



Deel 2 van het Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019



Voorwoord

Toerisme blijft wereldwijd en in Nederland sterk groeien. Het aantal internationale toeristen nam in 2018 met vijf procent toe en groeit nu al negen jaar op rij. Ook Nederland profiteerde in 2018 met 19 miljoen internationale verblijfsgasten, een groei van vijf procent ten opzichte van het jaar daarvoor. Bezien we toerisme in macro-economisch perspectief dan levert toerisme en recreatie Nederland jaarlijks 87,5 miljard euro op en vinden 679 duizend Nederlanders werk in de sector.

Ondanks deze mooie cijfers heeft de puur economische benadering van toerisme zijn langste tijd gehad. De vraag wat toerisme kan bijdragen aan leefbaarheid en het leven van de Nederlanders vindt steeds meer weerklank. Het advies van de Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli) 'Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het' bevestigt de beweging die al ingezet was met Perspectief 2030. Volgens de Raad is een goede balans noodzakelijk tussen enerzijds het economisch voordeel en anderzijds de draagkracht van de leefomgeving en het draagvlak onder bewoners. Vanuit die benadering kan toerisme bijdragen aan de kwaliteit van de leefomgeving voor bewoners, bezoekers en ondernemers. Met het advies van de Rli, Perspectief 2030 en de bijbehorende Actieagenda liggen er voldoende bouwstenen voor een perspectiefwisseling in het toerismebeleid. Toerisme is daarbij geen doel op zich, maar een krachtig middel om bij te dragen aan de oplossing van maatschappelijke vraagstukken die het algemeen belang en welvaart en welzijn van Nederland en de Nederlanders dienen.

Een positieve ontwikkeling is dat de initiatieven voor een Landelijke Data Alliantie (LDA) en een experimenteel 'Data & Development Lab' breed worden gesteund. Deze initiatieven moeten de komende jaren een breed kennisfundament onder de sector leggen en de effecten van interventies meetbaar maken. Dat sluit ook heel goed aan bij de doelstelling van het Trendrapport waar we met feiten, cijfers en inzichten willen bijdragen aan een krachtige en innovatieve sector. Een sector die de nieuwe uitdagingen met elan tegemoet kan treden.

Het rapport kwam ook dit jaar tot stand in samenwerking met de markt, het onderwijs en de overheid. Pleasureworld 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.

Deze publicatie is tot stand gekomen dankzij de medewerking van deze auteurs: Sophie Adriaanse (HZ), Bertine Bargeman (BUAs), Marcel Bastiaansen (BUAs), Mischka Beckers (HZ), Yoy Bergs (BUAs), Jorrit Bijl (HZ), Stijn Boode (HISWA), Sander Breugel (BUAs), Jolène Cijssouw (HZ), René van der Duim (WUR), Eke Eijgelaar (BUAs), Frank van den Eijnden (Van Gogh Brabant), Jörn Fricke (BUAs), Rob Goossens (CBS), Elena Grigorieva-Kuznetsova (CBS), Stefan Hartman (NHL Stenden), William Hazel (HZ), Nico Heerschap (CBS), Joost van Heiningen (WUR), Lotte Hendriks (HZ), Bri-

gitte Hermans (CBS), Jasper Heslinga (NHL Stenden) , Peter Horsten (BUAs), Moniek Hover (BUAs), Raymond Kleingeld (CBS), Jeroen Klijs (BUAs), Diana Korteweg Maris (HZ), Lex Kruijver (Respons), Eefje Lammers (CBS), Lonieke Linderhof (CBS), Xander Lub (BUAs), Goof Lukken (Buas), Mattijn Morren (CBS), Kees van der Most (NBTC), Rolf Nijdam (Saxion), Erik van Nuland (BUAs), Ben Offringa (BUAs), Meghann Ormond WUR), Bernadet Papp (NHL Stenden), Paul Peeters (BUAs), Hugo van der Poel (Mulier Instituut), Marieke Politiek (NBTC), Margo Rooijackers (BUAs) , Annemiek van der Schaft (BUAs), Paulina Schmitz (WUR) , Luuk Schreven (CBS), Bert Smit (BUAs), Reinier Steensma (Waterrecreatie Advies), Menno Stokman (CELTH), Wim Strijbosch (BUAs), Michel van Veen (CBS), Juriaan van Waalwijk (Kinetic Consultancy), Kees van Wijk (Gastvrij Nederland), Simon de Wijs (BUAs) en Banoyi Zuma (Creative Scrum Imagineering).

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 en kennisinstellingen 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 2019

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

Redactieraad:

Ton Vermeulen – Pleasureworld NRIT

Jorrit Bijl – CELTH, Hogeschool Zeeland

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 2019

ISSN: 1569-609X

ISBN: 978-94-91625-09-1

Foto's:

Shutterstock en Marketing Oost (foto omslag).

© PleasureWorld NRIT (delen 1 en 3) en CBS (deel 2) 2019

Deze editie is redactioneel afgesloten op 14 oktober 2019. 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. PleasureWorld 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	14
1.2 Europa	16
1.3 Nederland	18
1.4 Demografie en vrije tijd	26
2. Economische trends	28
2.1 De Nederlandse economie	30
2.2 Consumenten	33
2.3 Prijzen	37
2.4 Arbeidsmarkt	38
2.5 Vertrouwen	40
2.6 Verwachtingen voor 2019-2020	42
2.7 Economische waarde van de toeristische sector	45
3. Sociaal-culturele trends	48
3.1 Stemming in Nederland	50
3.2 Kwaliteit van leven	51
3.3 Vrije tijd	54
3.4 Brede welvaart	56
3.5 Denkend aan Nederland	57
4. Technologische trends	62
4.1 Internetgebruik	64
4.2 Online winkelen	65
4.3 Sociale media	66
4.4 Online criminaliteit	66
4.5 Megatrends	67
4.6 Technologische ontwikkelingen in de vrijetijdssector	70
5. Duurzame trends	74
5.1 Uitstoot van broeikasgassen	76
5.2 CO ₂ uitstoot van Nederlandse vakantiegangers	78
5.3 Gevolgen van de klimaatverandering	79
5.4 Klimaatakkoord	80
5.5 Andere duurzame maatregelen, initiatieven en ondersteunende onderzoeken	82
5.6 Duurzame initiatieven in de sector	84

6.	Politieke en beleidsmatige trends	90
6.1	Perspectief 2030 Bestemming Nederland	92
6.2	Reactie Kabinet op Perspectief 2030	96
6.3	Actieagenda Perspectief 2030	97
6.4	Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het	99
7.	Capita selecta	104
	Overtoerisme: Impacts, indicatoren, en maatregelen	104
	De gebruiksmogelijkheden van big data verkend	108
	6 Uitdagingen voor de Leisure, Toerisme en Hospitality-sector	115
	Co-creatie voor de toeristische sector: het project SAIL en lessen voor de toekomst	120
	Naar een inclusieve toeristische sector	124
	De impact van toerisme op voorzieningen in Zeeland	128
	Deel 2 Statistieken	136
1.	Inleiding	138
1.1	Opzet	139
1.2	Het kader	141
2.	Internationale ontwikkelingen	150
2.1	Wereldwijde ontwikkelingen	152
2.2	Ontwikkelingen binnen Europa	161
3.	Vrijtijdsgedrag van Nederlanders	174
3.1	Vrijtijdsparticipatie	177
3.2	Het volume van vrijetijdsactiviteiten	180
3.3	De bestedingen aan vrijetijdsactiviteiten	183
4.	Vakanties van Nederlanders	186
4.1	Vakantieparticipatie en -duur	189
4.2	Vervoer van en naar de vakantiebestemming	193
4.3	Boeking en organisatie van de vakantie	194
4.4	De vakantiebestemming	198
4.5	Verblijf tijdens de vakantie	201
4.6	Reisgezelschap	204
4.7	Invulling van de vakantie	205
4.8	Uitgaven aan vakanties	206
4.9	Calamiteiten tijdens de vakantie	207

5.	Inkomend toerisme in Nederland	208
5.1	Aantal buitenlandse bezoekers en overnachtingen	210
5.2	Herkomst van buitenlandse toeristen	213
5.3	Bestemmingen van buitenlandse toeristen	220
5.4	Inkomend toerisme naar accommodatietype	223
5.5	Bezoekmotieven	226
5.6	Vervoermiddelen	228
5.8	Bestedingen van buitenlandse toeristen	233
6.	Zakelijk toerisme	236
6.1	Inleiding	238
6.2	Zakelijk toerisme in Nederland	241
6.3	Zakenreizen van Nederlanders	245
6.4	Inkomend zakelijk toerisme	247
6.5	Internationale positie van Nederland als congresbestemming	249
7.	Aanbod en gebruik van logiesaccommodaties	252
7.1	Aanbod van logiesaccommodaties in Nederland	254
7.2	Gebruik van Nederlandse logiesaccommodaties	262
7.3	Bezettingsgraden	275
8.	Toerisme in macro-economisch perspectief	282
8.1	Toerisme en de nationale rekeningen	284
8.2	Toeristische bestedingen	286
8.3	Toeristische toegevoegde waarde	289
8.4	Toeristische werkgelegenheid	290
8.5	De reisverkeersbalans	293
9.	Toerisme en duurzaamheid	298
9.1	Inleiding	300
9.2	De 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger	302
9.3	Toeristische druk op de omgeving	312
	Deel 3 Domeinen	318
1.	Horecasector	320
1.1	Aanbod	322
1.2	Vraag	328
1.3	Economisch	331
1.4	Beleid	338
1.5	Verwachtingen 2019	341
1.6	Trends in de horeca	345

2.	Verblijfsrecreatie	352
	2.1 Inleiding	354
	2.2 Aanbod	354
	2.3 Vraag	362
	2.4 Trends & Ontwikkelingen	369
	2.5 Verhuur- en brancheorganisaties	381
3.	Waterrecreatiesector	384
	3.1 Aanbod	386
	3.2 Verkoop	389
	3.3 Superjachtbouw	389
	3.4 Toekomstperspectief	390
	3.5 Vraag	391
	3.6 Ondernemen	393
	3.7 Trends en ontwikkelingen	394
	3.8. Zee- en riviercruises	400
4.	Reissector	404
	4.1 Aanbod	406
	4.2 Vraag	410
	4.3 Marktperspectief	415
	4.4 Trends	416
	4.5 Ontwikkelingen in de reisbranche	423
	4.6 Luchtvaart	429
5.	Attractiepuntensector	442
	5.1 Aanbod	444
	5.2 Prijzen	444
	5.3 Vraag	445
	5.4 Prognose voor de komende jaren	451
	5.5 Ontwikkelingen bij Nederlandse attractieparken	457
	5.6 Dierentuinen	463
	5.7 Family entertainment centers / Leisure centers	464
	5.8 Escaperooms	465
	5.9 Family Active Centers	465
	5.10 Klimhallen	466
6.	Culturele sector	468
	6.1 De Nederlandse culturele sector	470
	6.2 Themajaren	474
	6.3 Musea en tentoonstellingen	475
	6.4 Podiumkunsten	483
	6.5 Bioscopen	487
	6.6 Erfgoed	488

7.	Sport en sportieve recreatie	492
7.1	Beleid	494
7.2	Aanbod	499
7.3	Vraag	503
7.4	Sport economie	507
7.5	Fitnessbranche uitgelicht	510
7.6	Sportevenementen	511
7.7	Sportieve recreatie	512
8.	Evenementensector	514
8.1	Publieksevenementen	516
8.2	Festivals	520
8.3	Beurzen	522
8.4	Sponsoring	523
8.5	Evenementen in het nieuws	523
9.	Capita selecta	534
	Vincent van Gogh en Storysperience	534
	Sport verenigt Nederland	540
	De potentie van urban culture voor creatieve placemaking	546
	Kamermuziek op de heide, de betekenis van een kleinschalig evenement	551
	Strategische visie Groepsaccommodaties Nederland	555



Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019



Deel 2 Statistieken

Voorwoord

De toerismesector in Nederland had de afgelopen jaren de wind in de zeilen. In de periode van 2012 tot en met 2018 groeide het aantal gasten en overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties ieder jaar. Het aantal gasten steeg in die periode met bijna 32 procent naar 44 miljoen in 2018, het aantal overnachtingen met 25 procent naar 116 miljoen. Vooral buitenlandse gasten veroorzaakten de groei. Hun aantal nam in de periode 2012-2018 met 54 procent toe tot bijna 19 miljoen. Mede daardoor is het aandeel van de toerismesector toegenomen tot 4,4 procent van het bruto binnenlands product (bbp). Ook de werkgelegenheid in de sector groeide, tot 474 duizend vte.

Niet alleen in Nederland groeit het toerisme. De groei past in een wereldwijde ontwikkeling waarbij door toenemende welvaart en lagere prijzen steeds meer mensen vaker kunnen reizen. De groei van het aantal toeristen heeft ook een keerzijde. Zo is de toeristische druk op bepaalde bestemmingen erg groot. Bezoekers zorgen weliswaar voor extra inkomsten en werkgelegenheid, maar kunnen ook overlast veroorzaken, waardoor de leefbaarheid en woonkwaliteit worden aangetast. Het zoeken naar balans in de lusten en lasten is een van de uitdagingen voor de toeristische branche. Een andere is de verduurzaming van de toerismesector.

In deze editie van het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd is er aandacht voor deze thema's. Daarnaast komen het inkomende toerisme, het vakantie- en vrijetijdsgedrag van Nederlanders en de economische betekenis van het toerisme aan de orde.

Het Trendrapport 2019 is tot stand gekomen in samenwerking met uitgever Pleisurworld NRIT, 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,

Dr. T.B.P.M. Tjin-A-Tsoi
Den Haag/Heerlen, september 2019



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 PleasureWorld NRIT, 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, vakantiehuisjes, 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.

De hoofdstukken 7 en 8 stellen de aanbodzijde van het toerisme centraal. Hoofdstuk 7 is het overgangshoofdstuk van vraag naar aanbod. Het hoofdstuk beschrijft hoeveel hotels, vakantieparken, campings en groepsaccommodaties (logiesaccommodaties) in Nederland actief zijn, hoeveel slaappleaatsen 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 8 beschrijft de macro-economische betekenis van toerisme voor Nederland. Dit gebeurt onder meer met gegevens uit de nationale rekeningen, die een schatting mogelijk maken van de bijdrage van het toerisme aan het Nederlandse bruto binnenlands product (bbp), de toeristische bestedingen en de werkgelegenheid. Daarnaast komt de reisverkeersbalans aan bod: een belangrijke indicator die de ontvangsten uit en uitgaven aan het internationale reisverkeer op macroniveau weergeeft.

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

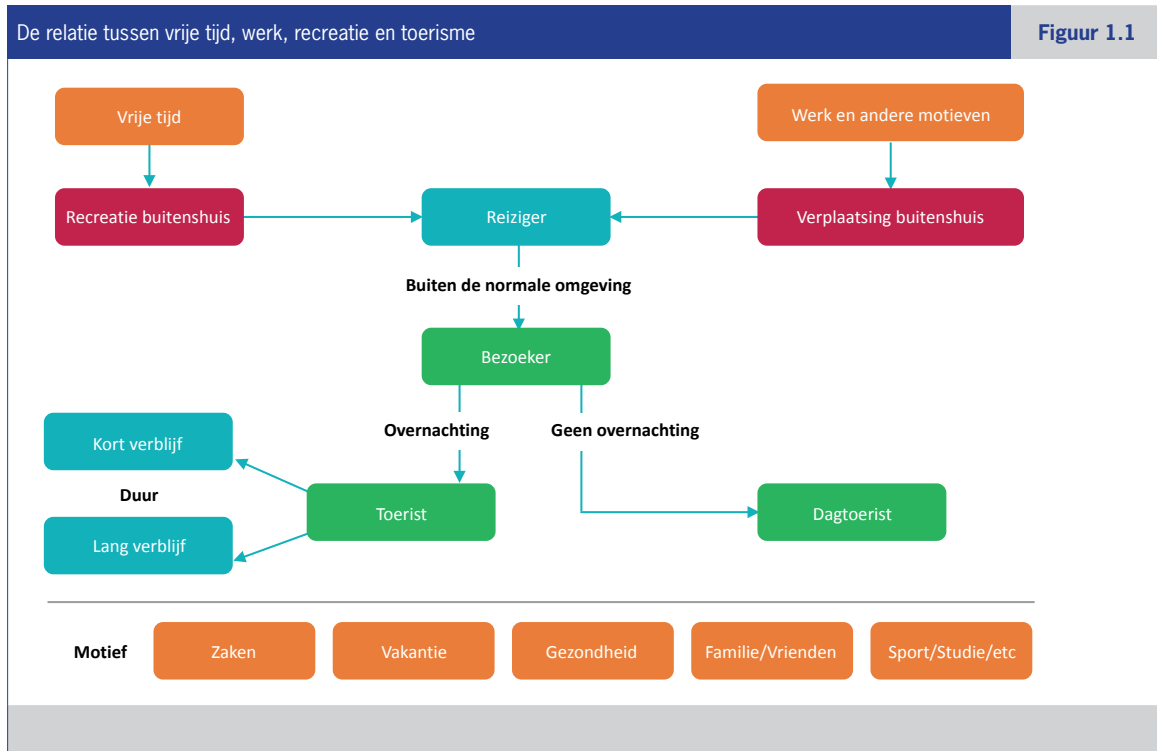
1.2 Het kader

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

Wat is toerisme?

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



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

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

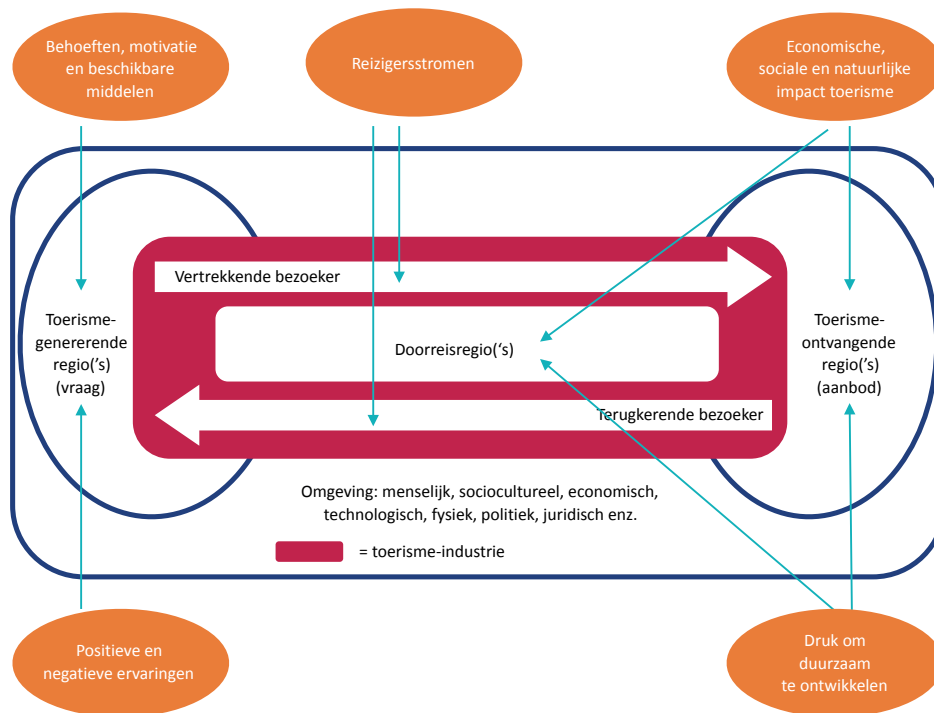
Toerisme behelst niet alleen de reis en het (eventuele) verblijf van de bezoeker. Het omvat ook de handelingen die voorafgaan aan de reis: informatie verzamelen, besluiten nemen en voorbereidingen treffen, zoals de benodigde goederen aanschaffen. Ook nadat de reis is afgelopen, blijft deze van invloed 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).

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

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.



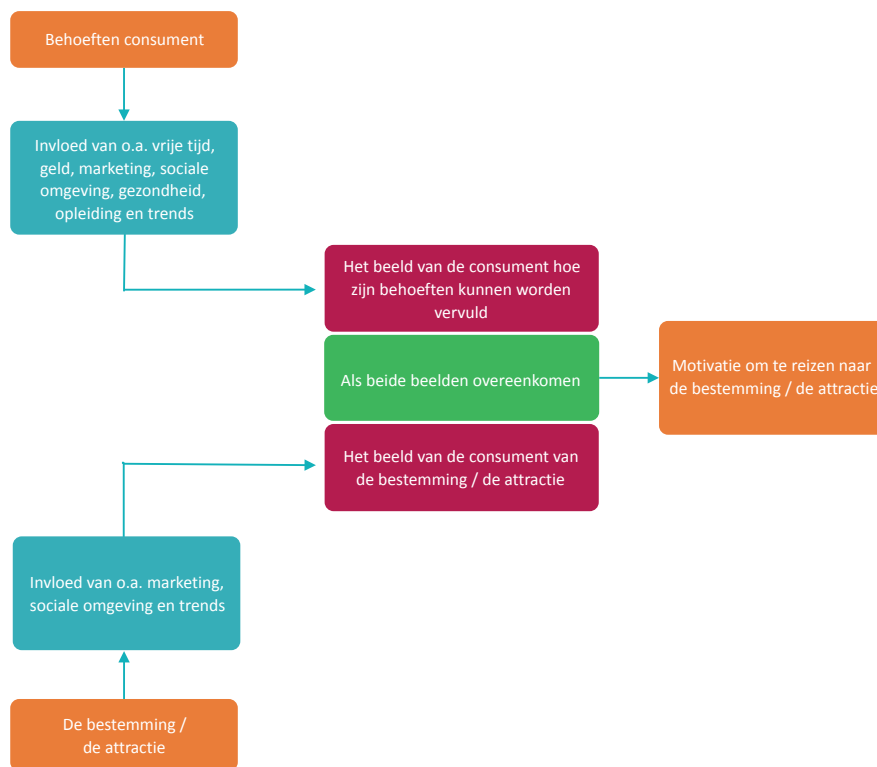
Bron: Leiper, N., 1990, *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*, Palmerston North, New Zealand: Massey University Printery.

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.

Figuur 1.3 De motivatie om te reizen



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;

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.

- 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.

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 8 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:

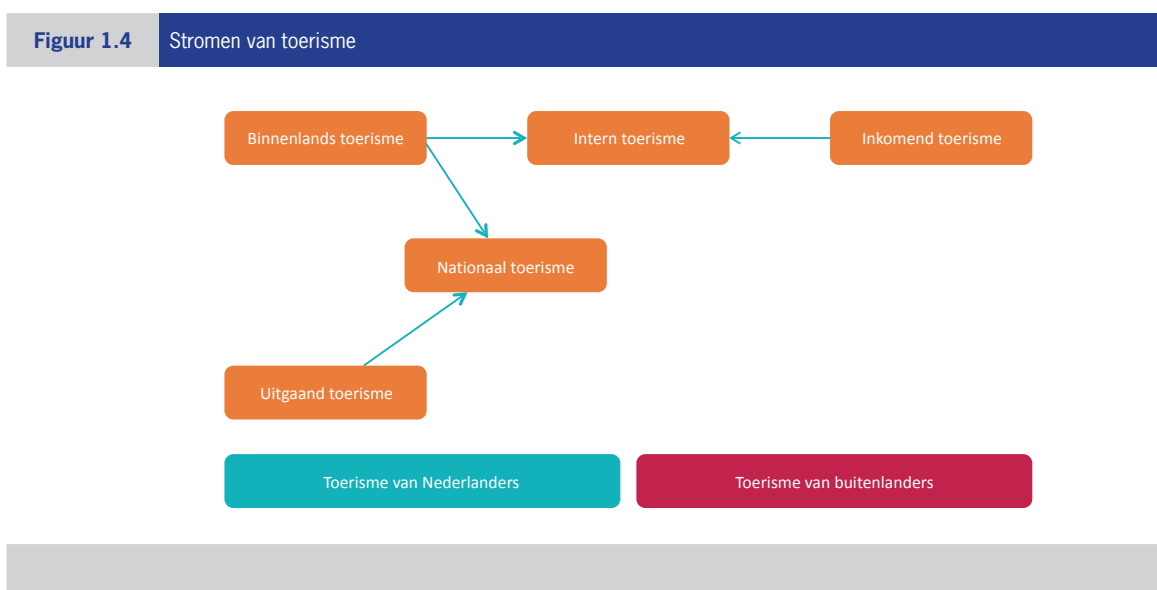
⁷ De toerisme-ontvangende regio kan ook de eindbestemming zijn van een dagtocht, dus zonder dat er een overnachting plaatsvindt.

- **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 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 Ne-



derland: 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

Kernsectoren van de toerisme-industrie		Tabel 1.1
Kernsector	Deel 3	
Verschaffen van accommodatie	Hoofdstuk 2: Verblijfsrecreatie	
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 6: Culturele sector	
Sport en recreatie, waaronder recreatie-instellingen en toeristische attracties	Hoofdstuk 7: Sport en sportieve recreatie	
Detailhandel (o.a. toerisme-gerelateerde goederen)		
Andere toerisme-gerelateerde activiteiten die specifiek zijn voor een land	Hoofdstukken 5 en 8: Attractiepunten- en Evenementensector	

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

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.

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.

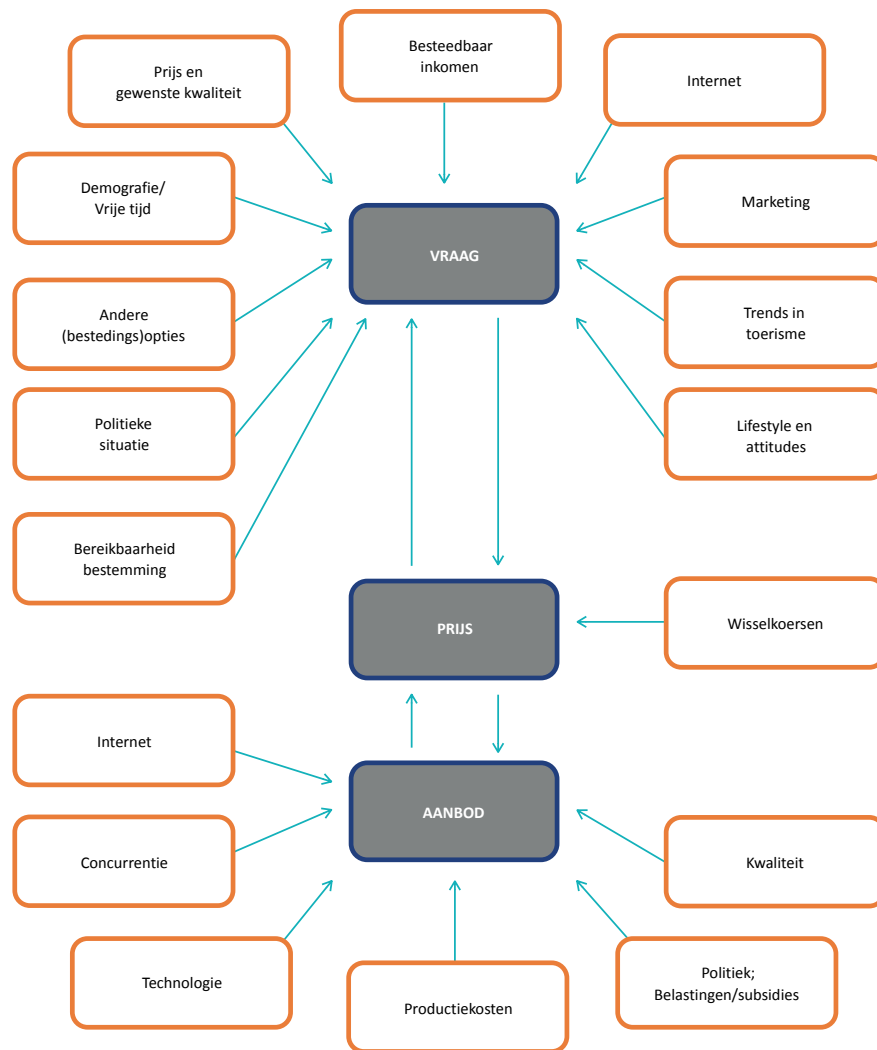
Bij het bepalen van de economische betekenis van toerisme binnen de Nederlandse economie, is het van belang om te weten in welke mate bedrijfstakken afhankelijk zijn van de bestedingen van bezoekers. Anders is er sprake van overschatting. Het economische belang van het toerisme wordt op macroniveau bepaald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



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

In hoofdstuk 9 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 het aantal vakanties van Europeanen met de bijbehorende kenmerken aan de orde, evenals het gebruik van logiesaccommodaties.



Hoofdpunten

- In 2018 groeide het toerisme wereldwijd, uitgedrukt in het aantal internationale aankomsten ('international arrivals'), met 5,4 procent. In absolute termen ging het om 1.401 miljoen internationale aankomsten: 72 miljoen internationale aankomsten meer dan in 2017.
- Vooral de regio's Azië en Oceanië (+7,2 procent), Europa (+5,5 procent) en Afrika (+7,0 procent) profiteerden van de groei. Het continent Amerika en het Midden-Oosten bleven achter bij de gemiddelde wereldwijde groei met respectievelijk een toename van het aantal internationale aankomsten met 2,3 en 4,7 procent ten opzichte van 2017.
- Met de toename van het aantal internationale aankomsten groeiden ook de inkomsten uit het internationaal reisverkeer (inclusief internationaal passagiersvervoer) wereldwijd naar een nieuw recordbedrag van 1.226 miljard euro in 2018; een toename van 4,4 procent ten opzichte van 2017. De grootste ontvangers van die toeristische bestedingen waren, net als in 2017, de Verenigde Staten, Spanje, Frankrijk en Thailand.
- China, de Verenigde Staten, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk waren ook in 2018 weer de landen die het meest uitgaven aan het uitgaande toerisme. Toeristische uitgaven groeiden verder sterk in onder andere Rusland, Spanje, India, Thailand, Nigeria, Koeweit, Vietnam en Roemenië.
- In 2017 gaven Europeanen in totaal 467 miljard euro uit aan circa 1.255 miljoen 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. Voor 89 procent van de vakanties gold een persoonlijk en voor de resterende 11 procent een zakelijk motief.
- Het aantal overnachtingen door binnenlandse en buitenlandse toeristen in geregistreerde logiesaccommodaties groeide in de EU in 2018 met 2,4 procent naar iets meer dan 3,1 miljard overnachtingen. De groei van het aantal overnachtingen vond zowel plaats bij hotels (2,5 procent) en huisjesterreinen (2,5 procent) als bij kampeerterreinen (1,8 procent).

2.1 Wereldwijde ontwikkelingen

Deze paragraaf bespreekt de wereldwijde ontwikkelingen binnen het toerisme. In het eerste deel komen ontwikkelingen op wereldniveau aan bod. In het tweede deel wordt ingezoomd op verschillende regio's in de wereld. Daarbij komen ook de belangrijkste bestemmingslanden en toerisme genererende regio's aan bod. De gebruikte cijfers zijn vooral afkomstig van de World Tourism Organization (UNWTO).

Internationaal toerisme groeit in 2018 en 2019 onverminderd voort

Ook in 2018 groeide het toerisme wereldwijd, uitgedrukt in het aantal internationale aankomsten ('international arrivals'¹), weer fors: 5,4 procent in 2018 tegen 7,1 procent in 2017. In de periode 2008 - 2018 is het internationale toerisme jaarlijks gemiddeld met 4,2 procent toegenomen (zie figuur 2.1). Ook in 2019 zet de groei zich door. Zo groeide het aantal internationale aankomsten in het eerste kwartaal van 2019 in vergelijking met dezelfde periode in 2018 met 4 procent. De verwachting is dat dit groeipercentage voor geheel 2019 ongeveer op hetzelfde niveau zal uitkomen. Absoluut genomen, kwam het geschatte aantal internationale aankomsten in 2018 uit op 1.401 miljoen: wederom een recordaantal en 72 miljoen internationale aankomsten meer dan in 2017 (zie figuur 2.2). Deze cijfers passen goed bij die van IPK International², dat wereldwijd onderzoek doet naar het internationale uitgaande toerisme. Zij komen uit op een geschatte groei van het aantal uitgaande vakanties van 5,5 procent in 2018 met een absoluut aantal van 1.400 miljoen vakanties. Het sterkst groeiden zon- en strandvakanties (10 procent) en stedentrips (8 procent). Ook andere typen vakanties groeiden verder in 2018, zoals bezoek aan familie en vrienden (5 procent), georganiseerde rondreizen (4 procent) en het zakelijk toerisme (3 procent).

De sterke groei van het internationale toerisme in de laatste 10 jaar roept wel steeds vaker vragen op over de beheersbaarheid en de (milieu-)effecten van het toerisme. Volgens het onderzoek van IPK had een op de tien toeristen het gevoel dat er te veel bezoekers waren op hun bestemming. Dat gold bijvoorbeeld voor steden zoals Mexico-stad, Kopenhagen, Moskou, Caïro, Beijing, Venetië en Florence, maar ook Amsterdam staat hoog op de lijst met te drukke bestemmingen. Angst voor conflicten en terrorisme speelt vooral een rol bij de keuze van de bestemming, maar niet bij het wel of niet op vakantie gaan. Zo noemde 38 procent van de internationale uitgaande toeristen in het onderzoek van IPK het een belangrijke factor voor de afweging van de bestemming. Andere factoren, zoals het toeristisch aanbod, bereikbaarheid en prijzen, hebben meer invloed op de uiteindelijke vakantiekeuze.

Alle regio's vertonen groei

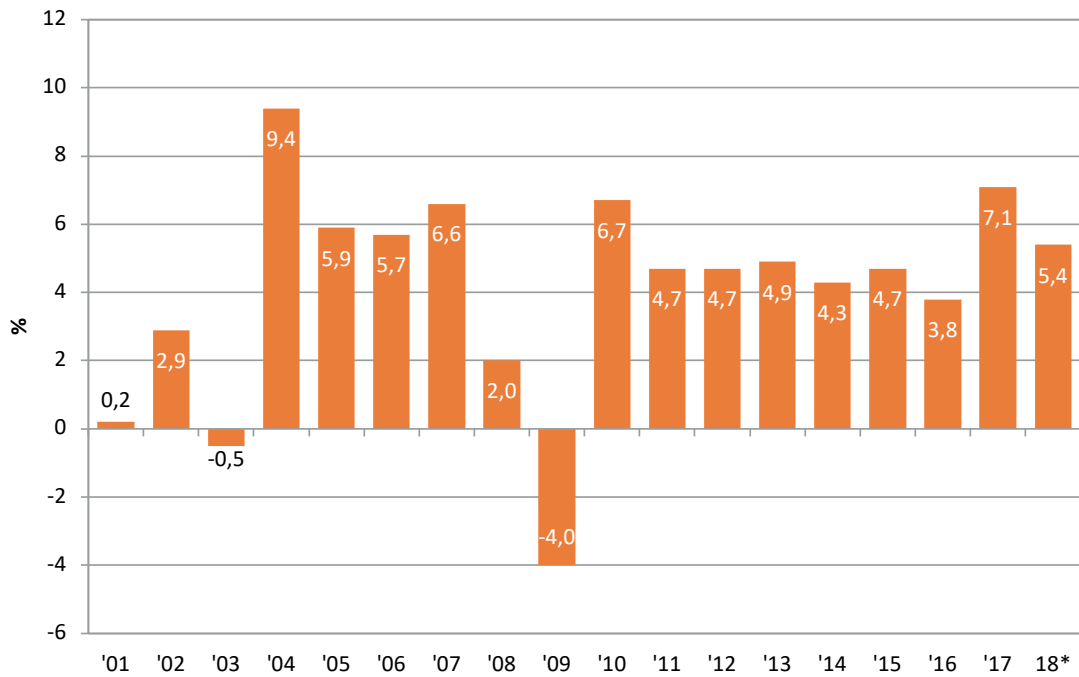
Evenals in 2017, vertoonden ook in 2018 alle wereldregio's groei (zie figuur 2.2). Hoewel het continent met circa 5 procent maar een klein marktaandeel heeft, was

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://app.box.com/s/bsv8b1panc7c9oqh7eazq9f6p04lvkvl>

Inkomend toerisme wereldwijd: jaarlijkse groeipercentages, 2001-2018*

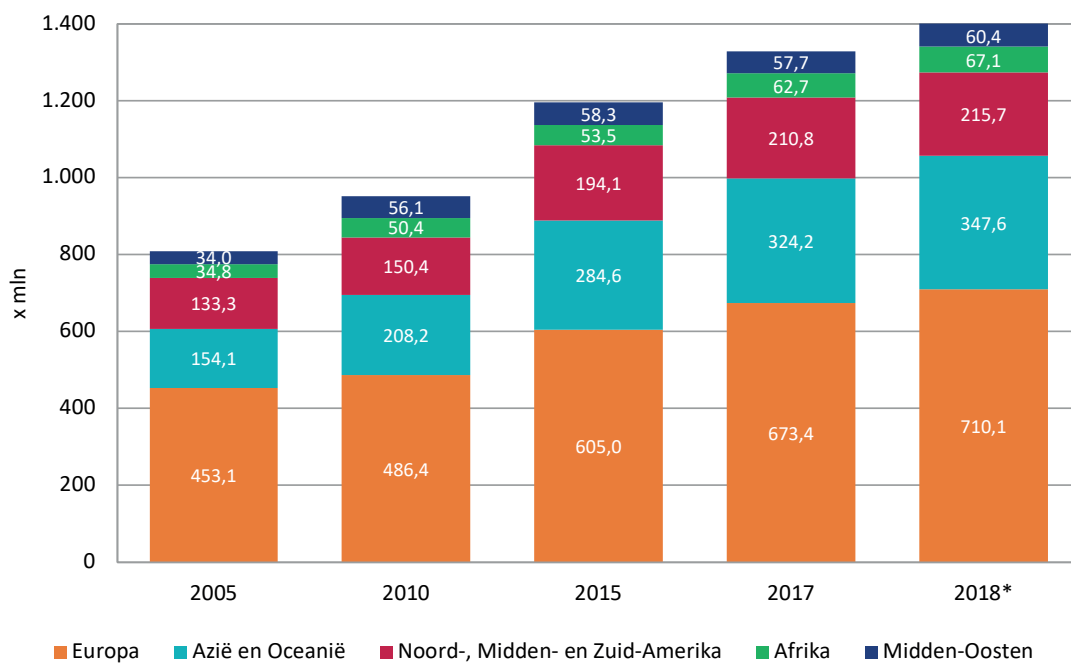
Figuur 2.1



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2019.

