orkanen Irma en Maria impact gehad op de komst van toeristen. De gevolgen speelden ook nog door in 2018. In het eerste deel van dat jaar waren de aantallen bezoekers nog relatief laag. Pas in het tweede deel van het jaar trok de groei weer aan. Het heeft enige tijd geduurd voordat de vliegverbindingen met Sint-Maarten waren hersteld.

Figuur 7.6 Inkomend toerisme per vliegtuig, Saba, 2013-2019*



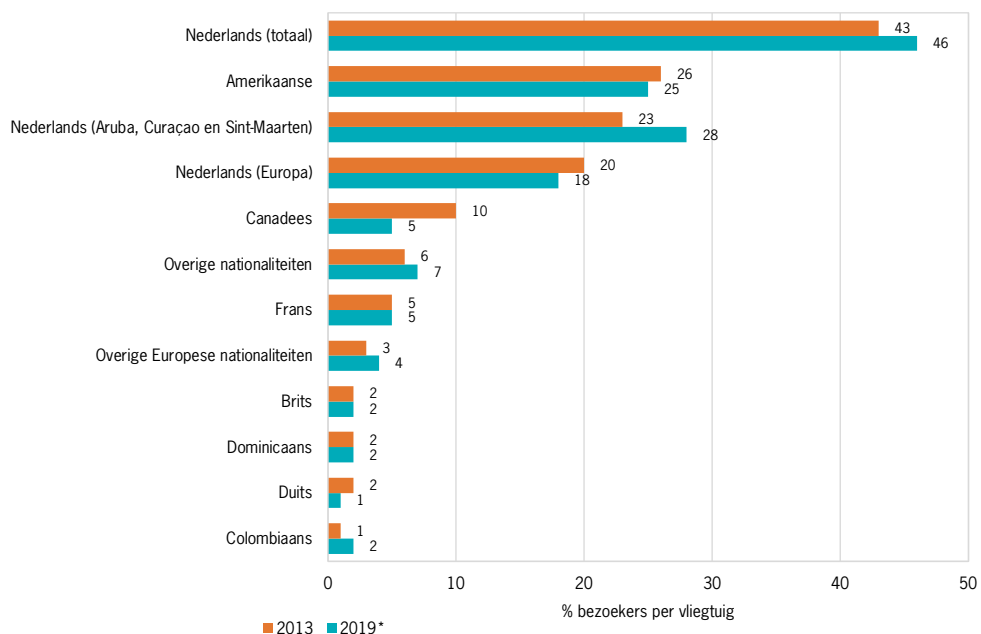
Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.

De meeste bezoekers per vliegtuig komen uit de Caribische landen Aruba, Curaçao en Sint-Maarten, de Verenigde Staten en Europees Nederland. Er hebben zich in de periode 2013 – 2019 geen echt grote verschuivingen voorgedaan in de aandelen van deze toeristische markten. Alleen het aandeel Canadezen lijkt iets te zijn teruggelopen, terwijl het aandeel bezoekers uit de landen Aruba, Curaçao en Sint-Maarten iets lijkt te zijn toegenomen (figuur 7.7).

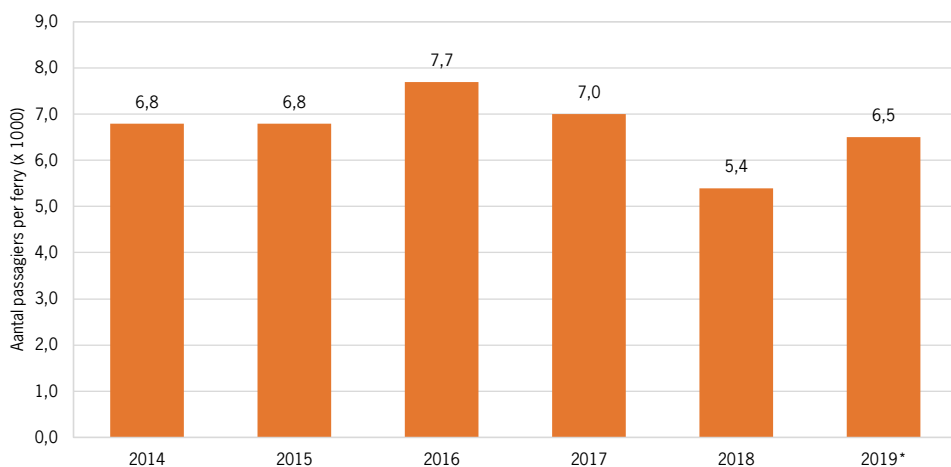
De toeristen, die minimaal één nacht in een accommodatie op Saba verbleven, deden dat in 2019 in het totaal voor circa 69 duizend nachten. Nagenoeg gelijk aan het aantal toeristische overnachtingen in 2018.

De twee ferry's, die varen tussen Saba en Sint-Maarten, hebben in de loop van de jaren een vergelijkbaar aantal passagiers met zich meegebracht: circa 6.500 passagiers per jaar. In 2018 was het aantal passagiers per ferry lager (figuur 7.8). Ook de lokale bevolking maakt gebruik van deze ferry's. Ten slotte, brachten jachten en motorboten in 2019 nog circa 5,2 duizend passagiers mee. Dat is inclusief twee kleinere cruises die Saba aandeden.



Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.



Bron: CBS

* Voorlopige cijfers.

7.5 Gevolgen van de COVID-19-crisis

Ook het toerisme in de Nederlandse Caribische eilanden heeft natuurlijk de gevolgen van de COVID-19-crisis in 2020 ondervonden. Harde cijfers over de gehele periode ontbreken nog. Tot 15 maart 2020 is het toeristenseizoen vrij normaal verlopen voor de Caribische eilanden Bonaire, Sint-Eustatius en Saba. Door de sluiting van het luchtruim en het inreisverbod van niet-ingezetenen op 15 maart is daarna echter nagenoeg al het toeristische verkeer stilgevallen. Pas eind juni 2020 is weer in beperkte mate en onder strikte voorwaarden toeristisch verkeer mogelijk geworden op Bonaire. Dat geldt niet voor Sint-Eustatius en Saba. De aantallen bezoekers op Bonaire lijken echter nog heel klein. Het wegval-len van het toeristisch verkeer heeft ook economische schade aangebracht op de eilanden, die relatief veel van het toerisme afhankelijk zijn. Dit terwijl met name Saba en Sint-Eustatius net weer waren opgekrabbeld van de gevolgen van de orkanen Irma en Maria. Net als in Europees Nederland worden in 2020 ook op Bonaire, Sint-Eustatius en Saba de inwoners, bedrijven en zelfstandigen door de overheid ondersteund met behulp van een economisch noodpakket.



8 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 slaapplaatsen 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? Daarna worden vraag en aanbod met elkaar geconfronteerd, resulterend in de zogenaamde bezettingsgraden van logiesaccommodaties. Ten slotte worden de gevolgen van de COVID-19-crisis voor de logiesaccommodaties in de eerste zeven maanden van 2020 beschreven.

Hoofdpunten

- Met 8.661 accommodaties in 2020 is het totaal aantal logiesaccommodaties in Nederland 3 procent kleiner dan in 2012. In de samenstelling van het logiesaanbod zijn grotere wijzigingen, het aantal kampeerterreinen is sinds 2012 met 20 procent afgenomen.
- Noord-Holland heeft begin 2020 van alle provincies de meeste logiesaccommodaties en slaapplaatsen. In 2019 had deze provincie ook met ruime afstand de meeste gasten (15,5 miljoen) en de meeste overnachtingen (35 miljoen).
- Drie op de tien slaapplaatsen in Nederlandse hotels bevinden zich in de gemeente Amsterdam. In 2019 trokken de Amsterdamse hotels 9,2 miljoen gasten die samen 18,4 miljoen nachten bleven.
- In 2019 verbleven bijna 46 miljoen gasten in Nederlandse logiesaccommodaties; een groei van 4,6 procent ten opzichte van 2018. Samen waren zij goed voor ruim 123 miljoen overnachtingen; een toename van 6,3 procent.
- In 2019 verbleven 20,1 miljoen buitenlandse toeristen in totaal 51,8 miljoen nachten in Nederlandse logiesaccommodaties; een groei van respectievelijk 7,2 en 10,1 procent ten opzichte van 2018. Het aantal Nederlandse gasten (25,8 miljoen) en hun overnachtingen (71,7 miljoen) groeide met respectievelijk 2,6 en 3,8 procent.
- Toeristen brachten in 2019 meer nachten door in hotels dan in andere accommodatietypen: 54,4 miljoen. Op huisjesterreinen bedroeg het aantal overnachtingen 42,8 miljoen.
- In het eerste en tweede kwartaal van 2020 verbleven respectievelijk 17 procent en 72 procent minder gasten in Nederlandse logiesaccommodaties dan een jaar eerder.
- Ook in juli 2020 verbleven er minder gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. Bungalowparken en kampeerterreinen zagen het aantal gasten echter toenemen ten opzichte van juli 2019 met respectievelijk 11 procent en 18 procent. Dit komt hoofdzakelijk door de Nederlandse toeristen die deze zomervakantie in Nederland overnachten.

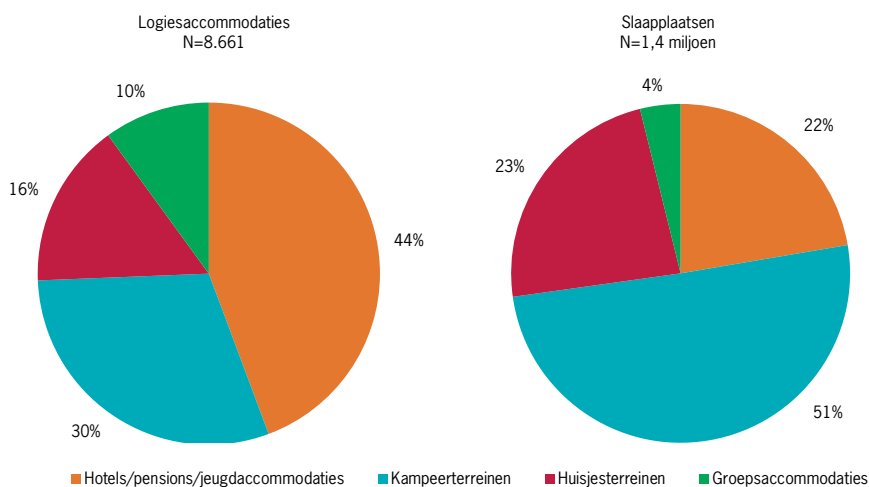
8.1 Aanbod van logiesaccommodaties in Nederland

Deze paragraaf beschrijft het aantal logiesaccommodaties in Nederland op basis van de inventarisatie die het CBS jaarlijks onder logiesaanbieders uitvoert. Naast het aantal logiesaccommodaties wordt het aantal bijbehorende slaapplekken 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.

Ruim 8,6 duizend logiesaccommodaties in Nederland

Begin 2020 telde Nederland 8.661 logiesaccommodaties.¹ Dat is 2 procent minder dan een jaar eerder. Het totale aantal logiesaccommodaties in Nederland schommelt de laatste jaren zo rond de 9 duizend. Zo waren er in 2012 nog 8.919 accommodaties, werden er 9.145 accommodaties in 2018 geteld en 8.843 in 2019. Omdat de jaar op jaar ontwikkelingen in de capaciteit niet zo groot zijn, wordt in deze paragraaf vooral vergeleken met 2012.

Figuur 8.1 Aanbod logiesaccommodaties en slaapplekken naar type accommodatie, 2020*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* In de figuren in dit hoofdstuk worden voor accommodaties de volgende ondergrenzen gehanteerd: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (vaste standplaatsen, zoals stacaravans die het hele jaar aan dezelfde persoon worden verhuurd, tellen niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

In Nederland zijn in 2020 de hotels, pensions en jeugdaccommodaties met 44 procent en de kampeerterreinen met 30 procent de twee meest voorkomende typen logiesaccommodaties. Daarna komen de huisjesterreinen (16 procent) en groepsaccommodaties (10 procent). Uitgedrukt in slaapplekken² verandert deze verhouding drastisch. Iets meer dan de helft (51 procent) van het aantal slaapplekken bevindt zich op kampeerterreinen. Daarna volgen de huisjesterreinen met 23 procent. De capaciteit

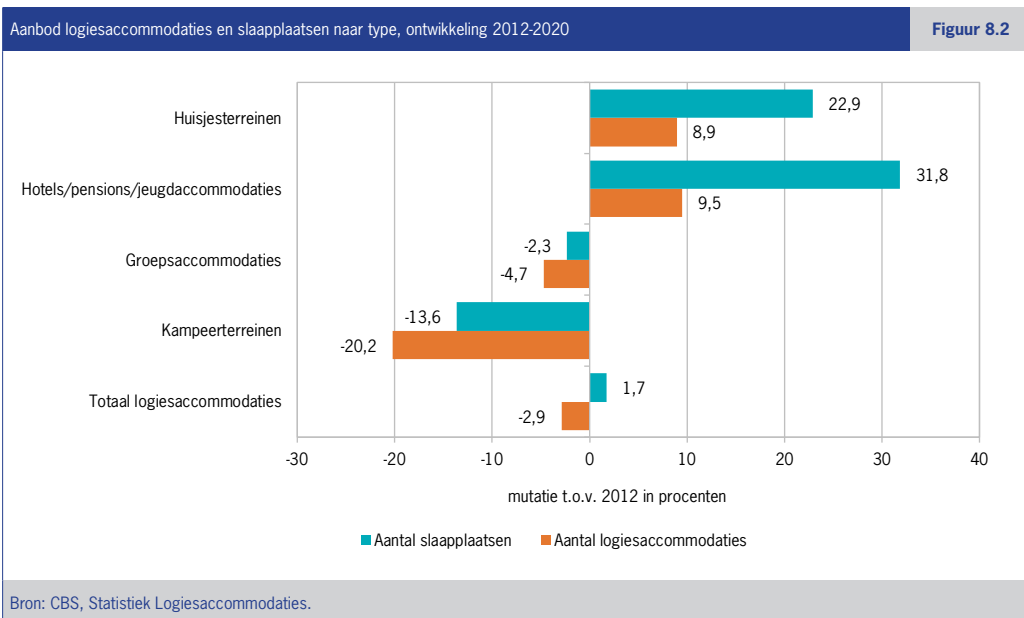
1 Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaapplekken; kampeerterreinen met ten minste vier standplaatsen (verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans, telt niet mee); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met ten minste tien slaapplekken.

2 Een slaapplek is iedere plek waar een persoon kan overnachten. Een tweepersoonsbed heeft dus 2 slaapplekken.

aan slaappleaatsen op kampeer- en huisjesterreinen is dus veel groter dan in hotels en groepsaccommodaties. Dit komt onder andere doordat voor kampeerterreinen wordt gerekend met een aantal van vijf slaappleaatsen per standplaats. De gemiddelde camping telt ongeveer 54 standplaatsen en heeft ruim 271 slaappleaatsen, terwijl het gemiddelde hotel met 37 kamers zo'n 81 slaappleaatsen oplevert. Hoewel 44 procent van het totale aantal logiesaccommodaties hotels betreft, beschikken deze maar over 22 procent van de totale capaciteit aan slaappleaatsen.

Meer huisjesterreinen, minder campings

Ten opzichte van 2012 is de totale capaciteit aan slaappleaatsen in Nederland toegenomen in 2020, maar het aantal logiesaccommodaties afgenomen. Daarbij hebben zich ook verschuivingen voorgedaan tussen de verschillende typen logiesaccommodaties (figuur 8.2). Zo is het aantal hotels met 333 toegenomen ten opzichte van 2012, een stijging van bijna 10 procent. Het bijbehorende aantal slaappleaatsen steeg met bijna 32 procent. Hier zien we dus schaalvergroting, het gemiddelde hotel in 2020 is groter dan het gemiddelde hotel van 2012.



Ook is er ten opzichte van 2012 sprake van een toename van het aantal huisjesterreinen: begin 2020 telde Nederland 111 huisjesterreinen meer dan in 2012; een groei van 9 procent. Het bijbehorende aantal slaappleaatsen op huisjesterreinen is met 23 procent toegenomen. Er zijn twee types logiesaccommodatie waarvan het aantal accommodaties én het aantal slaappleaatsen in 2020 lager was dan in 2012: de kampeesterreinen en groepsaccommodaties. Vooral de kampeesterreinen laten een flinke daling ten opzichte van 2012 zien. Het aantal kampeesterreinen in Nederland in 2020 is 20 procent lager dan in 2012; het aantal slaappleaatsen nam met 13,6 procent af. De laatste jaren verhuren kampeesterreinen steeds vaker ook stacaravans en chalets. Daardoor tellen zij in de cijfers niet alleen mee als kampeesterrein, 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

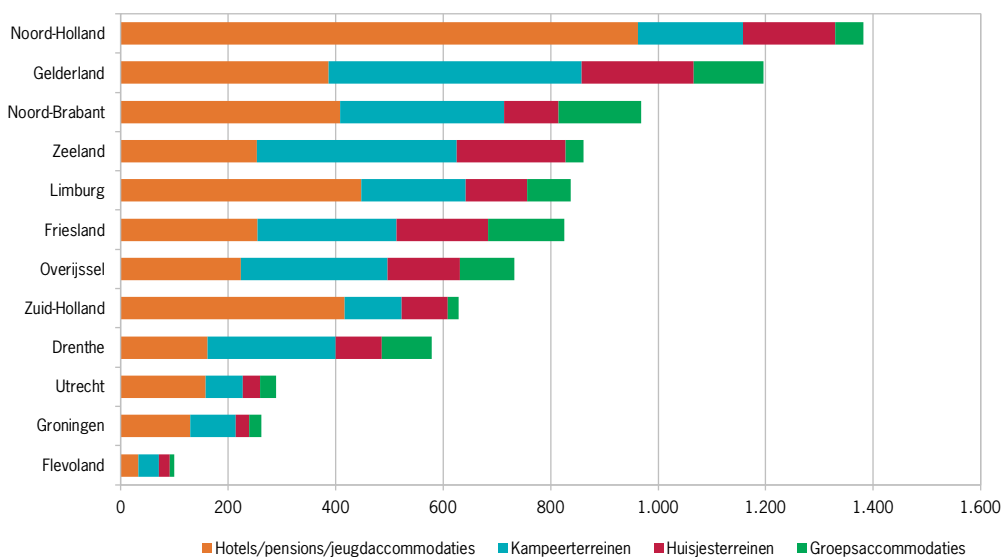
van het aantal standplaatsen op een kampeerterrein. Dus er is niet altijd sprake van een uitbreiding van het aantal slaapplekken maar soms ook van een transformatie: huisjes in plaats van kampeerplekken.

Noord-Holland heeft de meeste accommodaties

Van alle Nederlandse provincies heeft Noord-Holland begin 2020 de meeste logiesaccommodaties: 1.382. Dit komt vooral door het grote aantal hotels in Noord-Holland (figuur 8.3). Van de Noord-Hollandse hotels staat overigens ruim de helft in de gemeente Amsterdam. Ook in de provincies Zuid-Holland, Utrecht en Limburg bestaat meer dan de helft van het aantal accommodaties uit hotels.

Gelderland komt wat betreft het aantal accommodaties op de tweede plaats (1.196 in 2020). In de provincie Gelderland zijn de kampeerterreinen het dominante type logiesaccommodatie. De provincies Groningen, Utrecht en Flevoland hebben aanmerkelijk minder logiesaccommodaties dan andere Nederlandse provincies. Drenthe, Friesland en Noord-Brabant herbergen beide met ongeveer 16 procent relatief het grootste aantal groepsaccommodaties. In Friesland zitten dergelijke accommodaties voor een belangrijk deel op de Waddeneilanden. Met uitzondering van Texel, dat deel uitmaakt van Noord-Holland, behoren de Wadden tot de provincie Friesland.