Inkomend toerisme regionaal, 2005-2018*

Figuur 2.2



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2019.

* Voorlopige cijfers.

de groei van het aantal internationale toeristen met respectievelijk 8,5 en 7,0 procent in Afrika zowel in 2017 als 2018 het grootst. Dat komt niet alleen doordat bijvoorbeeld resorts in landen als Marokko, Tunesië en Egypte weer veel meer intercontinentale bezoekers trekken, maar ook door de sterke toename van het toerisme tussen (buur)landen in Afrika zelf. Mensen gaan niet alleen meer in andere landen op vakantie, maar bezoeken die ook voor zaken, om medische redenen of om werk te zoeken. Ook in Azië en Oceanië en Europa groeide het internationale inkomende toerisme in 2018 sterk, met respectievelijk 7,2 en 5,5 procent. In Azië en Oceanië was de toename van het aantal internationale aankomsten, evenals in 2017, het grootst in Zuidoost-Azië (+6,6 procent) met typische vakantiebestemmingen zoals Thailand en Maleisië. Daarnaast wordt geprofiteerd van de verdere groei van het uitgaande toerisme van China. In Europa was de groei in 2018 het sterkst in het zuidelijke en mediterrane deel (+8,2 procent). In 2017 groeide deze subregio van Europa met 12,9 procent zelfs nog sterker. In West-Europa, waaronder Nederland, nam het aantal internationale aankomsten in 2018 met 4,0 procent toe. Dit is lager dan in 2017, toen de groei op 6,1 procent uitkwam. Hoewel er duidelijke verschillen zijn naar land, lijkt het internationale toerisme naar het noordelijk deel van Europa af te vlakken, van een groei van 6,0 procent in 2017 naar een groei van 0,5 procent in 2018. De toename van het aantal internationale toeristen in 2018 van het continent Amerika bleef met 2,3 procent achter bij het wereldwijde gemiddelde. Het aantal internationale toeristen naar Noord-Amerika groeide met 3,6 procent, naar Zuid-Amerika met 1,2 procent. Opvallend is de daling van 0,9 procent van het aantal internationale toeristen dat in 2018 naar de Caraïben kwam, waaronder de eilanden van Caraïbisch Nederland. Waarschijnlijk is dat nog het gevolg van de verwoestingen van het orkaanseizoen van 2017. Met een marktaandeel van iets minder dan 51 procent, was absoluut gezien de groei het grootst in Europa: 37 miljoen meer internationale aankomsten in 2018.

Trends in het internationale inkomende toerisme 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 inkomende toerisme is vooral van belang voor kortetermijnanalyses. De toeristische ontvangsten en bestedingen hebben de voorkeur bij langetermijnanalyses. Voor deze laatste twee indicatoren vormt de reisverkeersbalans de basis. De World Tourism Organization (UNWTO) verzamelt gegevens over deze indicatoren bij landen, en publiceert ze in samenhang. Dit zijn de enige beschikbare gegevens over regio's en landen op wereldniveau. Ondanks internationale standaarden, bestaan er wel enkele belemmeringen om deze cijfers over verschillende landen met elkaar te vergelijken. Het inkomende toerisme wordt bijvoorbeeld

niet in elk land even goed gemeten. Daarnaast gebruiken landen verschillende onderzoeksmethoden. Het inkomende toerisme wordt in het ene land bijvoorbeeld bij de grens gemeten en in het andere land bij de logiesaccommodaties waar toeristen verblijven. Verder kunnen de geografische eigenschappen van een land een stempel drukken op de cijfers. Zo bestaat Europa uit veel verschillende landen. Als een toerist door Europa reist, telt hij of zij bij het passeren van elke grens opnieuw mee als inkomende toerist. Een toerist die door bijvoorbeeld de Verenigde Staten reist, telt slechts één keer als inkomende toerist mee.

De toeristische ontvangsten en bestedingen van de reisverkeersbalans zijn de indicatoren voor langetermijnanalyses. Het gaat het om het geld dat internationale reizigers besteden aan onder meer logies, drank, eten, entertainment, en winkelen. De toeristische ontvangsten van een land betreffen alle uitgaven die inkomende toeristen doen, gezien vanuit het bestemmingsland. Dit zijn de ontvangsten van een land uit de export van toeristische producten, of anders gezegd de verkoop van toeristische producten aan buitenlandse toeristen. De toeristische bestedingen hebben een ander perspectief. Dit zijn de uitgaven van inwoners van een land aan toeristische producten en diensten in andere landen, gezien vanuit het herkomstland van de toerist. Bij de bestedingen gaat het dus om de import van toeristische producten. De toeristische ontvangsten zeggen iets over het betreffende land als toeristische bestemming. De toeristische bestedingen geven informatie over het belang van het land als toerisme genererende markt. 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 indicatoren kennen hun beperkingen. Naast de uitgaven van toeristen die overnachten en toeristen die een dagtocht maken, worden ook de uitgaven van het grensverkeer en van niet-ingeschreven buitenlandse arbeidsmigranten in de reisverkeerbalans meegeteld. Dat maakt het moeilijk om cijfers van de reisverkeersbalans te vergelijken met of te delen door aantallen inkomende toeristen. 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. Ten slotte komen de data over toeristische ontvangsten en bestedingen later beschikbaar dan de data over het aantal inkomende toeristen.

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.

Het voorgaande deel van deze paragraaf besprak het internationaal inkomende toerisme. Naast het aantal inkomende toeristen zijn ook de toeristische ontvangsten en bestedingen van landen relevant bij de analyse van het wereldwijde toerisme. Het tweede deel van deze paragraaf richt zich dan ook op de toeristische ontvangsten en bestedingen van het internationale toerisme.

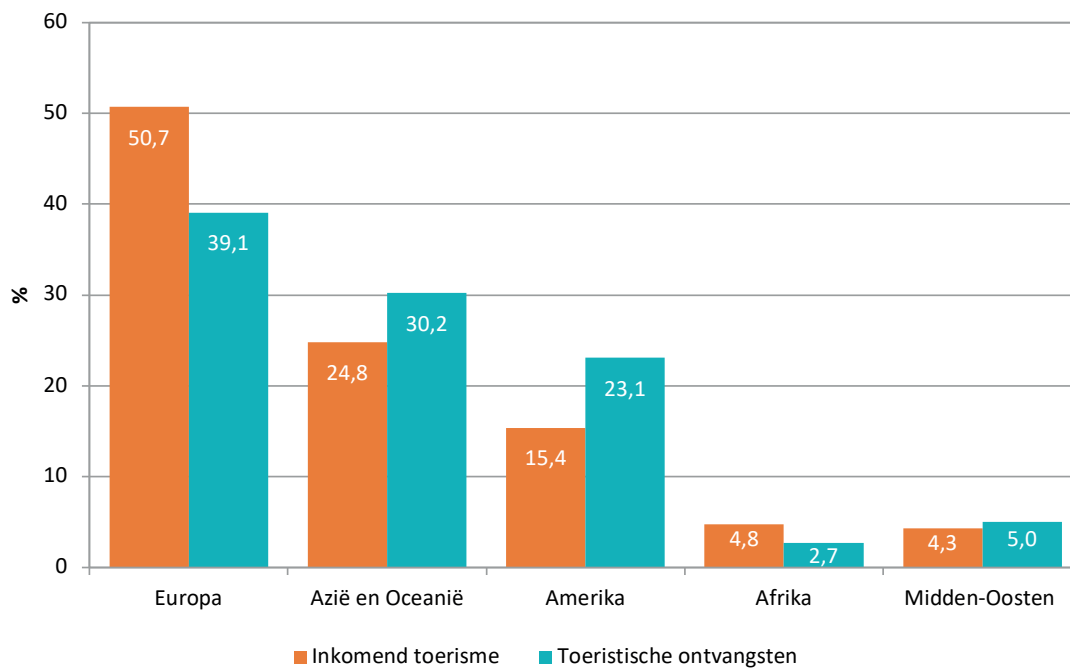
4,4 procent meer toeristische ontvangsten in 2018

De inkomsten van landen uit het internationale reisverkeer³ groeiden in 2018 iets minder sterk dan het aantal inkomende toeristen, namelijk 4,4 procent ten opzichte van 2017, resulterend in een nieuw record van toeristische ontvangsten wereldwijd van 1.226 miljard euro. De ontwikkeling volgt de groei van het aantal internationale aankomsten. De meeste van de toeristische ontvangsten kwamen terecht in Europa (479,1 miljard euro) dat daarmee een marktaandeel van 39,1 procent had. De marktaandelen van Azië en Oceanië en het continent Amerika lagen op respectievelijk 30,2 procent (370,0 miljard euro) en 23,1 procent (282,7 miljard euro). Afrika en het Midden-Oosten zijn relatief kleine markten met aandelen van respectievelijk 2,7 procent (32,5 miljard euro) en 5 procent (61,8 miljard euro, zie figuur 2.3).

Het marktaandeel van de toeristische ontvangsten van Europa was, zoals in voorgaande jaren, ook in 2018 kleiner dan het marktaandeel van het aantal inkomende toeristen. Dit resulteert in relatief lage gemiddelde toeristische ontvangsten per inkomende toerist: 670 euro per inkomende toerist tegen 880 euro wereldwijd. Voor het continent Amerika geldt het tegenovergestelde. Daar was het aandeel toeristische ontvangsten juist groter dan het aandeel inkomende toeristen, resulterend in relatief hoge gemiddelde toeristische ontvangsten per toerist van 1.310 euro. Dit geldt ook voor de regio's Azië en Oceanië en het Midden-Oosten, waar de gemiddelde ontvangsten per inkomende toerist uitkwamen op respectievelijk 1.060 euro en 1.020 euro. De gemiddelde ontvangsten per inkomende toerist waren het laagst in Afrika: 480 euro.

Zoals in het kader is uitgelegd, moet de berekening van de toeristische bestedingen gedeeld door het aantal inkomende toeristen wel met de nodige voorzichtigheid worden bekeken, omdat de toeristische bestedingen van de reisverkeersbalans onder meer ook grensverkeer en inkomend dagtoerisme omvatten. Daarnaast spelen ook de gemiddelde bestedingen per toerist per dag, en de gemiddelde verblijfsduur van toeristen in een bepaald gebied een rol. Immers, toeristen die langer blijven en per dag meer besteden, zorgen voor meer toeristische inkomsten. Bij de indicator aantal inkomende toeristen spelen deze factoren geen rol.

³ De inkomsten van landen worden uitgedrukt in ontvangsten van de reisverkeersbalans. Hoofdstuk 9 van deze publicatie gaat dieper in op de reisverkeersbalans. De UNWTO telt zowel de ontvangsten uit de reisverkeersbalans als de ontvangsten uit het internationale passagiersvervoer in de bedragen mee. Het betreft onder meer ook het dagtoerisme en het grensverkeer.



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2019.

* Voorlopige cijfers.

Grotere economische betekenis van het internationale toerisme

De voortdurende groei van de laatste negen jaar betekent ook dat het toerisme een factor van betekenis is geworden in de wereldeconomie. Zo schat de Wereld Handelsorganisatie (WTO)⁴ dat het toerisme in 2018 circa 29 procent uitmaakte van de wereldwijde exportwaarde van diensten en circa 6,7 procent van de totale exportwaarde in de wereld. Als exportproduct kwam toerisme ook in 2018 op de derde plaats na brandstof en chemicaliën, maar voor voedsel. De schatting is dat 1 op de 11 banen wereldwijd op één of andere wijze direct gerelateerd is aan de toeristische sector.

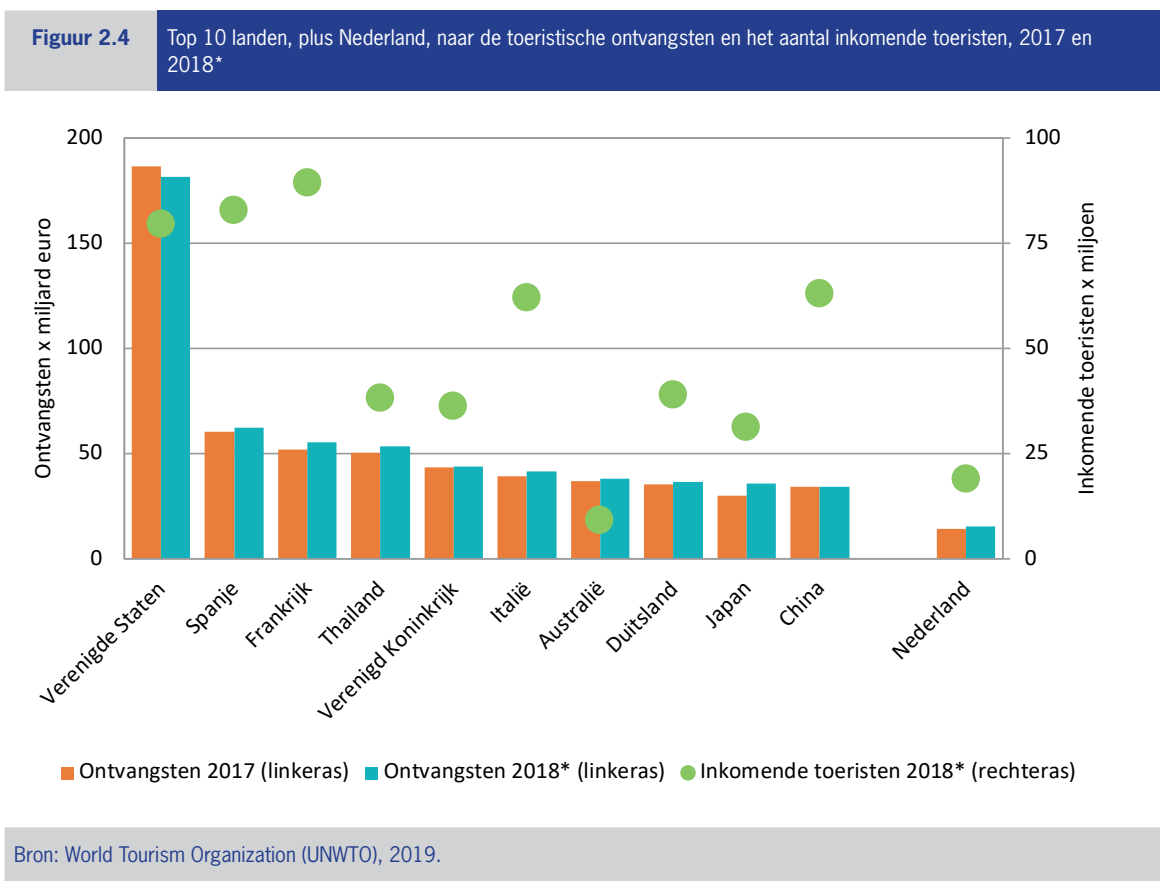
Grootste verdiemers: Verenigde Staten, Spanje, Frankrijk en Thailand

Figuur 2.4 laat de top 10 zien van landen die in 2018 als toeristische bestemming het meest verdienen aan het inkomende toerisme. Ten opzichte van 2017 is er weinig veranderd. De top 8 is gelijk gebleven. De Verenigde Staten, Spanje en Frankrijk voeren al vele jaren deze lijst aan. De Verenigde Staten verdienen in 2018 verreweg het meest met het inkomend toerisme: 181,6 miljard euro. Het land was in 2018 de op drie na grootste bestemming als het gaat om het aantal inkomende toeristen. Spanje was wereldwijd de een na grootste verdiener. Ook als het gaat om het aantal inkomende toeristen staat het land op de tweede plaats. Frankrijk trekt al vele jaren de meeste inkomende toeristen, maar was in 2018 de op twee na grootste verdiener

⁴ Zie World Tourism Barometer UNWTO, mei 2019.

als het gaat om de toeristische verdiensten. Met een groei van bijna 21,7 procent kwam Japan op plek negen nieuw de top 10 binnen. Ook landen zoals Hongarije, Hong Kong, Vietnam, Zuid-Korea, Taiwan en Macao groeiden met dubbele cijfers. Na een slecht jaar in 2016 was er in 2017 en 2018 een sterk herstel van landen zoals Rusland, Egypte en Turkije.

Worden de toeristische ontvangsten per land omgezet naar inkomsten per hoofd van de bevolking⁵ per jaar dan ontstaat een iets ander beeld. Dan komen van de top 10 landen Australië, Spanje en Frankrijk het beste uit de bus, respectievelijk met gemiddeld 1.530, 1.339 en 854 euro aan toeristische ontvangsten uit het inkomend toerisme per hoofd van de bevolking in 2018. Bij China gaat het dan ‘slechts’ om 24 euro aan toeristische ontvangsten uit het inkomend toerisme per hoofd van de bevolking. Nederland komt uit op 891 euro aan toeristische ontvangsten uit het inkomend toerisme per hoofd van de bevolking in 2018. Andere landen die per hoofd van de bevolking veel verdienen aan het inkomende toerisme zijn bijvoorbeeld Macau, Hong Kong, Oostenrijk, Portugal, Singapore en Griekenland.



* Voorlopige cijfers.

⁵ Zie Verenigde Naties, bevolking per 1 juli 2018

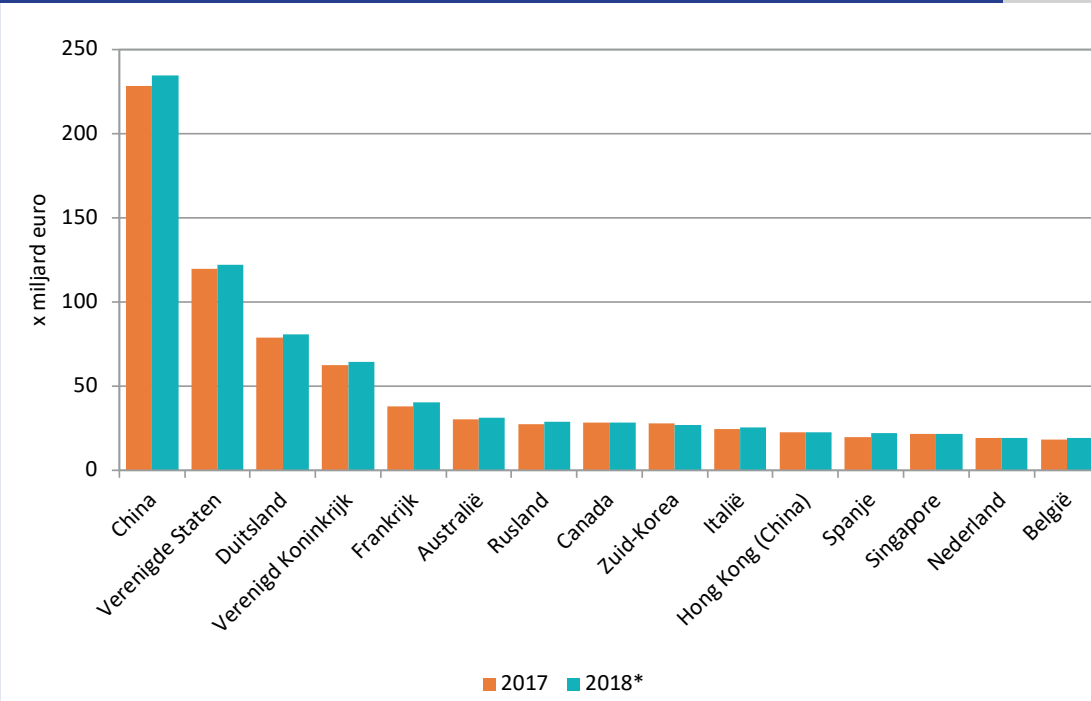
Uitgaand toerisme groeit door China, Verenigde Staten, Duitsland en Verenigd Koninkrijk

Tegenover de toeristische ontvangsten uit het inkomende toerisme staan de toeristische bestedingen van het uitgaande toerisme. De totale bestedingen van het uitgaande toerisme bedroegen 1.226 miljard euro in 2018. Dit bedrag is wereldwijd per definitie gelijk aan het bedrag aan toeristische ontvangsten. Iedere euro die een bezoekende toerist besteedt, komt immers als toeristische ontvangst terecht in een bestemmingsland. De toeristische bestedingen geven vooral aan welke regio's grote potentiële markten zijn voor bestemmingslanden, of anders gezegd geven een indicatie van de vraag naar internationaal toerisme (het uitgaande verkeer).

Figuur 2.5 laat zien dat China ook in 2018 weer veruit de grootste potentiële toerisme genererende markt ter wereld was met een waarde van 234,8 miljard euro aan internationale bestedingen: 5,2 procent meer dan in 2017 en bijna een vijfde van alle wereldwijde bestedingen. Door de verdere groei van de Chinese economie en de daarmee gepaard gaande toename van het besteedbare inkomen nemen ook de uitgaven van Chinese toeristen in het buitenland toe. Daarnaast spelen afnemende beperkingen om te kunnen reizen, de toegenomen vliegverbindingen met het buitenland en verandering in behoeften van de Chinese reiziger een rol. Hoewel China een belangrijke potentiële markt is voor alle landen ter wereld, gaan volgens de UNWTO veel Chinezen toch met name in de regio op vakantie. Daarvan profiteren vooral de regio's Oost- en Zuidoost-Azië. Na China, gaven de inwoners van de Verenigde Staten

Top 15 landen naar de omvang van de bestedingen aan het uitgaande toerisme, 2017 en 2018*

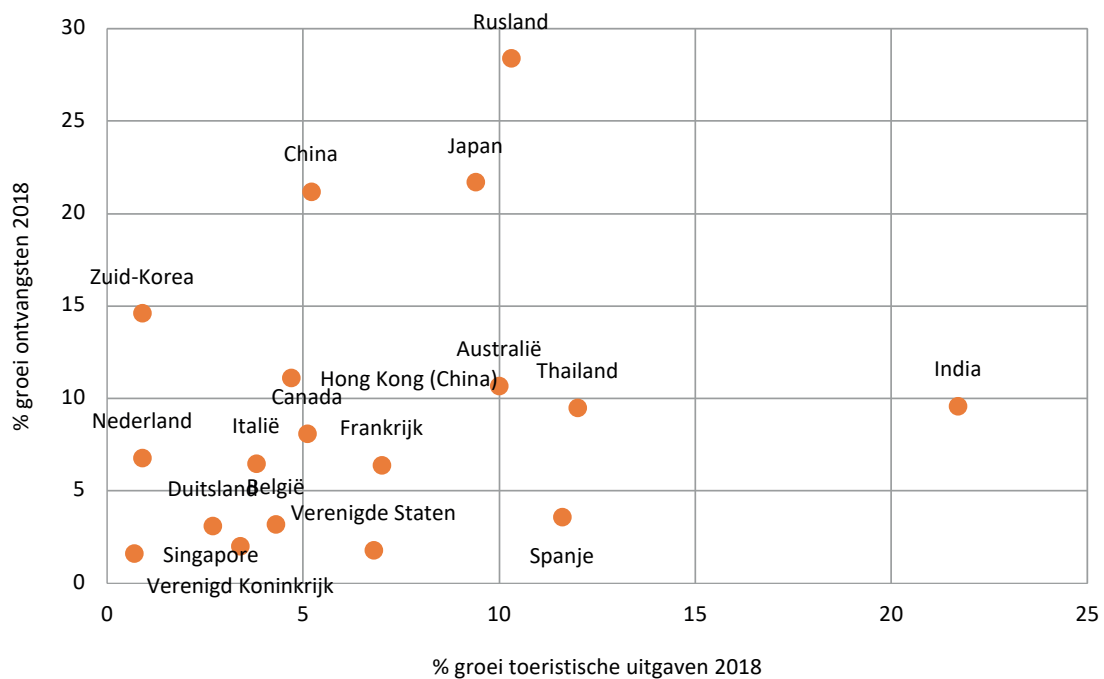
Figuur 2.5



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2019.

* Voorlopige cijfers.

Figuur 2.6 Percentage groei van toeristische ontvangsten en bestedingen van een aantal landen, 2018*



Bron: World Tourism Organization (UNWTO), 2019.

* Voorlopige cijfers.

in 2018 het meest uit aan het uitgaande toerisme: 122,1 miljard euro. In Europa zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Rusland en Italië de grootste toerisme genererende landen. Voor een belangrijk deel profiteren de overige landen in Europa daarvan. Andere landen buiten de top 15, waarvan de toeristische uitgaven in 2018 sterk zijn gegroeid, zijn onder meer India, Thailand, Nigeria, Koeweit, Vietnam en Roemenië. De drie belangrijkste toeristische markten voor Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België, bevinden zich allen in de top 15 van de grootste toeristische besteders.

Ook hier ontstaat een iets ander beeld als de internationale toeristische uitgaven per land worden omgezet naar toeristische uitgaven per hoofd van bevolking per jaar. In dat geval scoren Singapore, Hong Kong, België en Australië het hoogst met respectievelijk gemiddeld 3.734, 3.039, 1.663 en 1.253 euro aan uitgaven aan buitenlandse vakanties per hoofd van de bevolking in 2018. Van de top 15 landen scoren China en Rusland het laagst, met respectievelijk gemiddeld 164 en 200 euro aan toeristische uitgaven aan buitenlandse vakanties per hoofd van de bevolking per jaar. Mensen uit onder meer Indonesië (28 euro), India (13 euro) en Turkije (47 euro) geven per persoon van de bevolking per jaar nauwelijks wat uit aan buitenlandse vakanties. Nederland komt uit op gemiddeld 1.125 euro aan toeristische uitgaven aan buitenlandse vakanties per hoofd van de bevolking in 2018.

Ten slotte, laat figuur 2.6 zien in welke mate de toeristische ontvangsten en bestedingen van een aantal landen zijn gegroeid. Landen die er uitspringen zijn India, Rusland, China en Japan. Daar zijn in 2018 zowel het uitgaande als het inkomende toerisme fors gegroeid.

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 het aantal vakanties en hun kenmerken van inwoners van de EU. Daarnaast wordt ingegaan op het verblijf van toeristen in Europese logiesaccommodaties. Alle cijfers in deze paragraaf zijn afkomstig van Eurostat, het statistische bureau van de EU. De laatst beschikbare cijfers van Eurostat zijn van 2017. 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 2018.

Cijfers van Eurostat over toerisme

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

In 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.

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.

Bijna 1,3 miljard vakanties voor EU-inwoners in 2017

In 2017 gingen de inwoners van de EU van 15 jaar en ouder circa 1.255 miljoen keer op vakantie of maakten een zakelijke trip met een gemiddelde duur van 5,1 overnachtingen per vakantie. Dit resulteerde in iets minder dan 6,4 miljard overnachtingen. In 57,8 procent van de gevallen ging het om een korte vakantie van niet meer dan drie nachten en in 42,2 procent ging het om een lange vakantie van vier nachten of meer. Inwoners van de EU bleven het liefst in eigen land: 73,3 procent van alle

Tabel 2.1

Hoofdkenmerken van vakanties van inwoners EU van 15 jaar en ouder, 2017

	Totaal	waarvan		waarvan		Binnenlandse vakanties		Buitenlandse vakanties	
		Kort*	Lang**	Binnenland	Buitenland	Kort*	Lang**	Kort*	Lang**
Vakanties (of trips) (x mln)	1.255	726	530	920	335	629	291	97	239
% van totaal aantal vakanties	100	57,8	42,2	73,3	26,7	50,1	23,2	7,7	19,0
Overnachtingen (x mln)	6.374	1.361	5.013	3.574	2.800	1.152	2.423	209	2.590
% van totaal aantal overnachtingen	100	21,4	78,6	56,1	43,9	18,1	38,0	3,3	40,6
Bestedingen (x mln euro)	466.631	131.748	334.882	204.263	262.368	94.600	109.663	37.149	225.219
% van totale bestedingen	100	28,2	71,8	43,8	56,2	20,3	23,5	8,0	48,3
Gemiddeld aantal overnachtingen per vakantie	5,1	1,9	9,5	3,9	8,4	1,8	8,3	2,2	10,8
Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie (euro)	372	182	632	222	783	150	377	383	942
Gemiddelde bestedingen per persoon per nacht (euro)	73	97	67	57	94	82	45	178	87

Bron: Eurostat, bewerking CBS, 2019.

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

** Een lange vakantie omvat ten minste 4 overnachtingen.

vakanties. Binnenlandse vakanties waren echter vooral korte vakanties van niet meer dan drie nachten. Daardoor is de verhouding tussen binnenlandse en buitenlandse overnachtingen anders dan de verhouding tussen binnenlandse en buitenlandse vakanties: 56,1 procent binnenlandse en 43,9 buitenlandse overnachtingen in 2017. Bijna 84 procent van alle vakanties duurde niet meer dan 7 nachten. Het aandeel van vakanties van 4 tot en met 7 nachten was 25,8 procent (zie tabel 2.1).

Inwoners EU gaven 467 miljard euro uit aan vakanties of zakelijke trips

Per vakantie of zakelijke trip werd in 2017 gemiddeld door de toeristen uit de EU per persoon 372 euro uitgegeven, resulterend in een totaalbedrag van iets minder dan 467 miljard euro. Gemiddeld per nacht per persoon komt dat neer op 73 euro. 56 procent van alle toeristische bestedingen werd uitgegeven aan buitenlandse vakanties (circa 262 miljard euro). Gemiddeld komt dat neer op 783 euro per persoon per buitenlandse vakantie. Gemiddeld per nacht per persoon werd het meest uitgegeven aan korte buitenlandse vakanties en het minst aan binnenlandse vakanties: respectievelijk 178 euro en 45 euro per nacht per toerist (zie tabel 2.1).

Meer vakanties en hogere uitgaven in 2017

In vergelijking met 2016, is er in 2017 in alle gevallen sprake van meer vakanties en hogere uitgaven aan vakanties door de inwoners van de EU van 15 jaar en ouder. Het maakt niet uit of het nu gaat om binnenlandse of buitenlandse vakanties of korte en lange vakanties. Vooral het aantal korte en lange buitenlandse vakanties groeide met respectievelijk 10 en 8 procent het hardst. Dat is ook terug te zien in de toename van

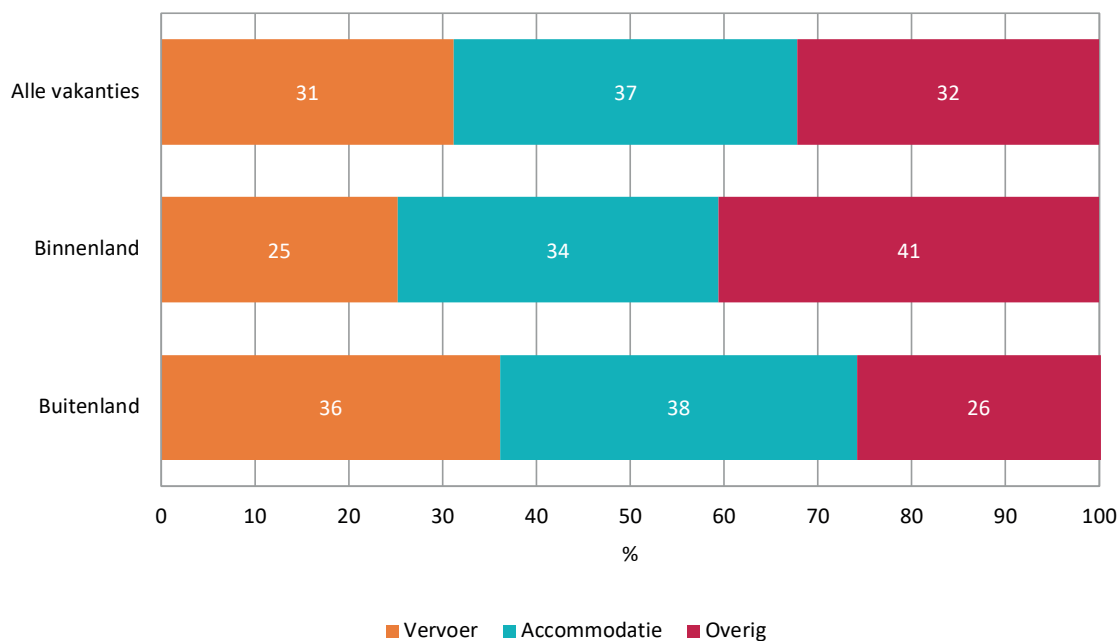
de bestedingen in 2017 aan korte en lange buitenlandse vakanties: 11 procent groei voor korte buitenlandse vakanties en 12 procent groei voor lange buitenlandse vakanties. De gemiddelde bestedingen per toerist per vakantie groeiden tussen 2016 en 2017 van 355 euro naar 372 euro: een stijging van 5 procent. De gemiddelde bestedingen per toerist per nacht groeiden met 4 procent van gemiddeld 70 euro in 2016 naar 73 euro per toerist per nacht in 2017. De gemiddelde verblijfsduur van de verschillende typen vakanties wijzigde niet of nauwelijks tussen 2016 en 2017.

Meeste geld wordt uitgegeven aan accommodatie en vervoer

Tijdens een vakantie of zakelijke trip werd ook in 2017 relatief gezien het meeste uitgegeven aan de accommodatie en het vervoer, respectievelijk 37 procent en 31 procent van alle uitgaven aan een vakantie. De overige 32 procent betrof andere uitgaven, zoals uitgaven voor eten, entree e.d. Bij binnenlandse vakanties wordt er minder besteed aan de accommodatie en vooral het transport, respectievelijk 34 en 25 procent. Bij buitenlandse vakantie heeft het transport juist een groter aandeel in de toeristische uitgaven, namelijk 36 procent (zie figuur 2.7). Genoemde percentages zijn vergelijkbaar met die van 2016.

Percentuele verdeling van uitgaven inwoners EU van 15 jaar en ouder naar type besteding, 2017

Figuur 2.7

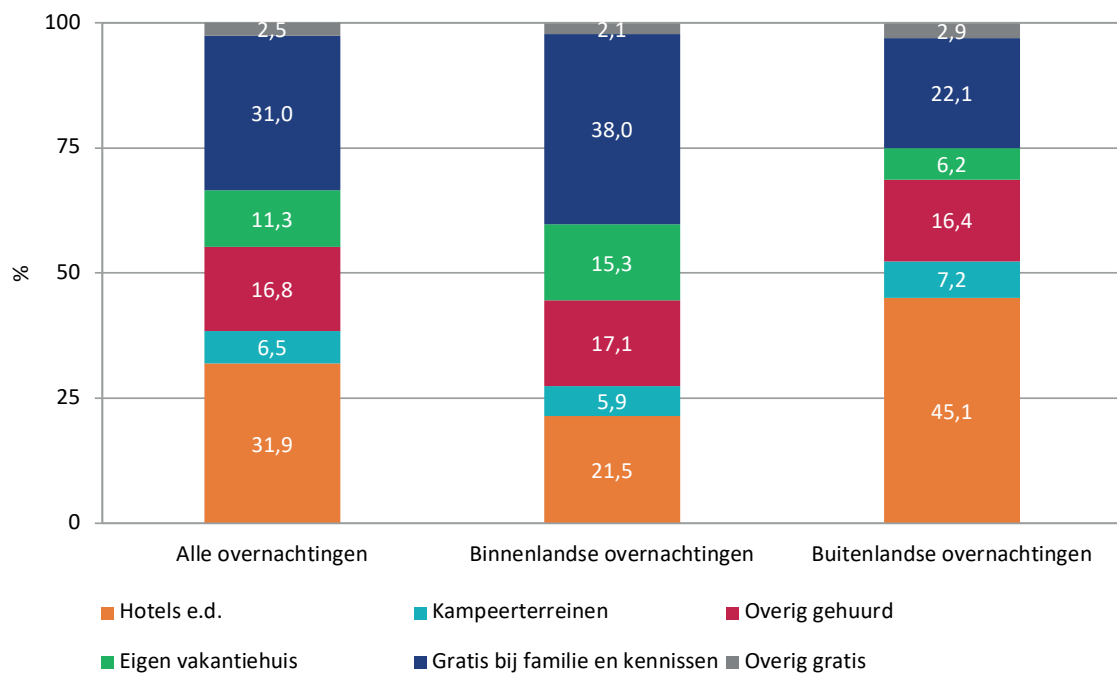


Bron: Eurostat, 2019.

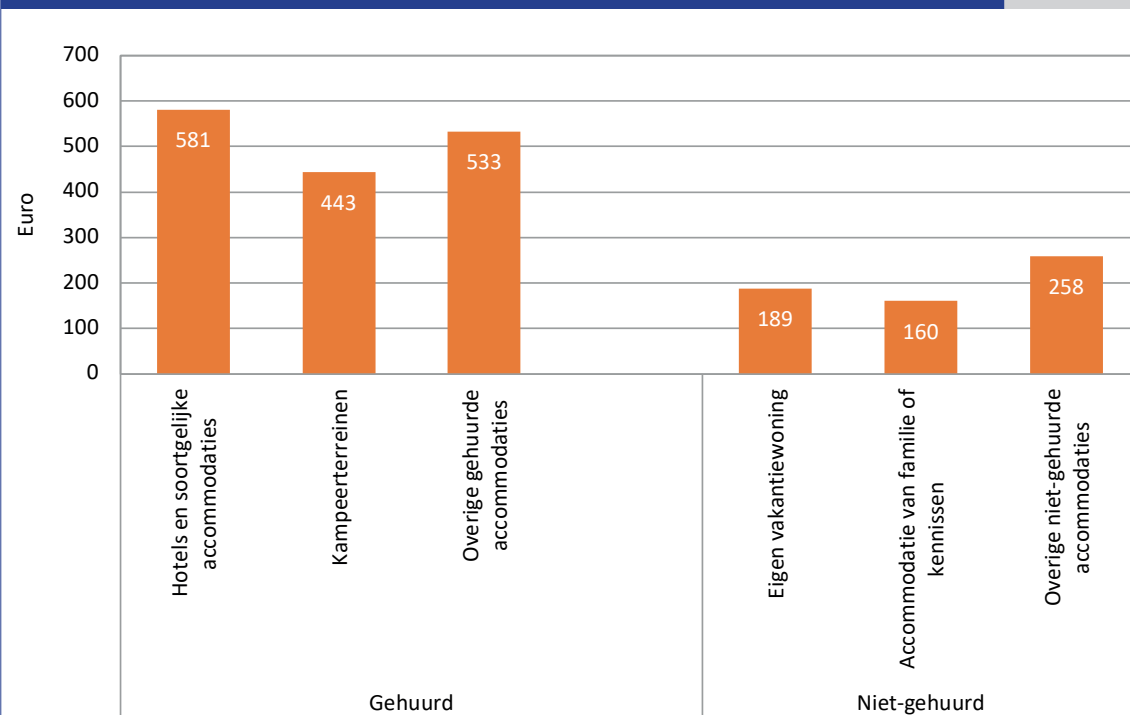
Meeste overnachtingen in gehuurde accommodaties

Inwoners van de EU van 15 jaar en ouder brachten in 2017 tijdens hun 1,26 miljard vakanties bijna 6,4 miljard overnachtingen in een accommodatie door. Meer dan de helft van die overnachtingen werd doorgebracht in een gehuurde accommodatie: 55,2 procent. Hotels en soortgelijke accommodaties namen daarvan het grootste deel voor hun rekening: 31,9 procent van alle overnachtingen. Niet-gehuurde (gratis) accommodaties waren goed voor 44,8 procent van alle overnachtingen, waarvan de meeste overnachtingen werden doorgebracht bij familie en kennissen: 31,0 procent. Voor ruim 11,3 procent van alle overnachtingen werd gebruikt gemaakt van een eigen vakantiewoning (zie figuur 2.8). Vergeleken met 2016 zijn er in 2017 slechts kleine verschuivingen opgetreden in de genoemde percentages. Zo zet bijvoorbeeld de trend naar het gebruik van meer gehuurde accommodaties ten koste van eigen woning of gratis verblijf door. Bij buitenlandse overnachtingen waren in 2017 vooral hotels in trek: 45,1 procent van alle buitenlandse overnachtingen. Bij binnenlandse overnachtingen was het meer gebruikelijk om gratis te verblijven bij familie of kennissen: 38,0 procent van alle binnenlandse overnachtingen.

Figuur 2.8 Overnachtingen van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar type accommodatie en bestemming, 2017



Bron: Eurostat, 2019.



Bron: Eurostat, 2019.

Wordt alleen gekeken naar gehuurde accommodaties dan valt op dat het aandeel van overnachtingen op campings tussen 2012 en 2017 is teruggelopen van 12,8 procent naar 8,7 procent van alle overnachtingen in gehuurde accommodaties (-16,8 procent). Het aandeel van overnachtingen in overige accommodaties is in dezelfde periode toegenomen van 30,3 procent naar 34,4 procent van alle overnachtingen in gehuurde accommodaties. Hierbij gaat het bijvoorbeeld ook om vakantiewoningen, appartementen en kamers, die geboekt kunnen worden via online platformen, zoals Airbnb. Het aandeel van overnachtingen in hotels is in de periode 2012-2017 nagenoeg gelijk gebleven: 56,9 procent.

Vakanties in een hotel het duurst

Toeristen uit de EU gaven ook in 2017 het meest uit aan een vakantie met voornamelijk een verblijf in een hotel: gemiddeld 581 per persoon per vakantie en 59 euro per persoon per nacht. Verbleef men voornamelijk op een camping dan werd gemiddeld 443 euro per persoon per vakantie en 24 euro per persoon per nacht uitgegeven. Bij de overige accommodatietypen ging het gemiddeld om 553 euro per persoon per vakantie en 34 euro per persoon per nacht. Maakte men gebruik van een gratis accommodatie dan was een vakantie goedkoper, te weten: 189 euro per persoon per vakantie bij een eigen vakantiewoning en 160 euro per persoon per vakantie als gebruik werd gemaakt van een accommodatie van familie of kennissen (zie figuur 2.9).

In eigen land met de auto; naar het buitenland vliegen

Evenals in voorgaande jaren, is de auto⁶ ook in 2017 het favoriete vervoermiddel voor alle vakanties: 63,5 procent van alle trips. Het vliegtuig (17,4 procent van alle trips) en de trein (10,8 procent van alle trips) volgen op grote afstand. Andere typen vervoermiddelen, zoals bus, boot en fiets⁷, worden tijdens de vakantie veel minder gebruikt. Bij binnenlandse vakanties domineert de auto nog meer: 75,8 procent van alle binnenlandse vakanties wordt gemaakt met de auto. Bij vakanties naar het buitenland is het vliegtuig meer in trek (56,1 procent van alle buitenlandse vakanties) en komt de auto op de tweede plaats (29,9 procent van alle buitenlandse vakanties). Genoemde percentages zijn ten opzichte van 2016 niet of nauwelijks gewijzigd. Over de periode 2012-2017 lijkt het gebruik van het vliegtuig echter wel te zijn toegenomen. Dat geldt voor alle typen vakanties, maar vooral voor korte buitenlandse vakanties, waaronder stedentrips. Vergeleken met het Europese gemiddelde maken Nederlanders voor hun vakantie meer gebruik van het vliegtuig en de fiets en minder gebruik van de bus en trein.

Helft van de vakanties heeft een recreatief doel

Bijna de helft van alle vakanties van Europeanen had in 2017 een recreatief doel. Daarnaast had ruim één op de drie vakanties als doel familie of kennissen te bezoeken. Circa 11,5 procent had een zakelijk motief. Ten opzichte van 2016 zijn deze percentages niet of nauwelijks gewijzigd. Vakanties van 1 tot 3 nachten zijn relatief veel gericht op van alle binnenlandse vakanties (41,6 procent). Dat geldt ook voor binnenlandse vakanties: 40,6 procent van alle binnenlandse vakanties. Vakanties van 4 en meer nachten en buitenlandse vakanties zijn vooral gericht op een recreatieve trip, respectievelijk 63,3 en 65,2 procent (zie figuur 2.10). De 11,5 procent vakanties met een zakelijk motief waren, absoluut gezien, goed voor 145 miljoen trips in 2017. De meeste daarvan vonden plaats in het binnenland (70,6 procent van alle zakelijke trips) en duurden niet langer dan 3 nachten (74,4 procent van alle zakelijke trips).

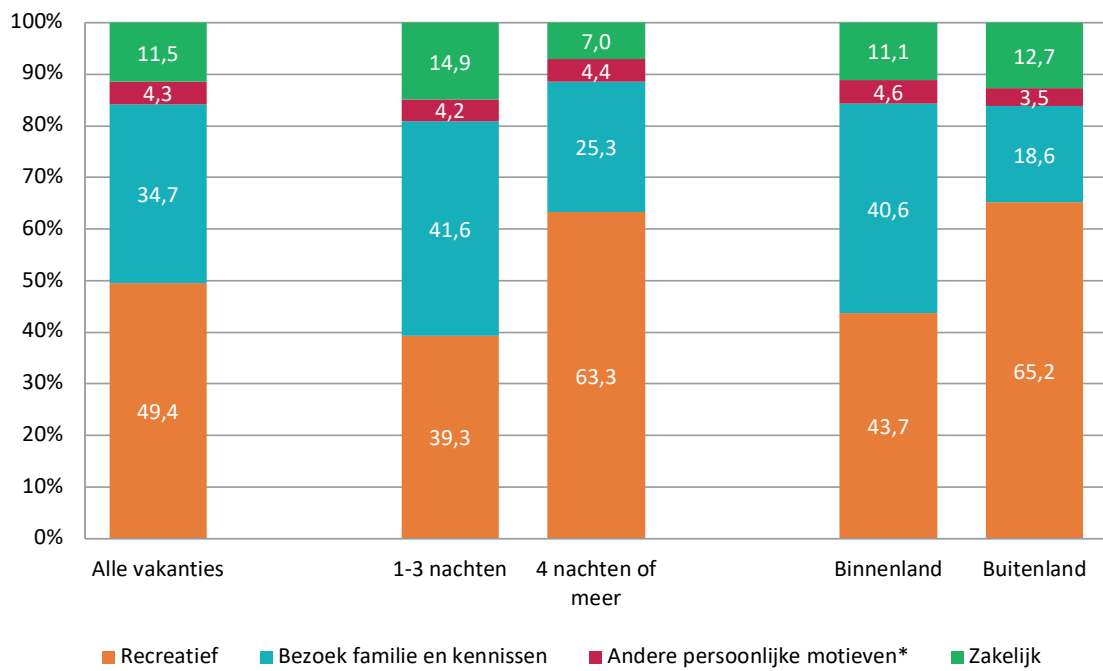
De gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie verschillen naar het type vakantie. Gemiddeld werd in 2017 per vakantie per persoon het meest uitgegeven door de zakelijke reiziger: 517 euro per persoon per trip. Het minst werd uitgegeven als men bij familie of kennissen op bezoek gaat: 171 euro per persoon per vakantie (zie figuur 2.11). Gemiddeld per nacht per persoon waren de uitgaven in 2017 van een zakelijke reiziger meer dan twee keer zo hoog als de uitgaven van een reiziger met een recreatief of persoonlijk doel, respectievelijk 154 euro en 68 euro per persoon per nacht.

⁶ Motorvoertuigen, inclusief huurauto, camper en motor.

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

Vakanties van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar motief, duur en bestemming, 2017

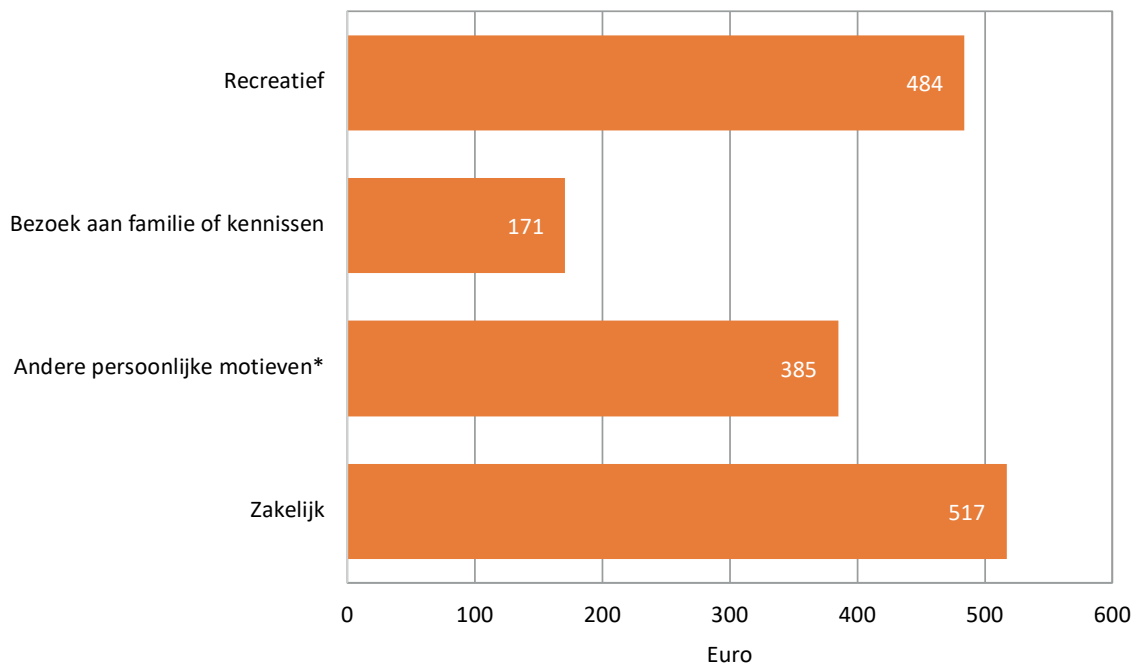
Figuur 2.10



Bron: Eurostat, 2019.

Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar motief, 2017

Figuur 2.11



Bron: Eurostat, 2019.

* Bij andere persoonlijke motieven gaat het bijvoorbeeld om gezondheid of pelgrimage.

Buitenlandse vakanties vooral in Spanje, Italië, Frankrijk en Duitsland

Van de 1,26 miljard vakanties werden bijna drie van de vier vakanties van inwoners van de EU in 2017 gemaakt in eigen land (73,3 procent). Uitgedrukt in nachten lag het aandeel voor binnenlandse vakanties lager, namelijk 56,1 procent van alle nachten. Buitenlandse vakanties waren goed voor iets meer dan een kwart van de vakanties (26,7 procent) en 43,9 procent van de nachten. Van die 26,7 procent buitenlandse vakanties ging 20,6 procent naar een ander land van de EU en 6,1 procent naar een land buiten de EU. Dus 93,9 procent van alle vakanties, binnen- en buitenland, van de inwoners van de EU vond plaats binnen de EU zelf. Ook als alleen gekeken wordt naar lange vakanties van 4 nachten of meer ging in 2017 nog steeds 87,6 procent van de vakantiegangers binnen de EU op vakantie.

Evenals in voorgaande jaren, waren van alle buitenlandse trips in 2017 binnen de EU Spanje (12,5 procent), Italië (8,5 procent) en Frankrijk (8 procent) favoriet. Buiten de EU waren dat onder meer de regio's Azië en Noord-Amerika en landen zoals Turkije, Zwitserland, Noorwegen, Egypte en Marokko. 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.

Marktaandeel Nederland is 3,1 procent

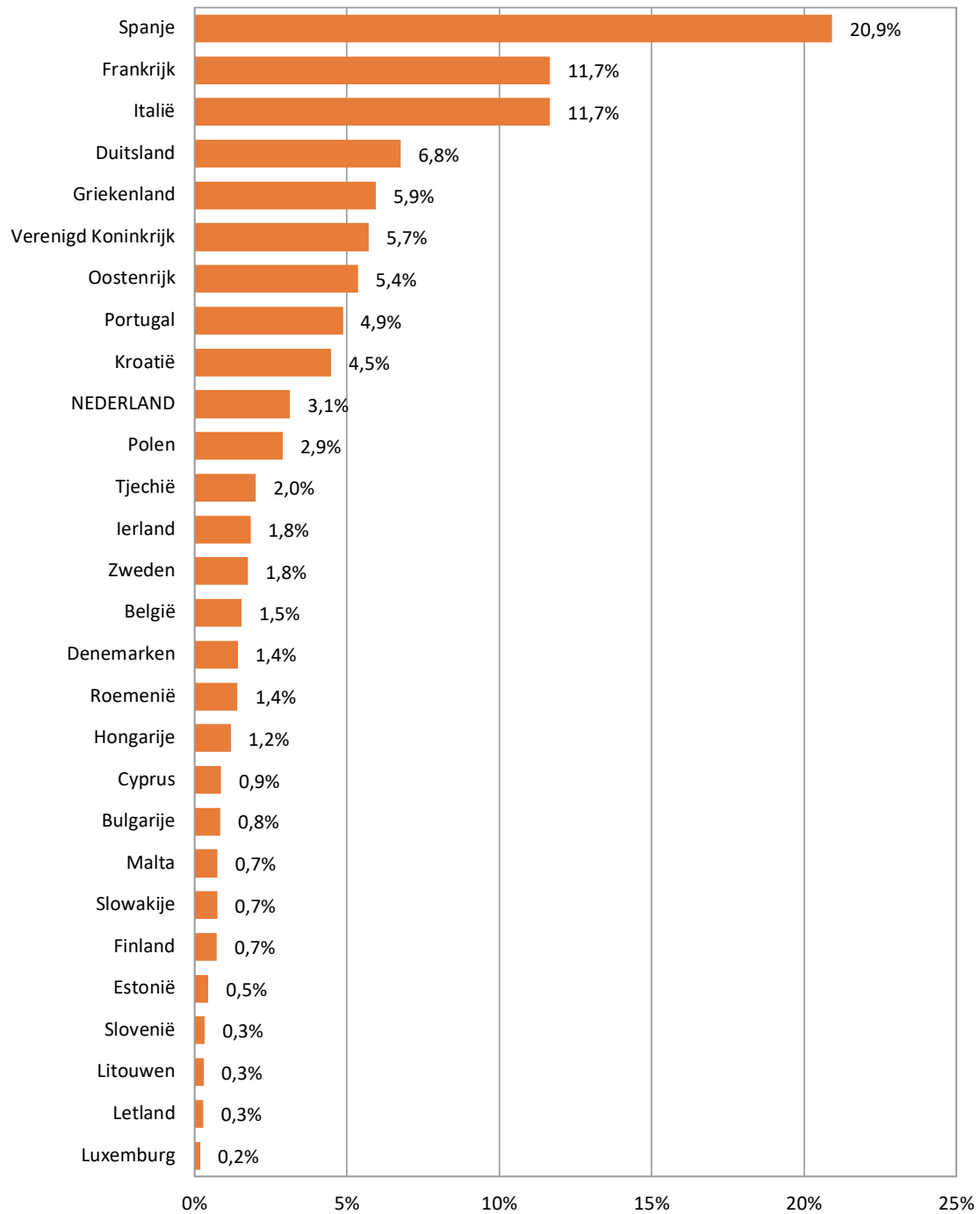
Nederland was in 2017 goed voor een marktaandeel van 3,1 procent van alle overnachtingen tijdens buitenlandse vakanties van inwoners van de EU van 15 jaar en ouder (zie figuur 2.12). In 2015 en 2016 was het marktaandeel respectievelijk 3,4 en 2,8 procent.

Belangrijkste toerisme genererende landen: Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk

Net als voorgaande jaren, werd in 2017 absoluut gezien het meeste geld uitgegeven aan toerisme door Duitsers, Fransen en Britten, respectievelijk 129, 82 en 61 miljard euro. Samen zijn deze landen goed voor 58 procent van alle uitgaven aan het toerisme door inwoners van de EU. Ook wanneer alleen gekeken wordt naar het uitgaande toerisme besteedden Duitsers, Fransen en Britten het meeste, respectievelijk 87, 28 en 38 miljard euro. Andere Europeanen die in 2017 veel besteedden aan het uitgaande toerisme zijn Nederlanders (18 miljard), Spanjaarden (13 miljard euro), Oostenrijkers (11 miljard euro) en buiten de EU Zwitsers (14 miljard euro) en Noren (13 miljard euro). Landen, waarvan de inwoners in 2017 gemiddeld het meeste per nacht per persoon in het buitenland uitgaven zijn onder meer Denemarken (186 euro), Finland (148 euro), Oostenrijk (142 euro), Malta (143 euro) en buiten de EU Noorwegen (206 euro). Nederlanders gaven in 2017 aan buitenlandse vakanties gemiddeld 92 euro per nacht per toerist uit.

Zakelijk toerisme ondervindt nog de gevolgen van de crisis

Figuur 2.13 laat, samenvattend, de trends zien van een aantal belangrijke toeristische indicatoren, zoals aantal vakanties, aantal overnachtingen en de gemiddelde

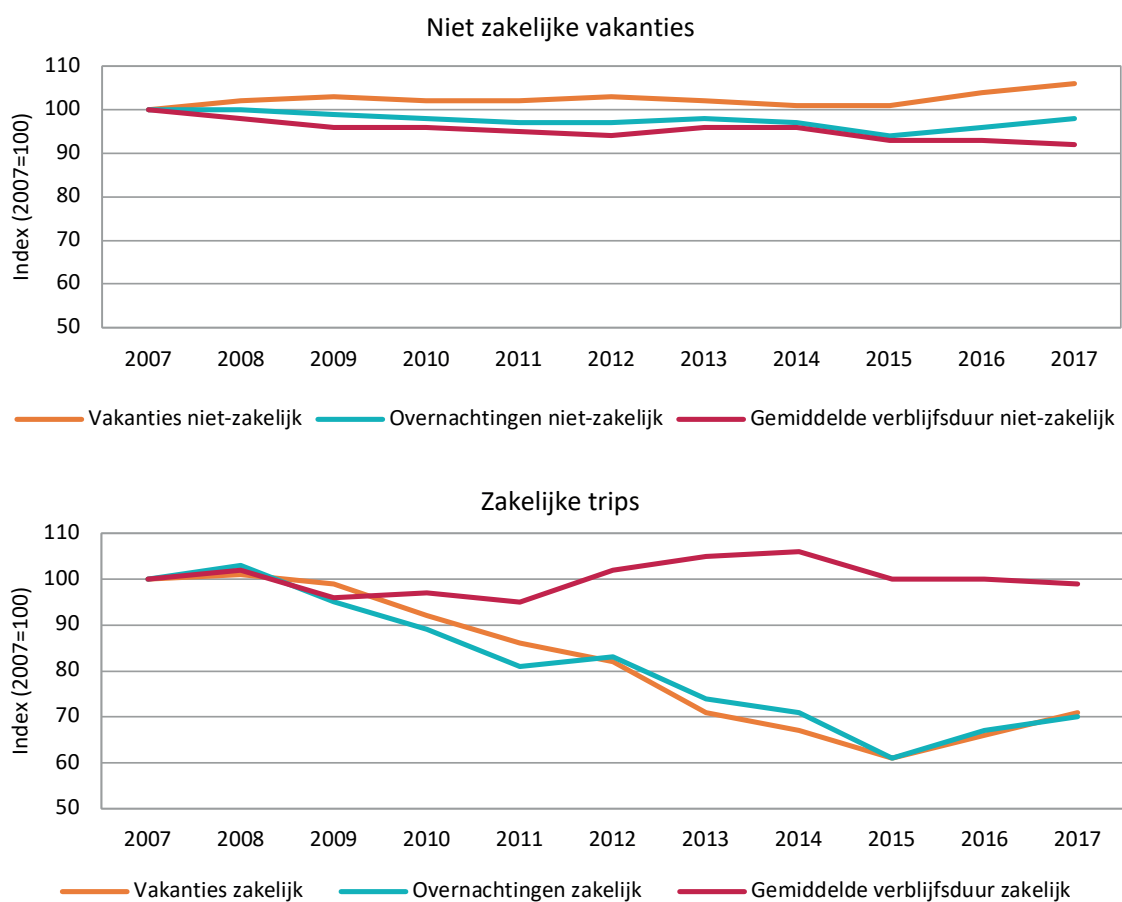


Bron: Eurostat, 2019.

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

verblijfsduur. Zo is bij recreatieve en persoonlijke vakanties te zien dat voor de EU het aantal vakanties in de periode 2007-2017 gegroeid is met 6,1 procent. Het aantal overnachtingen is in dezelfde periode echter licht gedaald met 2,2 procent. Dat heeft ertoe geleid dat de gemiddelde duur van een vakantie ook is gedaald van 5,7 nachten in 2007 naar 5,1 nachten in 2017. Voor zakelijke trips heeft de crisis veel meer effect gehad dan voor vakanties met een persoonlijk motief. In de periode 2008-2015 is zowel het aantal zakelijke trips (-39,4 procent) als het aantal zakelijke overnachtingen (-40,8 procent) sterk teruggelopen. Vanaf 2015 is de trend omhoog weer ingezet. De gemiddelde duur van een zakelijke trip is over de periode 2007-2017 nagenoeg gelijk gebleven.

Figuur 2.13 Vakanties, overnachtingen en gemiddelde verblijfsduur van inwoners EU van 15 jaar en ouder naar motief, 2007-2017



Bron: Eurostat, 2019.

Overnachtingen in logiesaccommodaties vormen ook een maatstaf

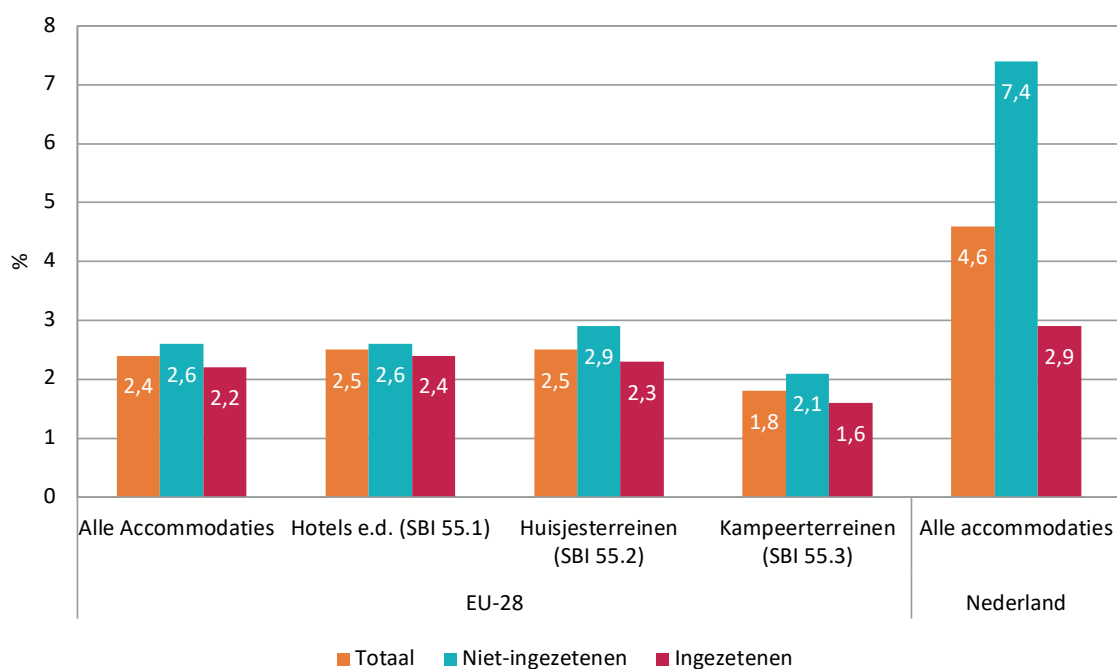
Naast vakanties en hun kenmerken, vormt het aantal overnachtingen van toeristen in logiesaccommodaties een belangrijke indicator voor de ontwikkeling van het toerisme in een bestemming. Het gaat om overnachtingen in hotels, op huisjesterreinen

en kampeertreinen. De cijfers hebben betrekking op de ontwikkelingen van het jaar 2018 ten opzichte van 2017.

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 kampeertreinen. Overnachtingen in andere accommodatietypen zoals eigen vakantiewoningen of bij familie of kennissen worden niet meegerekend in de cijfers.

Ontwikkeling van het aantal overnachtingen in Europese logiesaccommodaties naar accommodatietype (SBI*) en land van herkomst, 2017-2018

Figuur 2.14



Bron: Eurostat, 2019.

* SBI = Standaard Bedrijfsindeling.

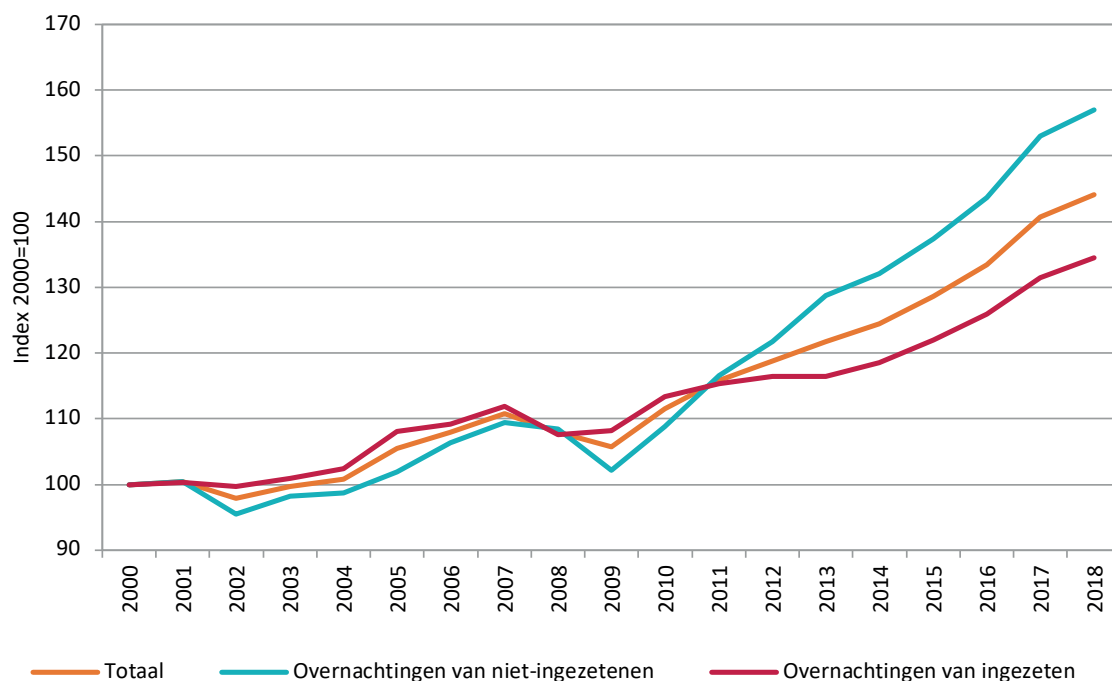
Meer dan 3,1 miljard overnachtingen in 2018 in de EU

In 2018 vonden iets meer dan 3,1 miljard overnachtingen plaats in geregistreerde logiesaccommodaties binnen de EU. Dat betekende een toename van 2,4 procent in vergelijking met 2017. In dat jaar groeide het aantal overnachtingen in logiesaccommodaties in de EU nog met 4,5 procent ten opzichte van 2016. Het aantal overnachtingen van buitenlandse toeristen (niet-ingezetenen) nam in 2018 iets meer toe dan het aantal overnachtingen van gasten binnen de eigen landsgrenzen (ingezetenen),

respectievelijk 2,6 en 2,2 procent (zie figuur 2.14). Hoewel in mindere mate, is vooral het inkomende toerisme de motor achter de groei van het toerisme in Europa (zie figuur 2.15). De meeste overnachtingen werden in 2018 doorgebracht in Spanje, Frankrijk, Italië en Duitsland. Samen goed voor 56 procent van alle overnachtingen in toeristische accommodaties in de EU in 2018.

De groei van het aantal overnachtingen in de EU in 2018 vond zowel plaats bij hotels (2,5 procent) en huisjesterreinen (2,5 procent) als bij kampeerterreinen (1,8 procent). De groei in 2018 heeft zich gemanifesteerd in alle landen van de EU, behalve Spanje en Luxemburg, die een daling van het aantal overnachtingen kenden. Landen waar het aantal toeristische overnachtingen in 2018 sterk groeide, waren onder meer Litouwen (8,6 procent), Letland (8,4 procent), Polen (5,9 procent) en Roemenië (5,7 procent). Nederland gaat mee in de groei met 4,6 procent meer toeristische overnachtingen. Daarvan profiteerden vooral hotels. Wordt alleen gekeken naar het inkomende toerisme, dan groeiden landen, zoals Letland (9,9 procent), België (9,0 procent), Litouwen (8,4 procent) en Nederland (7,4 procent), het hardst binnen de EU.

Figuur 2.15 Ontwikkeling van het aantal overnachtingen in logiesaccommodaties (EU-28) naar land van herkomst, 2000-2018



Bron: Eurostat, 2019.



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 activiteit. Het grootste deel gaat op aan directe kosten, waarbij bestedingen in winkels en aan consumpties het belangrijkste zijn.

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 leeftijdsgrenzen.

Het CVTO hanteert de volgende definitie van 'uithuizige vrijetijdsactiviteiten': Alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd). Bezoek aan familie, vrienden en kennissen, en activiteiten 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 dat 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.