Figuur 8.3 Aanbod logiesaccommodaties per provincie naar type accommodatie, 2020



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

De statistiek Logiesaccommodaties

Sinds het midden van de jaren 80 uit de vorige eeuw onderzoekt het CBS structureel hoeveel gasten in Nederlandse logiesaccommodaties verblijven. Jaarlijks trekt het 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 overnachtingen in de accommodatie. Daarnaast is er jaarlijks een afzonderlijke inventarisatie van het aantal logiesaccommodaties in Nederland, met een onderscheid naar de volgende vier typen accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties, kampeerterreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties. Met deze informatie stelt het 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 kampeerterreinen geldt een ondergrens van vier standplaatsen. Gasten die verblijven op vaste standplaatsen tellen hierbij niet mee. Het gaat dan bijvoorbeeld om 'vaste' gasten die langer dan twee maanden een stacaravan huren. 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, cruisevaart, onderverhuur, en het verblijf van asielzoekers en seizoenarbeiders. Verhuur door particulieren via onlineplatforms als Airbnb, HomeAway en Wimdu wordt evenmin meegeteld. Ook dagtoeristen, waarbij dus geen sprake is van een overnachting, worden niet in de logiescijfers waargenomen.

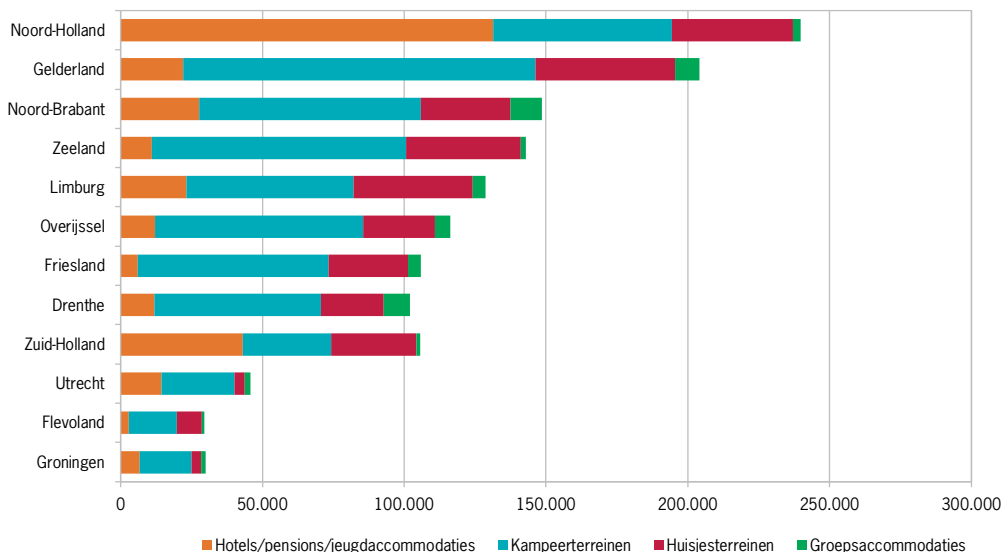
Met ingang van 2012 heeft het CBS het onderzoek iets anders opgezet. Nieuwe definities, gegevensbronnen en analysemethoden vormen de belangrijkste aanpassingen. Cijfers over eerdere jaren zijn daardoor met name qua niveau (absolute aantallen) niet goed vergelijkbaar met cijfers vanaf 2012. Om die reden beperken de vergelijkingen in dit hoofdstuk zich grotendeels tot de periode 2012-2020.

Afname aantal accommodaties in negen provincies

De ontwikkeling van het aantal accommodaties in Nederland tussen 2012 en 2020 varieert van een toename met 14,2 procent in de provincie Utrecht tot een afname van 15,5 procent in de provincie Drenthe. In slechts drie van de twaalf provincies is sprake van een toename van het aantal logiesaccommodaties: behalve voor Utrecht geldt dit ook voor de provincies Noord-Holland (8,6 procent) en Flevoland (1 procent). In de negen andere provincies nam het aantal accommodaties af. Het beeld dat het aantal kampeerterreinen afneemt geldt voor alle provincies. Dat er daarentegen meer huisjesterreinen verschijnen gaat op voor acht van de twaalf provincies. Voor de kampeerterreinen liep de afname

uiteen van -28,6 procent in Groningen tot -8 procent in Utrecht. De toename van het aantal huisjesterreinen varieert van +0,5 procent in Gelderland tot +53,8 procent in Flevoland; in Overijssel (-2,2 procent), Drenthe (-3,4) en Limburg (-19,1 procent) nam hun aantal daarentegen af.

Figuur 8.4 Aanbod slaapplaatsen per provincie naar type accommodatie, 2020



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

In 2020 was Noord-Holland de provincie met de meeste slaapplaatsen in logiesaccommodaties: ruim 239 duizend. Dit waren er in 2012 nog 189 duizend. Het aantal slaapplaatsen in Noord-Holland bestaat voor ruim de helft uit slaapplaatsen in hotels en is dus minder gevoelig voor het verlies aan populariteit van kampeerterreinen. De groei van het aantal slaapplaatsen in Noord-Holland heeft vooral plaatsgevonden in hotels. Begin 2020 hadden de Noord-Hollandse hotels samen bijna 51 duizend slaapplaatsen meer dan in 2012. Het leeuwendeel van deze groei vond plaats in Amsterdam. Begin 2020 had die gemeente 35,6 duizend meer slaapplaatsen in hotels dan in 2012; dat was goed voor 70 procent van de totale groei van het aantal slaapplaatsen in hotels in geheel Noord-Holland.

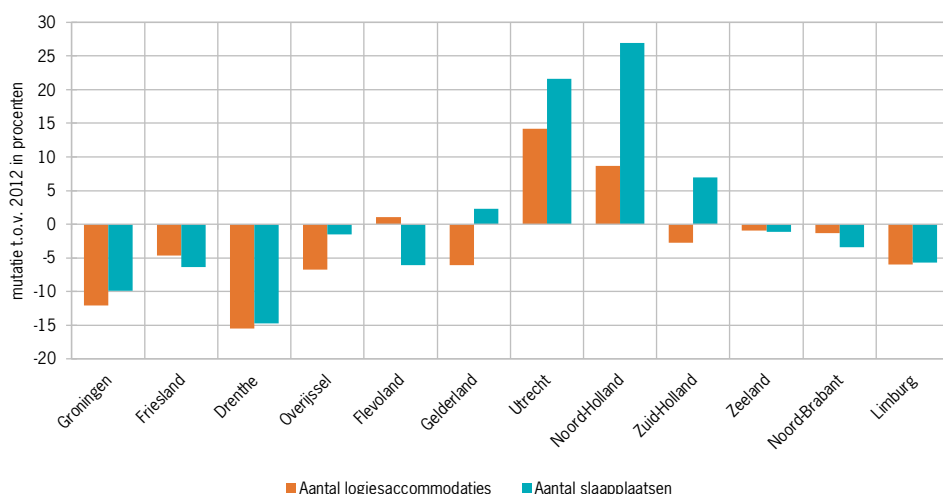
De ontwikkeling van het aantal slaapplaatsen in de overige provincies wisselt vrij sterk. Vooral Drenthe en Groningen zagen verhoudingsgewijs het aantal slaapplaatsen fors dalen ten opzichte van 2012 (respectievelijk -14,7 procent en -9,9 procent). Die daling werd grotendeels veroorzaakt door een afname van het aantal slaapplaatsen op kampeerterreinen. Alleen in de provincie Utrecht nam hun aantal toe; in alle overige provincies is het aantal slaapplaatsen op kampeerterreinen tussen 2012 en 2020 afgenomen. In Zuid-Holland is deze afname relatief gezien het sterkst: -23,5 procent. Maar daar werd de daling gecompenseerd door een toename van het aantal slaapplaatsen bij hotels en huisjes.

Zoals gezegd nam ook in de overige provincies, met uitzondering van Utrecht, het aantal slaapplaatsen op kampeerterreinen af, maar hier werd deze daling vaak 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 Zuid-Holland bijvoorbeeld nam het aantal slaapplekken op kampeerterreinen met 9,6 duizend af ten opzichte van 2012, maar werd dit meer dan gecompenseerd door een toename van het aantal slaapplekken in hotels (+7,2 duizend) en op huisjesterreinen (+9,5 duizend). In Drenthe, Zeeland en Overijssel is het aandeel van kampeerterreinen in het totale aantal slaapplekken het grootst: ongeveer 64 procent in 2020. Het aantal slaapplekken op kampeerterreinen is in deze provincies echter ook fors afgenomen tussen 2012 en 2020: -15,2 duizend in Drenthe, -14,7 duizend in Zeeland en -6,6 duizend in Overijssel. De daling in Overijssel is gecompenseerd door een toename van het aantal slaapplekken op vooral huisjesterreinen en in hotels. In Zeeland is de daling ruimschoots gecompenseerd door een toename met 12,4 duizend slaapplekken op huisjesterreinen. In Zeeland is sprake van een gedeeltelijke transformatie van kampeer- naar huisjesterreinen.

Aanbod logiesaccommodaties en slaapplekken per provincie, ontwikkeling 2012-2020

Figuur 8.5



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

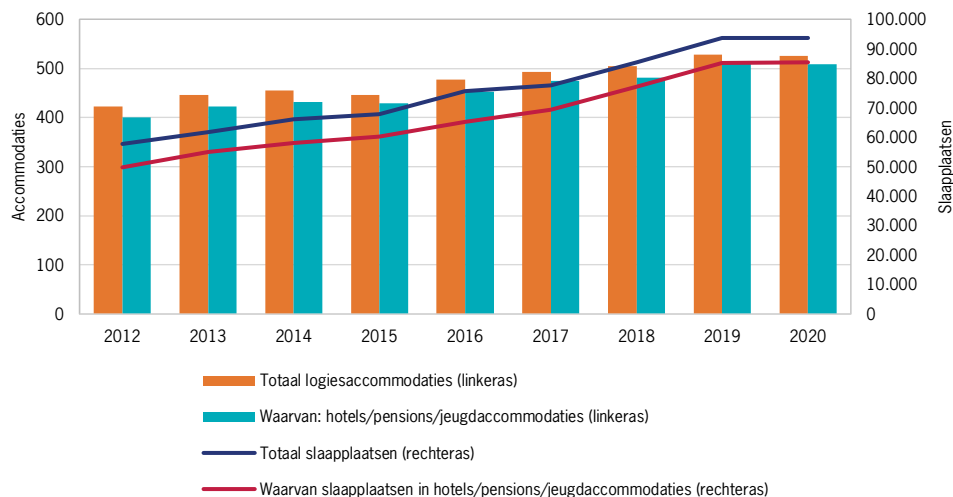
Uit het voorgaande ontstaat het beeld dat provincies die al over veel toeristische capaciteit beschikten, sterker gegroeid zijn (Noord-Holland) en dat provincies met minder toeristische capaciteit deze nog verder zagen afnemen (Groningen). In 2012 waren er in Noord-Holland 5,7 keer zoveel slaapplekken als in Groningen; begin 2020 was dit opgelopen tot een factor 8. Drenthe doorbreekt dit algemene beeld: de van oudsher aanzienlijke toeristische capaciteit van deze provincie nam de laatste jaren duidelijk af (-14,7 procent).

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.

Ruim een kwart van de Nederlandse hotelslaapplaatsen in Amsterdam

Amsterdam is ook in toeristisch opzicht de hoofdstad van Nederland. In 2020 bevonden zich in deze gemeente 525 logiesaccommodaties, met samen ruim 93 duizend slaapplaatsen (figuur 8.6). Van al deze Amsterdamse logiesaccommodaties is maar liefst 96 procent een hotel; 509 stuks. Samen bieden zij meer dan 85 duizend slaapplaatsen. Dat is 91 procent van alle slaapplaatsen in Amsterdam, en 27 procent van alle Nederlandse slaapplaatsen in hotels. Ter vergelijking: op de tweede plaats staat Haarlemmermeer met circa 17 duizend slaapplaatsen in hotels. Amsterdam steekt er dus met kop en schouders bovenuit.

Figuur 8.6 Accommodaties en slaapplaatsen in de gemeente Amsterdam, 2012-2020



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Amsterdamse hotels zijn gemiddeld ook aanzienlijk groter dan die in de rest van Nederland. Een gemiddeld hotel in Nederland heeft 81 slaapplaatsen in 2020 (68 slaapplaatsen exclusief Amsterdam). Het gemiddelde hotel in Amsterdam is 2,5 keer zo groot: 168 slaapplaatsen per hotel. Sinds 2012 is het gemiddelde aantal slaapplaatsen per hotel in Amsterdam toegenomen. In 2012 was dit namelijk nog 124 slaapplaatsen per hotel. Ook in de rest van Nederland is het gemiddelde aantal slaapplaatsen per hotel de laatste jaren toegenomen maar in veel mindere mate (van 60 naar 68 slaapplaatsen). Het aantal hotels in Amsterdam neemt dus sneller toe dan in de rest van Nederland en ook de gemiddelde capaciteit uitgedrukt in aantal slaapplaatsen neemt sneller toe.

8.2 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

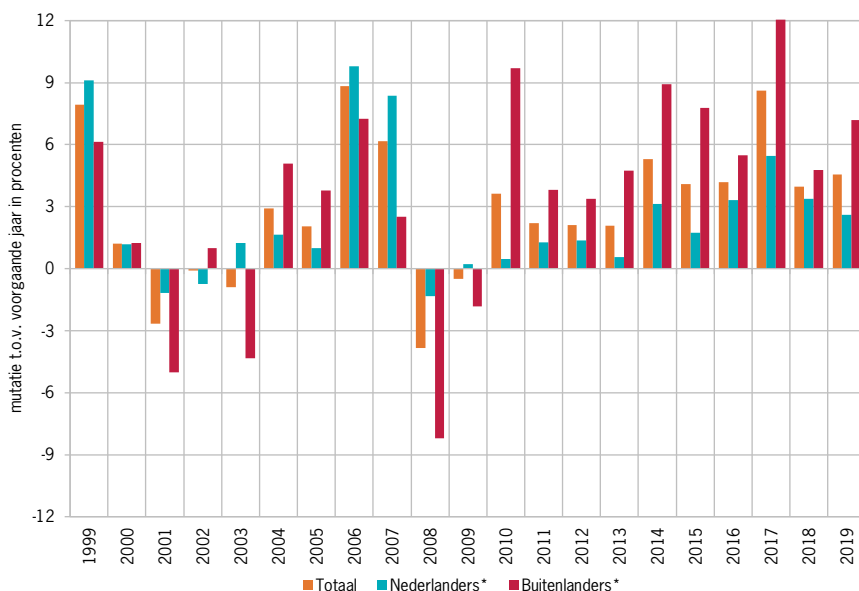
Nederland. Daarna ligt de focus op regio's, met achtereenvolgens aandacht voor provincies, enkele steden (alleen hotels), en toeristische landsdelen (samenvoegingen van meerdere toeristische gebieden). Het onderscheid tussen Nederlandse en buitenlandse toeristen komt daarbij ook aan bod. Meer gedetailleerde 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 daarom af van het doel waarvoor de cijfers gebruikt worden.

Ontwikkeling aantal gasten in logiesaccommodaties, 1999-2019*

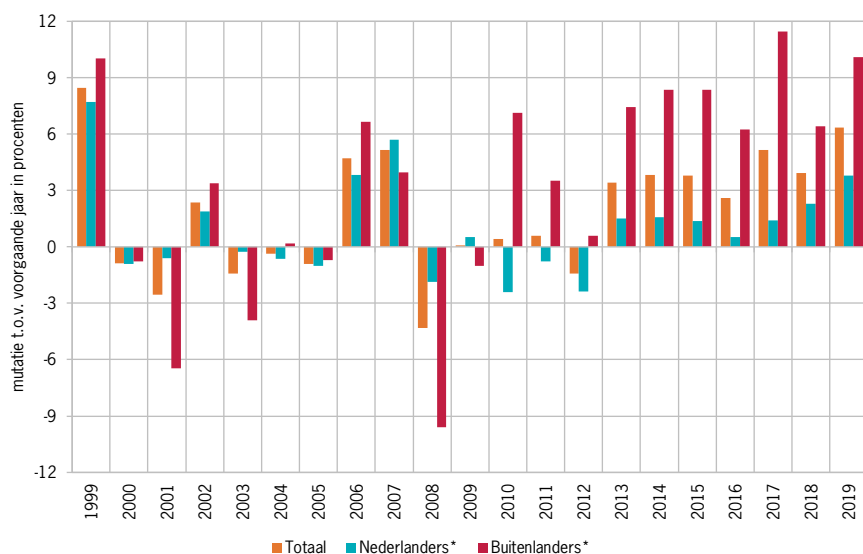
Figuur 8.7



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Figuur 8.8 Ontwikkeling aantal overnachtingen in logiesaccommodaties, 1999-2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

De statistiek Logiesaccommodaties is sinds 2012 iets anders opgezet dan in eerdere jaren (zie tekst-kader over deze statistiek in paragraaf 8.1). 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 8.7 en 8.8 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 verblijfstoerisme in Nederland over een langere periode.

1999-2019: overwegend groei

Over de gehele periode van 1999 tot en met 2019 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. In de periode van 2009 tot en met 2019 groeide het toerisme in Nederland tot recordaantallen gasten en overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties. De wereldwijde verspreiding van het COVID-19-virus begin 2020 en de daarop volgende 'lockdowns' in de meeste landen heeft tot een forse krimp van het aantal gasten en overnachtingen geleid. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt een korte beschrijving gegeven van het verblijfstoerisme in Nederlandse logiesaccommodaties gedurende de eerste zeven maanden van 2020.

Naast het patroon van een gestage groei, tonen de figuren 8.7 en 8.8 ook een andere opvallende trend: vanaf 2003 groeit het aantal gasten over het algemeen 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 in 2003 een toerist uit Nederland 3,5 nachten in een logiesaccommodatie (buitenlandse toerist 2,8) en 2,8 nachten in 2019 (buitenlandse toerist 2,6). 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.

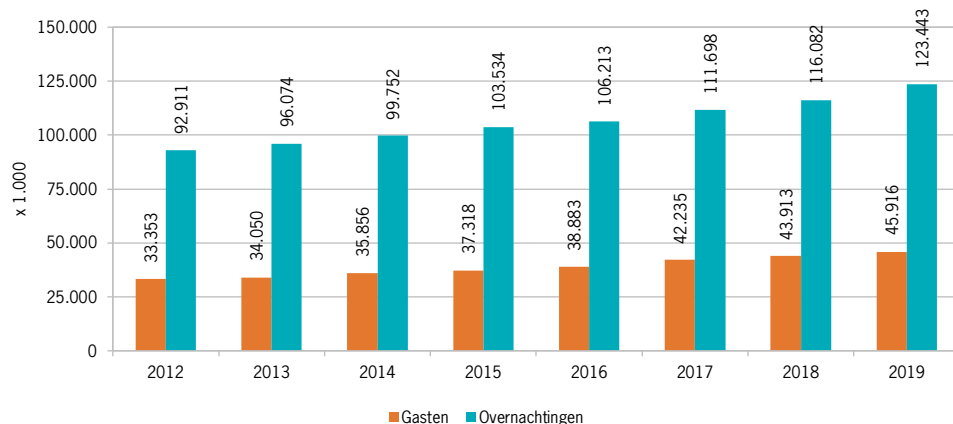
Vanaf 2010: toerisme groeit vooral door buitenlandse gasten

De figuren 8.7 en 8.8 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 inkomend 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 twintig jaar plaatsvonden: de ontwikkeling van het aantal gasten en overnachtingen. De rest van deze paragraaf richt zich op de periode 2012-2019 en bespreekt daarbij vooral de absolute cijfers.

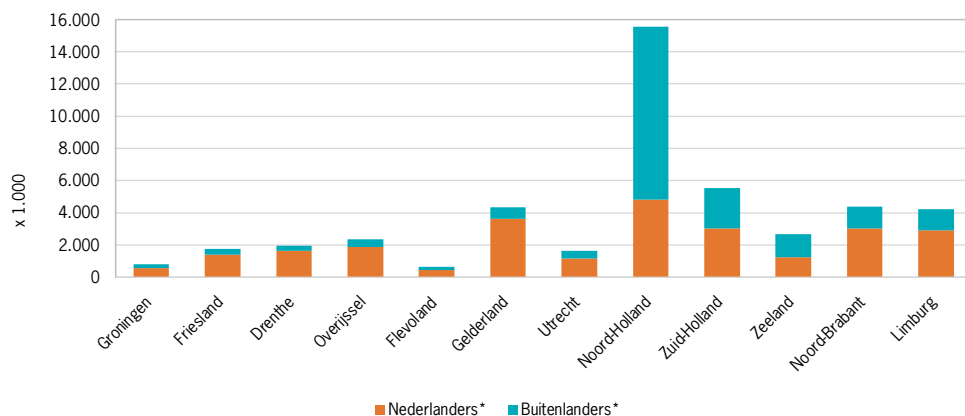
Toerisme in Nederlandse logiesaccommodaties groeide in 2019 naar recordhoogte

In 2019 verbleven bijna 46 miljoen gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. Samen waren zij goed voor een recordhoogte van 123 miljoen overnachtingen (figuur 8.9). De gemiddelde verblijfsduur in een accommodatie was dus iets minder dan 3 nachten. Het aantal gasten in 2019 was 4,6 procent groter dan in 2018; het aantal overnachtingen was 6,3 procent groter. Tussen 2013 en 2019 was er sprake van een jaarlijkse groei van het toerisme in Nederland. Deze jaarlijkse groei van zowel gasten als overnachtingen komt, zoals eerder gememoreerd, in belangrijke mate voor rekening van de buitenlandse gasten.

Figuur 8.9 Gasten en overnachtingen in logiesaccommodaties, 2012-2019

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

In 2019 verbleven meer dan 20 miljoen buitenlandse gasten in totaal ruim 51,7 miljoen nachten in Nederlandse logiesaccommodaties. Dit was voor het aantal gasten 7,2 procent, en voor het aantal overnachtingen 10,1 procent hoger dan in 2018. Het aantal Nederlandse gasten en hun overnachtingen groeide ook, maar minder sterk: met respectievelijk 2,6 en 3,8 procent. Daardoor nam het aandeel van buitenlanders in de overnachtingen iets toe, van 40,5 procent in 2018 naar 41,9 procent in 2019. De overige 58 procent in 2019 betrof overnachtingen van Nederlanders in eigen land: het binnenlands toerisme. In 2012 namen de Nederlandse toeristen nog 68 procent van het totale aantal overnachtingen voor hun rekening.

Figuur 8.10 Gasten in logiesaccommodaties naar provincie en herkomst, 2019*

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

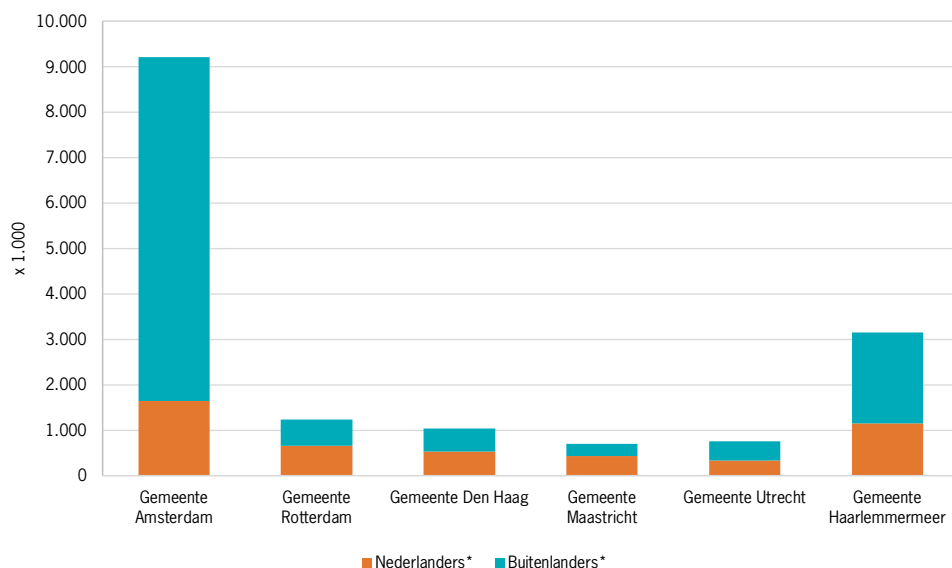
Noord-Holland spant de kroon

In Noord-Holland is zowel het aantal gasten (15,5 miljoen in 2019, figuur 8.10) als het aantal overnachtingen (35 miljoen) met afstand het grootst van alle provincies. De aantrekkingskracht van Amsterdam en het grote aantal hotels in die gemeente (zie paragraaf 8.1) speelt de belangrijkste rol in deze koppositie van Noord-Holland. Zuid-Holland komt op de tweede plaats met het aantal gasten (5,5 miljoen in 2019) maar niet met het aantal overnachtingen. Hoewel Gelderland beduidend minder gasten (4,4 miljoen) trok dan Zuid-Holland, waren er meer overnachtingen (13 miljoen) dan in Zuid-Holland (12,6 miljoen). Wat betreft het aantal overnachtingen wordt Zuid-Holland direct gevolgd door Limburg (12,3 miljoen), maar ook in deze provincie was het aantal gasten in 2019 geringer (4,2 miljoen) dan in Zuid-Holland. Gemiddeld bleven gasten in Limburg en Gelderland 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, Limburg heeft relatief veel slaapplekken op huisjesterreinen, terwijl in Zuid- en Noord-Holland slaapplekken in hotels domineren.

In 2019 was Noord-Holland de provincie met de grootste toename van het aantal gasten en overnachtingen (respectievelijk 8,5 en 11,1 procent). In Noord-Brabant was de ontwikkeling van het aantal gasten met een groei van 8,4 procent in 2019 nagenoeg gelijk aan Noord-Holland. Gelderland kende met 5,9 procent in 2019 een groei die iets lager was dan de groei in Noord-Holland en Noord-Brabant. In de provincies Groningen, Flevoland, Friesland en Overijssel nam het aantal gasten zelfs af (respectievelijk -5,4, -5,2, -2,8 en -0,1 procent). In Overijssel en Friesland nam het aantal overnachtingen desondanks nog toe (+2 en +2,4 procent), maar in Flevoland en Groningen daalde ook het aantal overnachtingen (-4,8 en -4,7 procent). In de overige provincies groeide het aantal overnachtingen tussen de 2,3 (Drenthe) en 8,1 procent (Noord-Brabant).

In alle provincies nam het aantal overnachtingen door buitenlanders toe ten opzichte van 2018. Behalve in Friesland en Overijssel namen ook de aantallen buitenlandse gasten in alle provincies toe. Alleen in Friesland is naast de afname van het aantal buitenlandse gasten tegelijkertijd een daling zichtbaar in het aantal Nederlandse gasten. Naast Noord-Holland is Zeeland de enige provincie die in 2019 meer buitenlandse dan Nederlandse toeristen (en overnachtingen) trok. In Zeeland zet zich daarmee een eerder ingezette trend door: Nederlandse gasten vormden in 2016 nog het merendeel van alle toeristen (53 procent), in 2017 waren de aantallen binnenlandse en buitenlandse gasten nagenoeg gelijk, en in 2018 en 2019 waren de buitenlandse gasten in de meerderheid (beide jaren 52 procent). Net als in 2018 lag de gemiddelde verblijfsduur van buitenlandse toeristen in Zeeland (4,3 nachten) hoger dan die van Nederlandse toeristen (3,9 nachten), waardoor buitenlandse gasten in 2019 ook een groter aandeel hadden in het totaal aantal overnachtingen in Zeeland (57 procent).

Figuur 8.11 Gasten in hotels/pensions/jugendaccommodaties naar gemeente en herkomst, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Amsterdamse hotels trokken 9,2 miljoen gasten in 2019

Hotels in de gemeente Amsterdam trokken in 2019 gezamenlijk 9,2 miljoen gasten (figuur 8.11). Die gasten bleven daar gemiddeld bijna 2 nachten; in totaal boekten zij bijna 18,4 miljoen overnachtingen. Voor het overgrote deel ging het om buitenlandse gasten: bijna 7,6 miljoen ofwel 82 procent van het totale aantal gasten in 2019. 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 gemeenten was het aandeel van de buitenlandse gasten overigens het grootst in Haarlemmermeer (61 procent van het aantal gasten in 2019); de nabijheid van Schiphol speelt daarbij natuurlijk een rol. Voor Maastricht was dit aandeel het laagst (39 procent). Ten slotte valt op dat ook in 2019 de gemiddelde verblijfsduur van buitenlandse gasten in de hotels in de grote steden net iets boven dat van de Nederlandse gasten ligt.

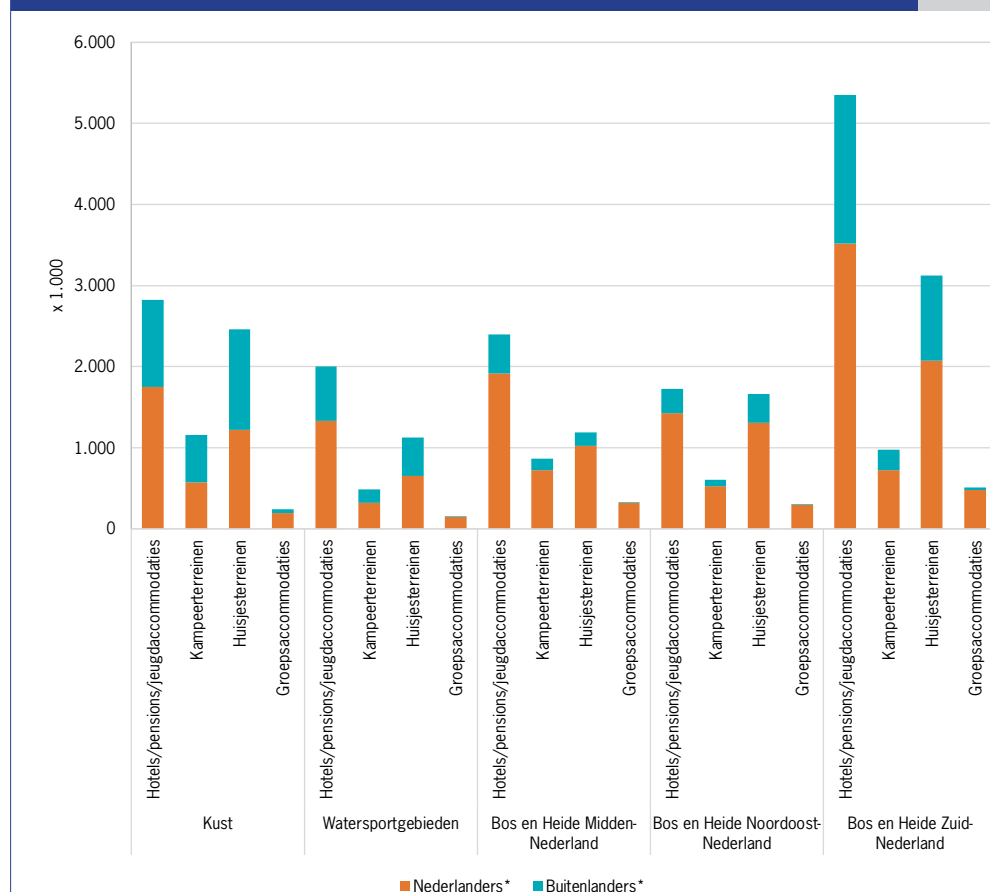
Bos en Heide in Zuid-Nederland zijn populair

Figuur 8.12 toont het aantal gasten in vijf van de zes toeristische landsdelen waarin Nederland kan worden onderverdeeld. Het zesde landsdeel - Overig Nederland met daaronder de 4 grote steden - is niet opgenomen. Er is in de figuur onderscheid gemaakt naar Nederlandse en buitenlandse gasten, en naar de vier accommodatietypen. Van de toeristische landsdelen in figuur 8.12 trok Bos en Heide in Zuid-Nederland (met daarin de provincie Limburg, het grootste deel van Noord-Brabant en een paar gemeenten in het zuiden van Gelderland) de meeste gasten in 2019: bijna 10 miljoen. De gasten verbleven er met name in hotels en op huisjesterreinen. Er vonden 27,7 miljoen overnachtingen plaats. Dat komt neer op een gemiddelde van 2,8 overnachtingen per gast in het landsdeel Bos en Heide in Zuid-Nederland. Dat is het laagste aantal overnachtingen per gast van de vijf toeristische landsdelen.

De gasten in het landsdeel Kust (bestaande uit de Zeeuwse, Zuid- en Noord-Hollandse kust en de Waddeneilanden) bleven bijvoorbeeld gemiddeld één dag langer (3,8 overnachtingen). Naast hotels en huisjesterreinen zijn kampeerterreinen er populair, vooral onder buitenlandse gasten. Aan de Kust en in de Watersportgebieden (IJsselmeerkust, meren in Groningen, Friesland, Overijssel, Utrecht, Noord- en Zuid-Holland en het deltagebied in Noord-Brabant, Zuid-Holland en Zeeland) verbleven buitenlandse toeristen langer dan Nederlandse toeristen (verschil respectievelijk 0,8 en 0,5 nachten). In de andere landsdelen die zijn opgenomen in figuur 8.12 verbleven juist Nederlandse toeristen iets langer dan buitenlandse toeristen. Het toeristisch landsdeel Overig Nederland (waaronder de 4 grote steden en delen van Zuid-, Noord-Holland, Utrecht, Groningen en Friesland) ontving 38 procent van alle gasten in 2019 (maar 58 procent van alle buitenlandse gasten) en er vonden niet meer dan 27 procent van alle overnachtingen plaats (maar wel 45 procent van alle overnachtingen van buitenlanders). De gemiddelde verblijfsduur, nog geen 2 nachten, is er dan ook korter dan elders.

Gasten in vijf toeristisch landsdelen naar type accommodatie en herkomst, 2019*

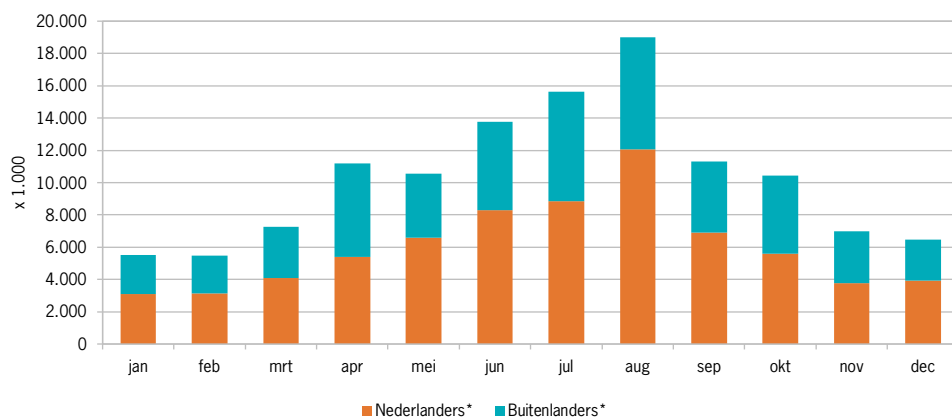
Figuur 8.12



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Figuur 8.13 Overnachtingen in logiesaccommodaties naar maand en herkomst, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Sterk seizoenspatroon

Tot nu toe zijn in dit hoofdstuk alleen cijfers voor een geheel jaar gepresenteerd. 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 in hotels.

Figuur 8.13 toont het maandelijks aantal overnachtingen van Nederlandse en buitenlandse gasten in 2019. In de zomermaanden was het aantal overnachtingen het grootst; in de wintermaanden het kleinst. In 2019 was, net als in 2018, het aandeel van buitenlanders in de overnachtingen het grootst in april (52 procent) en het kleinst in augustus (37 procent). De piek in april wordt veroorzaakt door de paasvakantie in Duitsland. Veel Duitse schoolkinderen hebben dan twee weken vakantie. Door de aanwezigheid van Nederlanders die de zomervakantie in eigen land doorbrengen, is in augustus het aandeel buitenlandse overnachtingen kleiner. Augustus is mede hierdoor ook de maand met de meeste overnachtingen (15 procent van het totaal).

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 2019.

Meeste overnachtingen in hotels

Toeristen overnachtten in 2019 meer in hotels dan in andere accommodatietypen. In totaal ging het om 54,4 miljoen hotelovernachtingen. Tijdens een gemiddelde nacht in 2019 logeerden 149 duizend gasten in een hotel in Nederland. Ook op huisjesterreinen logeerden veel gasten: 42,8 miljoen overnachtingen. Op kampeerterreinen verbleven de gasten in totaal bijna 21,9 miljoen nachten; in groepsaccommodaties ging het om 4,4 miljoen overnachtingen. De marktaandeelen van de diverse accommodatietypen verschillen wel per maand; tijdens de zomermaanden liggen de verhoudingen anders dan in de winter. Zo vindt in augustus het merendeel van de overnachtingen plaats op kampeerterreinen,

terwijl dit aandeel in de wintermaanden verwaarloosbaar klein is. Overnachtingen in hotels zijn het minst onderhevig aan seizoensinvloeden.

Onder Nederlandse toeristen zijn huisjesterreinen het populairst. In 2019 verbleven Nederlanders gezamenlijk 27,5 miljoen nachten op huisjesterreinen. Onder buitenlandse gasten in Nederland zijn hotels het populairste accommodatietype. In 2019 verbleven zij gezamenlijk 30,1 miljoen nachten in hotels. Het volgende deel beschrijft per accommodatietype het maandelijkse aantal overnachtingen in 2019.

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 het jaar (figuur 8.14a). 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. Dat komt mede doordat veel hotels in steden zitten, waar ze minder gevoelig zijn voor seizoensinvloeden. Ook komen daar zakenreizigers in de perioden dat er minder recreatieve gasten zijn.

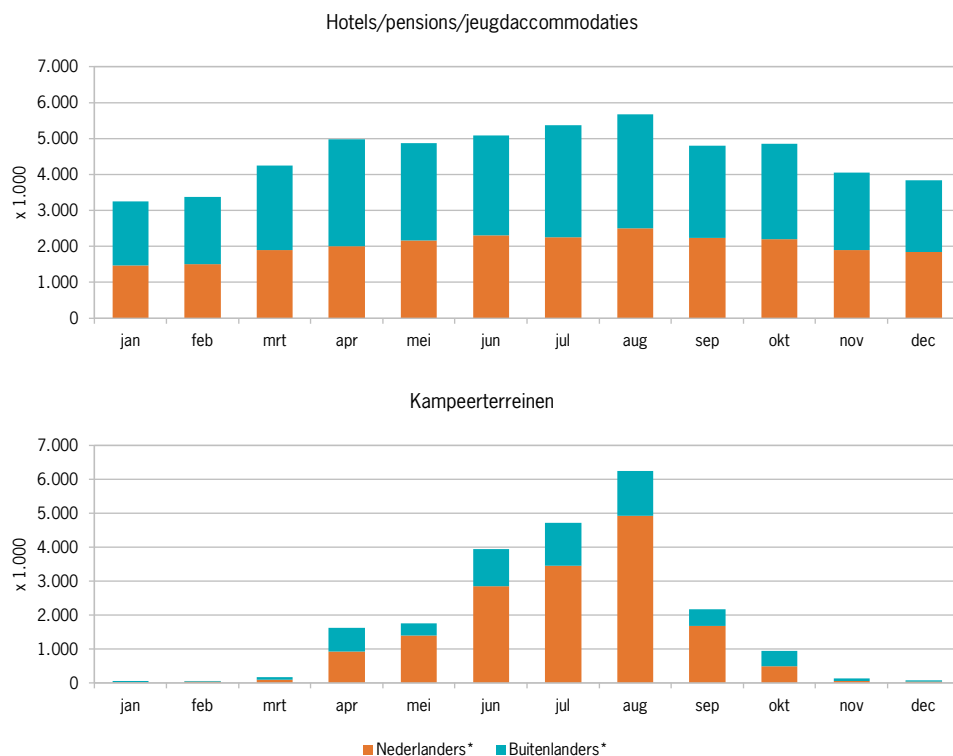
Daarnaast komt naar voren dat in de Nederlandse hotels meer buitenlandse dan Nederlandse gasten verblijven. Van alle overnachtingen door buitenlandse gasten in 2019 vond 58,2 procent plaats in een hotel. Het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten was in alle maanden hoger dan het aantal overnachtingen van gasten uit Nederland.

Het seizoenpatroon in het aantal overnachtingen is van alle accommodatietypen het sterkst aanwezig bij kampeertreinen. Het aantal overnachtingen op kampeertreinen concentreert zich in de zomermaanden, waarbij in 2019 de piek plaatsvond in de maand augustus. Het aandeel van buitenlandse toeristen is bescheiden. Over heel 2019 betrof 27 procent van de overnachtingen een overnachting van een buitenlandse gast. Nederlandse campings trekken dus vooral binnenlandse gasten. In de zomermaanden (juni, juli en augustus) van 2019 overnachtten bijna vier van de tien binnenlandse toeristen op een kampeertrein, terwijl dit over het hele jaar gezien 22 procent bedroeg, net als in 2018 en 2017. De camping was hiermee in de zomer van 2019 het populairste type accommodatie voor Nederlandse toeristen in eigen land.