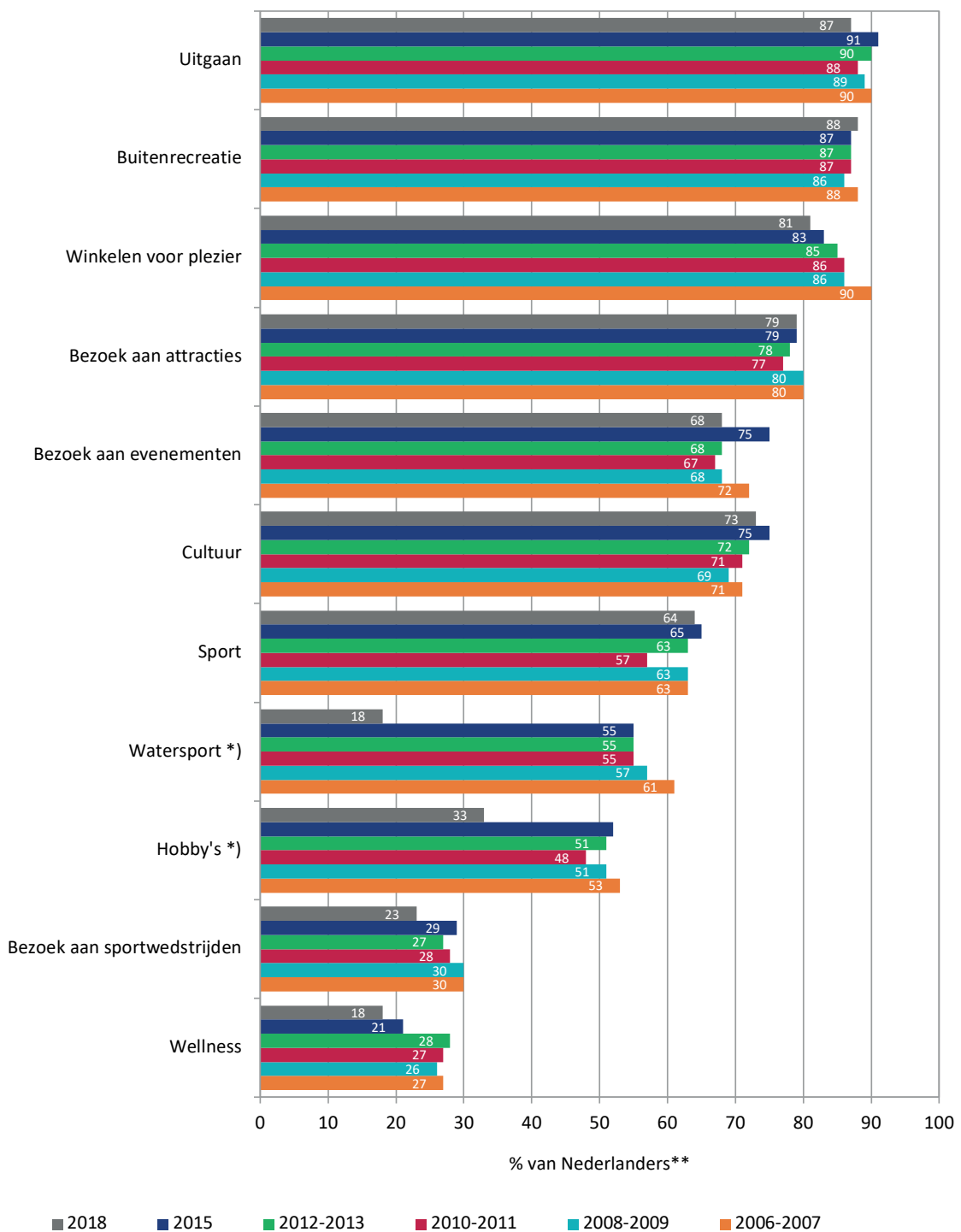
De frequentie waarmee de verschillende vrijetijdsactiviteiten ondernomen worden, blijkt sterk te verschillen per cluster van activiteiten. Dit varieert van gemiddeld meerdere malen per week tot eens per twee maanden. Van alle 11 onderscheiden clusters is de frequentie waarmee men jaarlijks funshopactiviteiten 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, 2004-2018



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 uithuiszige vrijetijdsactiviteiten naar leeftijdsgroep, 2018

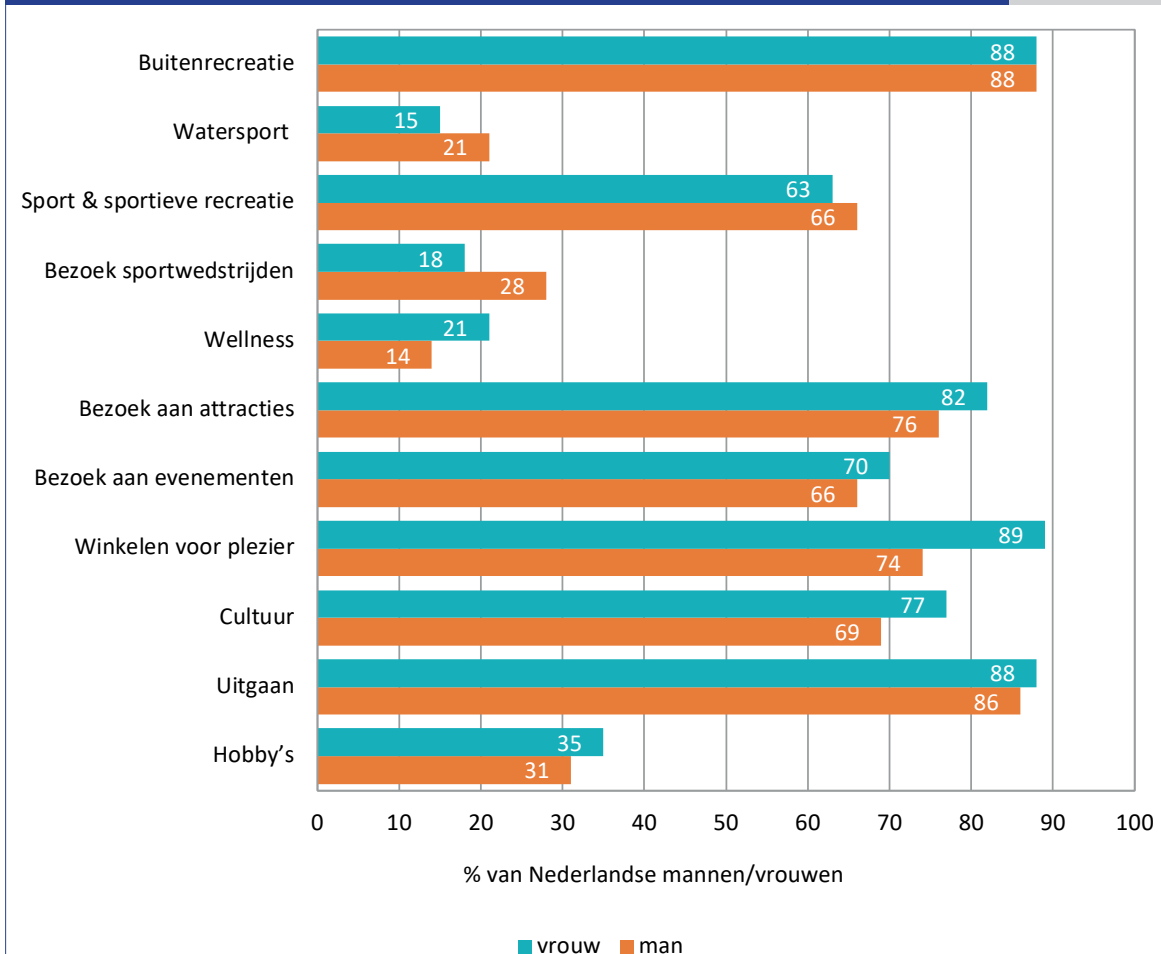
Tabel 3.1

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

Bron: Jaarmeting CVTO, 2018

Participatie van Nederlanders aan uithuiszige 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

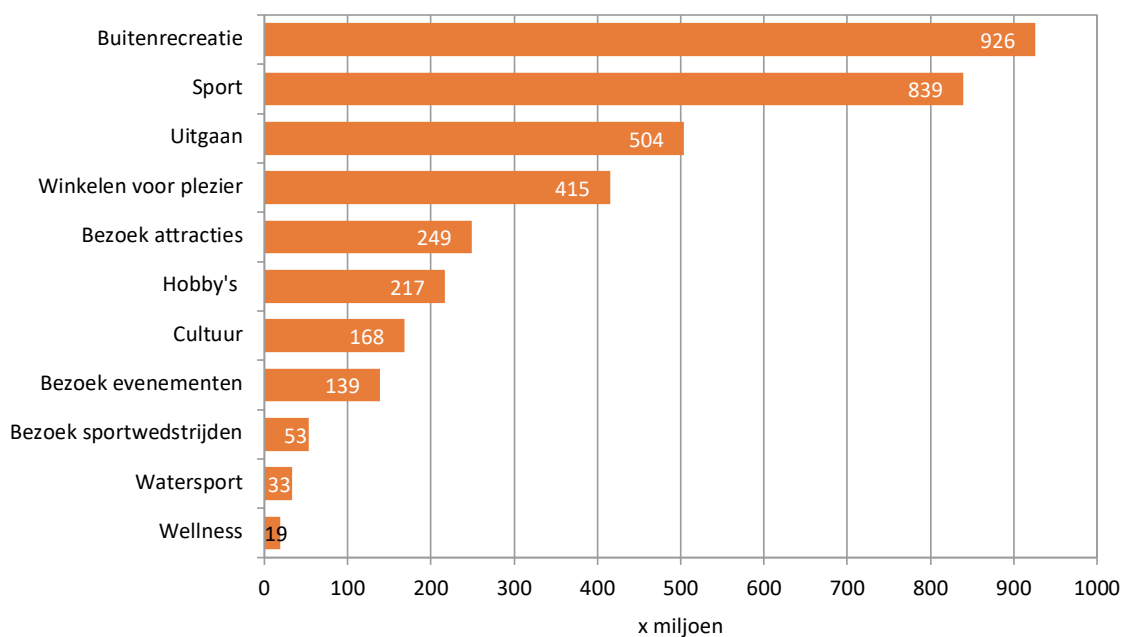
In 2018 heeft de Nederlandse bevolking gezamenlijk ruim 3,6 miljard vrijetijdsactiviteiten van minimaal een uur buiten de eigen woning ondernomen.

Buitenrecreatie komt het vaakst voor

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.

Figuur 3.3 Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders, 2018



Bron: Weekmeting CVTO, 2018

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 al deze vrijetijdsactiviteiten. Deze tabel toont de tien populairste vrijetijdsactiviteiten: de activiteiten die Nederlanders in 2018 het vaakst hebben ondernomen.

Wandelen populair

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

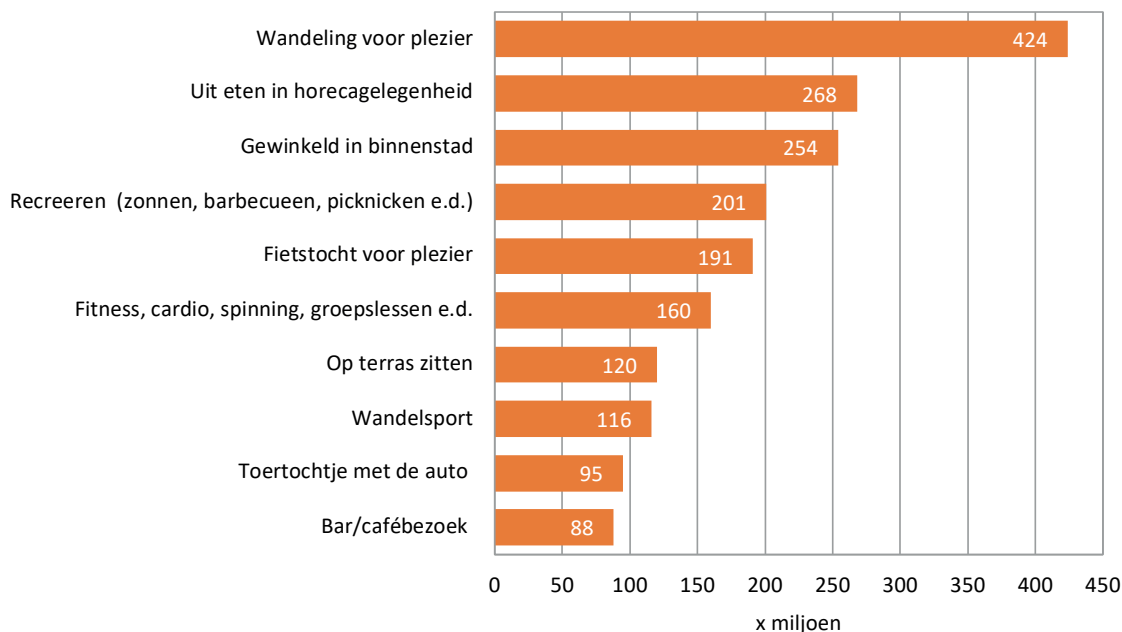
Ruim 40 procent van alle vrijetijdsactiviteiten ondernemen Nederlanders in hun eigen woongemeente en bijna 60 procent elders in Nederland. Vooral hobby- en sportactiviteiten vinden vaak dichtbij huis plaats. Het weekend is de meest populair voor het ondernemen van vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen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

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

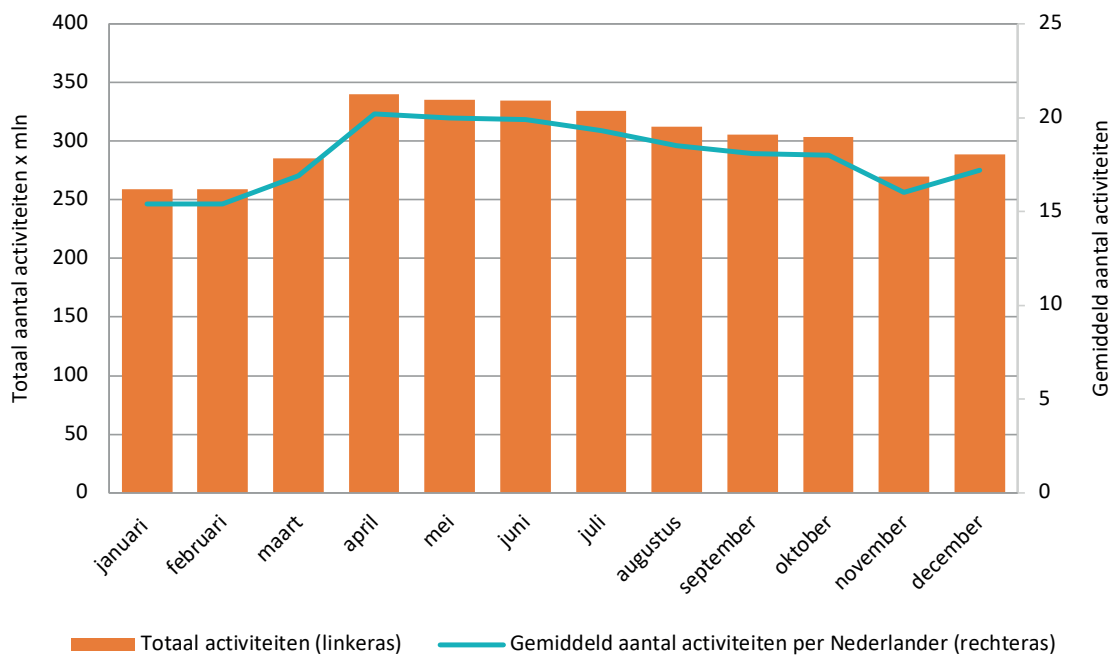
Top tien van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders, 2018

Figuur 3.4



Bron: Weekmeting CVTO, 2018

Figuur 3.5 Aantal uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders naar maand, 2018



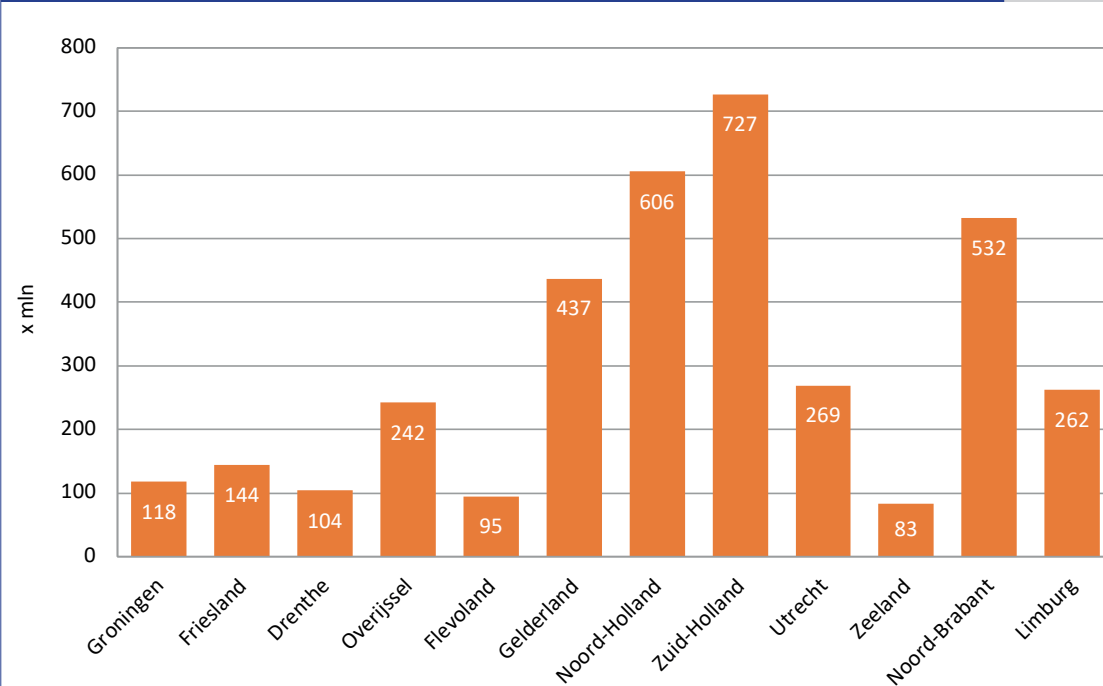
Bron: Weekmeting CVTO, 2018

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.

De meeste vrijetijdsactiviteiten vinden plaats in de provincie Zuid-Holland

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.



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

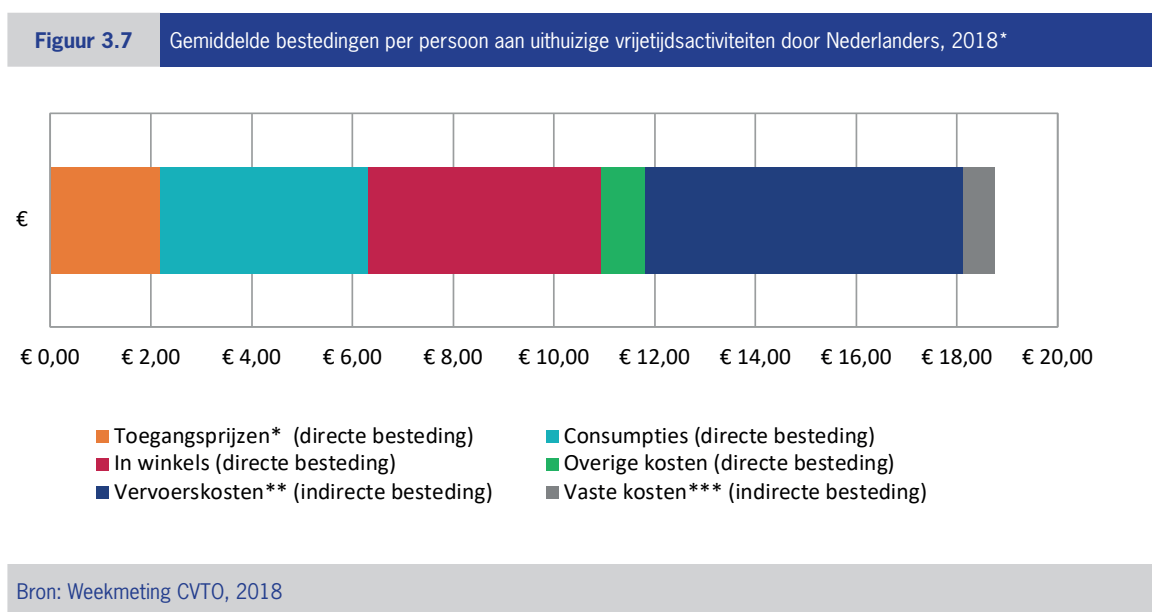
In totaal is door Nederlanders in 2018 een bedrag van bijna 68 miljard euro uitgegeven ten behoeve van het ondernemen van uithuizige vrijetijdsactiviteiten. Dit bedrag komt neer op gemiddeld 18,75 euro per persoon per activiteit. Van de totale economische waarde is bijna 42,7 miljard euro uitgegeven 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.



* O.a. toegangsprijzen, deelnamekosten, huurprijzen.

** Inclusief parkeerkosten.

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

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.



4

Vakanties van Nederlanders

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de vakanties van Nederlanders in 2018. Hoeveel Nederlanders gingen er in dat jaar op vakantie, in welk land of in welke provincie en hoe lang verbleven zij er dan in wat voor soort accommodatie? Daarnaast komt aan bod hoe zij naar hun bestemming reisden en op welke wijze zij invulling gaven aan hun vakantie. Ook de wijze van boeken en de vakantiekosten komen aan de orde. Het hoofdstuk sluit af met calamiteiten waarmee Nederlandse vakantiegangers in 2018 te maken kregen.

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 2019 op StatLine worden gepubliceerd.



Hoofdpunten

- In 2018 gingen 14,1 miljoen Nederlanders op vakantie. Dit is 83,3 procent van de 16,9 miljoen inwoners van Nederland in dat jaar. Zij gingen samen 40,9 miljoen keer op vakantie, 18,7 miljoen keer in Nederland en 22,1 miljoen keer daarbuiten.
- Gemiddeld gingen Nederlanders 2,4 keer per jaar op vakantie in 2018: 1,1 keer in Nederland en 1,3 keer in het buitenland. Als we alleen kijken naar de Nederlanders die in 2018 op vakantie gingen, dan lag dit gemiddelde met 2,9 vakanties natuurlijk iets hoger.
- De duur van een vakantie was gemiddeld 9,0 dagen, ofwel 8,0 overnachtingen. Hierbij sliepen alle Nederlandse vakantiegangers samen 326 miljoen nachten niet in hun eigen bed: 102 miljoen nachten elders in Nederland en 224 miljoen nachten in het buitenland.
- Een Nederlander ging in 2018 gemiddeld 21,6 dagen op vakantie, 7,1 dagen in eigen land en 14,5 dagen daarbuiten.
- Gezamenlijk besteedden Nederlanders 21,3 miljard euro aan vakanties in 2018, ofwel 1.260 euro per Nederlander. Voor Nederlanders die in 2018 één of meer keren op vakantie gingen, lag dit bedrag uiteraard hoger, namelijk op 1.510 euro per vakantieganger. Een gemiddelde vakantie kostte ruim 520 euro per persoon. Een vakantie in het buitenland was goed voor gemiddeld 790 euro, een vakantie in Nederland voor 210 euro.

Het Continu Vakantieonderzoek (CVO)

De cijfers in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit het Continu Vakantieonderzoek (CVO) en gaan over vakantiejaar 2018. 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 gevangnissen, 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 deelnemers die bij alle vier de metingen van het betreffende vakantiejaar hebben gerespondeerd. Vanaf 2017 zijn dit ongeveer 8.000 personen.

Om de kwaliteit van de cijfers uit het CVO te kunnen blijven waarborgen, is het onderzoek in 2017 op enkele belangrijke punten gewijzigd. Zo is de netto steekproef vergroot van 6.500 naar 8.000 respondenten. Tevens is de doelpopulatie uitgebreid met Nederlanders met een migratieachtergrond. Door deze en andere wijzigingen kunnen de uitkomsten van 2017 en 2018 niet zonder meer vergeleken worden met die van 2016 en eerdere jaren.

Vakantiejaar

Het CVO werkt met vakantie jaren, 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 2018 van 1 oktober 2017 t/m 30 september 2018.

Binnen een vakantiejaar worden alle vakanties die in dat jaar beginnen waargenomen. Een vakantie die bijvoorbeeld start op 30 september 2017 en eindigt op 6 oktober 2017 wordt geheel gerekend tot vakantiejaar 2017. Een vakantie die start op 1 oktober 2017 en eindigt op 4 oktober 2017 wordt wel gerekend tot vakantiejaar 2018.

		Vakanties totaal	Vakanties in Nederland	Vakanties in het buitenland
Nederlandse bevolking	mln	16,9	16,9	16,9
Deelname				
Wel op vakantie	mln	14,1	8,9	10,9
Niet op vakantie	mln	2,8	8,1	6,0
Aantal vakanties				
Totaal	mln	40,9	18,7	22,1
Gemiddeld per Nederlander		2,4	1,1	1,3
Gemiddeld per vakantieganger		2,9	2,1	2,0
Aantal vakantiedagen				
Totaal	mln	367	121	246
Gemiddeld per Nederlander		21,6	7,1	14,5
Gemiddeld per vakantieganger		26,0	13,6	22,5
Gemiddeld per vakantie		9,0	6,4	11,1
Aantal overnachtingen				
Totaal	mln	326	102	224
Gemiddeld per Nederlander		19,2	6,0	13,2
Gemiddeld per vakantieganger		23,1	11,5	20,5
Gemiddeld per vakantie		8,0	5,4	10,1
Uitgaven				
Totaal	euro	21,3	3,9	17,4
Gemiddeld per Nederlander	euro	1.259	230	1.029
Gemiddeld per vakantieganger	euro	1.511	441	1.594
Gemiddeld per vakantie	euro	522	208	788

Bron: CBS, CVO 2018.

4.1 Vakantieparticipatie en -duur

Deze paragraaf geeft een algemeen beeld van de vakanties van Nederlanders. Allereerst komt de vakantieparticipatie aan bod: hoeveel Nederlanders gaan er op vakantie, gaan ze in zomer of winter, lang of kort, en vertrekken ze naar het buitenland of blijven ze binnen de landsgrenzen?

Grote meerderheid Nederlanders gaat op vakantie

In 2018 gingen 14,1 miljoen Nederlanders minstens één keer per jaar op vakantie, dit is 83,3 procent van de bevolking. De meeste Nederlanders gaan in de zomerperiode één of meer keren op vakantie, in 2018 zo'n 12,9 miljoen. Het aantal vakantie-gangers in de winterperiode ligt doorgaans lager, maar was dat jaar nog altijd 9,2

miljoen. Ook gingen 8,1 miljoen Nederlanders zowel in de zomer als in de winter op vakantie, terwijl een relatief klein aantal van 1,2 miljoen landgenoten alleen in de winter vakantie vierde. Het aantal Nederlanders dat alleen op zomervakantie ging, was flink hoger, namelijk 4,9 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 niet mee, tenzij zij de hele tijd of 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 vakantievierter graag buiten de landsgrenzen, in 2018 gold dit voor ongeveer 10,9 miljoen landgenoten. Van hen gingen 5,3 miljoen personen uitsluitend in het buitenland op vakantie en 5,7 miljoen daarnaast ook in Nederland. Bijna 3,2 miljoen Nederlanders vierden alleen in eigen land vakantie. Het aantal Nederlanders dat in 2018 een of meer vakanties binnen de landsgrenzen doorbracht, kwam daarmee op 8,9 miljoen.

Een meerderheid van 13,0 miljoen Nederlanders hield in 2018 een lange vakantie van vier of meer opeenvolgende nachten. Ruim de helft daarvan, 6,6 miljoen personen, ging uitsluitend op lange vakantie en 6,3 miljoen mensen beleefden daarnaast ook een korte vakantie. In totaal gingen 7,5 miljoen Nederlanders in 2018 één of meer keer op korte vakantie met maximaal drie overnachtingen. Door 1,2 miljoen van hen werden alleen korte vakanties gehouden (tabel 4.2).

De meeste Nederlanders gaan één of twee keer op vakantie, in 2018 respectievelijk 23 en 21 procent. Zestien procent ging drie keer op vakantie, 11 procent vier keer en 5 procent vijf keer. Zeven procent van de Nederlanders ging zes keer of vaker op vakantie.

	Deelname	Aantal Nederlanders	Aantal vakanties	Aantal overnachtingen
	%	mln	mln	mln
Totaal	83,3	14,1	40,9	326
In Nederland	52,2	8,9	18,7	102
In het buitenland	64,6	10,9	22,1	224
Uitsluitend in Nederland	18,8	3,2	7,2	52
Uitsluitend in het buitenland	31,1	5,3	10,9	114
Zowel in Nederland als in het buitenland	33,5	5,7	22,7	160
Lange vakanties	76,5	13,0	26,0	295
Korte vakanties	44,3	7,5	14,8	31
Uitsluitend lange vakanties	39,0	6,6	12,7	152
Uitsluitend korte vakanties	6,9	1,2	1,9	4
Zowel lange als korte vakanties	37,5	6,3	26,3	170
In de zomerperiode	76,4	12,9	24,0	220
In de winterperiode	54,5	9,2	16,9	106
Uitsluitend in de zomerperiode	28,9	4,9	7,4	71
Uitsluitend in de winterperiode	7,0	1,2	1,8	16
Zowel in de zomer- als in de winterperiode	47,5	8,1	31,7	239

Bron: CBS, CVO 2018.

Hoogste vakantiedeelname onder hoogopgeleiden

Nederlanders verschillen onderling in de mate waarin zij deelnemen aan vakanties. De deelname van jongeren tot 15 jaar lag in 2018 met bijna 92 procent ruim boven het gemiddelde van 83 procent. Dit in tegenstelling tot personen van 75 jaar of ouder, die hier met 66 procent flink onder zaten. Dat gold ook voor weduwen en weduwnaars (67 procent) en in mindere mate voor Nederlanders die zijn gescheiden (74 procent). Personen in huishoudens met thuiswonende kinderen behoorden in 2018 juist vaker dan gemiddeld tot de groep vakantiegangers. Vooral als er twee of meer kinderen zijn, was dit percentage met rond de 91 hoog. Nog wat hoger was het aandeel dat in 2018 ten minste een keer vakantie vierde onder de universitair opgeleiden (94 procent) en de mensen in het hoogste inkomenskwartiel (92 procent). Mensen die tot de twee laagste inkomenskwartielen behoorden, gingen juist relatief weinig op vakantie. Dit is in lijn met de lagere vakantiedeelname onder werkloze en arbeidsongeschikte Nederlanders: respectievelijk 68 en 63 procent (tabel 4.3).

Tabel 4.3

Deelname van Nederlanders aan vakanties naar achtergrondkenmerken, 2018

	%		%
Totaal	83,3		
Geslacht		Hoogst voltooide opleiding	
Mannen	82,6	Geen of basisonderwijs	87,9
Vrouwen	84,0	Vbo, mbo1, avo onderbouw	77,2
		Havo, vwo, mbo	82,6
Leeftijd		Hbo, wo bachelor	87,3
Jonger dan 15 jaar	91,6	Wo, master, doctor	93,8
15 t/m 24 jaar	80,3		
25 t/m 34 jaar	86,5	Aantal kinderen in het huishouden	
35 t/m 44 jaar	86,0	Geen	79,2
45 t/m 54 jaar	85,1	1 kind	88,0
55 t/m 64 jaar	81,7	2 kinderen	90,6
65 t/m 74 jaar	79,3	3 of meer kinderen	91,6
75 jaar of ouder	65,7		
Migratieachtergrond		Maatschappelijke positie	
Nederland	83,3	Werkzaam in loondienst	88,4
Westers	84,8	Werkzaam als zelfstandige	85,2
Niet-westers	81,5	Werkloos	67,5
		Arbeidsongeschikt	62,9
Burgerlijke staat		(School)kind of student	87,6
Gehuwd of geregistreerd partnerschap	85,5	Huisvader of huisman / huismoeder of huisvrouw	76,8
Gescheiden	73,7	Gepensioneerd of met prepensioen	73,7
Verweduwd	66,7		
Nooit gehuwd geweest	83,7	Bruto inkomen van het huishouden	
		Kwartiel 1 (laagste)	66,9
		Kwartiel 2	74,2
		Kwartiel 3	86,0
		Kwartiel 4 (hoogste)	91,6

Bron: CBS, CVO 2018.

Anderhalve lange en één korte vakantie per Nederlander

Nederlanders gingen in 2018 samen 40,9 miljoen keer op vakantie, dat zijn gemiddeld 2,4 vakanties per persoon. Vooral lange vakanties met ten minste vier overnachtingen (26,0 miljoen) zijn populair. Elke Nederlander ging in 2018 gemiddeld 1,5 keer op lange vakantie. Het aantal korte vakanties bedroeg 14,8 miljoen, dat is minder dan één korte vakantie per Nederlander (0,9 vakanties).

De meeste vakanties werden in 2018 in de zomerperiode gevierd: 24,0 miljoen ofwel 1,4 vakantie per Nederlander. In de winterperiode waren dit 16,9 miljoen vakanties, gemiddeld één vakantie per Nederlander.

Nederlanders hielden in 2018 vaker vakantie in het buitenland dan in het eigen land, 22,1 miljoen tegenover 18,7 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 2018 start de zomerperiode op 28 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.

Buitenlandse vakanties langer dan binnenlandse vakanties

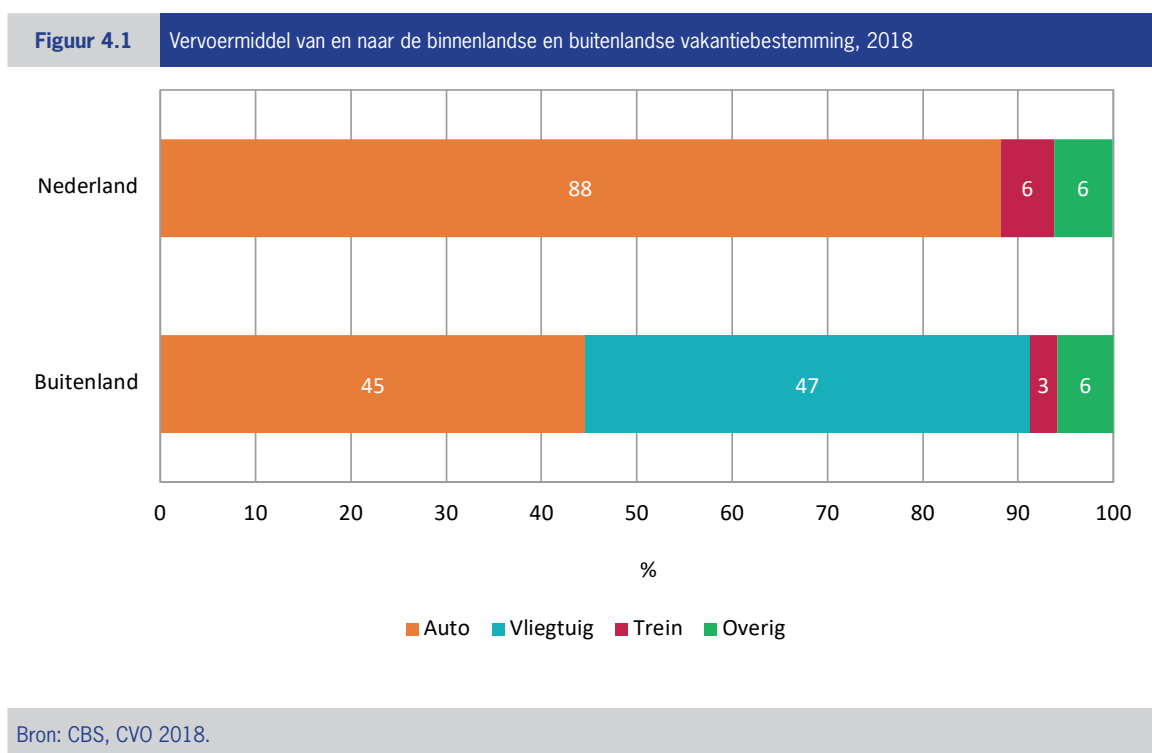
Een vakantie van Nederlanders duurde in 2018 gemiddeld 9,0 dagen. Een vakantie buiten de landsgrenzen telde gemiddeld beduidend meer dagen dan een vakantie in eigen land: 11,1 tegen 6,4 dagen. Ook duurden vakanties in de zomerperiode gemiddeld langer (10,2 dagen) dan vakanties in de winterperiode (7,3 dagen). Verder is het niet verrassend dat de vakantieduur van lange vakanties die van korte vakanties ruim overtreft: in 2018 was deze respectievelijk 12,3 en 3,1 dagen.

4.2 Vervoer van en naar de vakantiebestemming

Om van huis naar de vakantiebestemming te reizen, is meestal 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.

Vooral binnenlandse vakanties vaak met de auto

Het vervoermiddel waarmee Nederlanders het vaakst reisden, was in 2018 bij bijna twee derde van alle vakanties de auto. Bij vakanties in eigen land ging 88 procent met de auto, dit zijn 16,5 miljoen vakanties. Bij de resterende binnenlandse vakanties koos men 1,1 miljoen keer voor de trein en vrijwel even vaak voor andere vervoermiddelen, zoals de fiets of een touringcar. Voor vakanties buiten de landsgrenzen werd in ruim 9 van de 10 gevallen met het vliegtuig of de auto gereisd. Het vliegtuig was goed voor 10,3 miljoen vakanties en de auto voor 9,9 miljoen vakanties. Daarnaast gingen Nederlanders 650 duizend keer met de trein en 1,3 miljoen keer met andere vervoermiddelen van en naar hun buitenlandse vakantiebestemming (figuur 4.1).