Op jaarbasis zijn huisjesterreinen het populairst onder binnenlandse toeristen

Zoals gezegd zijn in de zomermaanden juni, juli en augustus campings populairder onder binnenlandse gasten dan huisjesterreinen, maar op jaarbasis is dit niet het geval. Van alle overnachtingen van Nederlandse gasten in 2019 vond 38 procent plaats in een huisje. Over heel 2019 gezien, vonden daarmee op huisjesterreinen meer overnachtingen van binnenlandse toeristen plaats dan in andere typen accommodaties. Voor buitenlandse gasten vormen de huisjesterreinen minder grote trekpleisters. In de maand april is de populariteit van huisjesterreinen onder buitenlandse toeristen het grootst. In april 2019 vond van alle overnachtingen door buitenlandse gasten 36 procent plaats op een bungalowpark. Over heel 2019 gezien was dat 29,5 procent.

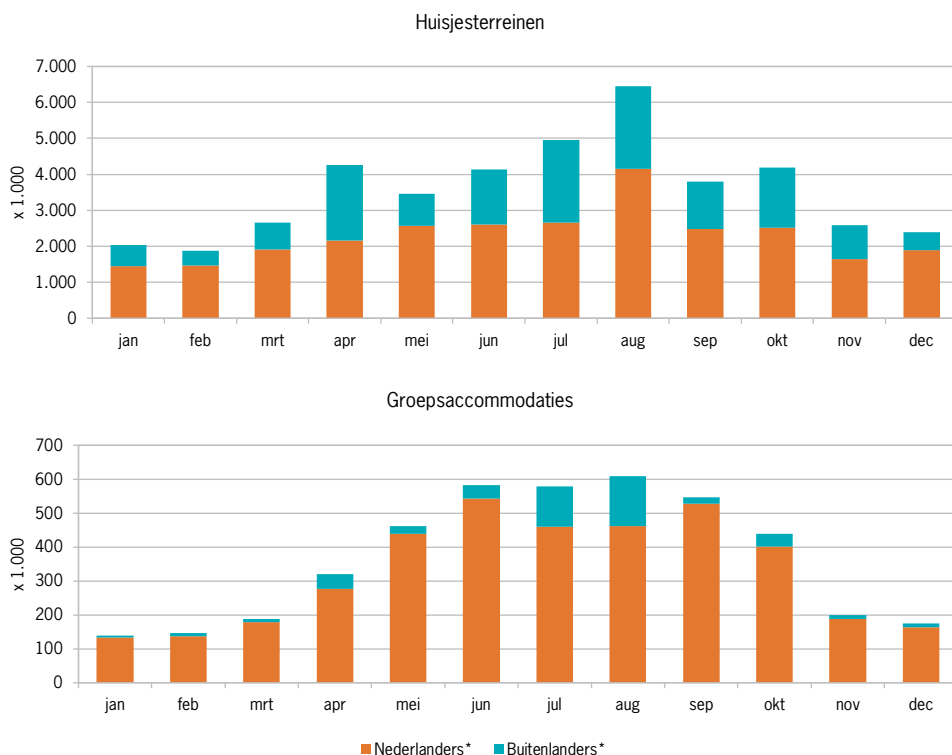
Figuur 8.14a Overnachtingen in logiesaccommodaties naar maand, type accommodatie en herkomst, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Groepsaccommodaties trekken niet veel buitenlandse gasten: bijna één procent van alle overnachtingen van buitenlandse gasten vond in 2019 plaats in een groepsaccommodatie. Meer dan de helft daarvan vond plaats in de maanden juli en augustus. Nederlandse gasten weten de groepsaccommodaties echter ook in andere maanden wel te vinden. In mei, juni en september, dus aan de randen van de zomer trekken de groepsaccommodaties de meeste binnenlandse toeristen.



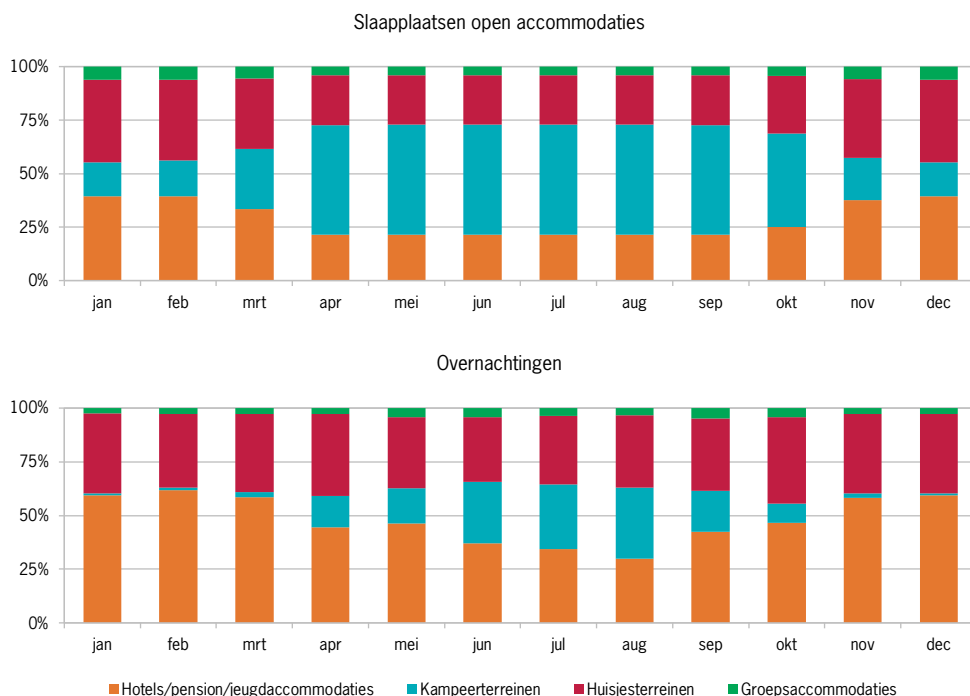
Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

8.3 Bezettingsgraden

Deze paragraaf beschrijft de bezettingsgraden van Nederlandse logiesaccommodaties. De bezettingsgraad is de verhouding tussen het aantal bezette slaapplekken (overnachtingen) en het aantal beschikbare slaapplekken, 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.

Figuur 8.15 Slaapplaatsen en overnachtingen in logiesaccommodaties naar type, 2019



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Aanbod logiesaccommodaties beweegt mee met vraag

In figuur 8.15 wordt geïllustreerd hoe het aanbod van logiesaccommodaties in de vorm van slaapplaatsen zich verhoudt tot het daadwerkelijke aantal overnachtingen (bezette of gebruikte slaapplaatsen). De bruto of maximale capaciteit aan slaapplaatsen is de capaciteit die in paragraaf 8.1 is beschreven. Deze maximale capaciteit is voor alle maanden gelijk. De kampeerterreinen nemen het grootste deel van deze capaciteit voor hun rekening (51 procent in 2019). Het bovenste staafdiagram van figuur 8.15 schetst de feitelijk beschikbaar gestelde capaciteit aan slaapplaatsen. Sommige logiesaccommodaties – bijvoorbeeld kampeerterreinen – zijn niet het gehele jaar open, bijvoorbeeld omdat de exploitant dit niet rendabel acht. Zo was in de maanden januari, februari, november en december van 2019 minder dan 23 procent van het maximale aantal slaapplaatsen op kampeerterreinen beschikbaar. Maar ook andere typen logiesaccommodaties zijn niet het gehele jaar volledig geopend. Zo was voor hotels in januari 2019 het aantal beschikbare slaapplaatsen 95 procent van het maximale aantal, voor huisjesterreinen 85 procent en voor groepsaccommodaties 79 procent. In februari was dat niet veel anders. Maar in de zomermaanden draaien alle logiesaccommodaties op volle toeren; de beschikbaar gestelde capaciteit is praktisch 100 procent van de maximale capaciteit.

De bezettingsgraad (van slaappleatsen)

De bezettingsgraad van logiesaccommodaties in een bepaalde periode is het quotiënt van: de som van het aantal overnachtingen van gasten gedurende de periode (de teller), en het maximaal aantal overnachtingen van gasten op de beschikbare slaappleatsen gedurende die periode (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 slaappleatsen onbenut zijn gebleven: niet 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 verslagperiode. Als twee toeristen twee nachten in een hotel hebben overnacht, telt dit dus mee als vier overnachtingen.

Noemer: de capaciteit (het maximaal aantal mogelijke overnachtingen in open accommodaties)

De capaciteit is de noemer van de bezettingsgraad. Deze capaciteit is het aantal slaappleatsen dat elke nacht voor gasten beschikbaar is in accommodaties die in de verslagperiode geopend zijn, vermenigvuldigd met het aantal dagen in de verslagperiode. De capaciteit is dus het aantal overnachtingen dat maximaal kan plaatsvinden op de beschikbare slaappleatsen in de verslagperiode. De slaappleatsen in accommodaties die in de betreffende verslagperiode gesloten zijn, tellen hierbij niet mee.

Voorbeeld

Een voorbeeld: als een hotel met 50 tweepersoons bedden in de maand januari geopend is, telt dit hotel mee voor 31 dagen x 50 x 2 slaappleatsen in januari. Dat komt uit op een capaciteit van 3.100 slaappleatsen in dit hotel in januari. Als er in januari nu 1.400 overnachtingen in dit hotel hebben plaatsgevonden, dan was de bezettingsgraad die maand dus 45,2 procent, namelijk 1.400 overnachtingen gedeeld door het maximum van 3.100 overnachtingen.

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

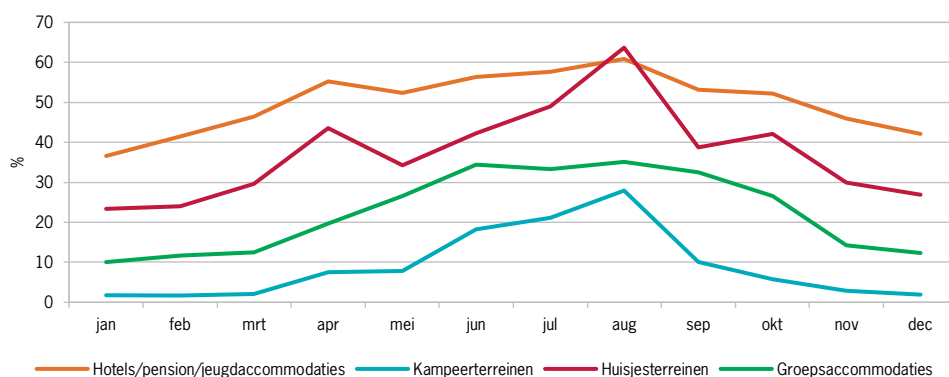
Kampeertreinen bieden geen slaappleatsen aan in de vorm van bedden, maar in de vorm van standplaatsen. Bij dit type accommodatie is voor de berekening van de capaciteit gekozen voor een arbitrair aantal van vijf slaappleatsen per standplaats, wat gezien wordt als maximaal mogelijke bezetting.

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 slaapplaatsen zouden zijn. De bezettingsgraad van die standplaats 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. Voor de verhuurder is het echter belangrijker of de kamer, het huisje of de standplaats verhuurd is. Hoeveel personen er daarbij gebruikmaken van de accommodatie is minder relevant. De methode voor het bepalen van de bezettingsgraad leidt dan ook tot relatief lage bezettingsgraden. De bezettingsgraad moet overigens vooral gezien worden als een maat voor de verhouding tussen vraag en aanbod in de tijd en per type logiesaccommodatie.

De bezettingsgraad van logiesaccommodaties is doorgaans het hoogst in de zomermaanden juli en augustus (figuur 8.16). Bij hotels loopt die bezettingsgraad in 2019 uiteen van 37 procent in januari tot 61 procent in augustus. De huisjesterreinen kenden in augustus 2019 hun hoogste bezettingsgraad: 64 procent.

Figuur 8.16 Bezettingsgraad logiesaccommodaties per maand naar type accommodatie, 2019*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* De bezettingsgraad is gedefinieerd als het quotiënt van het daadwerkelijke aantal overnachtingen en de maximaal beschikbare slaapplaatsen van accommodaties die geopend zijn. Voor kampeerterreinen wordt gerekend met vijf slaapplaatsen per standplaats.

8.4 Gevolgen van de COVID-19-crisis

Zoals eerder gememoreerd was in 2019 bij de Nederlandse logiesaccommodaties met bijna 46 miljoen gasten en 123 miljoen overnachtingen sprake van een recordhoogte. De uitbraak van het COVID-19 en de daarop genomen maatregelen hebben echter een grote impact gehad op het toerisme in Nederland. Deze paragraaf geeft een omschrijving van het aantal gasten en overnachtingen bij logiesaccommodaties in de eerste zeven maanden van 2020 ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder.

Het aantal gasten in de Nederlandse logiesaccommodaties is in het eerste kwartaal van 2020 in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder met 17 procent gedaald. Overnachtingen in het eerste kwartaal van 2019 nog 8,3 miljoen gasten in de Nederlandse logiesaccommodaties, gedurende hetzelfde kwartaal van 2020 was dat aantal gezakt naar 6,9 miljoen. Samen brachten deze gasten 15,8 miljoen

nachten in ons land door, tegen 18,2 miljoen overnachtingen een jaar eerder. De daling in het aantal gasten in het eerste kwartaal van 2020 trad vooral op in de maand maart. Waar in de maanden januari en februari het aantal gasten nog met respectievelijk 7 en 11 procent steeg ten opzichte van dezelfde maanden in 2019, daalde het aantal gasten en overnachtingen in maart met respectievelijk 57 en 52 procent. Het grootste deel van die daling in maart is toe te schrijven aan de gevolgen van de verspreiding van COVID-19. Mogelijk speelt voor een klein deel mee dat carnaval en daarmee de voorjaarsvakantie van bepaalde regio's in 2020 in februari viel in plaats van maart.

In het tweede kwartaal van 2020 ontvingen toeristische accommodaties zelfs 72 procent minder gasten dan een jaar eerder. Overnachtten in het tweede kwartaal van 2019 nog 13,4 miljoen gasten in de Nederlandse logiesaccommodaties, gedurende hetzelfde kwartaal van 2020 was dat aantal gezakt naar 3,8 miljoen. Samen brachten deze gasten 11,5 miljoen nachten in ons land door, tegen 35,5 miljoen overnachtingen een jaar eerder.

In april 2020 kwam de sector zelfs bijna geheel tot stilstand met 95 procent minder gasten dan in april 2019. In mei en juni was er enig herstel, maar ook in juni ontvingen toeristische accommodaties nog maar half zo veel gasten als een jaar eerder. Het aantal overnachtingen laat hetzelfde beeld zien als het aantal gasten. In juli herstelde het toerisme enigszins. Toeristische accommodaties ontvingen in die maand 10 procent minder gasten dan een jaar eerder. Buitenlandse toeristen bleven nog grotendeels weg. Er waren in Nederlandse accommodaties in juli 42 procent minder buitenlandse toeristen dan een jaar eerder. Nederlandse gasten kozen echter vaker voor een vakantie in eigen land. Er vierden in juli 18 procent meer Nederlanders vakantie in eigen land dan een jaar eerder. Het aantal overnachtingen nam, mede daardoor in juli met 3,5 procent toe ten opzichte van een jaar eerder.

Daling grootst bij hotels

Vooraf de hotels en vergelijkbare accommodaties zagen gedurende het eerste twee kwartalen van 2020 het aantal gasten dalen. In het eerste kwartaal nam, in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar, dat aantal met 19 procent af. Bij de verblijfsrecreatie was de daling van het aantal gasten met 11 procent minder dan bij de hotels. In het tweede kwartaal van 2020 daalde het aantal hotelgasten met 76 procent in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Ook huisjes- en kampeerterreinen hadden in het tweede kwartaal minder gasten, respectievelijk 63 procent en 60 procent.

In juli zagen de hotels nog steeds het aantal gasten dalen (-24 procent). Het aantal Nederlandse hotelgasten nam dan wel met 9 procent toe ten opzicht van een jaar eerder, dat kon de afname van het aantal buitenlandse gasten met 53 procent niet compenseren. De bungalowparken en kampeerterreinen deden het in juli 2020 beter dan een jaar eerder. In bungalowparken verbleven 11 procent meer gasten en op kampeerterreinen zelfs 18 procent. Dit komt hoofdzakelijk door de Nederlandse toeristen die deze zomer in Nederland doorbrachten.

In Amsterdam zijn de gevolgen van de COVID-19-uitbraak goed zichtbaar. De hotels in de hoofdstad boden in 2019 aan 9,2 miljoen gasten onderdak, ruim 80 procent daarvan was afkomstig uit het buitenland. In de eerste twee kwartalen verbleven er respectievelijk 29 en 95 procent minder gasten in Amsterdamse hotels dan in dezelfde perioden in 2019. In juli 2020 verbleven 59 procent minder hotelgasten in Amsterdam dan een jaar eerder. Vooral buitenlandse hotelgasten bleven weg (-65 procent). Ook daalde het aantal zakelijke overnachtingen met 83 procent ten opzichte van juli 2019.



9 Toerisme in macro-economisch perspectief

Dit hoofdstuk besteedt aandacht aan de macro-economische betekenis van het toerisme. Dat wordt gedaan aan de hand van de zogenoemde toerismerekeningen. De toerismerekeningen gebruiken het raamwerk van de nationale rekeningen als kader om de economische betekenis van toerisme te bepalen. Dat leidt tot kernindicatoren over bestedingen, toegevoegde waarde en werkgelegenheid (paragraaf 9.1 – 9.4). Naast de toerismerekeningen, wordt in dit hoofdstuk ook aandacht besteed aan de zogenoemde reisverkeerbalans (paragraaf 9.5). De reisverkeerbalans van Nederland presenteert op macroniveau de uitgaven van Nederlanders in het buitenland en de inkomsten door uitgaven van buitenlanders in Nederland.

Hoofdpunten

- Het toerisme gezien vanuit macro-economisch perspectief groeide in 2019, net als in de voorgaande jaren. Die groei werd zowel door Nederlandse vakantiegangers als het buitenlands toerisme gedreven.
- De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie stegen in 2019 met 4,7 miljard euro naar een totaal van 91,2 miljard euro. Dit is een stijging van 5,4 procent ten opzichte van 2018.
- De binnenlandse toeristische bestedingen namen in 2019 toe met 4 procent.
- De bijdrage van toerisme aan de toegevoegde waarde in Nederland bedroeg 4,4 procent in 2019. In 2010 was dat nog 3,2 procent. Toerisme is daarmee in de periode 2010-2019 relatief gezien belangrijker geworden voor de Nederlandse economie.
- De werkgelegenheid omgerekend naar het aantal voltijdequivalenten (vte's) groeide in 2019 met 24 duizend vte naar een totaal van 498 duizend vte, een stijging van 5 procent.
- Nederlanders gaven volgens de reisverkeerbalans in 2019 als toerist meer uit in het buitenland dan buitenlandse toeristen in Nederland. Het verschil was 2,4 miljard euro.
- De toegevoegde waarde van de toerismesector daalde fors in het eerste half jaar van 2020 als gevolg van de maatregelen rondom COVID-19.

9.1 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 kengedaten 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 productietekenen (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).

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

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.

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, alsmede in de toerismerekeningen, 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.

9.2 Toeristische bestedingen

Stijging toeristische bestedingen zette door in 2019

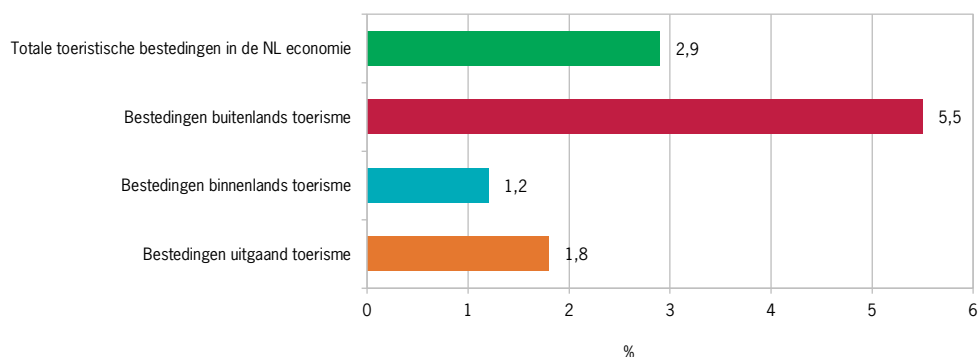
De toerismesector is belangrijk voor de Nederlandse economie. De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie zijn in 2019 gestegen met 5,4 procent naar een totaal van 91,2 miljard euro (in lopende prijzen)³. Rekening houdend met de ontwikkeling van de prijzen, oftewel inflatie, bedroeg de totale volumegroei⁴ van deze bestedingen 2,9 procent (zie figuur 9.1).

Zowel de Nederlandse vakantiegangers als buitenlandse toeristen leverden een bijdrage aan de groei van de totale toeristische bestedingen in 2019. De bestedingen van buitenlandse toeristen bij Nederlandse bedrijven stegen het hardst afgelopen jaar.

3 Er zijn 4 verschillende soorten prijzen in de Nationale Rekeningen:

- Lopende prijzen: prijzen in het lopende verslagjaar;
- Constante prijzen: prijzen uitgedrukt in het prijsniveau van vorig jaar;
- Basisprijzen: prijzen exclusief productgebonden belasting en subsidies en exclusief de handels- en vervoersmarge;
- Marktprijzen: prijzen inclusief productgebonden belastingen en subsidies en inclusief de handels- en vervoersmarge (de marktprijzen worden niet meer gepubliceerd).

4 Door naar de volumegroei te kijken, corrigeren de nationale rekeningen voor prijseffecten. Volume is de waarde (omzet) 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. Daarbij wordt wel rekening gehouden met wijzigingen in het aantal geleverde producten en diensten en de samenstelling en kwaliteit van die producten en diensten. Wanneer nationale rekeningen spreken over een groei in waardetermen, dan zijn ook prijsontwikkelingen daarin meegeteld.



Bron: CBS.

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

** Voorlopige cijfers.

De bestedingen van binnenlandse toeristen stegen in 2019 met ruim 2 miljard naar een totaal van 53,2 miljard euro (zie figuur 9.2), een stijging van 4 procent. De bestedingen van Nederlandse toeristen die bij een Nederlands bedrijf gemaakt zijn ten behoeve van buitenlandse reizen, worden ook tot de binnenlandse bestedingen gerekend. Deze categorie steeg in 2019 met 2,5 procent.

De bestedingen van Nederlanders aan uitgaand toerisme, met andere woorden bij buitenlandse bedrijven of buiten het economisch territorium van Nederland, namen in 2019 toe met 4,0 procent (zie figuur 9.3). Deze bestedingen behoren echter niet tot de totale toeristische bestedingen in Nederland.

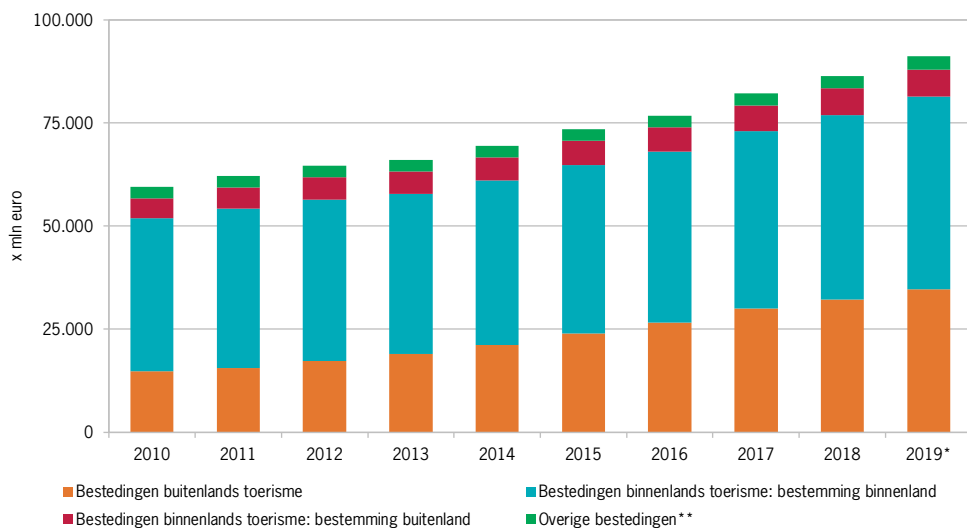
De volumegroei van de bestedingen door buitenlandse toeristen was 5,5 procent in 2019 (zie figuur 9.1). Dit ligt lager dan de groei in 2019 van het aantal buitenlandse toeristen in logiesaccommodaties in Nederland: 7,2 procent. Ook waren er meer buitenlandse toeristen die een dagtrip hebben gemaakt naar Nederland. Dit komt overeen met het beeld dat de toeristen uit onze buurlanden (Duitsland en België) Nederland nog beter weten te vinden. Daarnaast kwamen er in 2019 ook meer toeristen van buiten Europa naar Nederland toe, zoals toeristen uit de Verenigde Staten en Azië.

Buitenlandse toeristen kunnen een accommodatie of ticket boeken bij of via een Nederlands bedrijf voor een reisbestemming die elders ligt. Economisch gezien verdient de Nederlandse economie aan deze boekingen, maar deze transacties hebben vaak geen betrekking op een buitenlandse toerist die daadwerkelijk afreist naar Nederland. Dit soort bestedingen nam in 2019 toe en wordt ook toegerekend aan buitenlands toerisme. Bij de interpretatie van deze gegevens moet hier rekening mee worden gehouden.

Toeristische bestedingen in 2019 op hoogste niveau sinds 2010

De waarde van de totale toeristische bestedingen door ingezetenen en niet-ingezetenen in de Nederlandse economie groeide in de periode 2010-2019 met 53 procent van 59,5 naar 91,2 miljard euro (zie figuur 9.2). Gecorrigeerd voor inflatie zijn de bestedingen met 36 procent toegenomen.

Figuur 9.2 Totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie (in lopende prijzen), 2010-2019



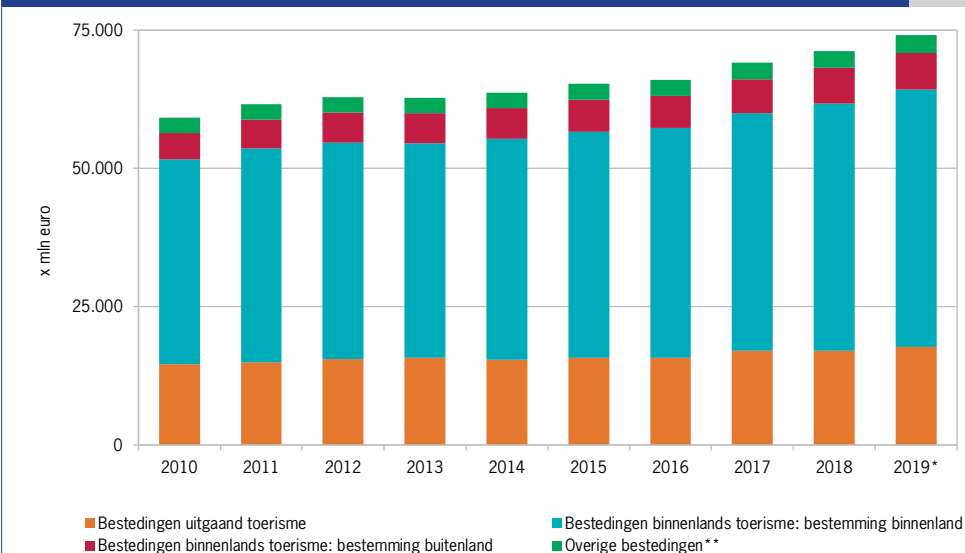
Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

** Sociale overdrachten en duurzame recreatiegoederen.

Het volume van de bestedingen door buitenlandse toeristen is in de periode 2010-2019 met ruim 111 procent gestegen en dus meer dan verdubbeld. Naast een forse groei in het aantal buitenlandse toeristen dat Nederland daadwerkelijk in die periode bezocht, profiteerde de reisbemiddeling in Nederland ook van online boekingen van hotels en vliegtickets door buitenlandse toeristen voor een vakantie in Nederland of in een ander land. Het volume van de bestedingen gerelateerd aan het binnenlandse toerisme is met 12 procent gegroeid in deze periode.

De waarde van de toeristische bestedingen van Nederlandse ingezetenen in Nederland én het buitenland is gegroeid met 27 procent in de periode 2010-2019 (zie figuur 9.3). Deze stijging wordt deels veroorzaakt door prijsstijgingen. Exclusief prijsstijgingen groeiden deze bestedingen met 12 procent. De horeca en het zogenaamde funshopen hebben het grootste aandeel in de "bestedingen binnenlands toerisme: bestemming binnenland". Het funshopen gaat gepaard met veel uitgaven in de Nederlandse economie, maar omdat veel producten worden geproduceerd in het buitenland (kleding en elektronica) dragen deze uitgaven relatief weinig bij aan de toegevoegde waarde van de Nederlandse economie.



Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

** Sociale overdrachten en duurzame recreatiegoederen.

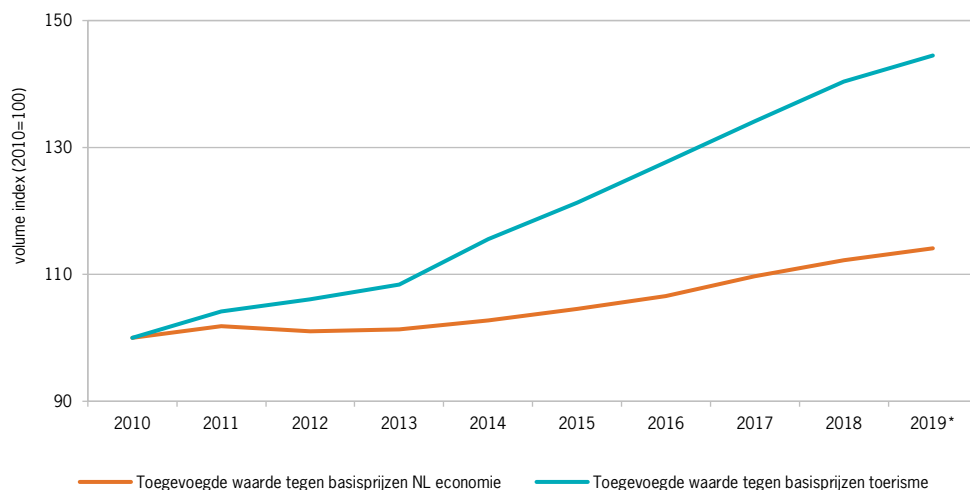
9.3 Toeristische toegevoegde waarde

Belang toerisme voor de Nederlandse economie groeide in 2019

De toeristische bestedingen van ingezetenen en niet-ingezetenen leiden tot toegevoegde waarde in de Nederlandse economie. Daarbij worden kosten die bedrijven hebben van bestedingen afgetrokken. De toeristische toegevoegde waarde (in basisprijzen) is in 2019 ten opzichte van 2018 gestegen met 5 procent naar een totaal van 31,8 miljard euro. Na correctie voor inflatie is de toeristische toegevoegde waarde met 2,9 procent gegroeid.

In de periode 2010-2019 is het volume van de Nederlandse economie met 14,1 procent toegenomen. De toerismesector heeft in dezelfde periode een groei doorgemaakt van bijna 44,5 procent (figuur 9.4). De toeristische sector heeft het in deze periode dus veel beter gedaan dan de Nederlandse economie als geheel. Doordat de toerismesector sterker groeit dan de economie in zijn geheel, neemt het belang van die sector langzaam toe. De bijdrage van toerisme aan de totale toegevoegde waarde in Nederland is in 2019 gestegen met 0,03 procentpunt naar een totaal van 4,4 procent.

Figuur 9.4 Economische ontwikkelingen in de toerismesector en de totale economie, 2010-2019



Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

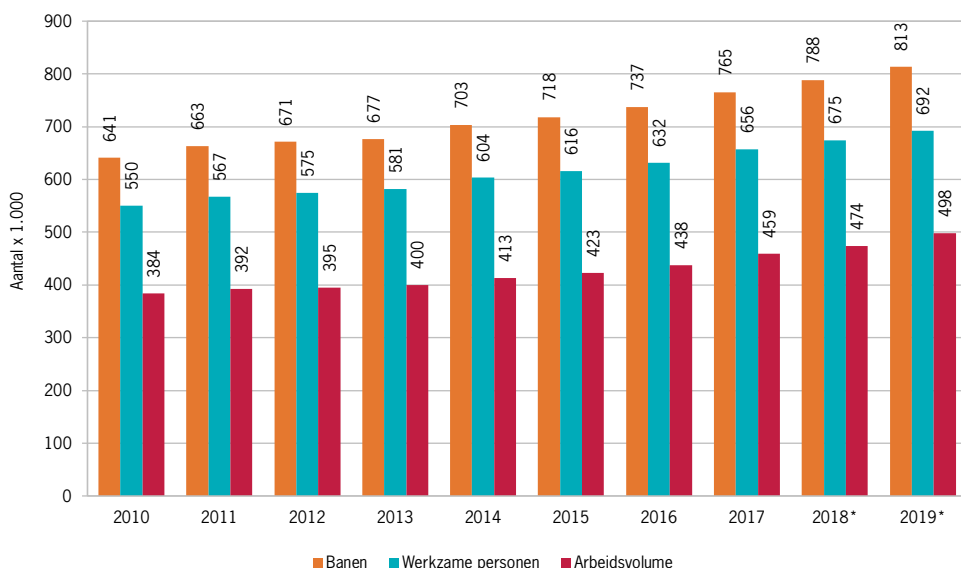
9.4 Toeristische werkgelegenheid

In 2019 voor het eerst meer dan 800 duizend banen

Figuur 9.5 laat zien dat ook de werkgelegenheid in de toerismesector in de periode 2010-2019 flink is gestegen. Zowel het aantal banen, het arbeidsvolume (vte's) als het aantal werkzame personen laat een gestage groei zien in de tijd.

Werkzame personen zijn personen die een baan hebben bij een in Nederland gevestigd bedrijf of instelling, mensen kunnen meerdere banen hebben. Het valt op dat er relatief veel in deeltijd wordt gewerkt in het toerisme. Daarom is het aantal banen groter dan het aantal werkzame personen. Alle banen (voltijd en deeltijd) kunnen omgerekend worden naar voltijdbanen, ook wel arbeidsvolume genoemd. Zo leveren twee halve banen (elk 0,5 vte) samen een arbeidsvolume van een arbeidsjaar op.

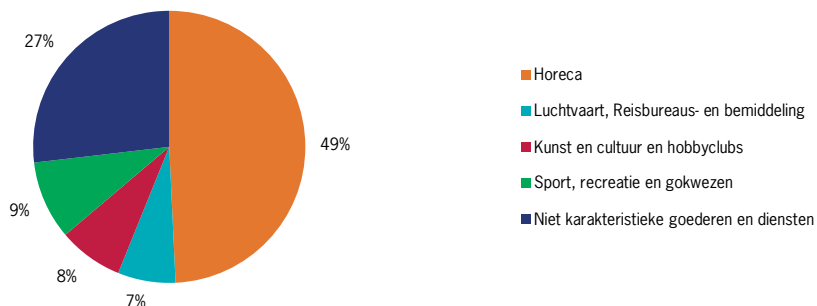
Het aantal banen is in 2019 ten opzichte van 2018 gestegen met 26 duizend banen naar een totaal van 813 duizend banen. In 2019 waren er 692 duizend werkzame personen. Dit is een toename van 18 duizend werkzame personen ten opzichte van 2018 (figuur 9.5). De werkgelegenheid omgerekend naar het aantal voltijdequivalenten (vte's, ook wel arbeidsvolume) steeg met 24 duizend vte naar een totaal van 498 duizend vte in 2019.



Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

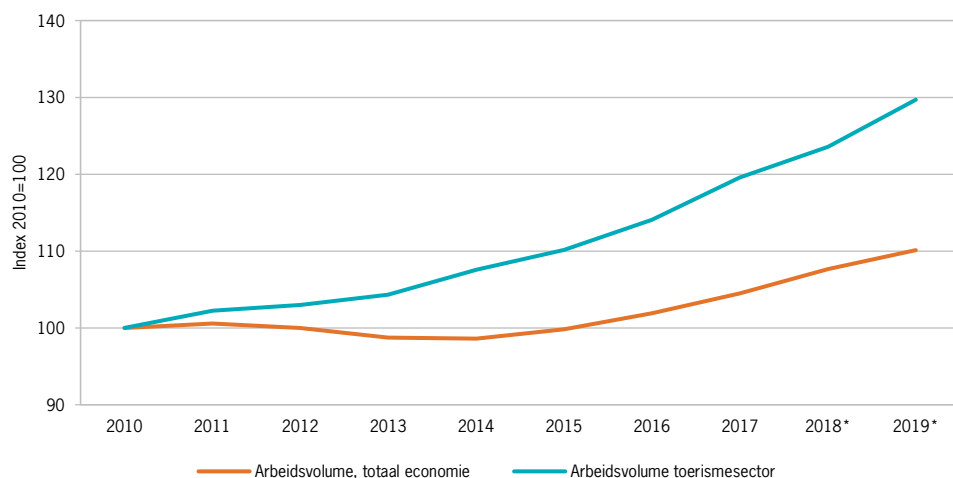
Bij bijna driekwart van de vte's die toebehoren aan de toerismesector ging het in 2019 om karakteristieke toerisme-activiteiten. Hieronder vallen banen in de horeca, luchtvaart, reisorganisaties- en bemiddeling, kunst en cultuur. Ruim een kwart van het totale aantal vte's had betrekking op niet-karakteristieke toerisme-activiteiten. Dit betreft een vrij heterogene groep van activiteiten, bijvoorbeeld de detailhandel (via het funshoppin). Ook mensen die werkzaam zijn in fabrieken waar brandstof voor het toeristische vervoer wordt geproduceerd, zijn toebedeeld aan deze groep. Daarnaast vallen andere niet-karakteristieke activiteiten zoals het openbaar vervoer en taxi's hieronder.

Figuur 9.6 Werkgelegenheid per activiteit als aandeel in toerismesector, 2019*

Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

In de periode 2010-2019 is de werkgelegenheid in de toerismesector gemeten in arbeidsvolume, met 29,7 procent, sterk gegroeid. De totale Nederlandse werkgelegenheid groeide in dezelfde periode met 10,1 procent (figuur 9.7). De bijdrage aan de totale werkgelegenheid in de Nederlandse economie is daardoor gegroeid van 5,5 procent (uitgedrukt in arbeidsvolume) in 2010 naar 6,4 procent in 2019. Omdat er relatief veel in deeltijd wordt gewerkt in de toerismesector is het aandeel toeristische banen in de economie hoger dan het aandeel van het arbeidsvolume van de toerismesector. Het aandeel toeristische banen steeg in 2019 met 0,1 procentpunt naar 7,5 procent. Toerisme is daarmee in de periode 2010-2019 ook qua werkgelegenheid belangrijker geworden voor de Nederlandse economie.

Figuur 9.7 Ontwikkeling werkgelegenheid in de toerismesector en de totale economie, 2010-2019

Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

De bijdrage aan de werkgelegenheid was in 2019 groter dan de bijdrage aan de toegevoegde waarde. Dit wordt verklaard door het feit dat gemiddeld gezien de toerismesector gekarakteriseerd wordt door arbeidsintensieve activiteiten. Dit geldt niet voor alle delen van de sector in gelijke mate. Zoals gezegd is de toerismesector niet echt homogeen van aard. De luchtvaart (zeer kapitaalintensief) genereert per vte meer dan gemiddeld bruto toegevoegde waarde per eenheid arbeid, en de horeca (zeer arbeidsintensief) minder dan gemiddeld.

9.5 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 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 en niet voor verkoop of voor het bedrijf waarvoor hij/zij eventueel reist.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 (ontvangsten inkomend toerisme) worden gedaan. Ook wordt onderscheid gemaakt naar land waar het geld wordt besteed of ontvangen.

De Statistiek Internationale Handel in Diensten en de reisverkeersbalans

De reisverkeersbalans van Nederland is onderdeel van de Statistiek Internationale Handel in Diensten van het 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 concepten⁶. 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 Continu Vakantie Onderzoek (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.