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 verstreker 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 op de bonnefooi

Nederlanders regelden in 2018 voor 82 procent van hun vakanties voor vertrek een slaapplek. Dit zijn 33,6 miljoen vakanties. Meestal, voor bijna 19 miljoen vakanties, werd dan alleen de accommodatie geboekt. Daarnaast boekten Nederlanders vaak een pakketreis (5,1 miljoen vakanties) of een samengestelde reis waarbij accommodatie en vervoer los van elkaar geboekt zijn bij verschillende aanbieders (4,7 miljoen vakanties). Bijna 5 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 (5,4 miljoen vakanties). Daarnaast werd voor 1,9 miljoen vakanties alleen het vervoer geboekt.

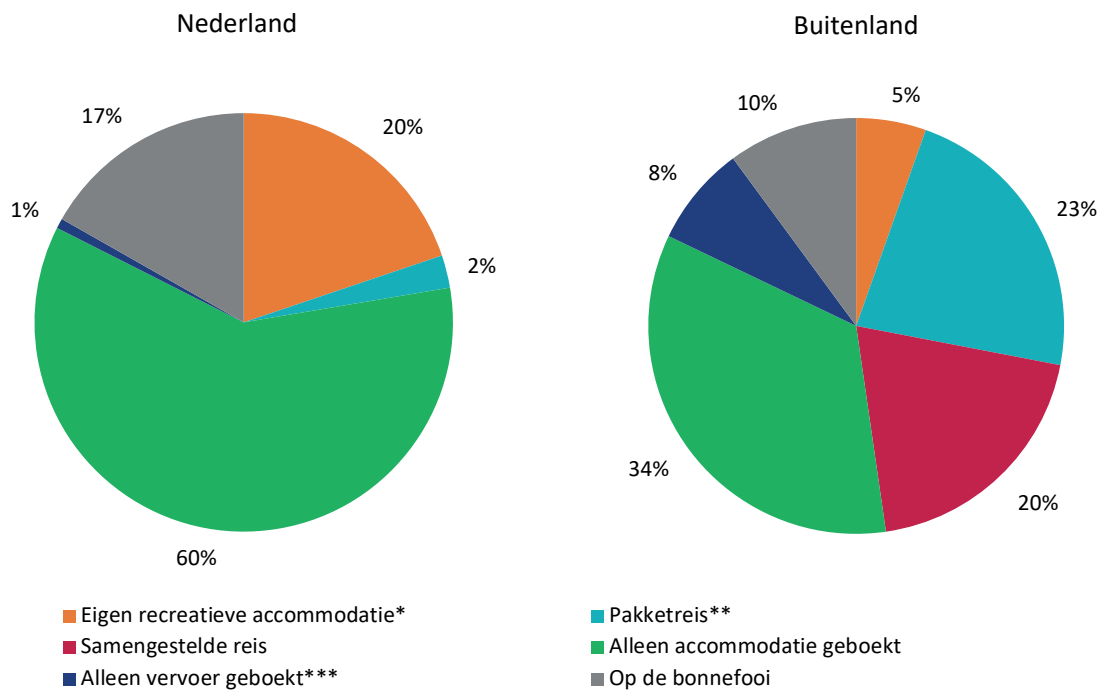
Voor 15,5 miljoen binnenlandse vakanties in 2018 was de slaapplek voor vertrek bekend. Bij 11,3 miljoen van deze vakanties werd alleen de accommodatie geboekt. Dit is 60 procent van de 18,7 miljoen vakanties van Nederlanders in eigen land. Voor vakanties buiten Nederland lag het aandeel vakanties waarvoor alleen de accommodatie werd geboekt ruim 25 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).

Vervoer vaak niet geboekt, behalve bij vliegvakanties

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 legden in 2018 vaker vooraf hun accommodatie vast dan het vervoer

Figuur 4.2

Organisatiegraad van binnenlandse en buitenlandse vakanties van Nederlanders, 2018



Bron: CBS, CVO 2018.

* 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.

middel waarmee zij reizen, namelijk bij 82 tegen 33 procent van de vakanties. Dit is niet verrassend, aangezien er bij bijna twee derde van de vakanties met de eigen auto werd gereisd.

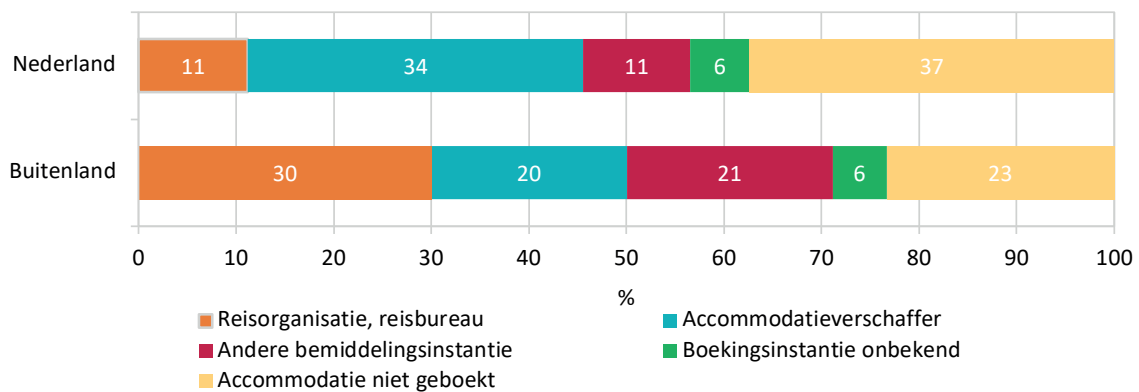
Wanneer het vervoer werd geboekt, betrof dit in ruim 80 procent van de gevallen een vliegvakantie (altijd naar het buitenland). Het overgrote deel van de vakanties waarbij het vervoer was geboekt, had een buitenlandse bestemming (95 procent). Nederlanders boekten in 2018 hun vervoermiddel ruim 6 van de 10 keer via een bemiddelaar, zoals een reisbureau of reisorganisatie. Bijna een derde boekte rechtstreeks bij de vervoerder en voor de resterende 7 procent van de vakanties was de boekingsinstantie niet bekend.

Accommodatie meestal wel geboekt

Nederlanders boekten in 2018 bij 28,7 miljoen vakanties vooraf een slaapplaats. Dat komt neer op 70 procent van alle vakanties. Bij vakanties in Nederland lag dit aandeel op 63 procent, bij vakanties in het buitenland op 77 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

Boekingsinstantie van de accommodatie voor vakanties in Nederland en in het buitenland, 2018

Figuur 4.3



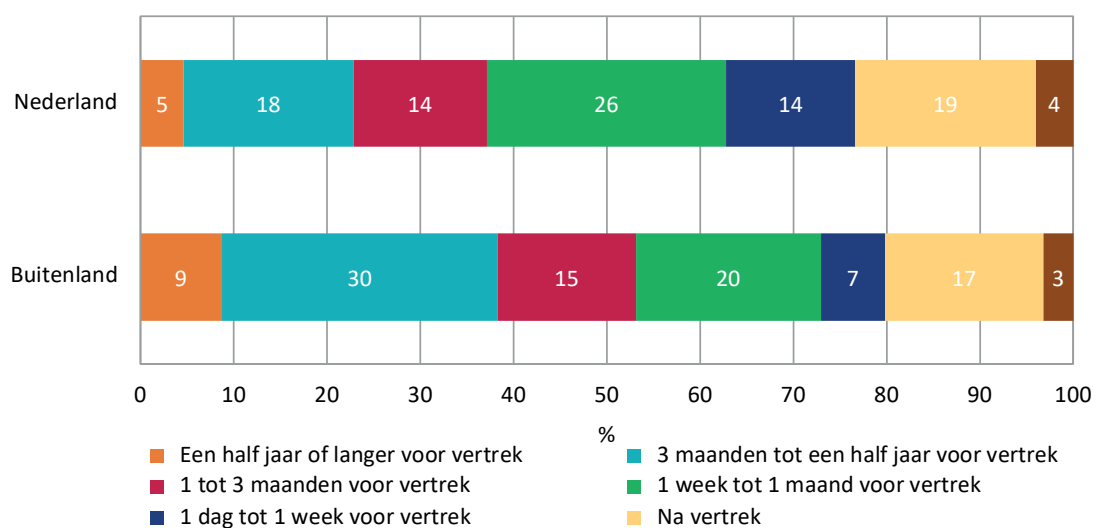
Bron: CBS, CVO 2018.

Nederlanders in 2018 ook dikwijls bij een reisbureau (21 procent van de vakanties) of bij een andere bemiddelaar (16 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 het reisbureau geregeld (figuur 4.3).

De helft van de Nederlanders die in 2018 een accommodatie boekten voor hun vakantie, deed dit binnen een maand voor vertrek of later, 18 procent deed dit pas nadat men van huis was vertrokken. Bijna een derde boekte de accommodatie ten minste drie maanden van te voren. Bij vakanties naar het buitenland werd de accommodatie langer van tevoren vastgelegd dan bij vakanties in eigen land (figuur 4.4).

Boekingsmoment van de accommodatie voor vakanties in Nederland en in het buitenland, 2018

Figuur 4.4

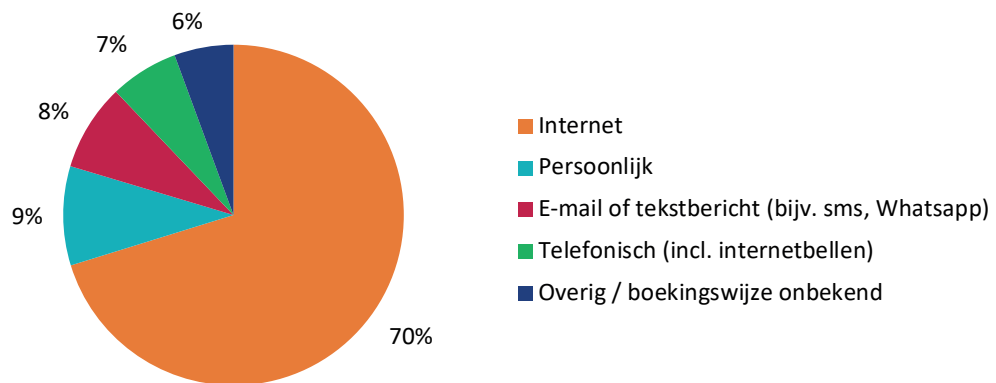


Bron: CBS, CVO 2018.

Merendeel boekingen via internet

Van de vakanties waarvoor vervoer of verblijf werd geboekt, werden 7 op de 10 in 2018 via een website geboekt. 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 7 procent via telefonisch contact (figuur 4.5). Vakanties in het buitenland werden wat vaker via een website geboekt dan vakanties in Nederland (73 tegenover 66 procent). Voor telefonisch boeken was dat andersom: 10 procent van de binnenlandse en 4 procent van de buitenlandse vakanties werd telefonisch geboekt.

Figuur 4.5 Boekingswijze van vakanties van Nederlanders, 2018



Bron: CBS, CVO 2018.

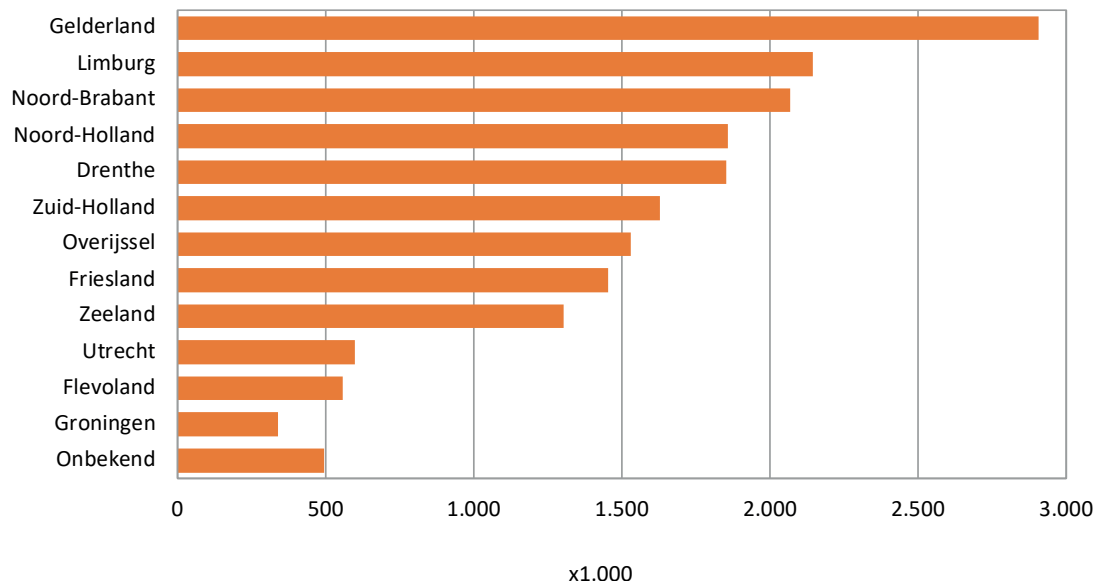
4.4 De vakantiebestemming

De vakantiebestemming is de plaats waar men tijdens de vakantie het grootste aantal dagen verbleef, in dit hoofdstuk is dat het land of de provincie. Bij een gelijk aantal overnachtingen op meerdere plaatsen geldt de locatie die het verst van de woonplaats van de respondent ligt.

De meeste vakanties van Nederlanders worden buiten de landsgrenzen doorgebracht: 22,1 miljoen vakanties hadden in 2018 een buitenlandse bestemming. Dit is een aandeel van 54 procent. Nederlanders beleefden daarnaast 18,7 miljoen vakanties in eigen land.

Gelderland populairste binnenlandse vakantiebestemming

Gelderland mocht zich in 2018 verheugen op het grootste aandeel binnenlandse vakanties van Nederlanders. In dat jaar ontving deze provincie 2,9 miljoen Nederlandse toeristen, een zesde van alle vakanties op eigen bodem. Limburg stond in 2018 met ruim 2,1 miljoen vakanties op de tweede plaats, direct gevolgd door Noord-Brabant met bijna 2,1 miljoen toeristische reizen (figuur 4.6).



Bron: CBS, CVO 2018.

Buitenlandse vakanties vooral binnen Europa

Van de Nederlanders die in 2018 naar het buitenland op vakantie gingen, bleef ruim 85 procent binnen Europa (18,8 miljoen vakanties). Van die groep verbleef ruim 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 2018 zo'n 3,3 miljoen keer op vakantie buiten Europa. Zij deden dat vooral in Azië (45 procent), gevolgd door Noord-Amerika (19 procent) en Latijns-Amerika/Cariben (13 procent). De resterende 23 procent van de intercontinentale vakanties werd in andere werelddelen doorgebracht.

Regionale indeling van Europa voor buitenlandse vakanties

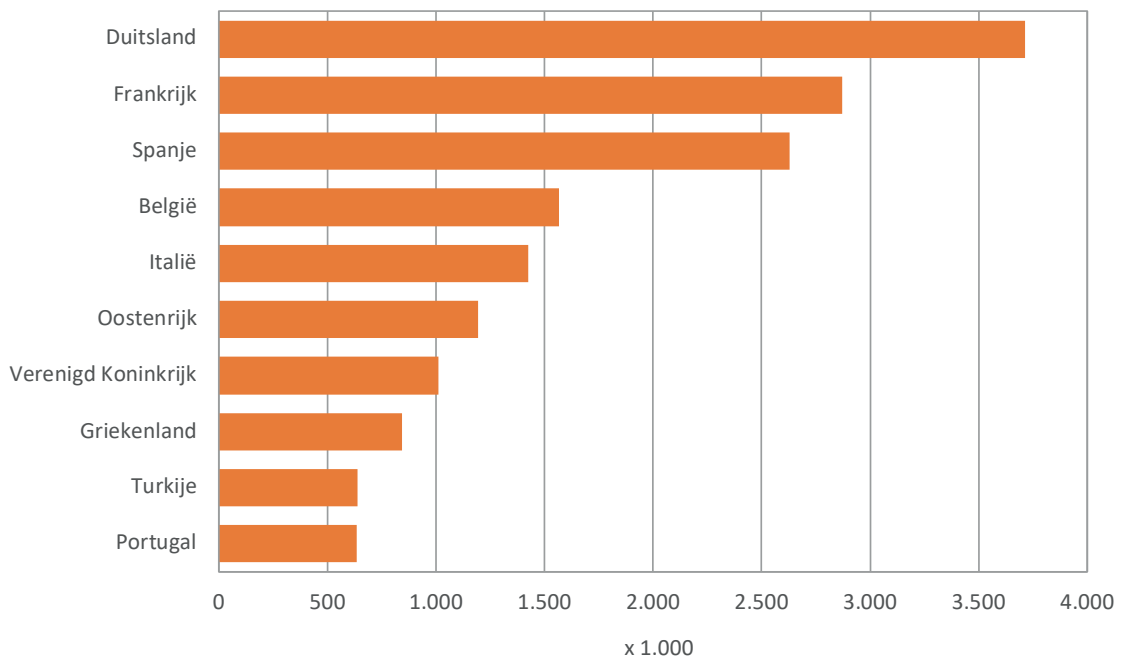
Noord-Europa: Denemarken, Eiland Man, Estland, Faeröer eilanden (Denemarken), Finland (incl. Åland eilanden), Guernsey, Ierland, Jersey, Letland, Litouwen, Noorwegen, Spitsbergen en Jan Mayen, IJsland, Verenigd Koninkrijk, Zweden.

Oost-Europa: Bulgarije, Hongarije, Moldavië, Oekraïne, Polen, Roemenië, Rusland (ten westen van de 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.

Figuur 4.7 Top 10 van buitenlandse vakantiebestemmingen van Nederlanders, 2018



Bron: CBS, CVO 2018.

De top tien van meest bezochte vakantie landen werd in 2018 aangevoerd door Duitsland (3,7 miljoen vakanties), gevolgd door Frankrijk (2,9 miljoen vakanties) en Spanje (2,6 miljoen vakanties). Griekenland, Turkije en Portugal staan onderaan de lijst. De top tien bestemmingen zijn samen goed voor drie kwart van alle buitenlandse vakanties (figuur 4.7).

Duitsland favoriet bij korte buitenlandse vakanties

Duitsland springt vooral met kop en schouders boven de andere vakantie landen uit als het gaat om korte vakanties van niet meer dan vier dagen (en drie overnachtingen): dit waren er 1,5 miljoen in 2018. Het aantal korte vakanties naar de nummer twee België was met 900 duizend beduidend lager. Frankrijk, de nummer drie qua korte vakanties, zat met bijna 600 duizend vakanties dan weer ruim onder België. Lange vakanties hielden Nederlanders vooral in Spanje, en wel bijna 2,4 miljoen keer. Frankrijk en Duitsland volgden Spanje met 2,3 miljoen en 2,2 miljoen vakanties op de voet (tabel 4.4a).

Wanneer we kijken welke landen in de zomer- en winterperiode in 2018 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, 2018

Tabel 4.4a

Lange vakanties		Korte vakanties	
Land	Aantal vakanties	Land	Aantal vakanties
	x 1.000		x 1.000
Totaal	26.015	Totaal	14.839
1 Spanje	2.391	Duitsland	1.502
2 Frankrijk	2.302	België	893
3 Duitsland	2.210	Frankrijk	571
4 Italië	1.279	Verenigd Koninkrijk	378
5 Oostenrijk	1.088	Spanje	239

Bron: CBS, CVO 2018.

Top 5 van buitenlandse vakantiebestemmingen van Nederlanders naar seizoen, 2018

Tabel 4.4b

Zomerperiode		Winterperiode	
Land	Aantal vakanties	Land	Aantal vakanties
	x 1.000		x 1.000
Totaal	23.960	Totaal	16.894
1 Duitsland	2.144	Duitsland	1.568
2 Frankrijk	1.921	Spanje	1.129
3 Spanje	1.501	Frankrijk	952
4 Italië	1.050	België	716
5 België	850	Oostenrijk	661

Bron: CBS, CVO 2018.

4.5 Verblijf tijdens de vakantie

Waar verbleven Nederlanders op vakantie in 2018? Welke accommodaties waren populair en in wat voor omgeving vertoefden ze? Kozen Nederlanders ervoor om op één plek te verblijven of verplaatsten zij zich ook tijdens de vakantie? En hoe verschillen vakanties binnen en buiten Nederland op deze punten? Dit hoofdstuk geeft antwoord op deze vragen. Voor vakanties met een verblijf in verschillende accommodatietypen wordt de accommodatie gebruikt met de meeste overnachtingen.

Ruim een derde van vakanties in hotel

De meest gekozen vakantieaccommodatie van Nederlanders was in 2018 een hotel, pension of B&B. Bijna 14,5 miljoen vakanties werden hier doorgebracht, 36 procent van alle vakanties. Daarnaast kozen Nederlanders voor 29 procent van hun vakanties een vakantiehuis of stacaravan (11,7 miljoen vakanties). Bij 14 procent van de vakan-

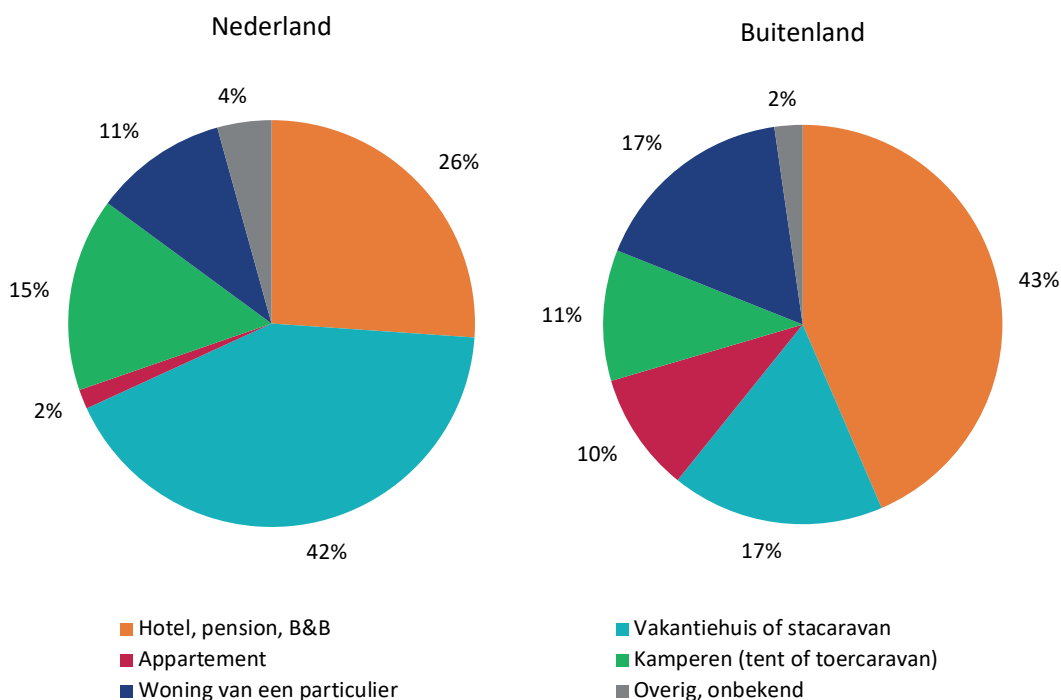
ties verbleef men in de woning van een particulier (5,7 miljoen vakanties). Dit kan bij familie, vrienden of kennissen zijn, maar ook bij onbekenden via bijvoorbeeld Airbnb.

Nederlanders die hun vakantievertier in eigen land zochten, verbleven in 2018 het vaakst in een vakantiehuis of stacaravan (42 procent), voor een verblijf in een hotel, pension en B&B werd minder vaak gekozen (26 procent). Daarnaast werd bij 15 procent van de vakanties gekampeerd, in tent, vouwwagen of toercaravan. Van de Nederlanders die een buitenlandse vakantie genoten, verbleef ruim 43 procent in een hotel, pension of B&B. Daarnaast koos 17 procent voor een vakantiehuis of stacaravan en vond nog eens 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 2018 bij minder dan 2 op de 100 vakanties het geval, terwijl dit bij vakanties buiten de landsgrenzen 10 op de 100 was (figuur 4.8).

Binnenlandse vakanties vooral op één locatie

Hoe honkvast Nederlanders in 2018 tijdens hun vakantie waren, is op te maken uit het aantal verschillende plekken waar zij overnachtten. Binnen Nederland had een grote meerderheid van 93 procent één vakantieplaats (14 miljoen vakanties). Er waren relatief weinig vakanties in eigen land waarbij men op twee of drie of meer verschillende locaties overnachtte (beide ruim 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

Figuur 4.8 Accommodaties tijdens vakanties in Nederland en in het buitenland, 2018



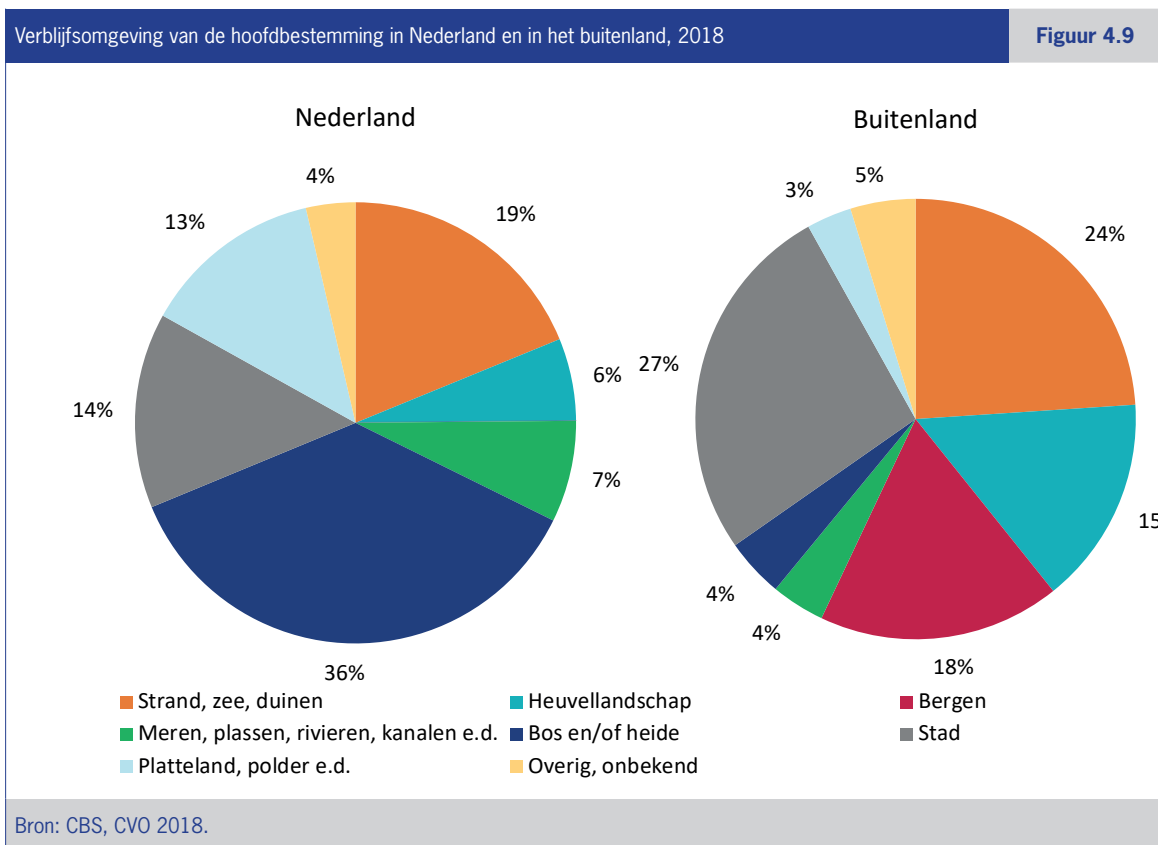
Bron: CBS, CVO 2018.

vier of meer plaatsen (15 procent). Twaalf 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.

Strand en steden het meest in trek

Nederlanders vertoeven tijdens hun vakantie graag op het strand en in een stad: respectievelijk 8,8 miljoen en 8,6 miljoen Nederlanders brachten daar in 2018 hun vakantie door. Bos- en heidegebieden waren eveneens populair en mochten dat jaar een kleine 7,8 miljoen vakantiebezoekers verwelkomen.

Het blijkt dat Nederlandse vakantiegangers zich binnen en buiten eigen land door andersoortige landschappen aangetrokken voelen. In eigen land begaf men zich in 2018 vaak in bos- en heidegebied (36 procent), terwijl buiten Nederland stad en strand de meest populaire omgevingen waren, met respectievelijk 27 en 24 procent van de vakanties. Niet alle landschappen zijn in alle landen te vinden. Zo zullen bergliefhebbers hun heil buiten Nederland moeten zoeken; 18 procent van de buitenlandse vakanties werd in 2018 in de bergen doorgebracht (figuur 4.9).



4.6 Reisgezelschap

Het vaakst met kinderen op vakantie

Nederlanders vierden in 2018 het vaakst vakantie in gezelschap van (hun) kinderen en eventuele andere volwassenen, namelijk 14,4 miljoen keer. Bij 4 op de 5 van deze vakanties was het jongste kind in het gezelschap onder de 12 jaar, bij 1 op de 5 een adolescent in de leeftijd van 13 tot 18 jaar. Voor het merendeel (63 procent) van de vakanties waarbij het jongste kind in het gezelschap adolescent was, werd naar het buitenland gegaan, terwijl van de vakanties met jongere kinderen meer dan de helft (53 procent) in Nederland plaatsvond.

Daarnaast gingen Nederlanders 13,9 miljoen keer samen met hun partner, zonder kinderen of andere personen, op pad. Met volwassen gezins- of familieleden en eventuele andere volwassenen, maar zonder kinderen, werd heel wat minder vaak de vakantie doorgebracht: 5,8 miljoen keer. Bij 3,9 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 2018 met zijn tweeën er op uit (17,4 miljoen). Aanzienlijk minder mensen gingen op vakantie in een gezelschap van drie (4,9 mil-

Tabel 4.5 Reisgezelschap tijdens vakanties in Nederland en in het buitenland, 2018

	Nederland Aantal vakanties	Buitenland Aantal vakanties	Totaal Aantal vakanties
	x 1.000		
Totaal	18.738	22.116	40.854
Alleenreizende	1.276	1.598	2.874
Paar zonder kind(eren)	6.674	7.224	13.899
Volwassene(n) met minderjarig(e) kind(eren)	7.137	7.256	14.392
Volwassene(n) met familieleden en eventueel anderen	2.315	3.469	5.784
Alleen met vrienden, kennissen en/of collega's	1.336	2.569	3.904
Leeftijd jongste kind in reisgezelschap			
0 t/m 5 jaar	3.389	2.657	6.046
6 t/m 12 jaar	2.696	2.676	5.371
13 t/m 17 jaar	1.168	1.949	3.117
Omvang van het reisgezelschap			
1 persoon	1.276	1.598	2.874
2 personen	8.037	9.369	17.406
3 personen	2.152	2.698	4.850
4 personen	3.068	4.229	7.297
5 personen of meer	4.168	4.193	8.360
onbekend	37	29	66

Bron: CBS, CVO 2018.

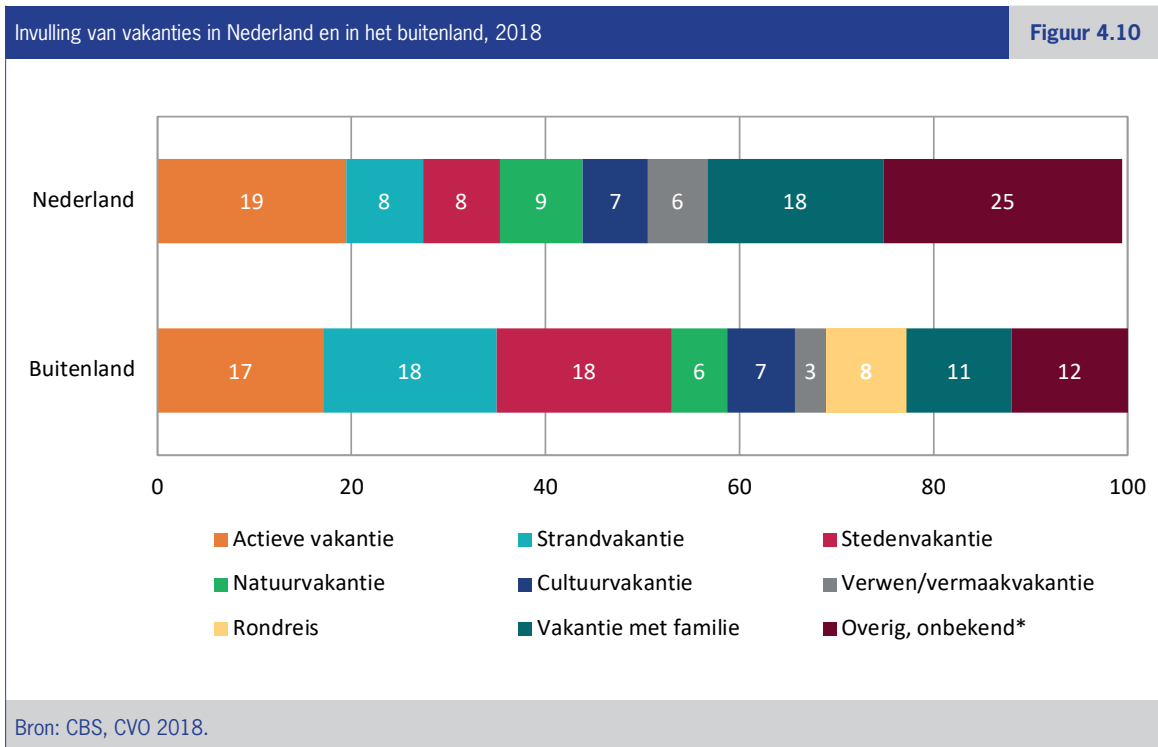
joen vakanties), vier (7,3 miljoen vakanties), of vijf of meer (8,4 miljoen vakanties) reizigers (tabel 4.5).

4.7 Invulling van de vakantie

Een vakantie is meer dan alleen maar luieren en kan op diverse manieren worden ingevuld. Zo kan er worden gewandeld, gefietst of gevaren, een rondreis worden gemaakt, een stad worden bezocht of tijd met familie worden doorgebracht. Hoe we onze vakantie invullen, wordt in deze paragraaf beschreven. Vakanties in een eigen recreatief onderkomen zijn daarbij buiten beschouwing gelaten.

Vakanties vaak actief

De meeste vakanties van Nederlanders werden in 2018 ingevuld met wandelen, fietsen, wintersport, of watersport. Het aandeel van deze actieve vakanties was 18 procent en ongeveer hetzelfde voor binnen- en buitenlandse vakanties. Nederlanders bezochten ook graag steden, meer dan 14 procent van de vakanties kenmerkte zich als stedenvakantie. Van de vakanties in het buitenland gold dit voor 18 procent, tegenover 8 procent van de vakanties in eigen land. Bij strandvakanties die eveneens 14 procent van alle vakanties uitmaken, is precies hetzelfde patroon te zien. Daarnaast werd een even groot aandeel van 14 procent van de vakanties door Nederlanders gebruikt voor een bezoek aan of samenzijn met familie of vrienden, of voor het bijwonen van een familieaangelegenheid. Van de vakanties in eigen land was dit bij 18 procent het geval, van de buitenlandse vakanties bij 11 procent (figuur 4.10).



4.8 Uitgaven aan vakanties

Het meest besteed aan buitenlandse vakantie

De totale uitgaven van Nederlanders aan vakanties in 2018 bedroegen 21,3 miljard euro. Het grootste deel daarvan, 17,4 miljard euro, werd besteed aan vakanties in het buitenland. De overige 3,9 miljard euro ging op aan vakanties in het binnenland. Gemiddeld besteedde een Nederlander 1.260 euro aan vakanties, dit komt neer op 520 euro per vakantie per persoon. Een gemiddelde vakantie buiten de landsgrenzen kostte 790 euro en was daarmee flink duurder dan een gemiddelde vakantie in eigen land, waarvoor men 210 euro neertelde. Per vakantiedag was dat respectievelijk 70 en 30 euro per persoon.

Vakantie-uitgaven

De uitgaven aan een vakantie omvatten alle kosten die met die vakantie gemeoid 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.