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

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

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 mensen 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 reisverkeerbalans. 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 inclusief 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 buitenlandse 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. 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 toerismedefinitie

⁷ Zie hoofdstuk 2.

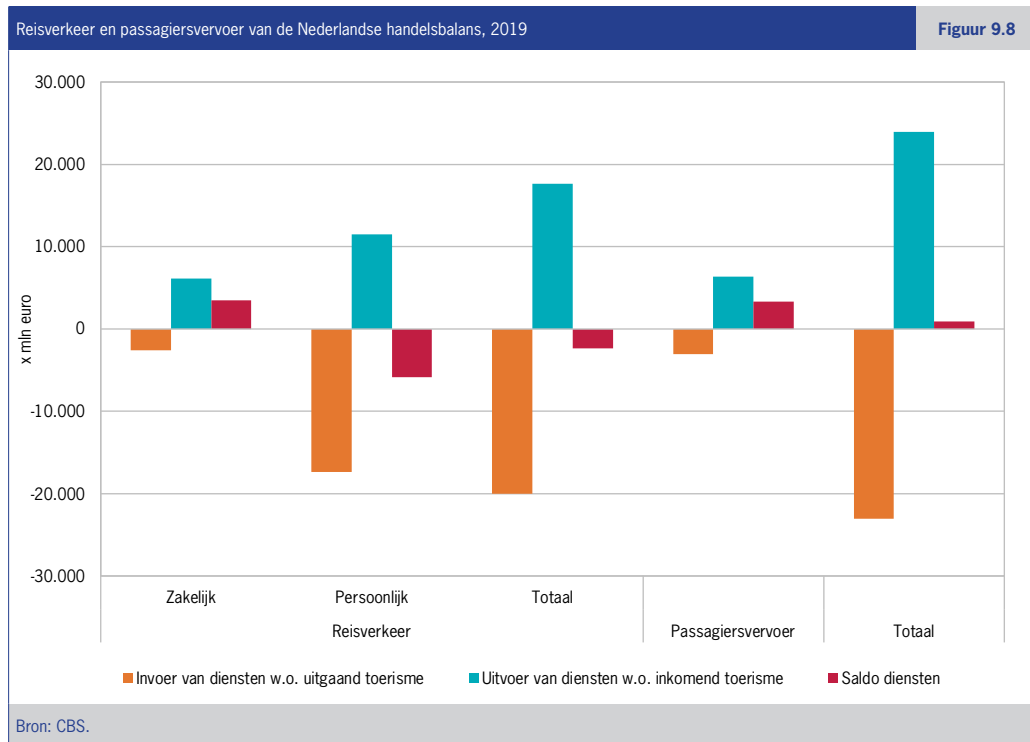
⁸ Zo neemt de UNWTO zowel de reisverkeersbalans als het personenvervoer mee.

van de UNWTO is dat de uitgaven van studenten en mensen die om gezondheidsredenen reizen, en mensen die 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.

Passagiersverkeer zorgt voor positief saldo

In totaal besteedden Nederlanders in 2019 ruim 2,4 miljard euro meer in het buitenland (20,0 miljard euro) dan buitenlanders deden in Nederland (17,6 miljard euro). Met dit negatieve saldo voor de reisverkeersbalans is Nederland een netto-betaler. Het passagiersvervoer laat juist een omgekeerd beeld zien. Nederland is in dat zelfde jaar een netto-ontvanger met een positief saldo van 3,3 miljard euro, daarmee zorgt het passagiersvervoer voor een positief saldo van ruim 900 miljoen euro.

Figuur 9.8 geeft een overzicht van zowel het reisverkeer als het personenvervoer van de Nederlandse handelsbalans 2019. Met betrekking tot de reisverkeersbalans laat de figuur het onderscheid zien 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.



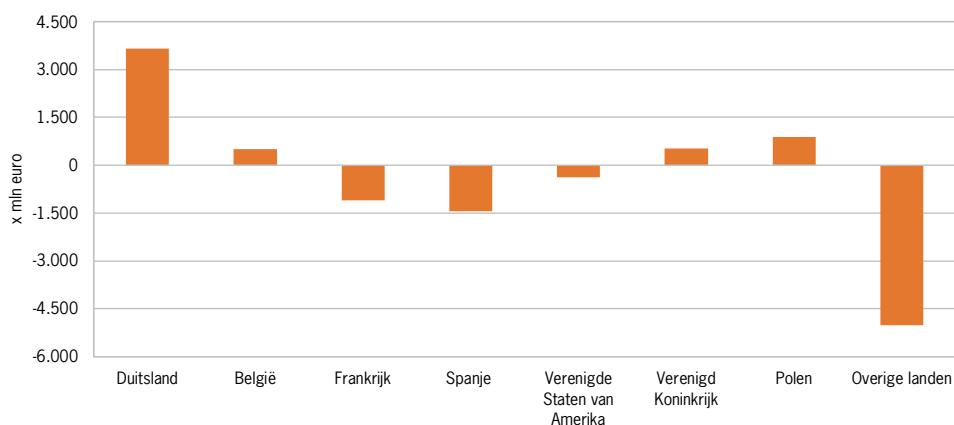
In figuur 9.8 is te zien dat voor het zakelijke toerisme de ontvangsten 3,5 miljard euro hoger liggen dan de bestedingen van Nederlandse zakelijke reizigers in het buitenland. Voor het persoonlijke reisverkeer is het precies andersom: daarbij is Nederland duidelijk een netto-betaler. Het negatieve saldo van 2,4 miljard euro op de reisverkeersbalans wordt dus 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 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 Nederlands 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.

Duitse reizigers besteedden het meest in Nederland en andersom

Figuur 9.9 toont het saldo uit het reisverkeer (exclusief personenvervoer) van enkele belangrijke landen. Van alles wat buitenlandse reizigers in 2019 in Nederland uitgaven, was 42,6 procent afkomstig van Duitse reizigers, waaronder verblijfstoeristen, dagjesmensen en zakenreizigers. In 2019 gaven Duitsers bijna 7,5 miljard euro in Nederland uit, op een totaal van 17,6 miljard euro. Per saldo hield Nederland aan het reisverkeer met Duitsland bijna 3,7 miljard over. Bij het positieve saldo van Polen gaat het voor een belangrijk deel om bestedingen van seizoensarbeiders in Nederland. Van buiten Europa waren het de bezoekers uit de Verenigde Staten die het meest in Nederland uitgaven. Dat dit toch niet voor een positief saldo zorgt heeft te maken met de belangrijke positie van de Verenigde Staten als bestemming in het zakelijke reisverkeer. Na Duitsland zijn de Verenigde Staten de belangrijkste bestemming voor zakelijk reisverkeer.

Figuur 9.9 Saldo belangrijke landen op de reisverkeersbalans (exclusief personenvervoer), 2019



Bron: CBS.

9.6 Gevolgen van de COVID-19-crisis

In 2020 neemt de toegevoegde waarde van de toerismesector fors af door COVID-19

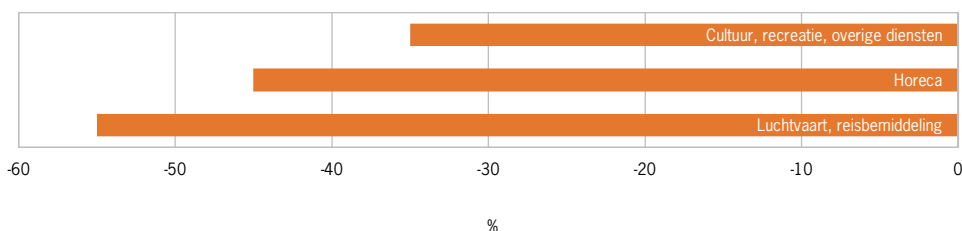
De toerismerekeningen worden op jaarbasis gemaakt op basis van de cijfers uit de Aanbod- en Gebruikstabellen van de Nationale Rekeningen. Het meeste recente jaar is 2019. Het complete beeld over de toerismesector is voor de eerste helft van 2020 dan ook nog niet beschikbaar. Wel is in verband met de COVID-19-crisis gekeken hoe de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid zich in het eerste halfjaar van 2020 hebben ontwikkeld voor enkele bedrijfstakken die bijna geheel toeristisch zijn. Het betreft de branches luchtvaart, horeca, reisbureaus, cultuur, recreatie en sport. Samen waren deze branches in 2019 goed voor ruim 70 procent van het toeristisch bbp van circa 32 miljard euro. Een gedetailleerdere onderverdeling is niet beschikbaar. Van enkele bedrijfstakken kunnen de niet-toeristische activiteiten op deze manier niet worden uitgesloten. Een voorbeeld is het vrachtvervoer in de luchtvaart. Verschillende stappen in het proces van de jaarlijkse toerismerekeningen worden hier overgeslagen. De besproken uitkomsten moeten daarom als een benadering gezien worden.

De toegevoegde waarde van deze toeristische bedrijfstakken daalde in het eerste halfjaar van 2020 volgens die voorlopige inschatting met ongeveer 45 procent ten opzichte van dezelfde periode in 2019. Het totaal van de luchtvaart, reisbemiddeling en reisorganisatie daalde het sterkst met ruim 55 procent, de horeca met bijna 45 procent. Het aantal gasten in toeristische accommodaties was in het eerste halfjaar van 2020 ruim 50 procent lager dan in dezelfde periode van 2019. De toegevoegde waarde van het totaal van cultuur, recreatie en sport nam met ruim 35 procent af.

Bedrijven vonden creatieve oplossingen om hun bedrijf corona-proof te maken en zodoende toch klanten te kunnen bedienen. Dit zorgde er voor dat een deel van de getroffen bedrijven ondanks de lockdown toch nog inkomsten konden verwerven. Te denken valt aan afhaalmogelijkheden bij snackbars, restaurants, cateringbedrijven en ijssalons, verblijven in hotels met inachtneming van de coronamaatregelen, aan het faciliteren van kamers/werkplekken voor thuiswerken in hotels, en aan buiten- en onlinesporten. Daarnaast liepen de inkomsten uit vaste vakantiestandplaatsen door, net als het huren van vakantiehuisen in eigen land. Ook kozen mensen, als ze op vakantie gingen, vaker voor vakantie in eigen land dan vorig jaar. Voor het reisverkeer en het personenvervoer heeft dit er enerzijds toe geleid dat er met name in het tweede kwartaal van 2020 minder diensten werden geëxporteerd aan buitenlandse bezoekers, maar anderzijds ook dat Nederlanders minder uitgaven in het buitenland.

Ontwikkeling toegevoegde waarde toeristische bedrijfstakken in procenten, 1e halfjaar 2020* t.o.v. 1e halfjaar 2019

Figuur 9.10



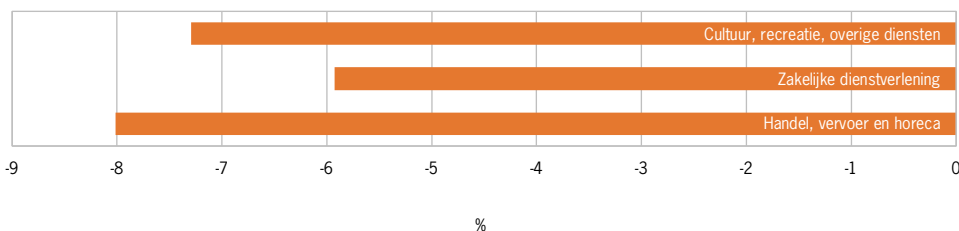
Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

Op het aantal werkzame personen en banen was de impact van de crisis in het eerste halfjaar van 2020 niet zo groot als op de toegevoegde waarde. Mede door steunmaatregelen van de overheid zoals de Tijdelijke noodmaatregel overbrugging voor werkgelegenheid (NOW) konden werknemers worden doorbetaald bij omzetverlies. Hierdoor werd het banenverlies beperkt. Er werd echter wel een stuk minder gewerkt.

Het daadwerkelijk aantal gewerkte uren (seizoengecorrigeerd) geeft een realistisch beeld van de inzet van arbeid in het eerste halfjaar van 2020. In de branche handel, vervoer en horeca werd 133 duizend uur minder gewerkt, een daling van 8 procent. In de zakelijke dienstverlening werd 86 duizend uur minder gewerkt, een daling van bijna 6 procent en in de cultuur, recreatie en overige diensten werd 24 duizend uur minder gewerkt, een daling van ruim 7 procent.

Figuur 9.11 Ontwikkeling in gewerkte uren in procenten 1e halfjaar 2020* t.o.v. 1e halfjaar 2019



Bron: CBS.

*Voorlopige cijfers.



10 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 10.3 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 ten opzichte van 2018 in 2019 met 1,7 procent gedaald (18,1 Mton CO₂).
- De 'carbon footprint' van alle binnenlandse vakanties is afgenomen met 7,6 procent, en die voor buitenlandse vakanties met 0,7 procent.
- Met 63,8 procent wordt de belangrijkste bijdrage aan de 'carbon footprint' geleverd door vliegvakanties, hoewel die slechts 26,0 procent van alle reizen uitmaken.
- Intercontinentale vakanties maken 7,4 procent van alle reizen uit, maar zijn verantwoordelijk voor ruim een derde van de 'carbon footprint' (37,3 procent).
- Toeristische druk is uit te drukken in dichtheid en intensiteit. Ook in 2018 was de dichtheid, gemeten in aantal hotelovernachtingen van toeristen per dag per km², verreweg het hoogst in Amsterdam: ruim 5 keer zo hoog als in Den Haag en Maastricht en bijna 30 keer zo hoog als het gemiddelde van Nederland voor alle overnachtingen in logiesaccommodaties.
- De toeristische intensiteit, uitgedrukt per 100 inwoners, is in Zeeland met 8 overnachtingen per 100 inwoners hoger dan die in Amsterdam (5,8 hotelovernachtingen) of Haarlemmermeer (5,6).
- De 'carbon footprint' van Nederlandse toeristen lijkt meer dan te halveren in 2020, als gevolg van de COVID-19-pandemie en het daardoor sterk gewijzigde vakantiegedrag.
- Ook wijzigde de toeristische druk in de eerste zeven maanden van 2020 door minder buitenlandse en meer binnenlandse gasten (in juli) die andere accommodatietypen en vakantie regio's kiezen.

10.1 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, en het draagt 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 geluidshinder, 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, zoals bewoners in steeds meer steden ervaren. Steeds meer steden voeren dan ook maatregelen in om het toerisme plaatselijk te beperken of te spreiden.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 en 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, met NBTC Holland Marketing als uitvoerder, is een duurzame ontwikkeling door middel van spreiding van het toerisme in Nederland een speerpunt.² De 'carbon footprint' van zowel het binnenlands als het uitgaande toerisme speelt in het rijksbeleid, met name het Klimaatakkoord uit 2019, vooralsnog geen expliciete rol, en ook de klimaatambities in de Ontwerp-Luchtvaartnota blijven conservatief.³

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'.⁴ In de toeristische praktijk 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 10.2 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 Sustainability, Tourism and Transport (CSTT) van Breda University of Applied Sciences 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

1 Zie bijvoorbeeld het rapport 'Overtourism: impact and possible policy responses' geschreven voor het Europees Parlement door een team van onderzoekers van Breda University of Applied Sciences, Stenden University of Applied Sciences, en een aantal buitenlandse experts.

2 Zie NBTC Holland Marketing (2019) Perspectief Bestemming Nederland 2030. Den Haag: NBTC Holland Marketing.

3 EZK (2019) Klimaatakkoord. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken. I&W (2020) Verantwoord vliegen naar 2050. Ontwerp-Luchtvaartnota 2020-2050. Den Haag: Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.

4 World Commission on Environment and Development 1987. Our common future. Oxford: Oxford University Press.

door Nederlandse vakantiegangers in binnen- en buitenland. De basis voor dit onderzoek zijn onder meer de cijfers van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO).⁵ In dit hoofdstuk worden resultaten over 2019 en de ontwikkelingen sinds 2002 gepresenteerd.

In paragraaf 10.3 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: de dichtheid, het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per vierkante kilometer, en de intensiteit, 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.

10.2 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 landschapsvervuiling⁶. 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 410 ppm in 2019⁸ 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. De groei van de emissies is niet alleen afhankelijk van het aantal vakanties en de duur van de vakanties, maar ook van de afstand die wordt afgelegd, het vervoermiddel en het type accommodatie. Ook activiteiten ter plekke kunnen veel energie gebruiken.

⁵ Zie voor een beschrijving van het CVO hoofdstuk 4 over vakanties van Nederlanders.

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. 2020. Trends in Atmospheric Carbon Dioxide, Recent Global CO₂ [Online]. NOAA/ESRL. Beschikbaar via: <https://www.esrl.noaa.gov/gmd/ccgg/trends/global.html> [Geraadpleegd 02-09-20].

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 op dit moment ongeveer twee keer zo groot zijn als het effect van alle sinds 1945 door de luchtvaart uitgestoten CO₂.⁹ 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 van 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. Van 2016 naar 2017 heeft een trendbreuk plaatsgevonden, door een verbreding van de onderzoekspopulatie van het CVO met personen met een niet-Nederlandse nationaliteit, en een deels andere samenstelling van de onderzoekspopulatie. Om toch zo realistisch mogelijk de ontwikkelingen vanaf 2002 te kunnen laten zien, zijn de resultaten voor 2002-2016 gecorrigeerd. Voor een uitgebreidere uitleg van de gehanteerde methodologie en bovengenoemde correcties wordt verwezen naar Eijgelaar et al. (2020).¹¹

De figuren in dit hoofdstuk geven een overzicht van kooldioxide-emissies veroorzaakt door het reisgedrag van de Nederlandse vakantieganger in 2019. Daarnaast wordt gekeken hoe deze zich verhouden tot de uitgaven van vakantiegangers (de eco-efficiëntie). In 2019 bedroegen de totale CO₂-emissies van het reisgedrag van de Nederlandse vakantieganger 18,1 Mton; 1,7 procent minder dan in 2018 (figuur 10.1). Ter indicatie: de gehele Nederlandse samenleving stootte 2,5 procent minder CO₂ uit in 2019 dan in 2018, namelijk 156,6 Mton CO₂.¹²

9 Lee, D., Fahey, D., Skowron, A., Allen, M., Burkhardt, U., Chen, Q., et al. (2020). The contribution of global aviation to anthropogenic climate forcing for 2000 to 2018. *Atmospheric Environment*, 117834.

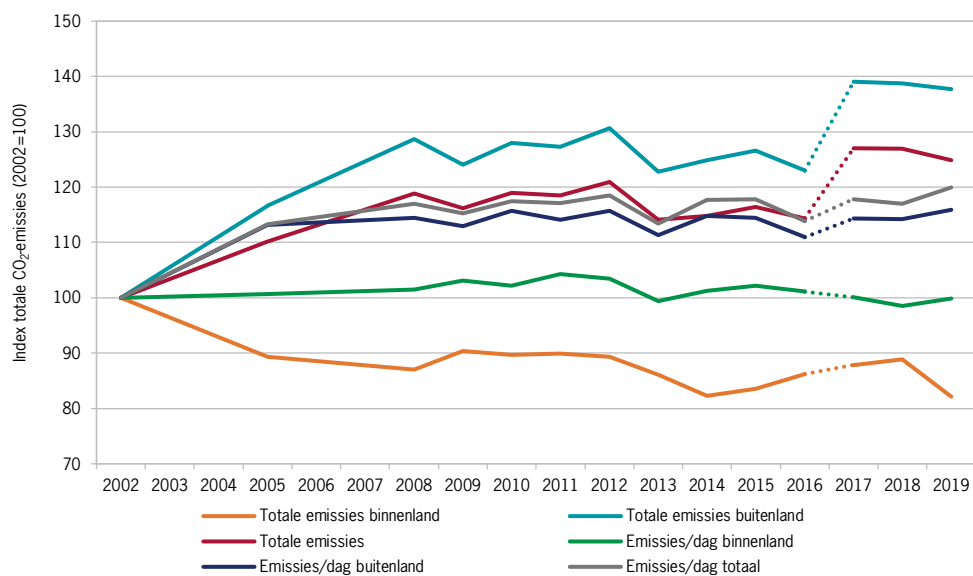
10 Forster, P. M. D. F., Shine, K. P. & Stuber, N. 2006. It is premature to include non-CO2 effects of aviation in emission trading schemes. *Atmospheric Environment*, 40, 1117-1121 en Peeters, P. & Williams, V. 2009. Calculating emissions and radiative forcing: global, national, local, individual. In: Gössling, S. & Upham, P. (eds.) *Climate change and aviation: Issues, challenges and solutions*. London: Earthscan.

11 Eijgelaar, E., Neelis, I., Peeters, P., de Bruijn, K. & Dirven, R. (2020) *Travelling large in 2018: The carbon footprint of Dutch holiday-makers in 2018 and the development since 2002*. Breda: Breda University of Applied Sciences.

12 CBS. 2020. Emissies van broeikasgassen berekend volgens IPCC-voorschriften [Online]. Den Haag/Heerlen: CBS. Beschikbaar: <https://opendata.cbs.nl/> [Geraadpleegd 02-09-20], Voorlopig cijfer.

Emissietrends totaal, binnenlandse en buitenlandse vakanties, 2002-2019

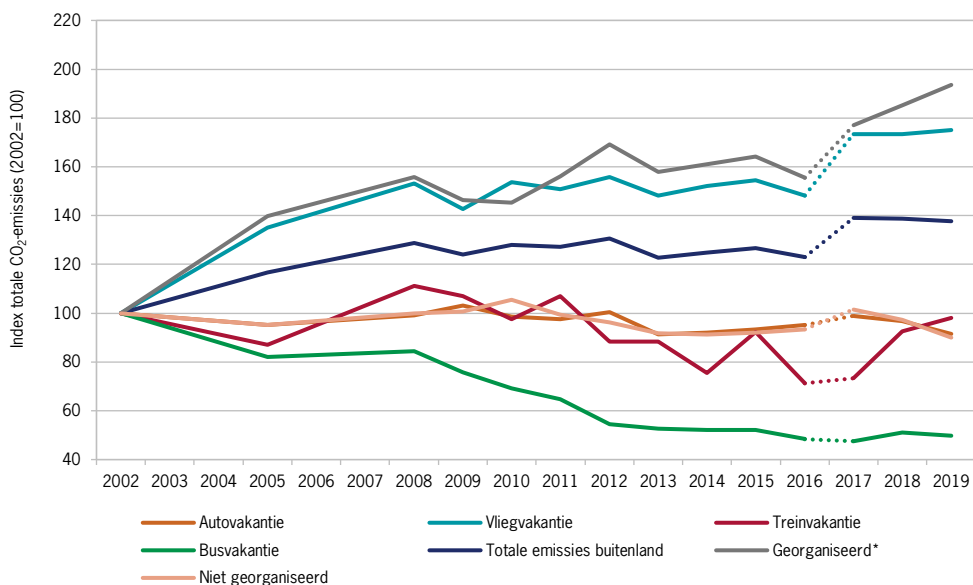
Figuur 10.1



Bron: CVO, 2002, 2005, 2008-2019 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek). Alle waarden t/m 2016 zijn gecorrigeerd i.v.m. de trendbreuk in 2017.

Emissietrends buitenlandse vakanties naar vervoermiddel en organisatievorm, 2002-2019

Figuur 10.2



Bron: CVO, 2002, 2005, 2008-2019 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek). Alle waarden t/m 2016 zijn gecorrigeerd i.v.m. de trendbreuk in 2017.

* Georganiseerd = pakket- plus samengestelde reizen.

Zoals figuur 10.1 laat zien, is in 2019 ten opzichte van 2018 sprake van een lichte daling (-1,7 procent) van het aantal totale emissies ten gevolge van het reisgedrag van Nederlandse toeristen. Dit is het gevolg van een flinke daling van 7,6 procent van de emissies door binnenlandse vakanties en tevens een afname met 0,7 procent van de veel omvangrijkere emissies van vakanties naar het buitenland. Die afname van emissies van buitenlandse vakanties was een combinatie van een toename bij intercontinentale vakanties (3,5 procent) en een afname bij Europese vakanties (-3,7 procent). Wat betreft de emissies per vakantiedag kunnen we vaststellen dat die van binnenlandse vakanties zijn gestegen (1,4 procent), evenals die van buitenlandse vakanties (1,5 procent). De totale emissies per vakantiedag zijn met 2,6 procent gestegen.

Figuur 10.1 laat ook zien dat het totale aantal CO₂-emissies van Nederlandse vakantiegeangers tussen het begin van de meting in 2002 en 2008 eerst een zeer sterke groei vertoonde: 2,9 procent per jaar en 18,8 procent in totaal. Na een beperkte afname in 2009 is tot 2012 sprake van een afvlakking van de jaarlijkse groei vergeleken met de periode 2002-2008. Tussen 2012 en 2016 daalden de totale emissies (-5,4 procent). Over de periode van 2002 tot 2016 zijn de totale emissies met 14,4 procent toegenomen. Tussen 2016 en 2017 volgde een flinke groei van 11,1 procent. Tussen 2017 en 2018 vond geen groei of afname plaats, en naar 2019 vervolgens een afname van 1,7 procent. De gehele periode van 2002 tot 2019 vertoont een groei van 24,8 procent van de totale emissies.

Figuur 10.2 geeft inzicht in de emissietrends bij buitenlandse vakanties op basis van vervoerkeuze en organisatietype. Uit de figuur blijkt dat over de hele periode (2002-2019) de emissies van autovakanties redelijk gelijk zijn gebleven (-8,6 procent). Die van vliegvakanties (75,1 procent) en georganiseerde vakanties (93,6 procent) vertonen de grootste groei, terwijl treinvakanties nogal fluctueren. Niet-georganiseerde ('op de bonnefooi') vakanties volgen ongeveer eenzelfde ontwikkeling als die van autovakanties.¹³ Vooral busvakanties zijn sterk in emissies afgenomen, maar dat komt vrijwel uitsluitend door de afname van het aantal busvakanties. De meest opvallende ontwikkeling tussen 2016 en 2019 is een toename van de emissies van treinvakanties (37,7 procent), al gaat het hier in absolute zin om een fractie van de emissies van bijvoorbeeld vliegvakanties.

Als de cijfers van 2019 met die van 2018 worden vergeleken, vallen de volgende zaken op. In 2019 nam ten opzichte van 2018 de totale reisafstand van alle vakanties toe met 2,1 procent. Dit komt voornamelijk door de toename van de totale reisafstand van vliegvakanties (3,4 procent). Het aantal vliegvakanties steeg ook met 2,9 procent. Bij het aandeel van milieuvriendelijk vervoer zien we een verdere afname van het aantal busvakanties (-1,3 procent), maar een toename van het aantal treinvakanties (14,1 procent). Het aandeel van de emissies veroorzaakt door alle bus- en treinreizen ten opzichte van alle vakantie-emissies is al jaren zeer gering: 2,0 procent in 2019 (figuur 10.3). Overkoepelend bleef het totale aantal vakanties in 2019 met 39,9 miljoen nagenoeg gelijk aan 2018 (-0,1 procent).

Omdat reisafstand zo'n belangrijke rol speelt bij het bepalen van de 'carbon footprint', worden in figuur 10.3 de afstanden per vervoermiddel weergegeven. Wat opvalt, is dat het vliegtuig goed is voor 79,2 procent van alle afgelegde afstanden, terwijl het gaat om 26,0 procent van alle vakanties. De gemiddelde retourafstand per auto bedraagt 'slechts' 583 km, terwijl een gemiddelde retourreis met het vliegtuig op 6.482 km uitkomt. Per trein is de gemiddelde retourafstand 513 km. Opvallend is de vrij

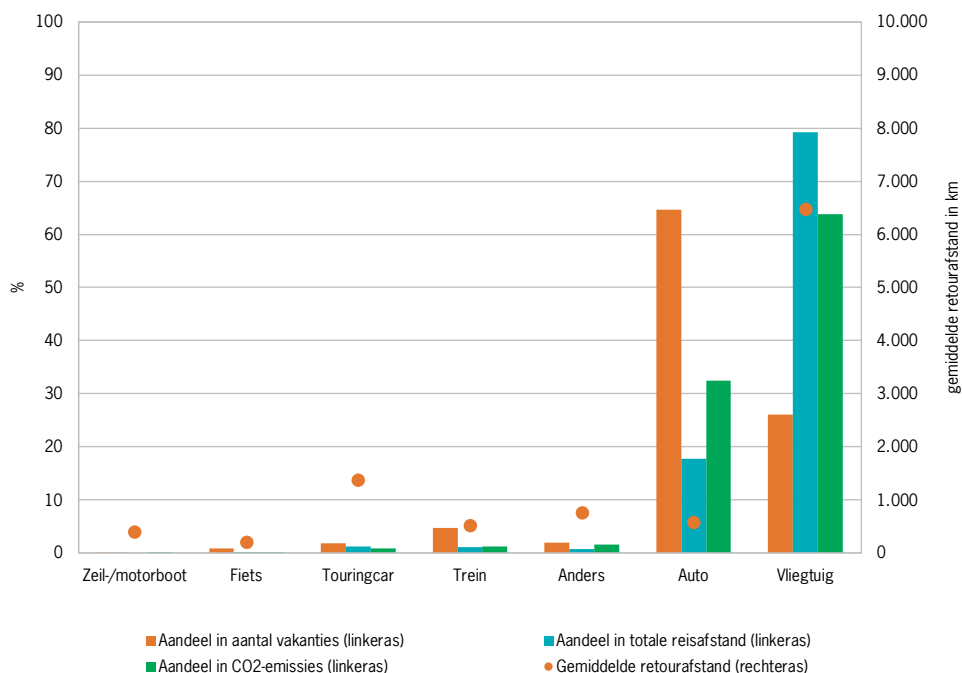
¹³ Onder georganiseerde reizen worden reizen verstaan waarbij de toerist een vakantie koopt bij een reisorganisatie/reisbureau met verblijf en eventueel vervoer. Dit in tegenstelling tot een niet georganiseerde reis waarvoor de toerist zelf rechtstreeks boekt bij de vervoersmaatschappij of verblijfsaccommodatie.

hoge gemiddelde retourafstand per touringcar: 1.372 km. Hiermee concurreert de touringcar met de onderkant van het vliegsegment, terwijl men dat juist van de (moderne snelle) trein zou verwachten.

Figuur 10.3 laat ook 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: 63,8 procent. Het is dan ook niet verwonderlijk dat vakanties buiten Europa (7,4 procent van het aantal vakanties), waarvoor voornamelijk gevlogen wordt, 37,3 procent van alle emissies veroorzaken. Het aandeel vliegreizen steeg van 25,2 procent van alle reizen in 2018 naar 26,0 procent in 2019.

Vakantie, afstanden en CO₂-emissies naar vervoermiddel, 2019*

Figuur 10.3



Bron: CVO, 2019 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

* Alle genoemde afstanden zijn gemeten in een 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.

Tabel 10.1 geeft een overzicht van de emissies van vakanties van Nederlanders, uitgesplitst naar vakantiebestemming. De 'carbon footprint' is het gevolg van het aantal reizen naar een land maal de emissies per vakantie. Die laatste variëren sterk van tegen de 150 kg voor een binnenlandse of Belgische vakantie tot bijna 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 en Noord-Amerika allemaal afzonderlijk verantwoordelijk zijn voor 6 tot 10 procent van de totale 'carbon footprint'. Vakanties naar Azië laten de grootste 'carbon footprint' zien (14,0 procent), gevolgd door de binnenlandse vakanties (13,9 procent).

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 (24 kg per dag) en de hoogste bij vakanties naar Overig Amerika (143 kg per dag, tabel 10.1). Opvallend is dat alle korte vakanties samen op 41 kg per dag komen en alle lange vakanties samen op 53 kg per dag. Dit komt doordat de reisafstand sterker toeneemt dan de duur bij lange vakanties ten opzichte van korte.

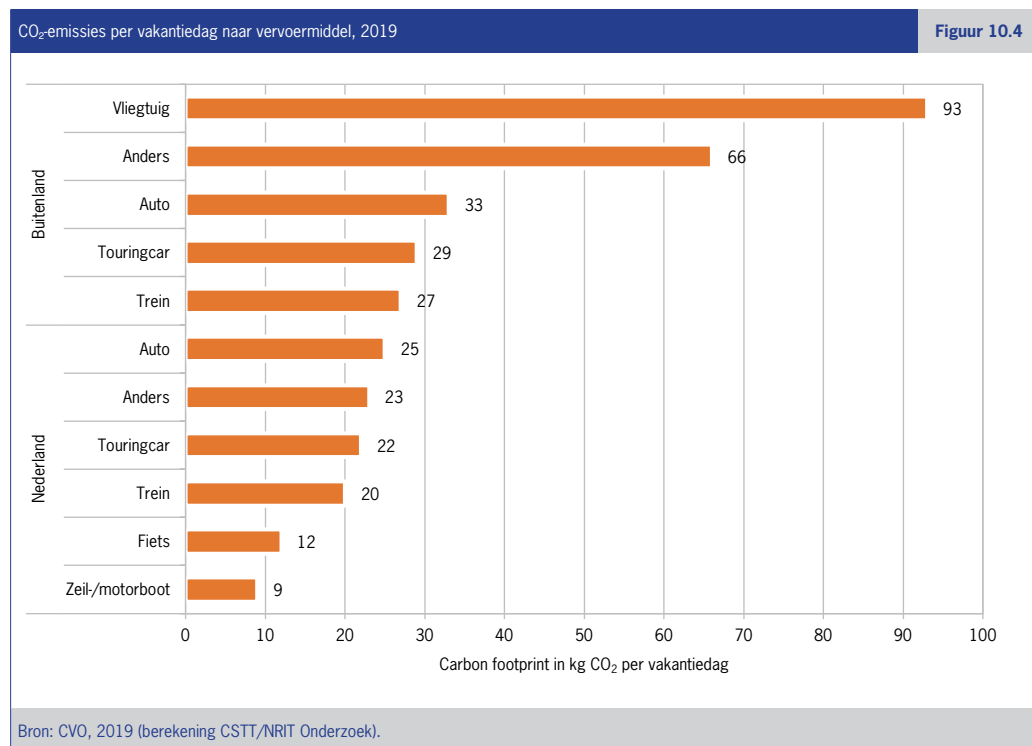
Tabel 10.1 CO₂-emissies en cumulatief aandeel per vakantiebestemming, 2019*

	Korte vakantie			Lange 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		
Nederland	29	87	850	22	218	1.662	24	144	2.512
Belgie	32	100	97	25	213	158	27	149	256
Luxemburg	42	139	10	29	283	47	31	240	57
Zwitserland	60	198	7	30	308	49	32	289	56
Frankrijk	51	167	101	31	438	892	32	376	992
Duitsland	42	133	206	30	288	585	33	221	791
Denemarken	75	267	14	39	442	85	41	405	99
Oostenrijk	91	339	28	38	385	460	39	382	488
Voorm. Joegoslavië	117	450	9	41	604	287	41	598	295
Tsjechie	87	311	18	38	401	86	42	382	104
Zweden	104	404	20	36	590	125	40	555	145
Italië	117	417	59	45	568	670	47	552	729
Verenigd Koninkrijk	79	265	113	38	383	257	45	337	370
Hongarije	111	425	5	37	595	55	39	576	60
Finland	147	464	2	68	601	29	70	591	31
Spanje	132	481	109	54	693	1.638	57	675	1.747
Ierland	93	336	13	49	581	57	53	511	70
Turkije	170	682	8	67	904	645	68	900	653
Portugal	150	571	56	62	854	430	66	808	487
Noorwegen	103	369	7	51	753	135	53	719	141
Griekenland	164	611	10	71	836	723	72	832	734
Overig Europa	125	453	49	55	687	497	58	657	546
Afrika	214	772	23	106	1.501	918	108	1.466	941
VSenCanada	527	1.923	10	142	2.279	1.439	142	2.276	1.449
Azie	453	1.690	11	129	2.438	2.522	129	2.434	2.533
Overig Amerika	856	1.711	1	143	2.604	1.493	143	2.603	1.493
Australië en Oceanië	959	3.837	4	134	4.937	352	136	4.920	356
Totaal	41	127	1.839	53	641	16.296	52	455	18.136

Bron: CVO, 2019 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

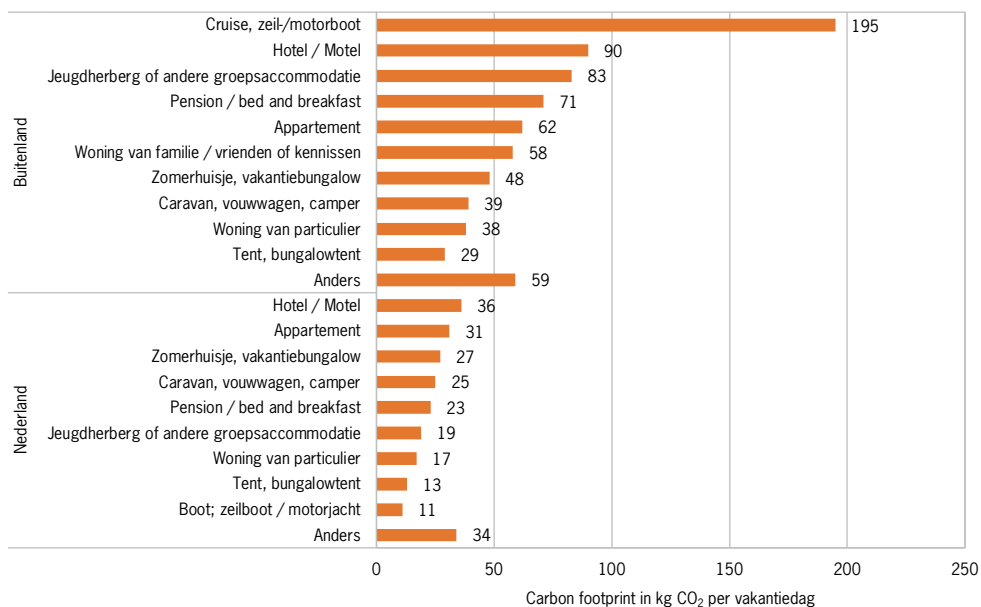
* Carbon Footprint in kg CO₂

Figuur 10.4 presenteert de 'carbon footprint' per vakantiedag 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, of met de fiets (9 à 12 kg per dag). Binnenlandse trein- en busreizen zitten ook aan de duurzame kant: respectievelijk 20 en 22 kg per dag. Vakanties met de hoogste 'carbon footprint' zijn 2- tot en met 4-daagse vliegreizen naar het buitenland (121 kg per dag), zoals de populaire stedentrips.



Figuur 10.5 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- (11 kg per dag), tentvakanties (13 kg per dag) en die in woningen van particulieren (17 kg per dag). Aan de andere kant van de schaal staan zee-cruises, met 234 kg per dag (niet apart in de figuur vermeld). Daarna komen de buitenlandse vakanties in hotels/motels (90 kg per dag) en in jeugdherbergen (83 kg per dag). Daarbij moet wel worden bedacht dat de totale emissies van zee-cruises slechts 2,9 procent van het totaal bedragen, terwijl buitenlandse hotelvakanties 41,5 procent van alle vakantie-emissies betreffen. De hoge footprint van buitenlandse vakanties in jeugdherbergen zit in het vervoersgedeelte, en komt door de ver bovengemiddelde afstanden die backpackers afleggen.