Accommodatie grootste kostenpost

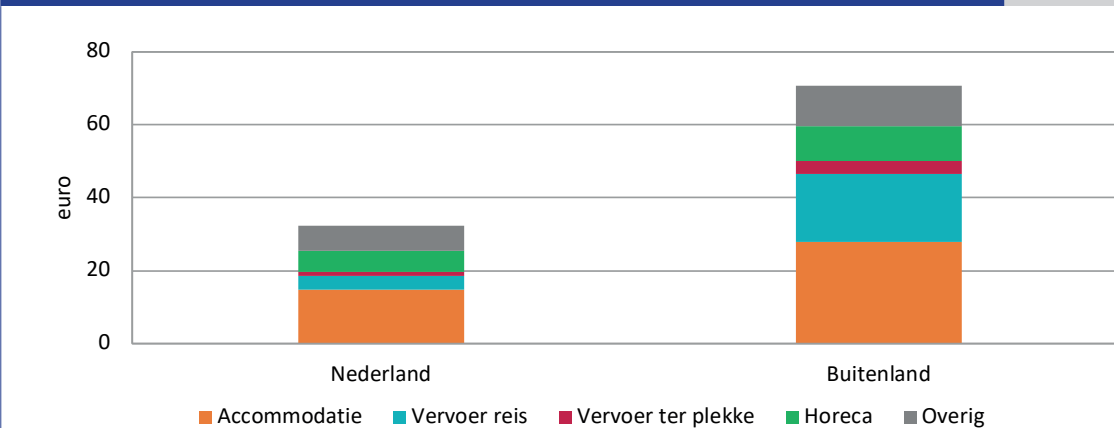
De grootste kostenpost van vakanties is de accommodatie. Nederlanders gaven hieraan in 2018 gezamenlijk 8,7 miljard euro uit, ruim 40 procent van de totale vakantiebestedingen. Bijna een kwart van de uitgaven, 5,0 miljard euro, ging op aan vervoer van en naar de vakantiebestemming. Vervoer ter plekke daarentegen omvatte met 1,0 miljard euro slechts 5 procent van het vakantiebudget. Het aandeel uitgaven aan horeca lag met 3,0 miljard euro drie keer zo hoog. De overige uitgaven bedroegen 3,6 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: 46 tegen 39 procent van de vakantiebestedingen in 2018. Bij buitenlandse vakantie 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 2018 was het reisvervoer bij buitenlandse vakanties goed voor ruim een kwart van de uitgaven, bij binnenlandse vakanties was dat iets meer dan een tiende. In eigen land werd wel weer betrekkelijk veel gespendeerd aan horeca: 18 procent tegenover 13 procent bij vakanties buiten Nederland. Dit verschil ontstaat doordat de accommodatie en het vervoer bij buitenlandse vakanties duurder zijn dan bij binnenlandse vakanties. Het werkelijke bedrag dat per persoon per vakantiedag aan horeca werd besteed, lag in het buitenland met gemiddeld 9,50 euro namelijk hoger dan in Nederland (gemiddeld bijna 6 euro) (figuur 4.11).

Uitgaven van Nederlanders aan vakanties per persoon per vakantiedag, 2018

Figuur 4.11



Bron: CBS, CVO 2018.

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 2018 bij 11 procent van hun toeristische vakanties een calamiteit. Het ging daarbij om 3,4 miljoen vakanties. Een groot deel van die calamiteiten betrof een ernstige vertraging door een defect vervoermiddel (20 procent) of door andere redenen, zoals extreme drukte of een staking (22 procent). Bij 16 procent van de vakanties met een calamiteit ging het om ziekte en/of ziekenhuisopname en bij 10 procent om familieomstandigheden thuis. Natuurgeweld kwam in 2018 bij één op de tien vakanties met een calamiteit voor. Ongevallen en misdaad of ander geweld werden minder vaak gerapporteerd (8 en 4 procent). In de meeste gevallen kon de vakantie ondanks de calamiteit worden vervolgd. In 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 2018 was dit het geval bij 264 duizend vakanties.



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 2018 hebben bijna 19 miljoen buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezocht; zo'n 850.000 meer dan in 2017 (+5 procent). Zij boekten samen 47 miljoen overnachtingen; bijna 3 miljoen meer dan een jaar eerder (+6 procent). Daarmee groeide het inkomende toerisme in 2018 verder door.
- De meeste toeristen kwamen in 2018 uit Duitsland (5,7 miljoen), België (2,4 miljoen) en het Verenigd Koninkrijk (2,2 miljoen). Met name uit Duitsland en België kwamen in 2018 meer toeristen; het aantal Britten daalde daarentegen licht.
- Amsterdam is met 6,9 miljoen buitenlandse hotelgasten in 2018 de grote trekpleister in Nederland. Mede door de populariteit van Amsterdam is Noord-Holland de provincie met de meeste buitenlandse meerdaagse toeristen: 9,8 miljoen in 2018.
- Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel. In 2018 ging het om meer dan 14,7 miljoen hotelgasten, 78 procent van het totale aantal buitenlandse toeristen in dat jaar.
- De meeste buitenlandse toeristen komen naar Nederland voor een (korte) vakantie: 69 procent in 2017. 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 2018 hebben buitenlandse toeristen gezamenlijk 13,6 miljard euro besteed aan hun bezoek aan Nederland.

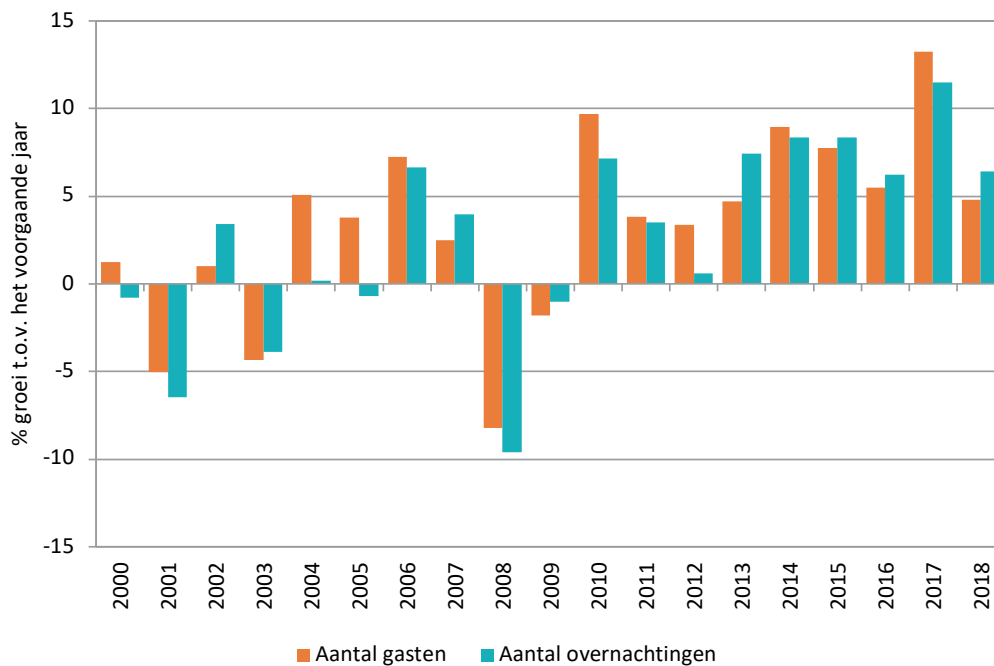
5.1 Aantal buitenlandse bezoekers en overnachtingen

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?

Bijna 19 miljoen buitenlandse toeristen

In 2018 hebben 18,8 miljoen buitenlandse toeristen Nederland voor één of meerdere nachten bezocht.¹ Dit waren er 850.000 meer dan in 2017; een groei van zo'n 5 procent (figuur 5.1). In totaal boekten deze buitenlandse gasten 47 miljoen overnachtingen, 2,8 miljoen meer dan in 2017. Dit betekende een groei van ruim 6 procent. Hiermee droeg de groei van het inkomende toerisme voor een belangrijk deel bij aan de groei van het toerisme in Nederland als geheel. Gemiddeld bleven buitenlandse gasten 2,5 nachten in Nederland. Dit gemiddelde is al jaren stabiel.

Figuur 5.1 Ontwikkeling inkomend toerisme in Nederland t.o.v. het voorgaande jaar, 2000-2018* **



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

** In de figuren in paragraaf 5.1 tot en met 5.4 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.

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.

Sterke opkomst Airbnb in Nederland

Particuliere accommodaties, vaak verhuurd via online platforms als Airbnb, Booking, HomeAway en Wimdu, vallen buiten de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS. Hoewel het fenomeen een aantal jaar geleden nog beperkt in omvang was, zien we dat het de afgelopen jaren sterk is gegroeid. Het werkelijke aantal internationale gasten ligt dus hoger dan de hiervoor genoemde 18,8 miljoen.

Over het gebruik van Airbnb zijn verschillende cijfers gepubliceerd. Volgens Airbnb zelf ontvingen Nederlandse Airbnb-locaties in 2012 in totaal zo'n 75.000 gasten. In 2018 is dit naar eigen zeggen gegroeid tot 1,9 miljoen gasten. Een aanzienlijk deel komt uit het buitenland; in 2018 was dit zo'n 80 procent.

Een ander onderzoek, uitgevoerd door Hotelschool The Hague en vastgoedadviseur Colliers International laat de volgende aantallen zien: bijna 2 miljoen geboekte overnachtingen in Amsterdamse accommodaties in 2018. Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Eindhoven zijn samen goed voor 620.000 overnachtingen.

Deze cijfers kunnen niet zomaar worden opgeteld bij de 18,8 miljoen gasten uit de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS. Commerciële bedrijven bieden hun accommodaties namelijk soms ook aan op online platforms als Airbnb. Denk hierbij bijvoorbeeld aan bed&breakfasts of kleine hotels. Deze bedrijven maken, mits ze ten minste vijf slaapplekken hebben, wel deel uit van de CBS-statistiek.

Ook het CBS heeft de laatste tijd geëxperimenteerd met het scrapen van platform websites in een poging om het aanbod en gebruik van particuliere accommodaties in beeld te krijgen. De eerste voorlopige inzichten worden eind 2019 gepubliceerd.

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

Colliers International en Hotelschool The Hague: <https://www2.colliers.com/-/media/Files/EMEA/Netherlands/Research/Colliers-International-Airbnb-2018-report-eng.ashx>.

Groei Nederland in 2018 conform Europees gemiddelde

In hoofdstuk 2 is reeds gesproken over de internationale aankomsten in alle delen van de wereld. Wereldwijd is het inkomende toerisme in 2018 met 5 procent gegroeid, Europa liet een groei zien van eveneens 5 procent. De ontwikkeling voor Nederland hield daarmee dus gelijke tred. Vergeleken met andere landen in Noordwest-Europa lag de groei echter bovengemiddeld. Duitsland liet het afgelopen jaar een groei zien van 4 procent en Denemarken van 2 procent. Alleen België is sterker gegroeid (9 procent). Het aantal aankomsten in het Verenigd Koninkrijk daalde met 3 procent, de Britten zagen het internationaal bezoek voor alle type reizen dalen, maar vooral voor het zakelijk reisverkeer. De onzekerheden rond de Brexit vormen daarbij een belangrijke verklaring.²

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 trekken aan, men heeft 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 is er vaak sprake van forse groeipercentages.

Ook paragraaf 8.2 van deze publicatie gaat in op buitenlandse toeristen die in Nederland verblijven. Die paragraaf presenteert de cijfers over inkomend toerisme samen met die over binnenlands toerisme: Nederlandse toeristen in eigen land. Daarbij komt ook het onderscheid naar accommodatietypen aan bod.

² NBTC, Toerisme in Perspectief 2019 en ONS, International Passenger Survey.

5.2 Herkomst van buitenlandse toeristen

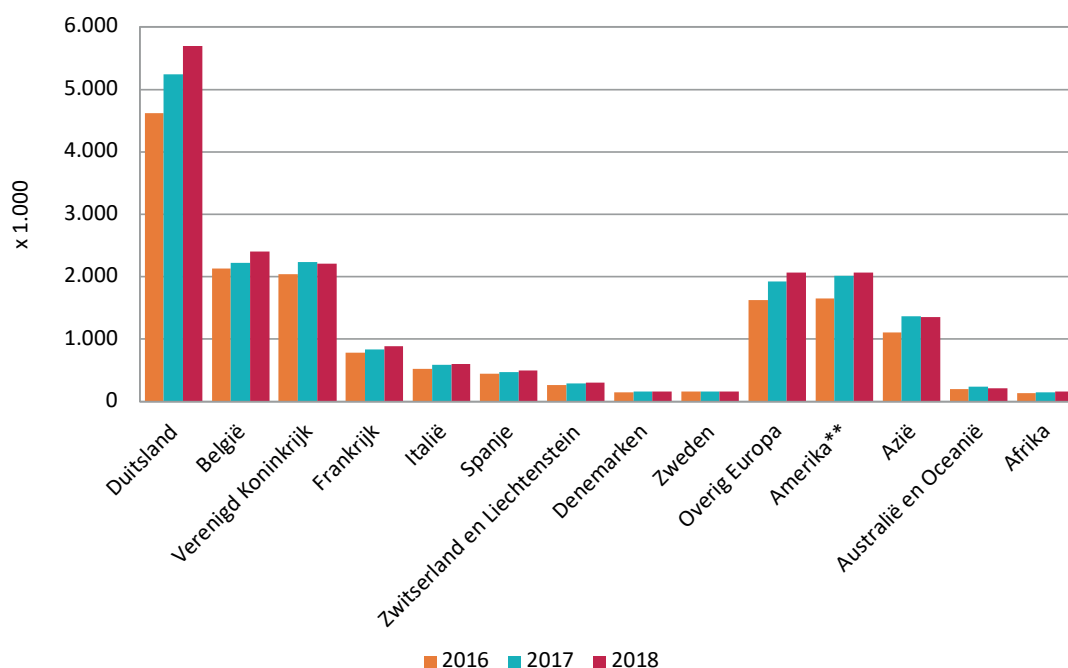
In deze paragraaf staat de herkomst van buitenlandse toeristen in Nederland centraal. Uit welke landen komen veel buitenlandse toeristen naar ons land?

Veel Duitse toeristen

Sinds jaar en dag is Duitsland het belangrijkste herkomstland van buitenlandse toeristen die Nederland bezoeken. In 2018 ontving Nederland 5,7 miljoen Duitse gasten (figuur 5.2). Dit komt overeen met 30 procent van het totale aantal buitenlandse gasten in 2018. Ook uit België en het Verenigd Koninkrijk komen veel toeristen naar Nederland, respectievelijk 2,4 en 2,2 miljoen gasten. Ongeveer 20 procent van de buitenlandse bezoekers aan ons land kwam in 2018 van buiten Europa. Amerika (Noord-, Midden-, en Zuid-Amerika) is het belangrijkste herkomstcontinent buiten Europa. In 2018 ontvingen Nederlandse logiesaccommodaties 2,1 miljoen gasten uit Amerika.

Buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties naar herkomstland, 2016-2018*

Figuur 5.2



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

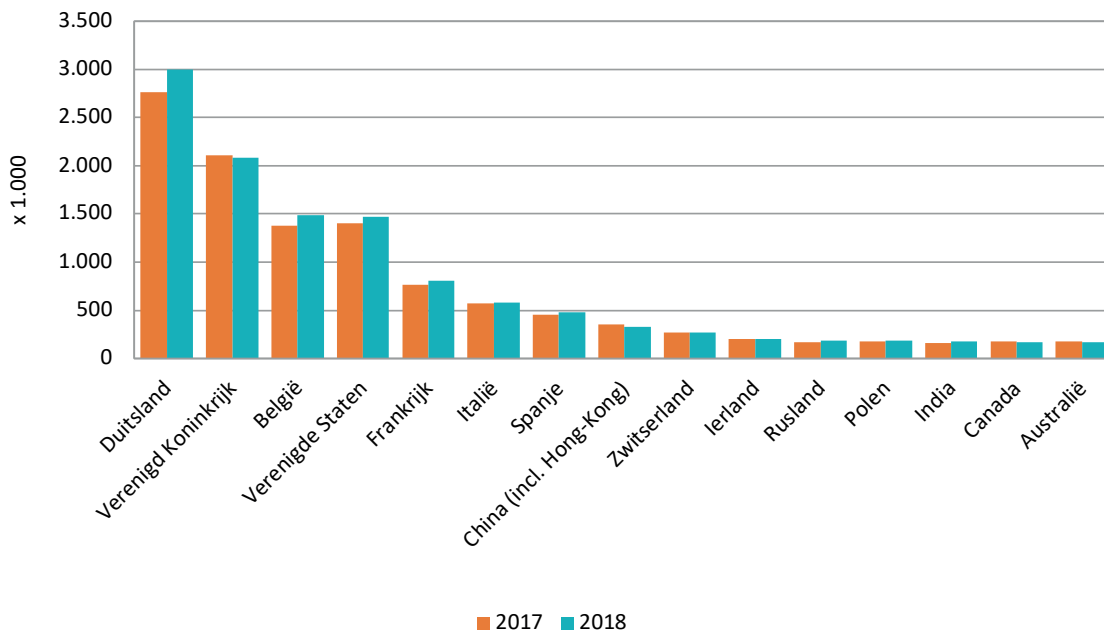
*Gasten die in het buitenland wonen en die ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

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

Hotelgasten: vooral meer Duitsers en Belgen

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 2018 zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, België en de Verenigde Staten (figuur 5.3).

Figuur 5.3 Top 15 herkomstlanden buitenlandse gasten in Nederlandse hotels, 2017-2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

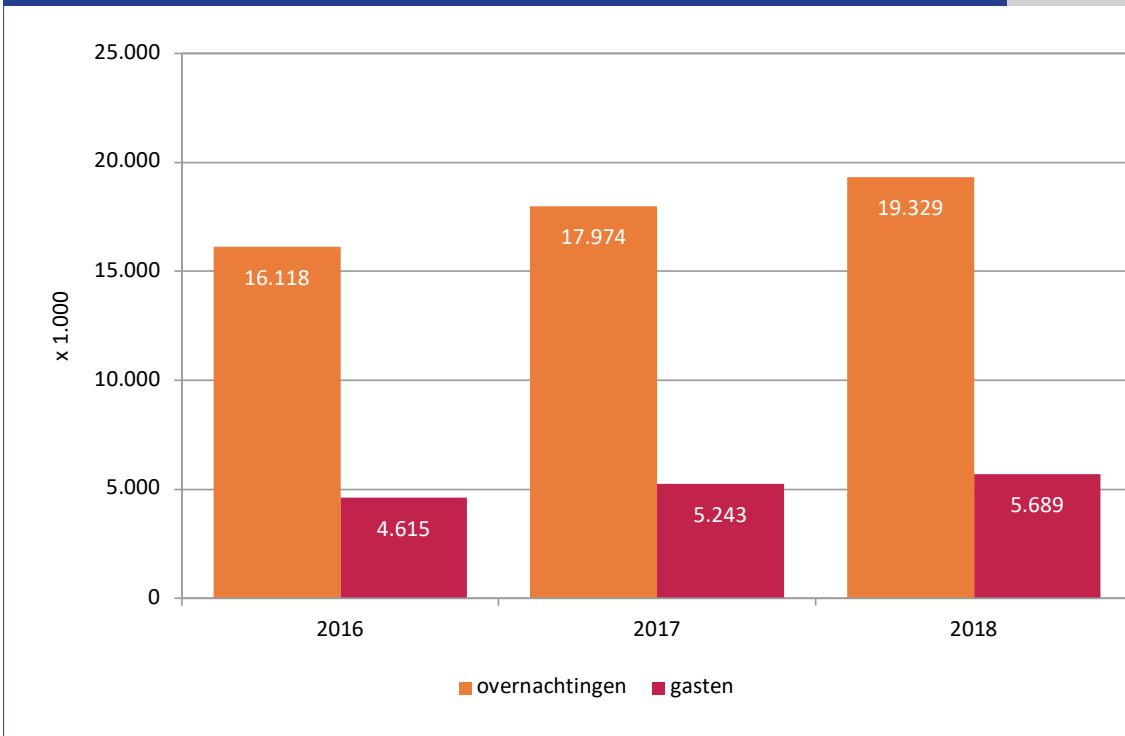
Vooraf uit Duitsland en België kwamen in absolute zin meer hotelgasten dan in 2017. Andere herkomstlanden die een relatief sterke groei lieten zien, zijn Rusland en India.

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

Bijna 9 procent meer Duitse toeristen in 2018

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 2018 overnachtten zo'n 5,7 miljoen Duitsers in Nederland; bijna 9 procent meer dan in 2017. Het aantal overnachtingen van Duitse toeristen in Nederland kwam in 2018 uit op 19,3 miljoen (figuur 5.4), een stijging van 8 procent ten opzichte van 2017.

Het overgrote deel van de Duitse gasten komt uit recreatieve overwegingen in het tweede en derde kwartaal van het jaar naar Nederland; een kleine 10 procent komt uit zakelijk oogpunt. Duitse toeristen verblijven relatief vaak aan de Nederlandse kust, in de watersportgebieden en in Noordoost-Nederland. Meer dan 1,9 miljoen Duitse gasten verbleven aan de Nederlandse kust in 2018. Dit komt neer op 70 procent van alle buitenlandse gasten aan de Nederlandse kustgebieden.



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Duitse toeristen in Nederland

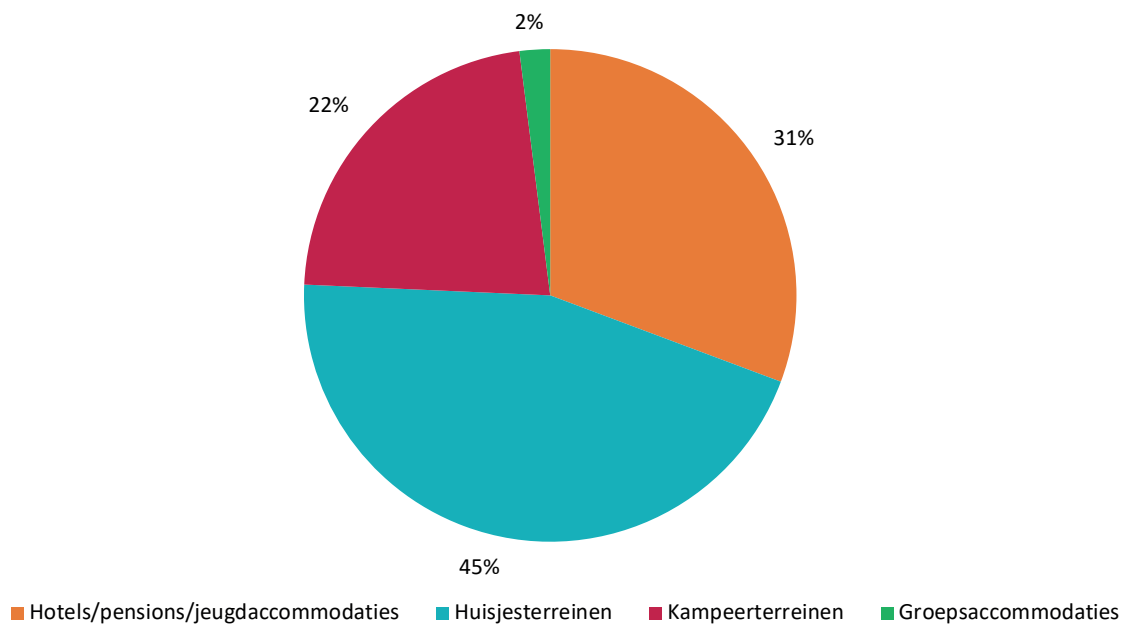
Al jaren staat Nederland in de top 10 van meest populaire vakantie landen voor Duitsers. Ze komen dan ook in groten getale naar ons land voor een vakantie of dagje uit. Enkele feiten over Duitse toeristen in ons land op een rij:

- Het overgrote deel van Duitsers die naar Nederland komen, is woonachtig in Noordrijn-Westfalen: 59 procent.
- Bijna één op de drie Duitse vakantiegangers komt met het gezin (incl. kinderen) naar Nederland.
- Bijna 80 procent van de Duitse toeristen komt met de auto naar Nederland.
- 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 2018 kwam meer dan tweederde van het totale aantal Duitse gasten in deze kwartalen.

Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties, NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme (2014) en GfK, ReiseAnalyse (2017).

Figuur 5.5

Overnachtingen van gasten uit Duitsland in Nederlandse logiesaccommodaties naar accommodatietype, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Huisjes op bungalowparken zijn onder Duitsers relatief populaire accommodaties. In 2018 vond 45 procent van alle overnachtingen van Duitse gasten in ons land plaats op een huisjesterrein (figuur 5.5). Dit is veel in vergelijking met alle buitenlandse gasten, waarvan ‘slechts’ 28 procent van de overnachtingen in deze accommodatievorm plaatsvond. Duitse gasten verbleven in 2018 gemiddeld 3,4 nachten in Nederland; het gemiddelde van alle buitenlandse gasten bedroeg 2,5 nachten.

België weer tweede herkomstmarkt

België kwam in 2018 op de tweede plaats wat betreft het aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. Met 2,4 miljoen gasten (+8 procent) passeerde België daarmee het Verenigd Koninkrijk dat op 2,2 miljoen gasten bleef steken. Ten opzichte van 2017 nam het aantal overnachtingen van Belgen in Nederland met 7 procent toe. Belgen bleven in 2018 gemiddeld 2,4 nachten in Nederland.

Belgische gasten in Nederland verblijven vooral op huisjesterreinen. In 2018 betrof het bijna de helft van alle overnachtingen van Belgen in Nederland (figuur 5.7). Ook hotels zijn een populair accommodatietype onder Belgische toeristen in ons land.

Belgische toeristen in Nederland

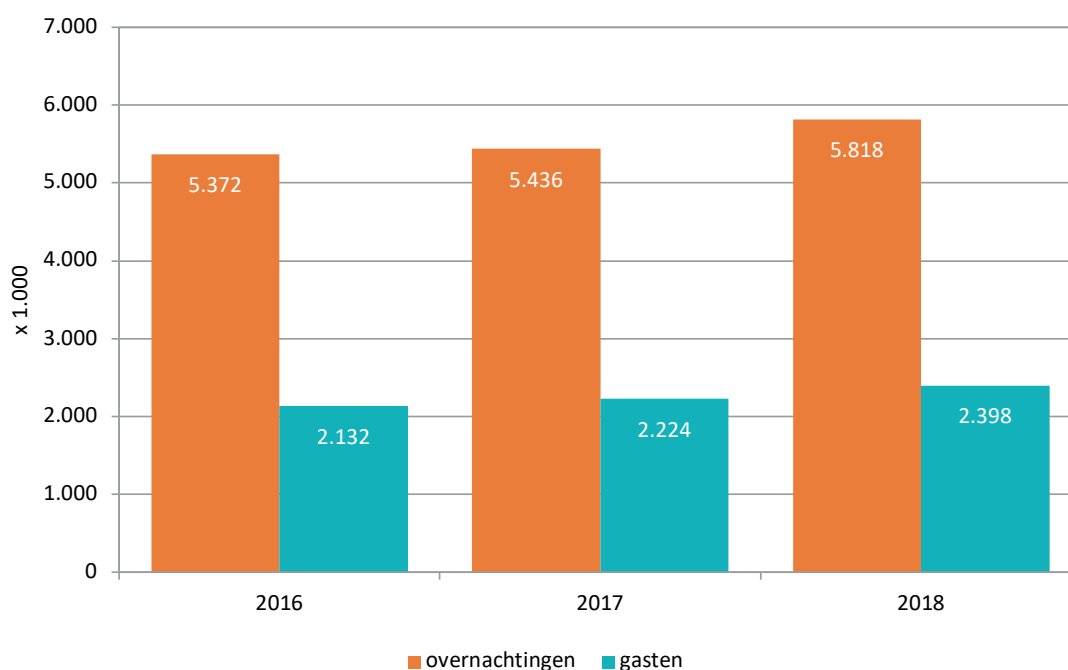
België vormt een belangrijke groeimarkt voor het inkomende toerisme in Nederland. Enkele feiten over Belgische toeristen in ons land op een rij:

- 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.
- Ruim 80 procent van de Belgische toeristen komt met de auto naar Nederland.
- Belgen overnachten relatief veel aan de kust, maar ook Noord-Brabant en Limburg zijn populair bij onze zuiderburen.
- Het tweede en derde kwartaal van het jaar zijn het belangrijkste voor inkomend toerisme vanuit België: in 2018 kwam respectievelijk 29 en 34 procent van het totale aantal Belgische gasten in deze kwartalen.

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

Gasten uit België en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2016-2018*

Figuur 5.6

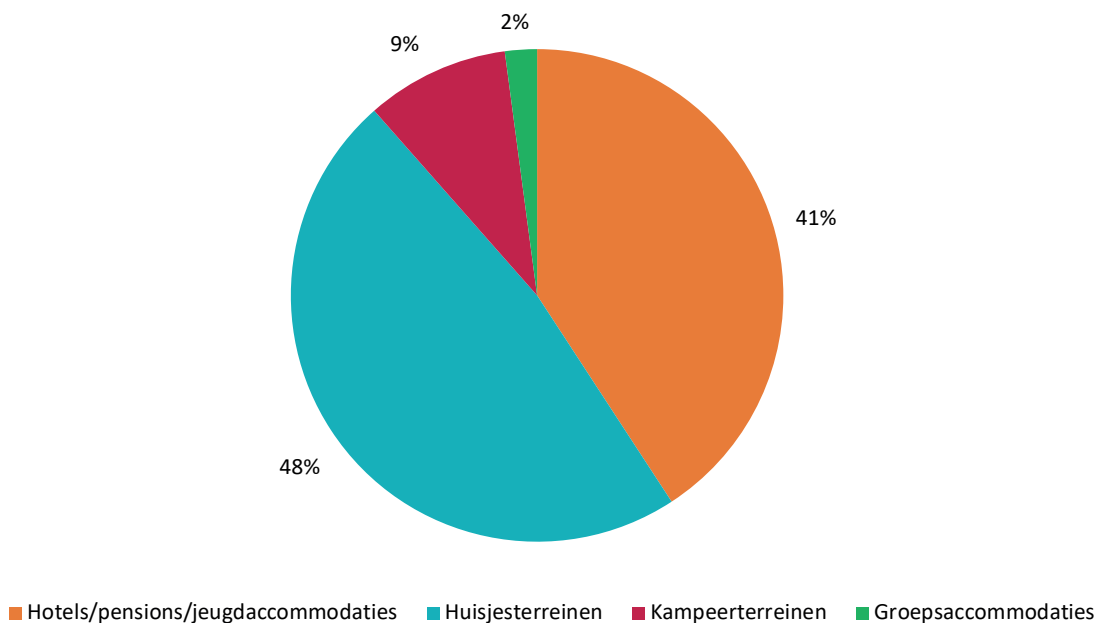


Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Figuur 5.7

Overnachtingen van gasten uit België in Nederlandse logiesaccommodaties naar accommodatietype, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

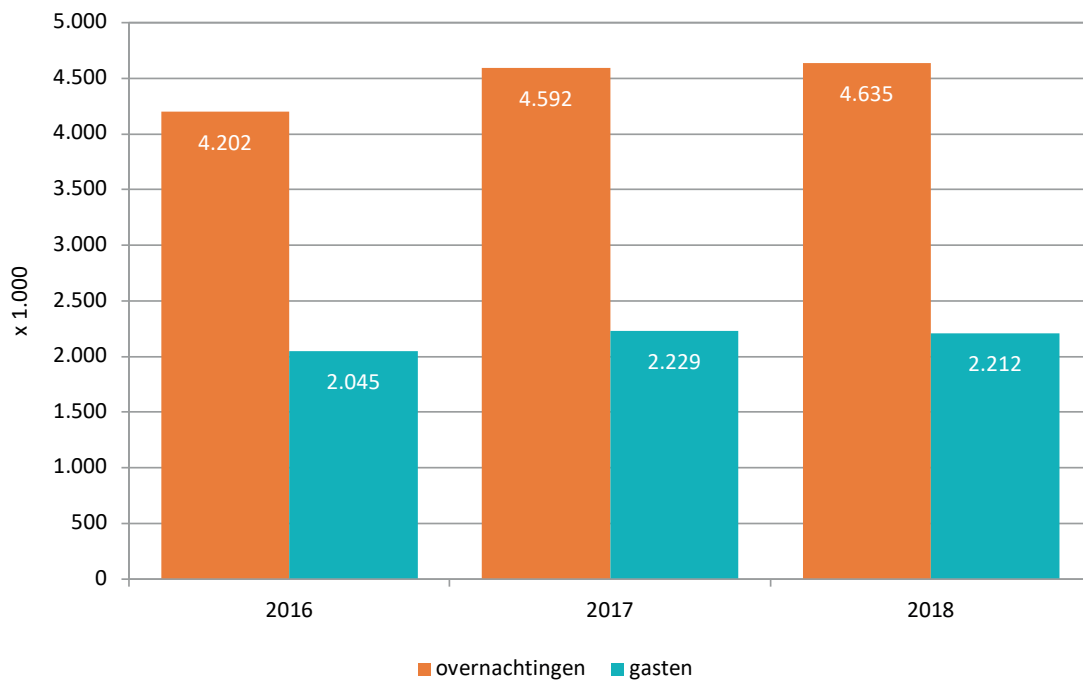
Iets minder Britten in 2018

Het Verenigd Koninkrijk neemt de derde plaats in wat betreft het aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. In 2018 kwamen 2,2 miljoen Britten naar Nederland; dit is een lichte daling ten opzichte van 2017 (-1 procent). Toeristen uit het Verenigd Koninkrijk boekten in 2018 gezamenlijk zo'n 4,6 miljoen overnachtingen (figuur 5.8). Dit is 1 procent meer dan in 2017.

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: 1,3 miljoen 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 (figuur 5.9). Britse gasten blijven relatief kort in Nederland: gemiddeld 2,1 nachten in 2018.

Gasten uit het Verenigd Koninkrijk en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties, 2016-2018*

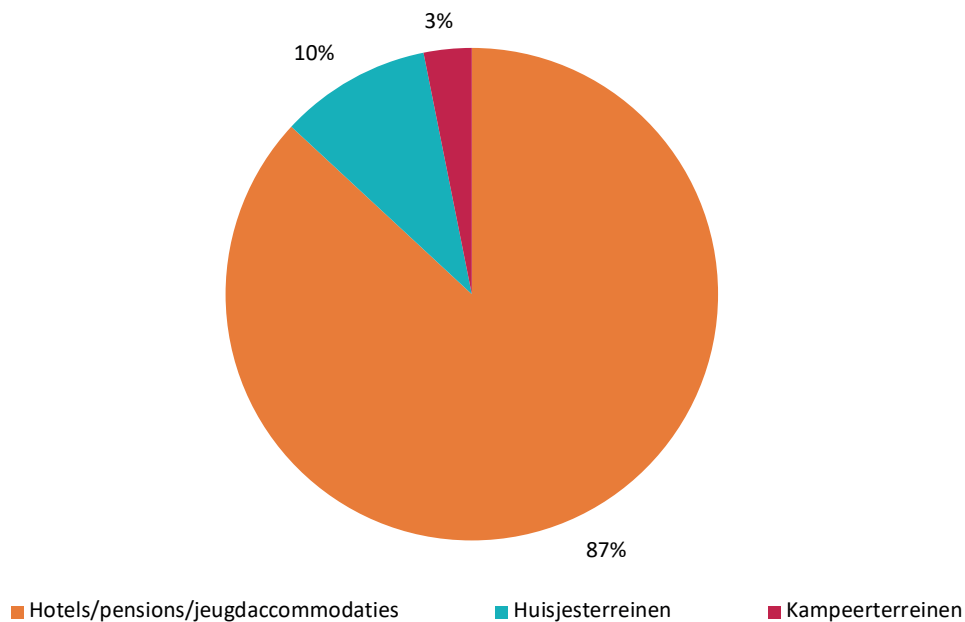
Figuur 5.8



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Overnachtingen van gasten uit het Verenigd Koninkrijk in Nederlandse logiesaccommodaties naar accommodatietype, 2018*

Figuur 5.9



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

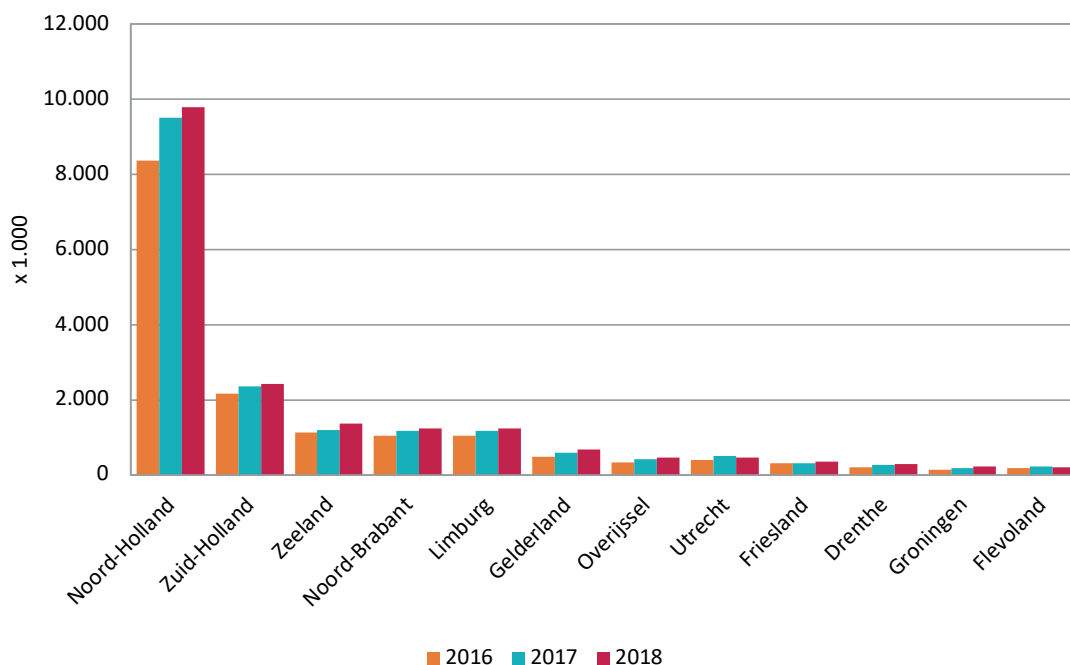
5.3 Bestemmingen van buitenlandse toeristen

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 18,8 miljoen buitenlandse gasten in 2018, verbleven 6,9 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 bijna 9,8 miljoen buitenlandse gasten in 2018 de meest bezochte provincie (figuur 5.10). Ruim de helft van alle buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in deze provincie. Zuid-Holland bekleedt de tweede plaats met 2,4 miljoen gasten; 13 procent van het totaal. Zeeland volgt met 1,4 miljoen buitenlandse toeristen in 2018. Vergeleken met het jaar ervoor zagen vooral Groningen (29 procent), Friesland (16 procent) en Gelderland (15 procent) een sterke groei in het aantal internationale gasten. Alleen Utrecht en Flevoland zagen een (kleine) daling in het afgelopen jaar ten opzichte van 2017.