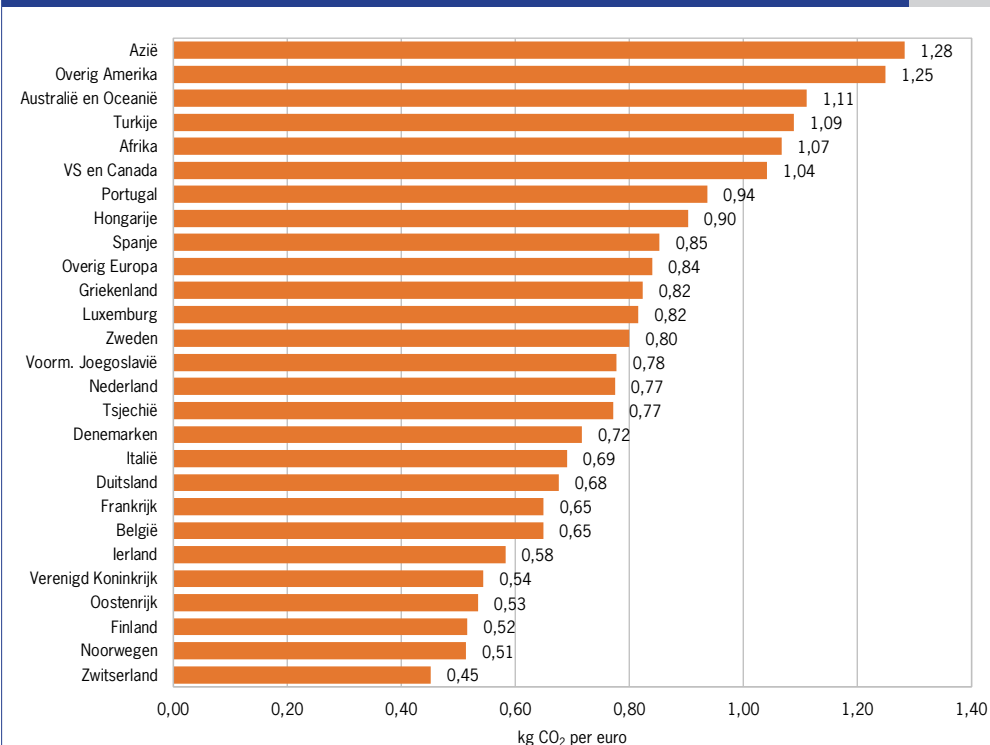
Figuur 10.5 CO₂-emissies per vakantiedag naar logiesvorm, 2019



Bron: CVO, 2019 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

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 prioriteiten 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 figuur 10.6 blijkt dat de eco-efficiëntie het gunstigst is voor vakanties naar Zwitserland: 0,45 kg per euro. De lage waarde voor Zwitserland heeft veel te maken met de hoge vakantiekosten in dit land en de geringe reisafstand en daardoor relatief lage CO₂-uitstoot. De eco-efficiëntie is door hoge emissies en relatief lage verblijfskosten het minst gunstig voor vakanties naar Azië: 1,28 kg per euro. De lange reisafstand naar verre bestemmingen gaat gepaard met hoge vakantiekosten, maar ook met twee tot vijf ton CO₂. Van de verre bestemmingen hebben de Verenigde Staten en Canada de gunstigste eco-efficiëntie: 1,04 kg per euro. Turkije heeft een voor Europese bestemmingen zeer ongunstige eco-efficiëntie van 1,09 kg per euro, wat vooral door de relatief lage vakantiekosten wordt veroorzaakt. Ook een binnenlandse vakantie valt qua eco-efficiëntie minder gunstig uit dan een vakantie in de ons omringende landen. Dit wordt veroorzaakt door de lagere (vooral reis-) kosten van een binnenlandse vakantie.



Bron: CVO, 2019 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

* Milieubelasting van een vakantie afgezet tegen de bestedingen tijdens de vakantie uitgedrukt in kg CO₂ per euro.

Interessant is dat de eco-efficiëntie gemiddeld genomen wat hoger (0,75 kg per euro) ligt bij hele korte reisafstanden (tot 500 kilometer) dan bij afstanden tussen de 500 en 2000 kilometer (rond de 0,62 kg per euro). Bij afstanden boven de 2000 kilometer neemt de eco-efficiëntie vervolgens snel toe (naar gemiddeld 1,04 kg per euro). Dit komt doordat de toename van de reis- en verblijfskosten de stijging van de CO₂-emissies niet meer kan bijbenen. Daarbij moet wel worden bedacht dat de klasse boven 2.000 km afstanden tot 18.000 km bevat en dus nogal breed is. Het omslagpunt ligt waarschijnlijk bij een afstand die groter is dan 2.000 km. Naast eco-efficiëntie zal men altijd de totale omzetten en totale emissies mee moeten wegen om de combinatie van economische en klimaatdoelen te kunnen halen.

10.3 Toeristische druk op de omgeving

Een groei van het verblijfstoerisme kan een verhoogde druk veroorzaken op het milieu en de leefomgeving in toeristische bestemmingen en doorreisgebieden. In deze laatste paragraaf worden twee indicatoren beschreven die de 'toeristische druk' kwantificeren. Ten eerste wordt dat gedaan door middel van de dichtheid: het gemiddelde aantal overnachtingen per dag per vierkante kilometer in een

bepaald gebied, en ten tweede door de intensiteit: 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.

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. Daarnaast kunnen de herkomst en de aard van de activiteiten van de toeristen 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 het Trendrapport 2016 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.¹⁵ 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 gebruikgemaakt 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 op dit niveau. 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 het CBS.

Cijfers geven ondergrenzen toeristische druk aan

Particuliere accommodaties (vaak verhuurd via online platforms als Airbnb, HomeAway en Wimdu) vallen buiten de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS. Dat geldt ook voor kleine commerciële accommodaties met minder dan vijf slaapplekken.¹⁶ Tevens blijven het verblijf in eigen tweede woning, bij familie/vrienden en van vaste gasten op campings en jachthavens buiten het bereik van dit onderzoek. Ten slotte is het dagtoerisme (nog) niet meegenomen in de berekening van de toeristische druk. Het gaat hier dus 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. De experimenten van het CBS met mobiele telefoongegevens geven inzicht in de mogelijkheden op dit gebied. Zo heeft het CBS op basis van die bron geëxperimenteerd met de daytimepopulation¹⁷ en een onderzoek naar het aantal bezoekers op koningsdag in Amsterdam.¹⁸ Ook zou het aardig zijn om onderscheid te maken naar land van herkomst en het type bezoeker.

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 Postma, A. & Koens, K. 'Toeristische druk op stedelijke bestemmingen. Het perspectief van bewoners' in: *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016* (NRIT Media, CBS, NBTC, CELTH, 2016), 328-332

16 Bij huisjesterreinen en groepsaccommodaties minder dan tien slaapplekken en bij campings minder dan vier stand- plaatsen (excl. vaste standplaatsen voor bijvoorbeeld stacaravans).

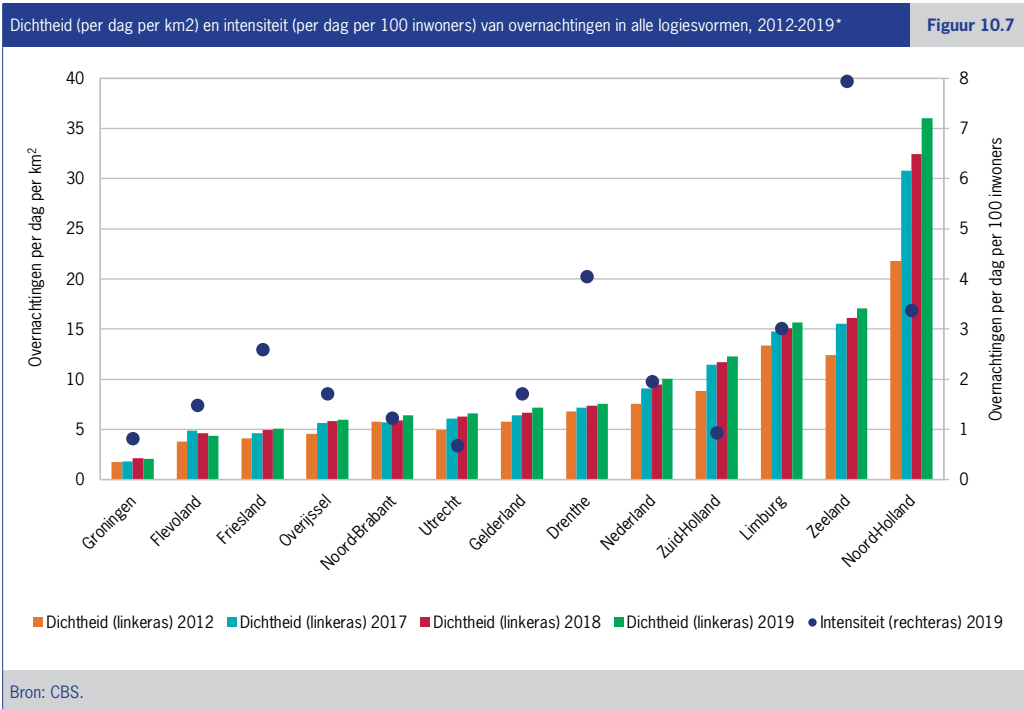
17 Zie meer informatie over het bèta-onderzoek naar de daytime population: <https://www.cbs.nl/nl-nl/over-ons/innovatie/project/bewegingen-meten-met-anonieme-telefoondata>.

18 Zie meer informatie over het bèta-onderzoek naar de bezoekers van Amsterdam op Koningsdag: <https://www.cbs.nl/nl-nl/over-ons/innovatie/project/hoeveel-bezoekers-zijn-er-op-koningsdag-in-amsterdam>

Dat is hier niet gedaan. Men dient zich verder te realiseren dat het in deze paragraaf gaat om gemiddelden op jaarbasis. De waarden kunnen sterk schommelen naargelang het seizoen, de dag van de week (werkdagen versus weekend), feestdagen of dagen met belangrijke evenementen. De cijfers moeten dan ook niet als absolute getallen worden gezien, maar als referentiewaarden ten opzichte van elkaar.

Hoogste toeristische dichtheid in Noord-Holland; hoogste intensiteit in Zeeland

De provincie Noord-Holland had van alle Nederlandse provincies in de afgelopen jaren duidelijk de hoogste toeristische druk per vierkante kilometer (figuur 10.7). De toeristische dichtheid in die provincie is ruim 3,5 keer zo hoog als het Nederlandse gemiddelde. Ook is de dichtheid in Noord-Holland de afgelopen jaren het sterkst gestegen. Op de tweede plaats wat betreft de toeristische druk per vierkante kilometer komen Zeeland en Limburg. De provincies Groningen, Flevoland en Friesland ondervonden in de periode 2012-2019 de minste toeristische druk als het gaat om het aantal toeristische overnachtingen per dag per vierkante kilometer.



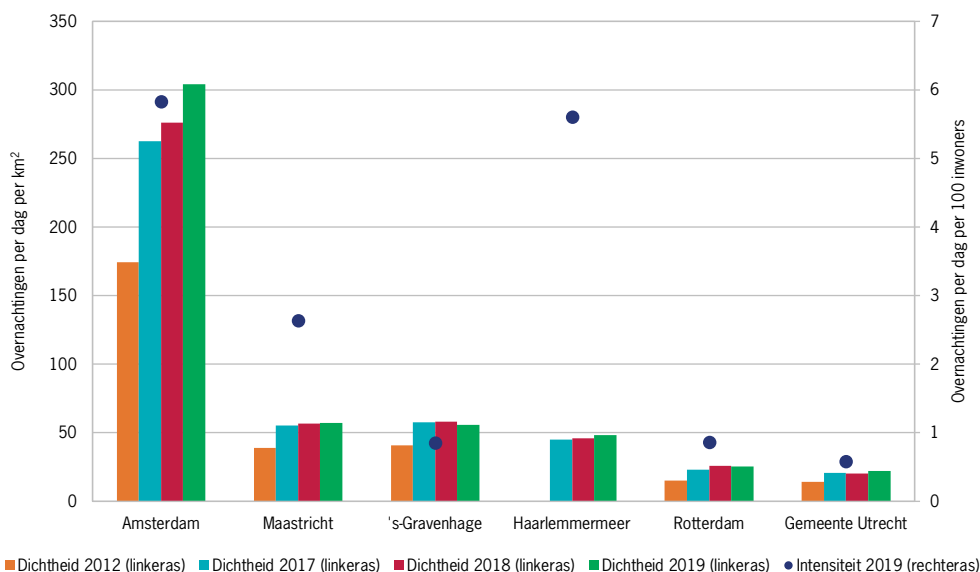
* Bij de oppervlakte is alleen gekeken naar de landoppervlakte.

Als gekeken wordt naar de intensiteit door middel van het aantal overnachtingen per dag per 100 inwoners ontstaat een iets ander beeld. Noord-Holland komt dan op de derde plaats: gemiddeld per 100 inwoners vonden er in 2019 per dag 3,1 overnachtingen van toeristen plaats. Zeeland heeft de hoogste toeristische intensiteit: 8 overnachtingen per dag per 100 inwoners.

Amsterdam kent verreweg de hoogste toeristische dichtheid

Figuur 10.8 presenteert de toeristische dichtheid en intensiteit in zes gemeenten van Nederland: de G4, Haarlemmermeer en Maastricht. Volgens verwachting was de toeristische dichtheid in de (grote) steden hoger dan die op het platteland. Amsterdam kent verreweg de grootste toeristische dichtheid: 304 hotelovernachtingen per dag per vierkante kilometer in 2019. Dat is ruim 5 keer zo hoog als bijvoorbeeld Den Haag of Maastricht en 30 keer zo hoog als het Nederlandse gemiddelde van 10 overnachtingen per dag per vierkante kilometer. De toeristische dichtheid 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 en/of hun dag besteden. In het bèta-onderzoek naar de bezoekers van Amsterdam op Koningsdag wordt het effect van inzoomen op de binnenstad geïllustreerd. De toeristische druk van verblijfstoerisme wordt in Amsterdam met name veroorzaakt door buitenlanders. In een stad als Maastricht gaat het daarentegen juist vaker om overnachtingen van Nederlanders.

Figuur 10.8 Dichtheid (per dag per km²) en intensiteit (per dag per 100 inwoners) van hotelovernachtingen, 2012-2019*



Bron: CBS.

* Bij de oppervlakte is alleen gekeken naar de landoppervlakte.

Als ook hier wordt gekeken naar de toeristische intensiteit, door middel van het gemiddelde aantal hotelovernachtingen per dag per 100 inwoners, wordt ook duidelijk waarom het CBS ertoe over is gegaan om cijfers over de hotels in Haarlemmermeer te publiceren. In 2019 was de toeristische intensiteit in Haarlemmermeer 5,6 hotelovernachtingen van toeristen per dag op 100 inwoners, alleen in Amsterdam was de intensiteit hoger met 5,8 hotelovernachtingen per dag per 100 inwoners. De intensiteit was wel lager dan in Zeeland met 8 overnachtingen per dag per 100 inwoners.

10.4 Gevolgen van de COVID-19-crisis

De COVID-19-crisis zal zeker in 2020 enorme gevolgen op de carbon footprint van de Nederlandse vakantieganger hebben. Het reisgedrag is sinds maart sterk veranderd: zowel de bestemmingskeuze als het vervoermiddel zijn veelal gewijzigd. In maart gingen ongeveer de helft minder Nederlanders op vakantie dan in het jaar ervoor, in april en mei vielen buitenlandse vakanties nagenoeg compleet weg, en werden er ook veel minder vakanties in het binnenland gehouden. Vanaf juni is er herstel van de binnenlandse vakanties, maar buitenlandse vakanties bleven nog steeds 87 procent achter.¹⁹ Dit is ook te zien in het aantal passagiers op de vijf belangrijkste Nederlandse luchthavens: over de maanden april tot en met augustus 2020 daalde dit met 87 procent ten opzichte van 2019. Van de mensen die wel vlogen, deed zo'n 70 procent dat naar een bestemming binnen Europa, en vooral naar nabij gelegen landen.²⁰ Op basis van een maandelijkse enquête onder 50.000 consumenten door ANVR en GfK kunnen we stellen dat er door Nederlanders nog minder buiten Europa gevlogen is dan de vluchtafstandgegevens lijken te suggereren. Het verschil kan met transit passagiers worden verklaard. ANVR en GfK laten zien dat er sinds maart nog maar mondjesmaat buiten Europa gereisd werd. Ook in juni en juli bleven intercontinentale boekingen 70 tot 80 procent achter. Voor Europese bestemmingen lag dat percentage iets lager, maar nog altijd 50 tot 70 procent minder dan in 2019. De uitzonderingen in met name juli waren Duitsland, België, Frankrijk, Oostenrijk en Noorwegen. Hier bleef de daling in boekingen beperkt tot maximaal 15 procent. België vertoonde zelfs een plus en Duitsland nauwelijks een min.²¹ Het toenemend aantal reisbeperkingen in augustus en september doet vermoeden dat bovenstaande ontwikkelingen zich tot tenminste eind 2020 zullen voortzetten.

Voor de carbon footprint betekent dit een enorme daling. Niet alleen het aantal vakanties gaat omlaag, maar ook de totale reisafstand, en de daarvan afgelegde kilometers per vliegtuig. Dit zijn stuk voor stuk zeer bepalende factoren voor de totale hoogte van vakantie emissies. Weliswaar worden milieuvriendelijkere vervoerswijzen als trein en bus ook minder gebruikt, en de auto meer, maar dit valt qua effecten op de emissies in het niet in vergelijking tot de daling van reisafstand en vliegtuiggebruik. Naast deze daling in door vervoer veroorzaakte emissies zullen vermoedelijk ook de emissies van accommodaties en activiteiten omlaag gaan. De 1,5 meter samenleving zorgt voor lagere bezettingsgraden in hotels (waar de meeste accommodatie emissies vandaan komen), terwijl bijvoorbeeld campings (lage emissies) het goed doen. Ook zoeken mensen meer de ruimte en natuur op, en vermijden activiteiten met hoger energieverbruik.

Zelfs bij een positieve insteek, met de boekingsmonitor van ANVR/GfK voor juli 2020 als basis, gelijkblijvende binnenlandse emissies, en het negeren van alle verliezen in het voorjaar en de dalende vakantie intentie in september²², zou de totale carbon footprint van Nederlandse vakantiegangers ten opzichte van 2019 kunnen halveren, naar 9 à 10 Mt CO₂. Omdat het vliegverkeer in de maanden april en mei grotendeels stil lag, en de voortekenen voor de laatste maanden van 2020 slecht zijn, zal de carbon footprint mogelijk zelfs nog lager uitkomen. De bijdrage van toerisme aan klimaatverandering

19 CBS. 2020. Aantal Nederlandse vakantiegangers bereikt dieptepunt in tweede kwartaal [Online]. Den Haag/Heerlen: CBS. Beschikbaar: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/38/aantal-nederlandse-vakantiegangers-bereikt-dieptepunt-in-tweede-kwartaal> [Geraadpleegd 24-09-20].

20 CBS. 2020. In juni 2020 minder dan tiende van aantal vliegtuigpassagiers [Online]. Den Haag/Heerlen: CBS. Beschikbaar: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/31/in-juni-2020-minder-dan-tiende-van-aantal-vliegtuigpassagiers> [Geraadpleegd 24-09-20].

21 ANVR/GfK. 2020. ANVR/GfK Boekingsmonitor [Online]. Beschikbaar: <https://www.anvr.nl/publicaties/boekingsmonitor.aspx> [Geraadpleegd 24-09-20].

22 NBTC Holland Marketing. 2020. Vakantie Sentiment Monitor: Resultaten 4e meting [Online]. NBTC. Beschikbaar: <https://www.nbtc.nl/> [Geraadpleegd 29-09-20].

gaat dus aanzienlijk naar beneden. Het blijkt eens te meer dat nabije bestemmingen veel crisisbestendiger zijn dan verre, en dat vakantiegedrag (onder andere bestemmings- en vervoermiddelkeuze) afhankelijk is van de omstandigheden. De kansen voor een forse verduurzaming van toerisme lijken derhalve groot als de branche hierop inspeelt en zich bijvoorbeeld meer richt op het aantrekken respectievelijk vasthouden van de gast uit de 'regio' (eigen land en buurlanden).

Niet alleen heeft COVID-19 invloed gehad op de carbon footprint van de Nederlandse vakantieganger, het heeft er ook toe geleid dat de Nederlandse logiesaccommodaties in de maanden maart, april en mei veel minder gasten mochten verwelkomen dan in 2019. In juni trok het aantal gasten en overnachtingen weer wat aan en in juli 2020 waren er meer overnachtingen in met name bungalowparken en op kampeerterreinen. Nederlanders gingen vaker dan de laatste jaren gebruikelijk in eigen land op vakantie en compenseerden bij die accommodatietypen ruimschoots het wegblijven van de internationale gasten. Bij de hotels en groepsaccommodaties kon de Nederlandse gast het gebrek aan internationale gasten echter niet compenseren. Voor de toeristische dichtheid en intensiteit betekent dit dat na een rustig voorjaar, de zomer vooral buiten de steden juist drukker was dan normaal. Zo komt Zeeland in juli 2020 uit op een intensiteit van ruim 17 overnachtingen per 100 inwoners, tegen 15 in juli 2019. In de stedelijke regio's en met name Amsterdam is het echter ook in juli 2020 met 2,5 overnachtingen per 100 inwoners een stuk rustiger geweest dan een jaar eerder: 6,5 overnachtingen.