Figuur 5.10 Buitenlandse gasten in Nederland naar provincie, 2016-2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

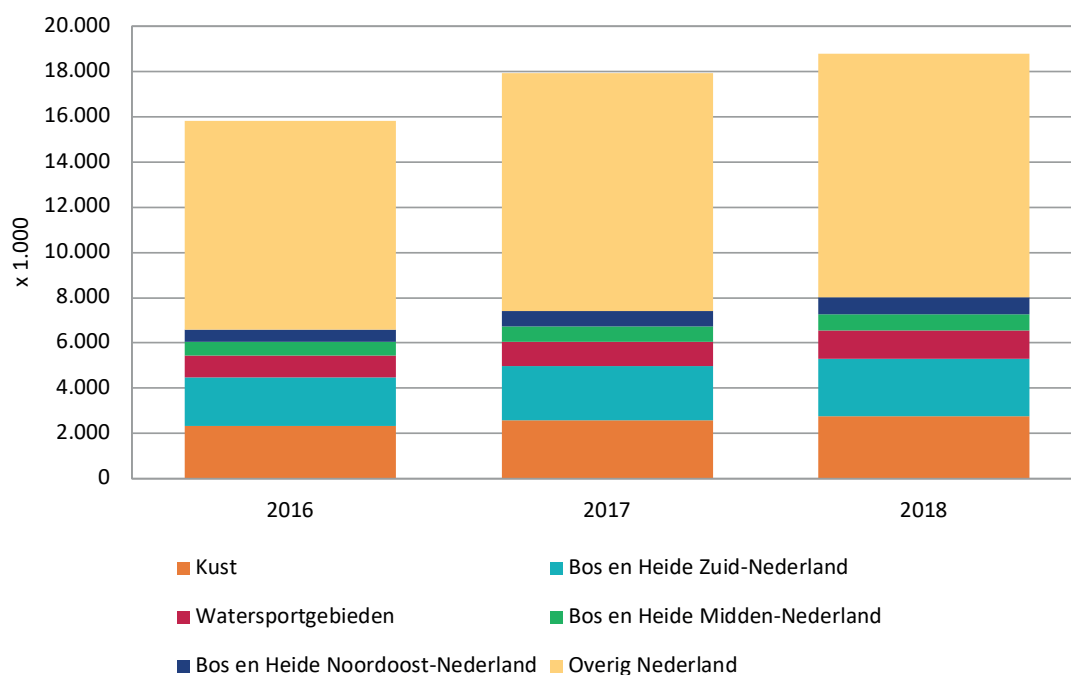
* Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

Bijna 2,8 miljoen buitenlandse gasten aan de kust

In 2018 ontvingen de Nederlandse kustgebieden bijna 2,8 miljoen buitenlandse gasten (figuur 5.11), ruim 7 procent meer dan het jaar ervoor. De sterkste groei was zichtbaar in de watersportgebieden (+14 procent). De bovengemiddelde groeicijfers voor de kust en watersportgebieden zullen mede samenhangen met het uitzonderlijk mooie zomerweer van 2018.

Buitenlandse gasten in Nederland naar enkele toeristische regio's, 2016-2018*

Figuur 5.11



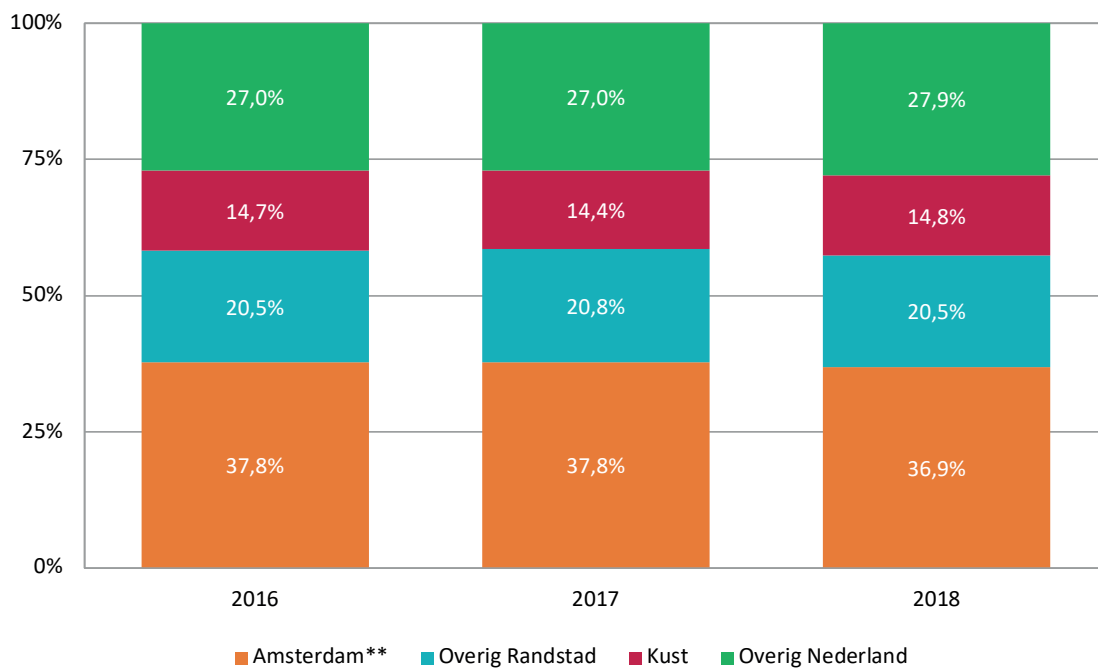
Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* 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, Giet-hoorn, 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 37-38 procent een grote aantrekkingskracht heeft op toeristen. NBTC Holland Marketing zet zich daarom met haar partners in om versterkt en versneld in te zetten op spreiding van toerisme via de HollandCity-strategie. Binnen de HollandCity-strategie staat spreiding van bezoekers in tijd en ruimte centraal met als doelstelling een duurzame groei, die rekening houdt met de belangen van alle betrokkenen.

Figuur 5.12 Spreiding buitenlandse gasten in Nederland, 2016-2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

** Alleen gasten in hotels.

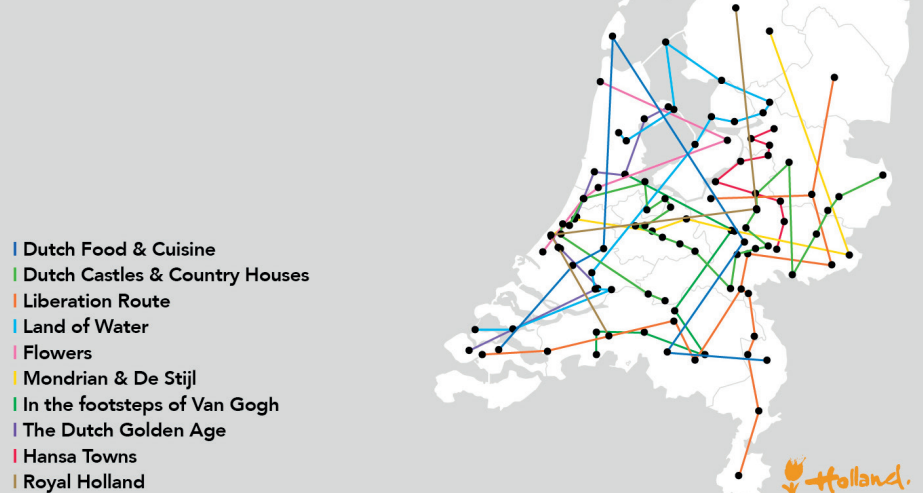
Verhaallijnen en evenementen sturen het bezoek in een bepaalde richting

Onderdeel van de 'HollandCity' strategie zijn de zogenaamde verhaallijnen, waarmee aan de hand van interesses de aandacht van bezoekers op meerdere plekken in ons land wordt gericht. Zo is er een verhaallijn Land of Water, Castles & Country Houses en Dutch Cuisine. Er wordt hierbij gespeeld met de perceptie van afstand en reistijd. De reistijden binnen Nederland zijn voor internationale bezoekers zo klein dat ze vergelijkbaar zijn met die binnen grote wereldsteden. Voor mondiale liefhebbers van Van Gogh zijn Otterloo, Nuenen of Zundert immers slechts een steenworp van Schiphol en Amsterdam. Door verschillende plekken te koppelen, in dit geval Amsterdam met plekken in Gelderland en Noord-Brabant, wil NBTC ervoor zorgen dat bezoekers in toenemende mate ook op andere plaatsen komen dan alleen in Amsterdam. Ook draagt de slimme programmering van grootschalige evenementen in de regio's bij aan bezoek meer verspreid over ons land.

Ook aandacht voor spreiding in tijd en economische waarde

In de strategie wordt ook gekeken naar de mogelijkheden voor seizoensverlenging om de druk in het hoogseizoen te verlagen. Het spreiden van bezoekers in tijd doet NBTC onder meer door onze kust als bestemming voor alle seizoenen te promoten en zo internationale toeristen te verleiden om ook in het laagseizoen een bezoek te brengen aan de Nederlandse kust.

HollandCity



Het verhogen van de waarde per bezoeker ten slotte, gebeurt door in te zetten op een juiste mix van landen en doelgroepen. Zo richt NBTC zich bijvoorbeeld samen met haar partners op het aantrekken van congresbezoekers en cultuurbezoekers die bovengemiddeld besteden, en wil NBTC zorgen voor een grotere zichtbaarheid van het Nederlandse retailaanbod om meer internationale bezoekers te trekken die meer besteden in meer (binnen)steden. Door de 'HollandCity' strategie profiteren in toenemende mate ook minder bekende regio's van zowel buitenlandse als binnenlandse bezoekers.

5.4 Inkomend toerisme naar accommodatietype

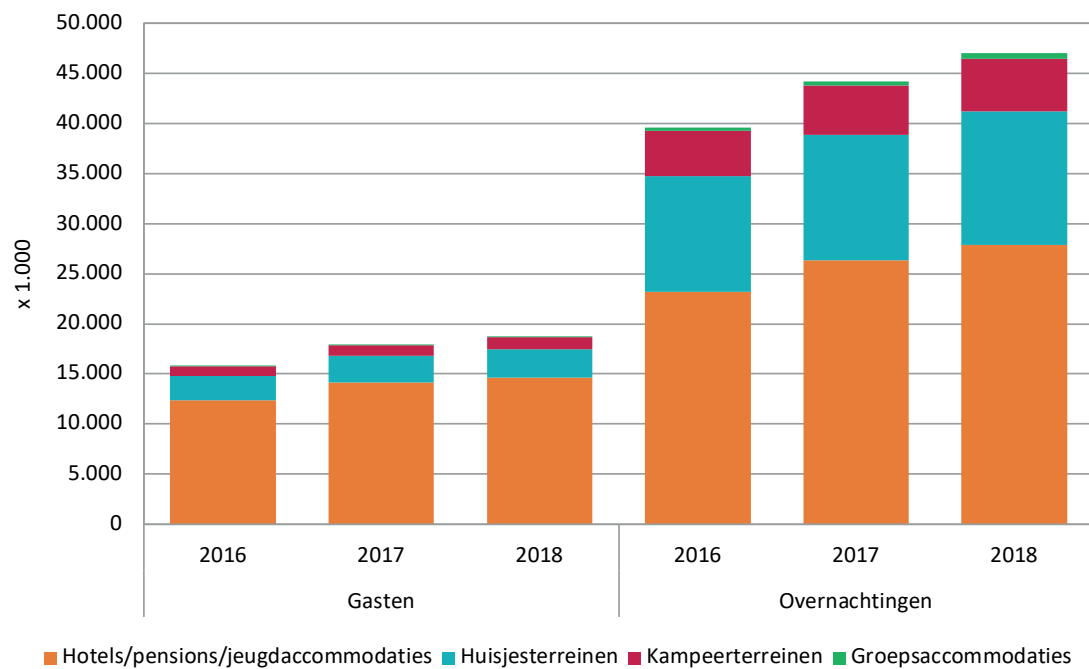
Deze paragraaf bespreekt het inkomende toerisme in verschillende accommodatietypen. Aan bod komen de vier typen die de CBS-statistiek Logiesaccommodaties onderscheidt: hotels/pensions/jeugdaccommodaties, huisjesterreinen, kampeerterreinen en groepsaccommodaties.

Hotels verreweg het populairst

Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel.³ In 2018 ging het om meer dan 14,7 miljoen hotelgasten; dit is 78 procent van het totale aantal buitenlandse toeristen in dat jaar (figuur 5.13). Huisjes- en kampeer-

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

Figuur 5.13 Buitenlandse gasten en hun overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties naar type accommodatie, 2016-2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

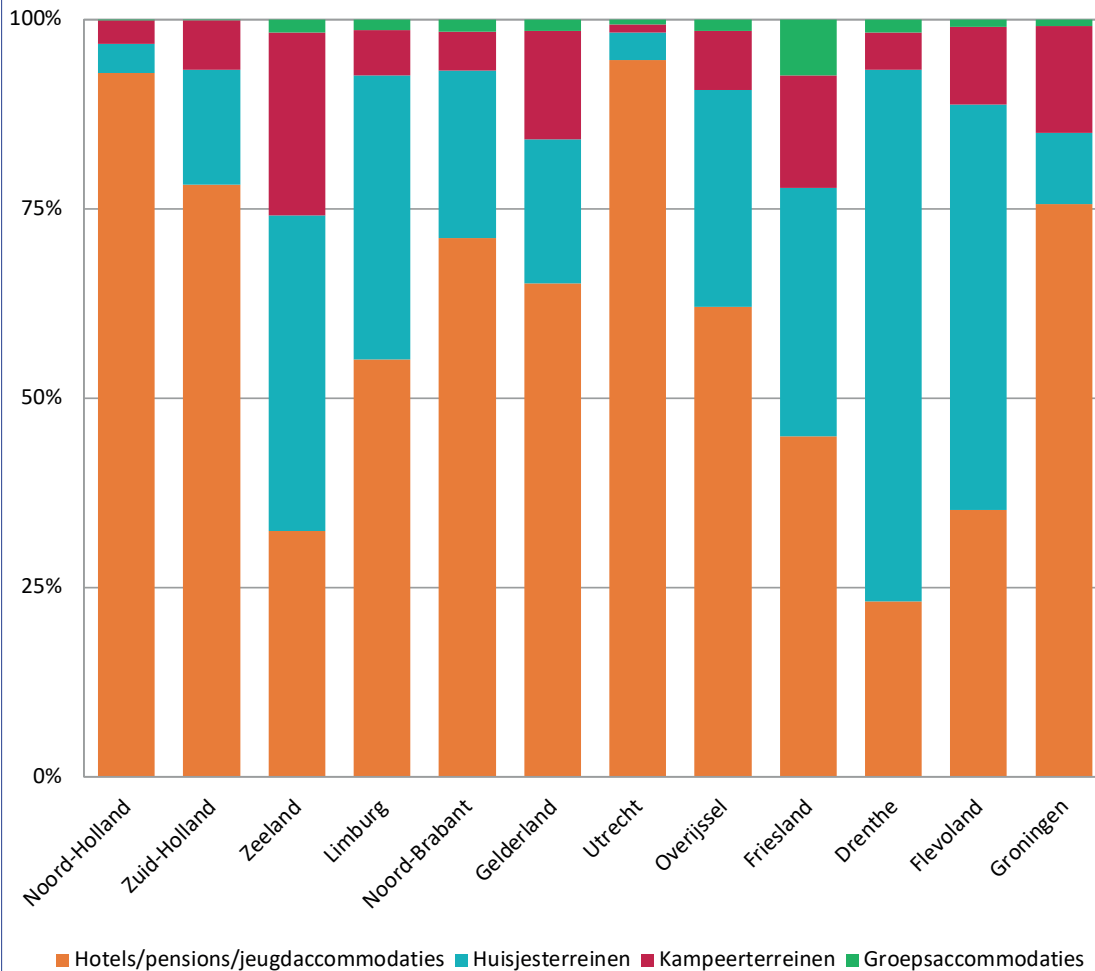
* Gasten die in het buitenland wonen en ten minste één nacht in Nederland verbleven, zowel recreatief als zakelijk.

terreinen volgen op afstand met respectievelijk 2,8 miljoen en 1,2 miljoen gasten. Groepsaccommodaties sluiten de rij met ruim 100 duizend buitenlandse gasten in 2018.

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.

Alle accommodatietypen laten groei zien

De laatste jaren laten alle accommodatietypen groei zien. In 2018 groeide het aantal buitenlandse gasten in Nederlandse hotels absoluut gezien het sterkst; het aantal buitenlandse hotelgasten steeg met ruim een half miljoen naar 14,7 miljoen (4 procent). Procentueel was de groei voor de kampeer- en huisjesterreinen en de groepsaccommodaties sterker. Het percentage buitenlandse gasten op Nederlandse campings steeg met 13 procent naar 1,2 miljoen gasten, wat mede te danken zal zijn aan het mooie zomerweer van het afgelopen jaar. Het aantal buitenlandse gasten op huisjesterreinen groeide het afgelopen jaar met 6 procent naar 2,8 miljoen gasten. Het aantal buitenlandse gasten dat in groepsaccommodaties verbleef groeide naar 130.000 in 2018.



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 5.14). 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 Limburg en Zeeland. De provincies aan de Noordzeekust (Zeeland, Zuid- en Noord-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

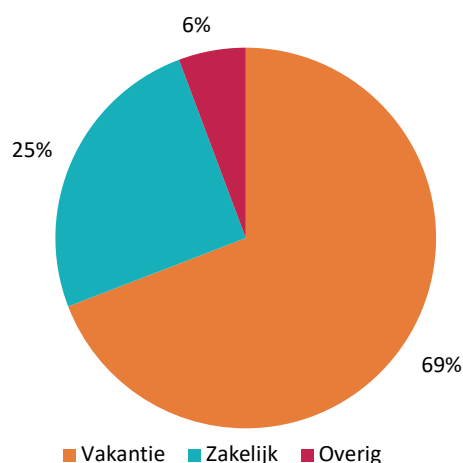
De meeste buitenlandse toeristen komen naar Nederland voor een (korte) vakantie; 69 procent van alle buitenlandse bezoekers (figuur 5.15). Een kwart van de buitenlandse gasten kwam met een zakelijke reden, bijvoorbeeld om een congres of vergadering bij te wonen, of om een Nederlandse bedrijfsvestiging 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.

Motief verschilt sterk per herkomstland

Het motief voor een bezoek aan Nederland verschilt sterk per herkomstland. Uit de buurlanden Duitsland en België komen relatief veel gasten naar Nederland voor vakantie: 86 procent in 2014 (figuur 5.16). Vanuit China, Italië en Japan reizen relatief veel bezoekers met een zakelijk motief naar Nederland.

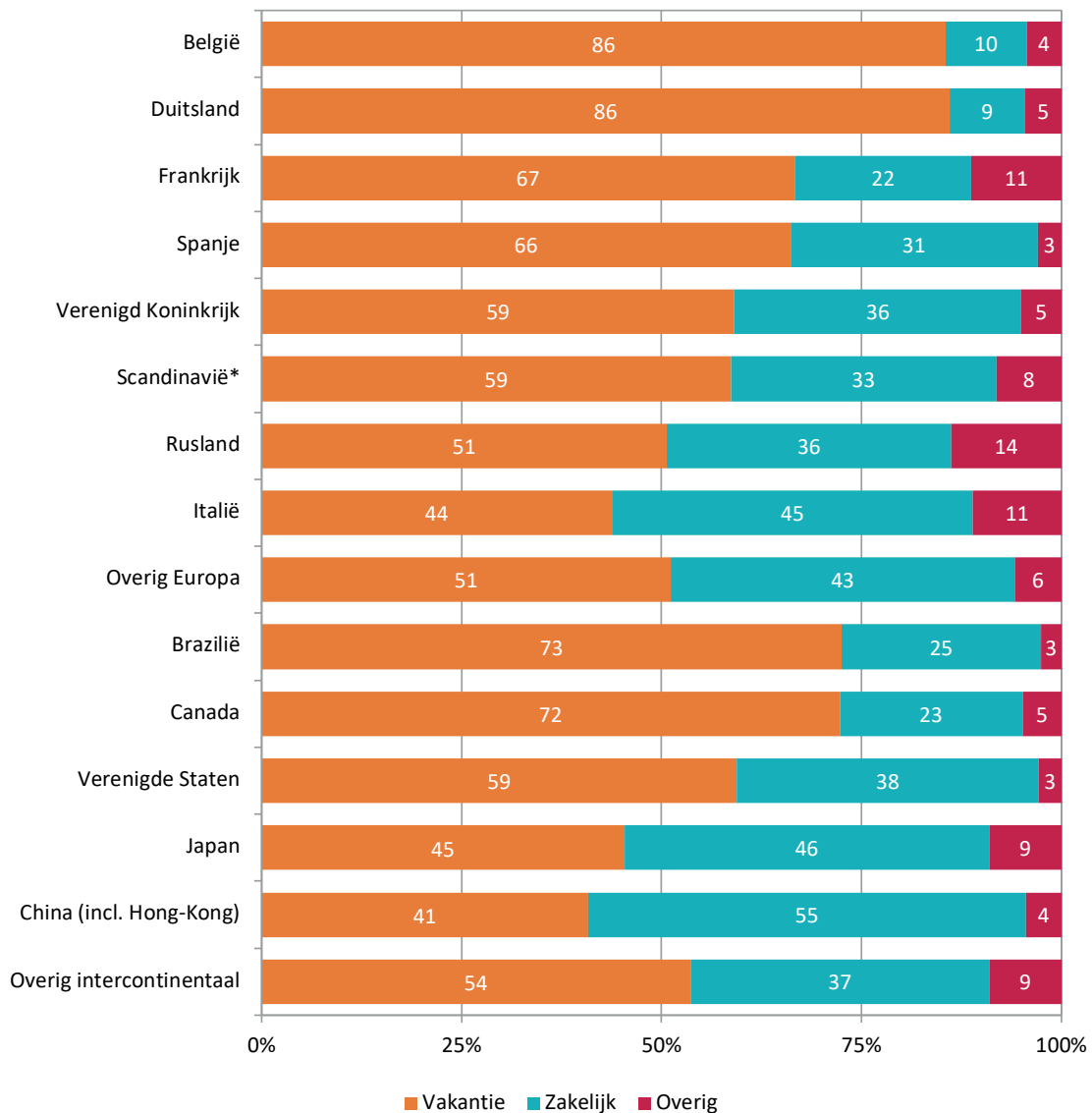
In absolute aantallen komen de meeste vakantiegangers uit Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk. De meeste buitenlandse zakenreizigers in Nederland komen uit het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Duitsland. In paragraaf 6.4 van deze publicatie komt het inkomende zakelijke toerisme nader aan bod.

Figuur 5.15 Motieven van buitenlandse meerdaagse toeristen om Nederland te bezoeken, 2018



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014, doorrekening NBTC o.b.v. CBS, SLA 2018.

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



NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

* Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland.

Onderzoek Inkomend Toerisme

In 2014 is het Onderzoek Inkomend Toerisme 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 wer-

den 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 bevestigd 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.

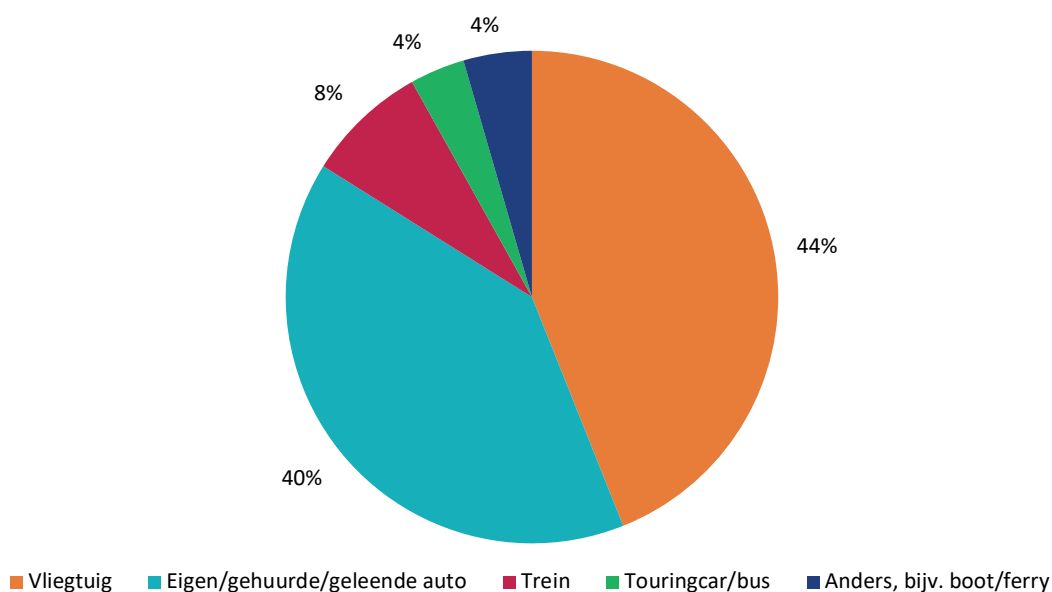
5.6 Vervoermiddelen

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 (figuur 5.17).

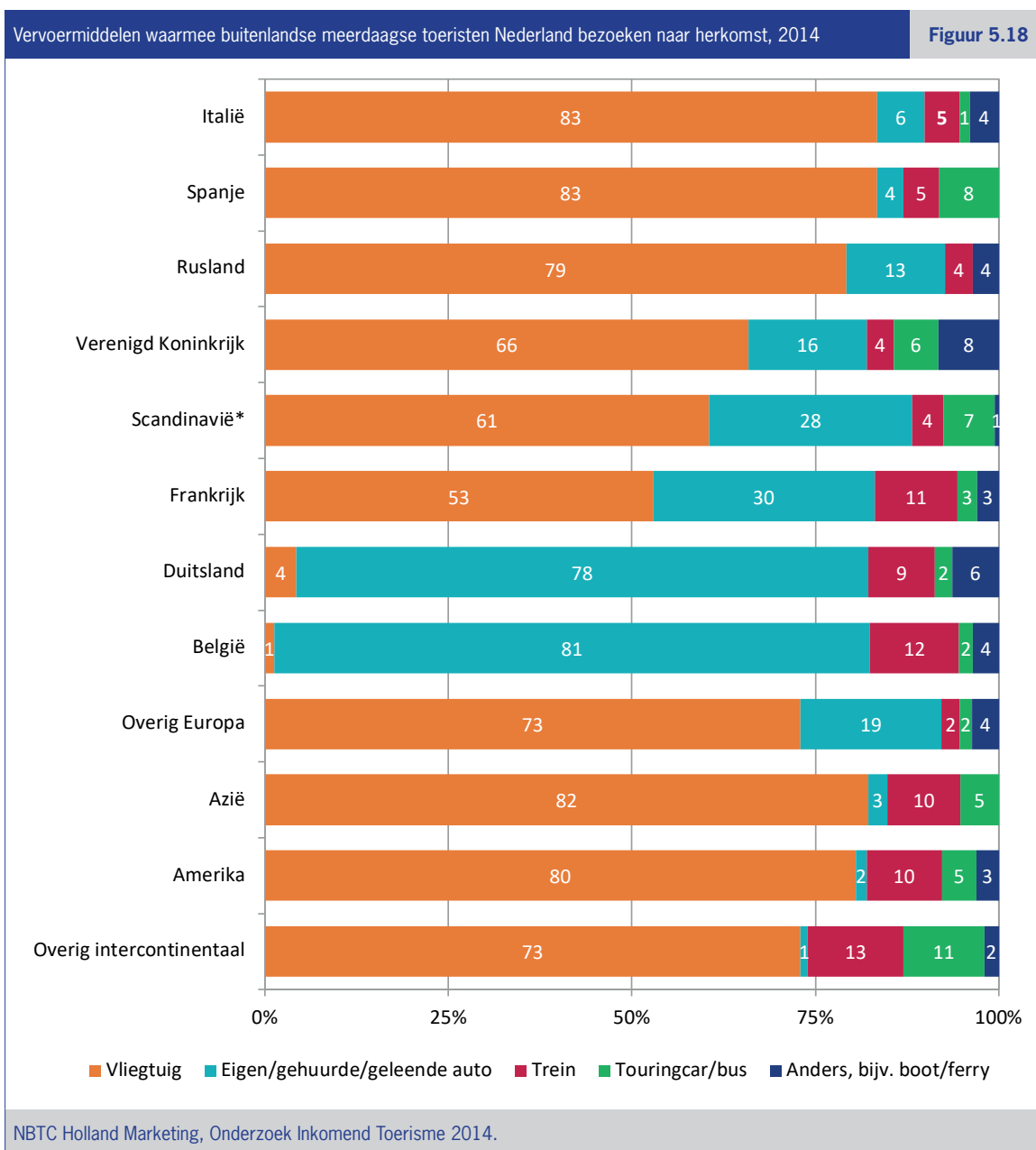
Figuur 5.17 Vervoermiddelen waarmee buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezoeken, 2014



NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

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 5.18). 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.

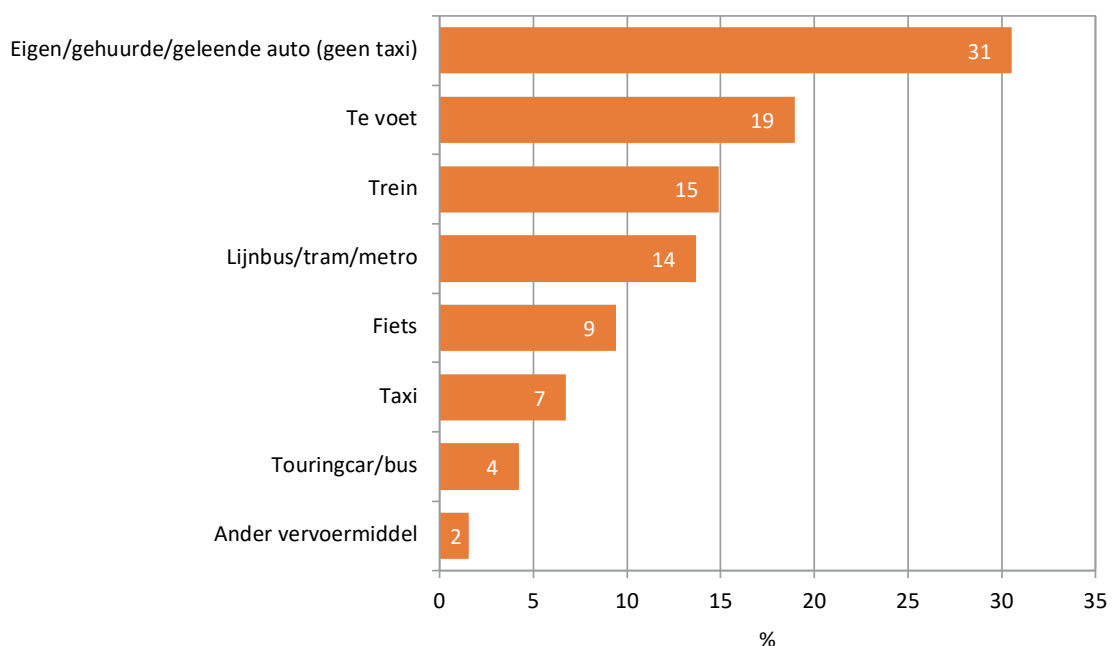
Voor intercontinentale bezoekers die met de trein of met de touringcar de Nederlandse grens passeren, is het bezoek aan Nederland veelal onderdeel van een rondreis door Europa. Zij zijn vaak elders in Europa per vliegtuig gearriveerd.



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 5.19). 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 5.19 Belangrijkste vervoermiddel voor buitenlandse meerdaagse toeristen om zich in Nederland te verplaatsen, 2014



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

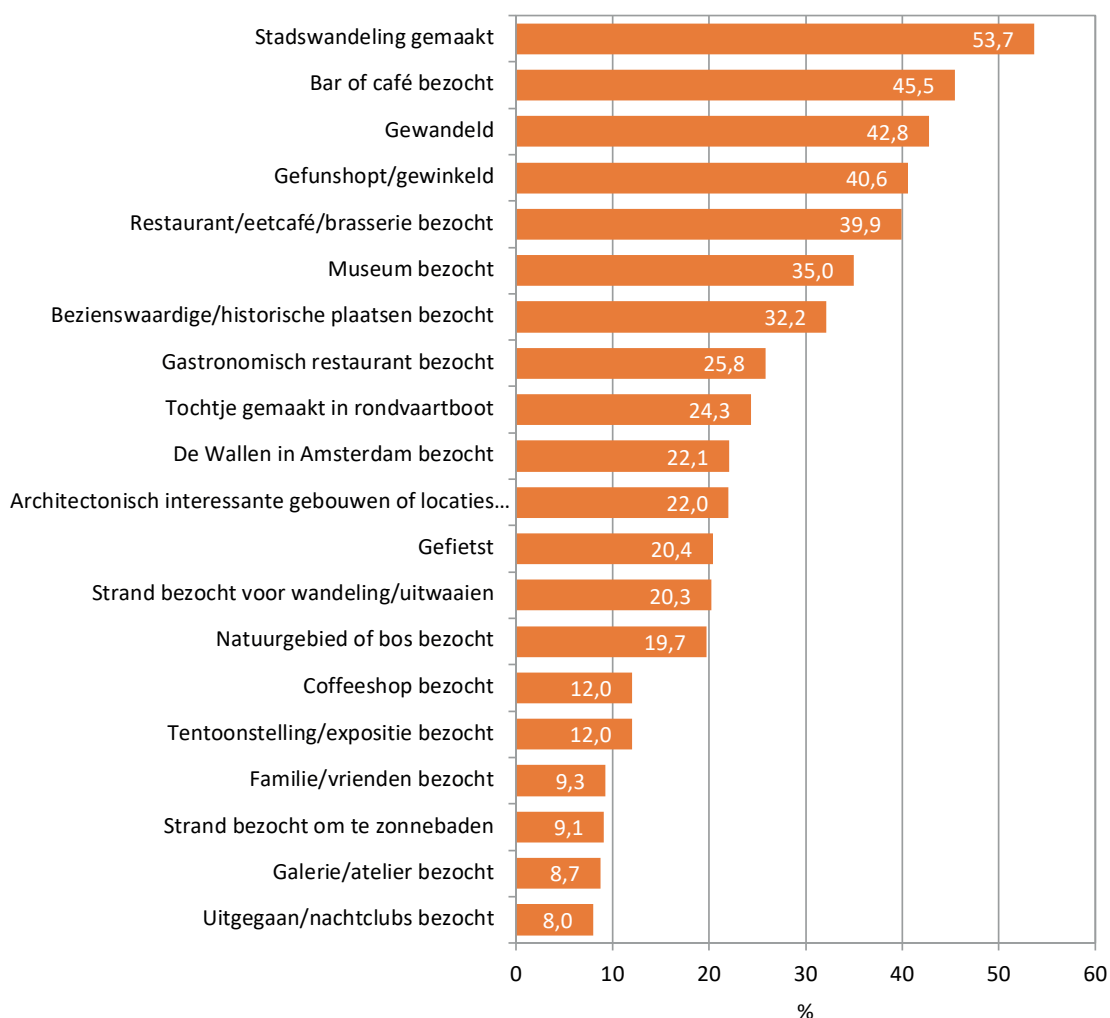
Van alle buitenlandse toeristen die in 2014 in Nederland overnachtten, ondernam 54 procent een stadswandeling. Daarmee zijn stadswandelingen de populairste van alle activiteiten die het OIT onderscheidt (figuur 5.20). Ook veel toeristen bezoeken

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.

Top 20 van populairste activiteiten van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland, 2014*

Figuur 5.20



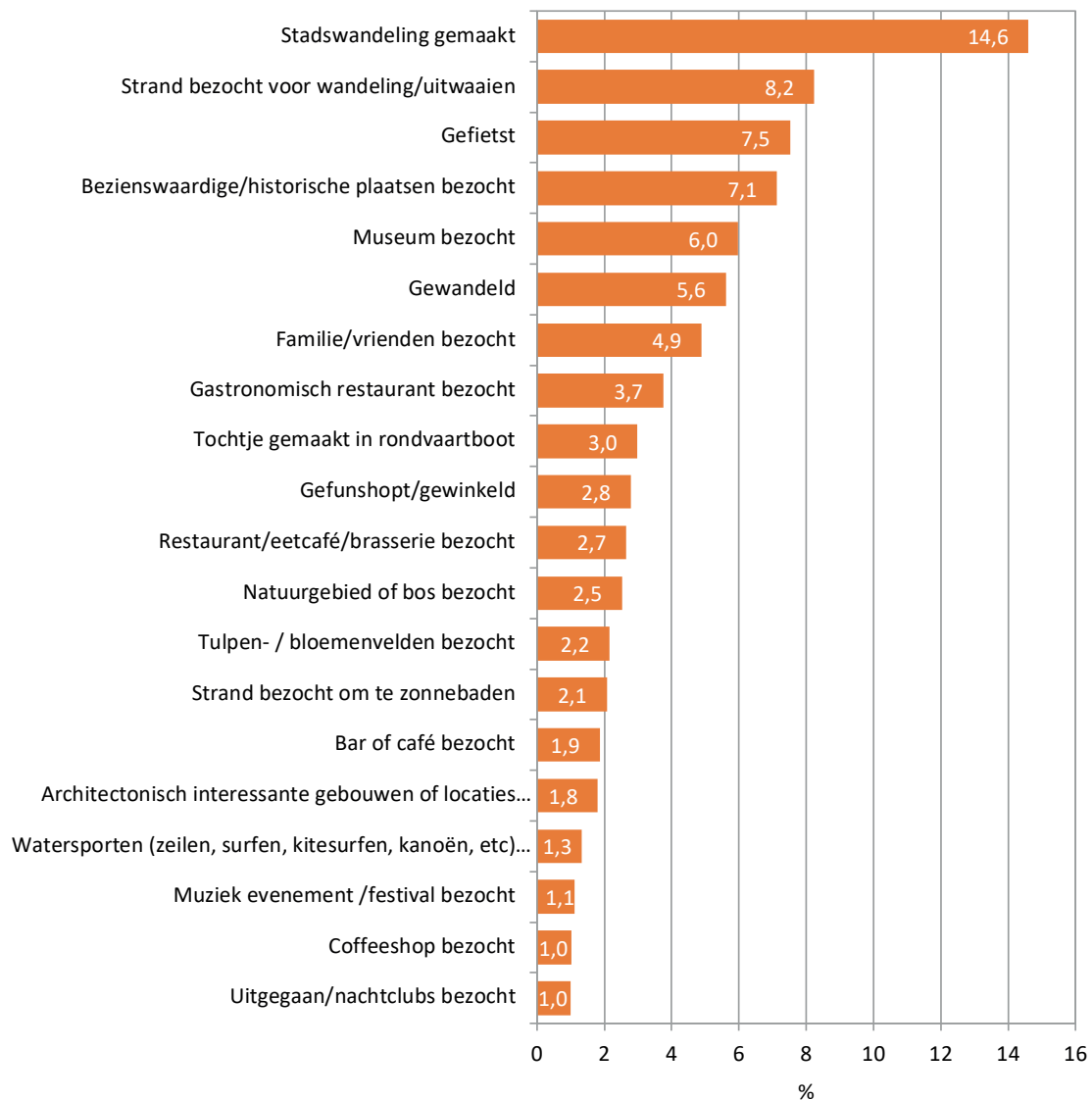
NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

* 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 5.21). 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.

Figuur 5.21 Top 20 van belangrijkste activiteiten van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland, 2014*



NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

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

** Zeilen, surfen, kitesurfen, kanoën, etc.

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

5.8 Bestedingen van buitenlandse toeristen

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

Inkomend toerisme goed voor 13,6 miljard euro in 2018

In 2018 hebben buitenlandse toeristen gezamenlijk 13,6 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.

Duitse toeristen besteden samen het meest

In totaal besteden Duitse toeristen het meest aan meerdaagse verblijven in Nederland. In 2018 gaven zij samen 2,5 miljard euro uit (tabel 5.1). Gevolgd door de Amerikanen met 1,7 miljard euro en de Britten met 1,5 miljard euro. Duitsers en Belgen besteden gemiddeld het minst vanwege de relatief lage vervoerskosten, en omdat zij vaker dan andere buitenlandse toeristen verblijven op goedkopere accommodaties zoals huisjesterreinen en kampeerterreinen. Hierbij speelt het bezoekmotief ook een rol; verreweg de meeste Duitsers en Belgen komen naar Nederland voor vakantie, en niet voor een zakelijk bezoek. Toeristen van buiten Europa besteden gemiddeld het meest. De hogere vervoerskosten vormen de belangrijkste verklaring hiervoor, maar ook tijdens het verblijf geeft deze groep meer uit.

Zakenreizigers besteden gemiddeld meer dan vakantiegangers

In 2018 besteedde een gemiddelde buitenlandse zakenreiziger 1.047 euro aan een trip naar Nederland. Dat is aanzienlijk meer dan de bestedingen van een gemiddelde

⁴ De bedragen in deze paragraaf zijn berekend door het gemiddelde bestedingsbedrag per gast en land van herkomst uit het Onderzoek Inkomend Toerisme 2014 te vermenigvuldigen met het aantal gasten per herkomstland uit de Statistiek Logiesaccommodatie 2018. Daarbij is geen rekening gehouden met inflatie.

Tabel 5.1

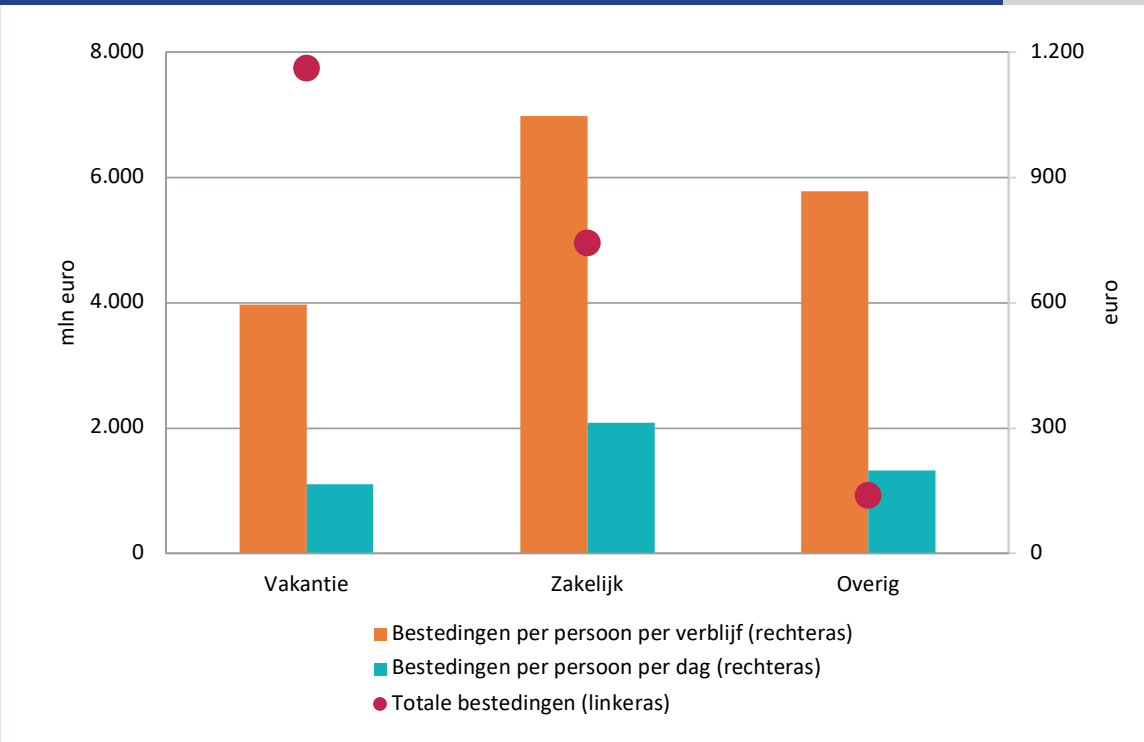
Bestedingen van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland naar herkomstland, 2018

	bestedingen per persoon per verblijf	bestedingen per persoon per dag	totale bestedingen
	euro	euro	
Duitsland	442	112	2.517
Verenigd Koninkrijk	668	240	1.477
België	320	117	767
Frankrijk	636	227	568
Italië	911	232	544
Spanje	891	239	441
Scandinavië*	716	248	376
Rusland	1.173	255	239
Verenigde Staten	1.180	343	1.747
Canada	1.396	392	242
Brazilië	1.017	298	157
China (incl. Hongkong)	1.256	328	418
Japan	1.323	457	160

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

* Denemarken, Finland, Noorwegen en Zweden.

buitenlandse vakantieganger, die 596 euro bedroegen in dat jaar (figuur 5.22). 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 treinen 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 miljoen vakantiegangers tegen 4,7 miljoen zakenreizigers in 2018. Uitgaande van de gemiddelde bestedingen zoals deze volgen uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (2014) resulteert dit voor de vakantiegangers in een economische waarde in 2018 van 7,7 miljard euro en voor de zakenreizigers 5 miljard euro.



NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014, doorrekening NBTC o.b.v. CBS, SLA 2018.

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



6 Zakelijk toerisme

In dit hoofdstuk staat het 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? Ten slotte komt in dit hoofdstuk de internationale positie van Nederland als congresbestemming aan de orde.



Hoofdpunten

- In 2018 vonden 20 miljoen zakelijke hotelovernachtingen plaats in Nederland; een groei van 4 procent ten opzichte van 2017. Zakelijke overnachtingen omvatten daarmee 39 procent van het totale aantal hotelovernachtingen in 2018.
- Van alle provincies vonden in Noord-Holland de meeste zakelijke overnachtingen plaats: bijna 8,3 miljoen in 2018. In de provincie Utrecht was het marktaandeel zakelijke overnachtingen met bijna 60 procent van het totale aantal hotelovernachtingen het grootst.
- In 2016 hebben Nederlanders ruim 8,6 miljoen zakenreizen ondernomen: circa 3,9 miljoen meerdaagse zakenreizen in eigen land en circa 4,7 miljoen één- of meerdaagse zakenreizen naar het buitenland. Ten opzichte van 2013 is het totale aantal zakenreizen in 2016 met 2 procent gegroeid.
- Een kwart van alle buitenlandse bezoekers komt met een zakelijke reden naar Nederland. In 2018 hebben circa 4,7 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 bijna 5 miljard euro in 2018.
- In de top 10 van congresbestemmingen, volgens de ICCA-ranglijst, stond Nederland in 2018 op de 9e positie.

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

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

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 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 vaker afneemt.⁴ 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. Welk van deze bronnen 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 kampeerterreinen 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

2 Zie bijvoorbeeld paragraaf 6.4 over inkomend zakelijk toerisme.

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

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 2016 is de meest recente CZO-meting uitgevoerd. In deze versie van het Trendrapport komen de resultaten hiervan 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 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 vrijetijdse 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

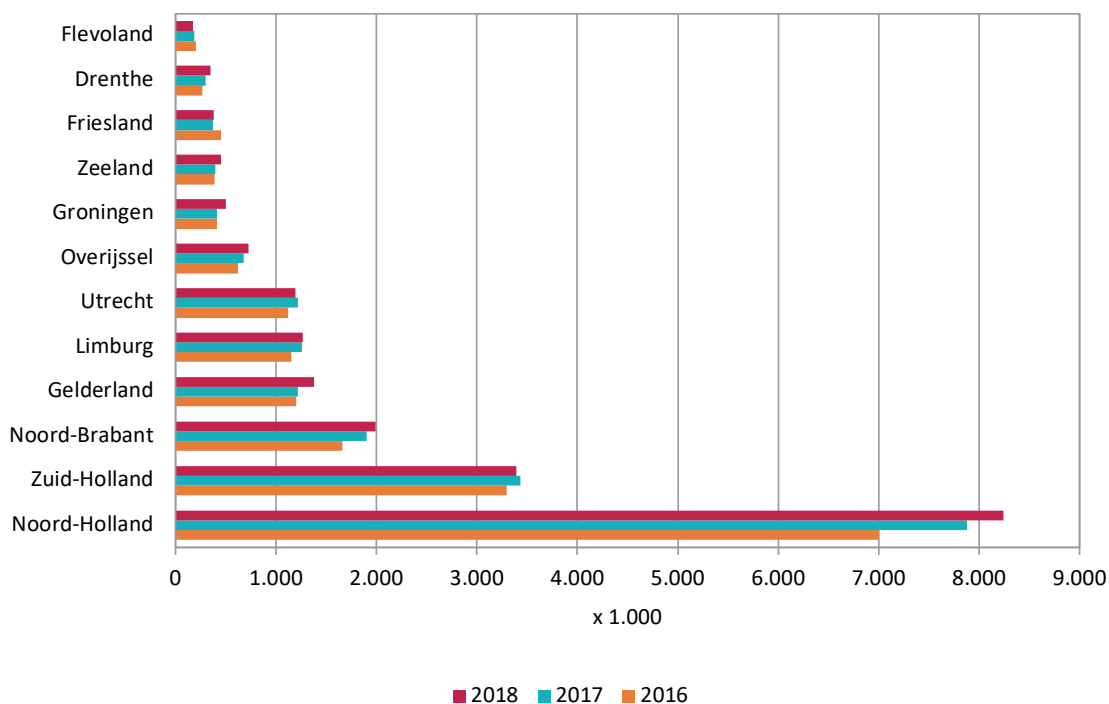
Deze paragraaf geeft een totaaloverzicht van het aantal overnachtingen van zakelijke toeristen in Nederlandse hotels. Daarbij is geen onderscheid gemaakt tussen buitenlandse en Nederlandse toeristen. De omvang en de groei van het zakelijke toerisme komen aan bod, evenals het seizoenspatroon. Nagenoeg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

20 miljoen zakelijke hotelovernachtingen in Nederland

In 2018 vonden in Nederlandse hotels 20 miljoen zakelijke overnachtingen plaats. Dit betekent een groei van 4 procent ten opzichte van 2017, toen het aantal overnachtingen nog iets onder de 19,3 miljoen lag. De groei van de zakelijke markt in 2018 valt samen met de verdere groei van de economie: het bbp in 2018 was 2,6 procent groter dan in 2017. Dat is wat minder sterk dan in 2017. Toen bedroeg de economische groei 2,9 procent, de hoogste groei in tien jaar.⁶ Het zakelijk toerisme in hotels groeit weliswaar snel, maar niet zo snel als het totaal aantal hotelovernachtingen. Dat groeide in 2018 met 5,6 procent.

Zakelijke overnachtingen in hotels in Nederland, naar provincie, 2016-2018*

Figuur 6.1



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties

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

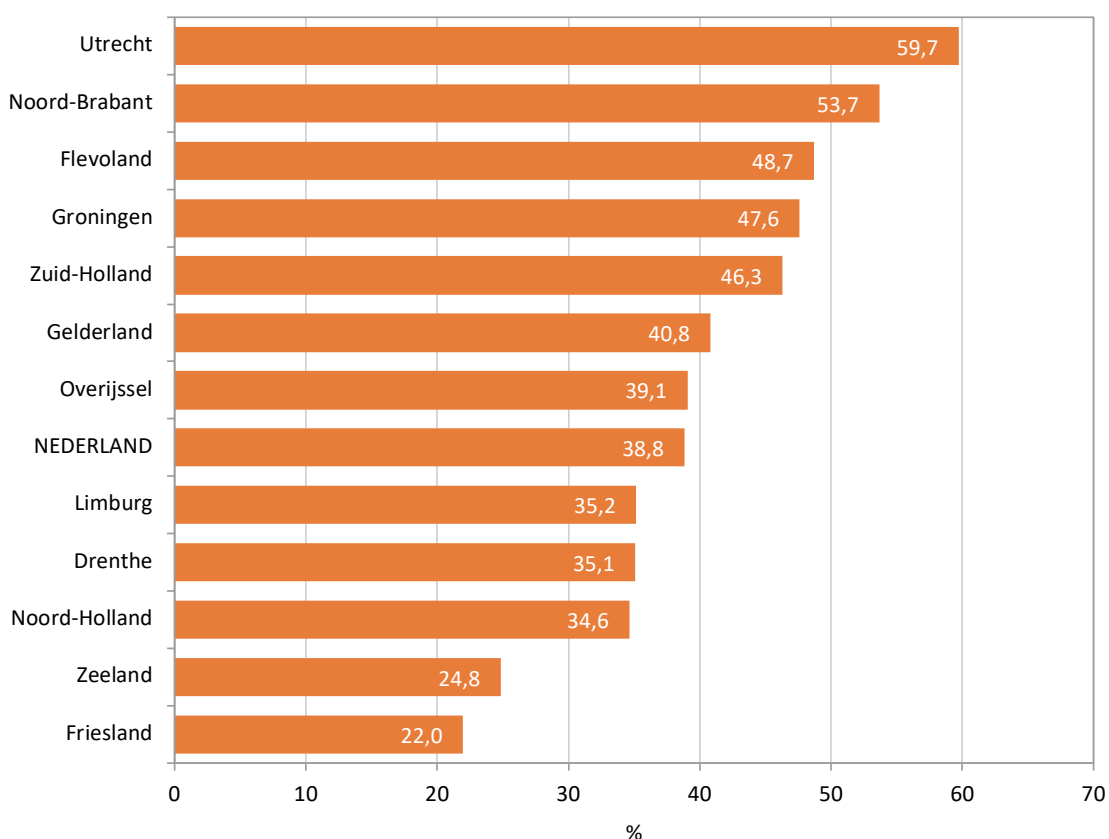
6 Zie ook <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/33/bbp-groeit-met-0-5-procent-in-tweede-kwartaal-2019> en de cijfers op StatLine: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84106NED>.

Meeste zakelijke overnachtingen in Noord-Holland

In 2018 was Noord-Holland de provincie met veruit de meeste zakelijke overnachtingen: bijna 8,3 miljoen (figuur 6.1), een stijging van 4,6 procent ten opzichte van het jaar ervoor. Hiermee was Noord-Holland goed voor 41 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 2017 en 2018 betreft, liet met name de provincie Flevoland een grote daling zien (-10,5 procent). Zuid-Holland en Utrecht lieten in 2018 een lichte daling zien (respectievelijk -1,2 procent en -2,5 procent). In 2017 liet het aantal zakelijke gasten voor die twee provincies nog een stijging zien. In de overige provincies nam het aantal zakelijke overnachtingen toe of bleef het stabiel. Met name in Groningen, Gelderland en Drenthe was de stijging ten opzichte van het voorgaande jaar relatief fors.

Figuur 6.2 Aandeel zakelijke overnachtingen in het totale aantal overnachtingen in hotels in Nederland, naar provincie, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties

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

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?

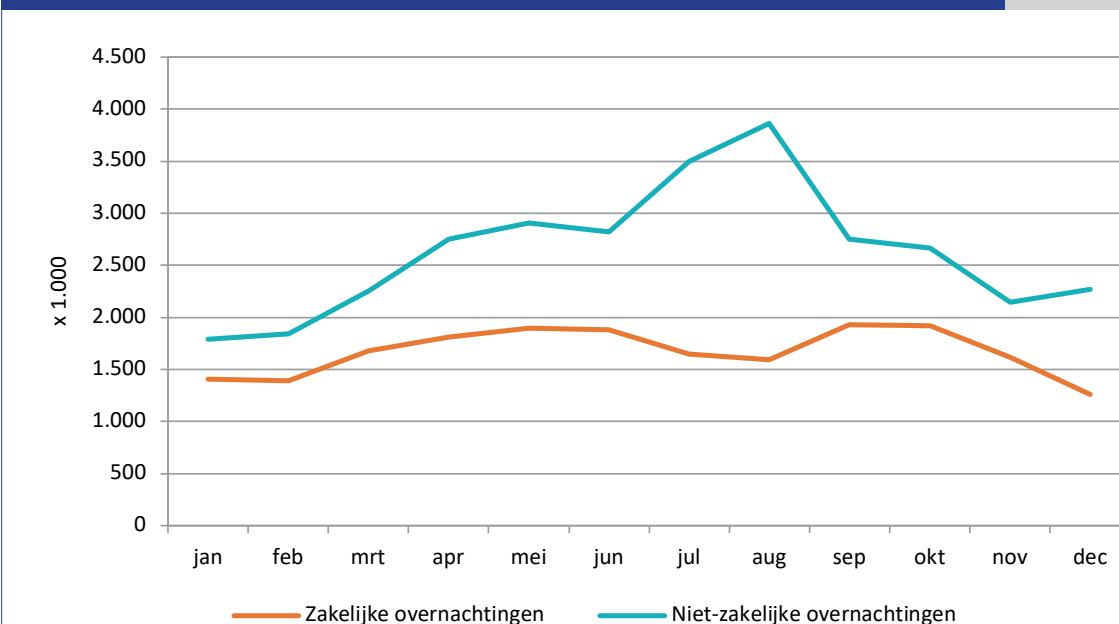
Zakelijke overnachtingen maken een substantieel deel uit van het totale aantal overnachtingen in Nederlandse hotels. In 2018 was dit aandeel 39 procent. Dat is wel iets kleiner dan het aandeel in 2012: 43 procent. Dat heeft te maken met de snellere groei van de vrijetijdsmarkt in de periode 2012-2018. Het aandeel zakelijke overnachtingen was in de provincie Utrecht met bijna 60 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 34,6 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 (figuur 6.3). In grote lijnen is dit seizoenspatroon van zakelijke overnachtingen ook te zien in de vier grootste steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) 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 en niet-zakelijke hotelovernachtingen, 2018*

Figuur 6.3



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties

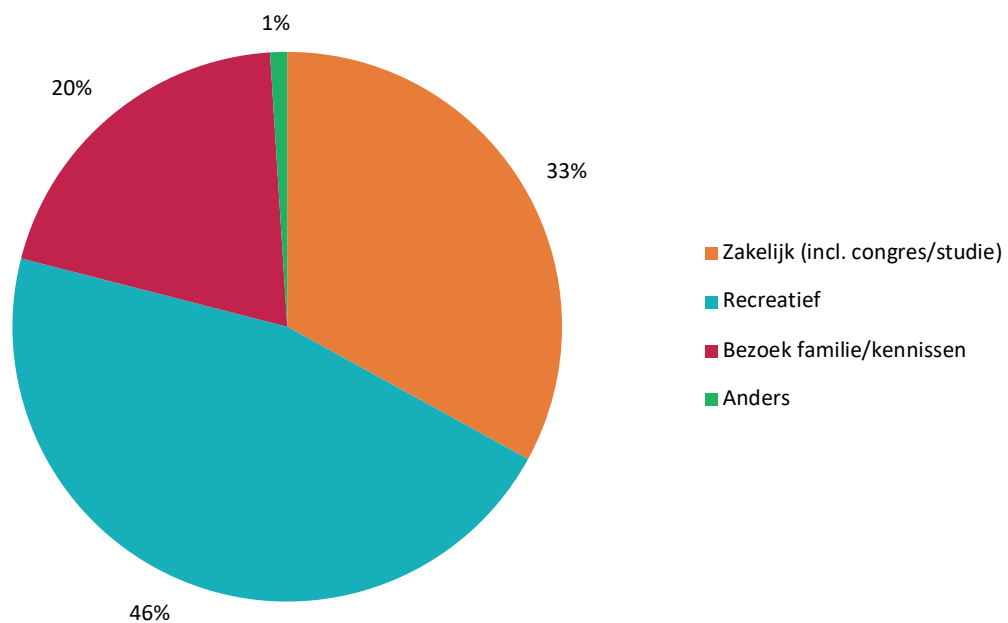
* Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleatsen.

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

Schiphol: 33 procent reist met zakelijk motief

Zakelijke toeristen die niet in Nederland overnachten, tellen niet mee in het CBS-onderzoek Logiesaccommodaties. Dit zijn bijvoorbeeld zakelijke reizigers die per vliegtuig arriveren en dezelfde dag weer vertrekken uit Nederland. Deze reizigers zijn niet onbelangrijk: zij overnachten weliswaar niet in Nederland, maar besteden wel geld aan bijvoorbeeld een huurauto, treinreis of een diner. Ook lijkt er een trend waarbij zakenreizigers meer gebruikmaken van particuliere accommodaties, die niet in de statistiek Logiesaccommodaties zijn opgenomen. Luchthaven Schiphol rapporteert in dit kader het aandeel reizigers met een zakelijk motief (inclusief congres en studie) als percentage van alle arriverende en vertrekkende passagiers. In 2018 waren dit er 71,1 miljoen, wat een groei betekent van 3,7 procent ten opzichte van het aantal passagiers in 2017 (68,5 miljoen). Het aandeel reizigers met een zakelijk motief (inclusief congres en studie) bedroeg 33 procent in 2018 (figuur 6.4).⁷

Figuur 6.4 Motieven van arriverende en vertrekkende passagiers op Schiphol, 2018



Bron: Royal Schiphol Group.

⁷ Zie de cijfers van de Royal Schiphol Group: Jaarverslag 2018, p. 54. Beschikbaar via <https://www.jaarverslagschiphol.nl/>

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 gaan naar het buitenland? Wat besteedt een gemiddelde zakenreiziger? Ook de verschillen tussen de typen zakenreizigers komen in deze paragraaf aan bod.

8,6 miljoen zakenreizen in 2016

In 2016 hebben Nederlanders die deel uitmaken van de beroepsbevolking circa 8,6 miljoen zakenreizen ondernomen. Daarvan had 55 procent een bestemming in het buitenland en 45 procent een bestemming in eigen land. Ten opzichte van 2013 is het aantal zakenreizen met 2 procent gestegen.

Het ContinuZakenreisOnderzoek (CZO)

NBTC-NIPO Research onderzoekt driejaarlijks het zakenreisgedrag van de Nederlandse beroepsbevolking in het ContinuZakenreisOnderzoek (CZO). Het onderzoek richt zich op meerdaagse binnenlandse zakenreizen, en één- of meerdaagse zakenreizen naar het buitenland. Het CZO brengt een groot aantal aspecten van 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 2016. Deze cijfers kunnen niet worden vergeleken met de cijfers van de SLA in paragraaf 6.2.

Kleine groei van aantal zakenreizen naar het buitenland

In 2016 hebben Nederlanders in totaal ruim 4,7 miljoen zakenreizen naar het buitenland ondernomen (tabel 6.1). Dit was circa 1 procent meer dan in 2013. Het aantal zakelijke overnachtingen in het buitenland kwam uit op ongeveer 14,1 miljoen. De meeste buitenlandse zakenreizen duurden langer dan één dag, waarbij de zakenreiziger dus minimaal één nacht op de bestemming verbleef. Slechts 15 procent van alle ondernomen buitenlandse zakenreizen betrof een eendaagse zakentrip, zonder overnachting. Een meerdaagse zakenreis telde gemiddeld bijna 4 overnachtingen.

Kerncijfers zakenreizen van Nederlanders naar bestemming, 2016*

Tabel 6.1

	Buitenlandse zakenreizen	Binnenlandse zakenreizen
Aantal reizen	4,7 miljoen	3,9 miljoen
Aantal overnachtingen	14,1 miljoen	6,6 miljoen
Economische waarde	Circa 4,4 miljard euro	Circa 1,5 miljard euro

Bron: NBTC-NIPO Research, CZO.

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

Dit was ook in 2011 en 2013 het geval. De belangrijkste bestemmingslanden waren onze buurlanden.

Vooraf naar het buitenland om vergaderingen bij te wonen

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. Een kwart van de buitenlandse zakenreizen heeft een MICE-motief. Ten opzichte van 2013 zijn er meer zakenreizigers met een MICE-motief op buitenlandse zakenreis gegaan.

Zakenreizigers besteden circa 4,4 miljard euro in het buitenland

Nederlanders die in 2016 voor zaken naar het buitenland reisden, gaven in totaal ongeveer 4,4 miljard euro uit aan deze trips (tabel 6.1). Gemiddeld kwam dat uit op een bedrag van circa 930 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: 1120 euro tegen 870 euro per persoon per zakenreis.

Meer binnenlandse zakenreizen ondernomen in 2016

In 2016 gingen Nederlanders in totaal circa 3,9 miljoen keer op zakenreis in eigen land (tabel 6.1). Dit aantal komt 4 procent hoger uit dan in 2013. Het gaat hier uitsluitend om binnenlandse zakenreizen die ten minste één overnachting omvatten. Eendaagse binnenlandse zakenreizen zijn in het CZO niet meegeteld.

Meerdaagse binnenlandse zakenreizen duren gemiddeld korter dan meerdaagse zakenreizen naar het buitenland. De meeste meerdaagse zakenreizen in eigen land omvatten maar één overnachting: 60 procent in 2016. Een meerdaagse binnenlandse zakenreis telde gemiddeld 1,7 overnachtingen. In totaal boekten de binnenlandse zakenreizigers in 2016 ongeveer 6,6 miljoen overnachtingen.

Opleiding en training belangrijkste motief voor binnenlandse zakenreizen

Het volgen van een opleiding of training is de belangrijkste reden om een meerdaagse binnenlandse zakenreis te ondernemen. In 2016 was bijna een kwart 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 35 procent van alle ondernomen zakenreizen een MICE-motief.

Binnenlandse zakenreizen goed voor 1,5 miljard euro

In 2016 gaven Nederlanders in totaal ongeveer 1,5 miljard euro uit aan meerdaagse zakenreizen in eigen land (tabel 6.1). Dat komt neer op ongeveer 390 euro per persoon per binnenlandse zakenreis. Een gemiddelde zakenreis naar het buitenland kostte ruim het dubbele (930 euro). Het grootste deel van de bestedingen aan bin-

nenlandse zakenreizen gaat naar het verblijf, gevolgd door vervoerskosten en de kosten om deel te nemen aan congressen.

Utrecht, Den Haag en Amsterdam 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 (68 procent vond de stad (zeer) aantrekkelijk). De hoge score voor Utrecht komt met name door de bereikbaarheid en het ruime aanbod aan goede vergader- en congresfaciliteiten. Daarna waren Den Haag (59 procent), Amsterdam (59 procent) en Rotterdam (51 procent) het meest aantrekkelijk. Ook als provincie werd Utrecht het meest aantrekkelijk gevonden (69 procent), gevolgd door Gelderland (52 procent).

6.4 Inkomend zakelijk toerisme

Deze paragraaf beschrijft cijfers over buitenlandse zakenreizigers die Nederland bezoeken: het inkomende zakelijke toerisme. Aan bod komt hoeveel reizigers het betreft en wat hun motieven zijn. Verder gaat de paragraaf onder andere in op het land van herkomst en de bestedingen van buitenlandse zakenreizigers in Nederland. De cijfers in deze paragraaf 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 2018 van het CBS.

Ruim 4,7 miljoen zakelijke internationale bezoekers

In 2018 hebben naar schatting ruim 4,7 miljoen buitenlandse zakenreizigers ons land bezocht voor ten minste één nacht. In totaal kwamen circa 18,8 miljoen buitenlandse bezoekers voor één of meer nachten naar Nederland. Het aandeel zakenreizigers bedroeg dus een kwart in 2018.

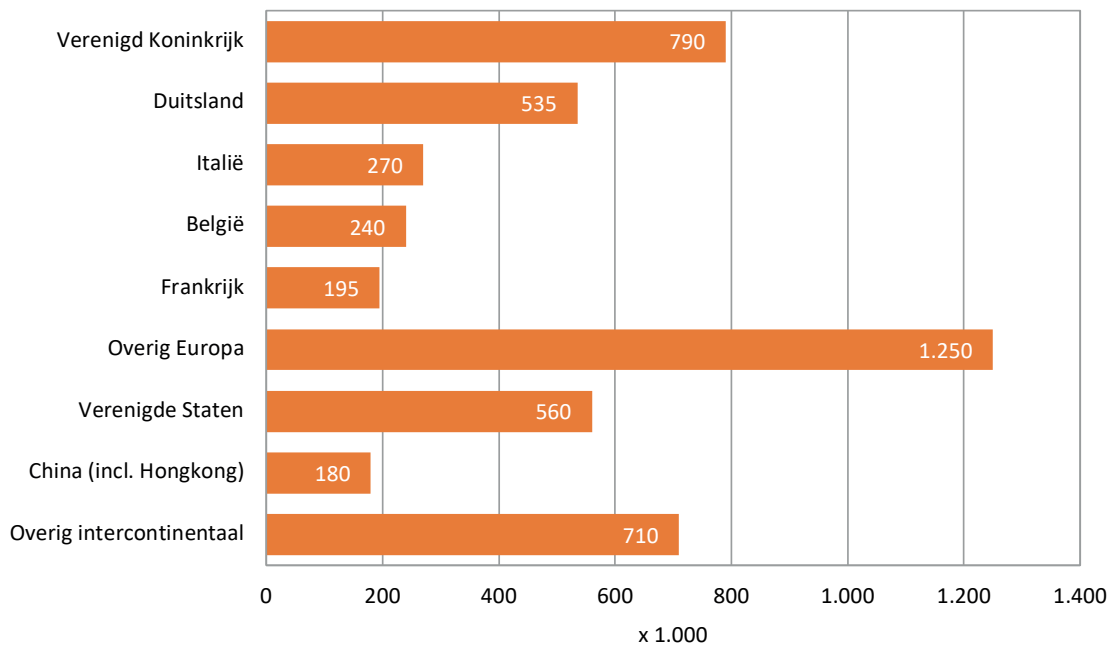
Het belangrijkste motief om Nederland te bezoeken, verschilt sterk per herkomstland. Uit onze buurlanden België en Duitsland kwamen relatief veel toeristen naar Nederland om vakantie te vieren: in beide gevallen 86 procent. Het aandeel zakelijke bezoekers was voor deze landen vrij klein, ongeveer 10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

Veel zakenreizigers uit Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten en Duitsland

Uitgedrukt in absolute aantallen kwamen de meeste zakenreizigers in 2018 uit het Verenigd Koninkrijk: circa 790 duizend (figuur 6.7). Daarmee kwam 17 procent van

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

Figuur 6.5 Buitenlandse meerdaagse zakenreizigers in Nederland naar land van herkomst, 2018*



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

* Afgerond op 5.000-tallen.

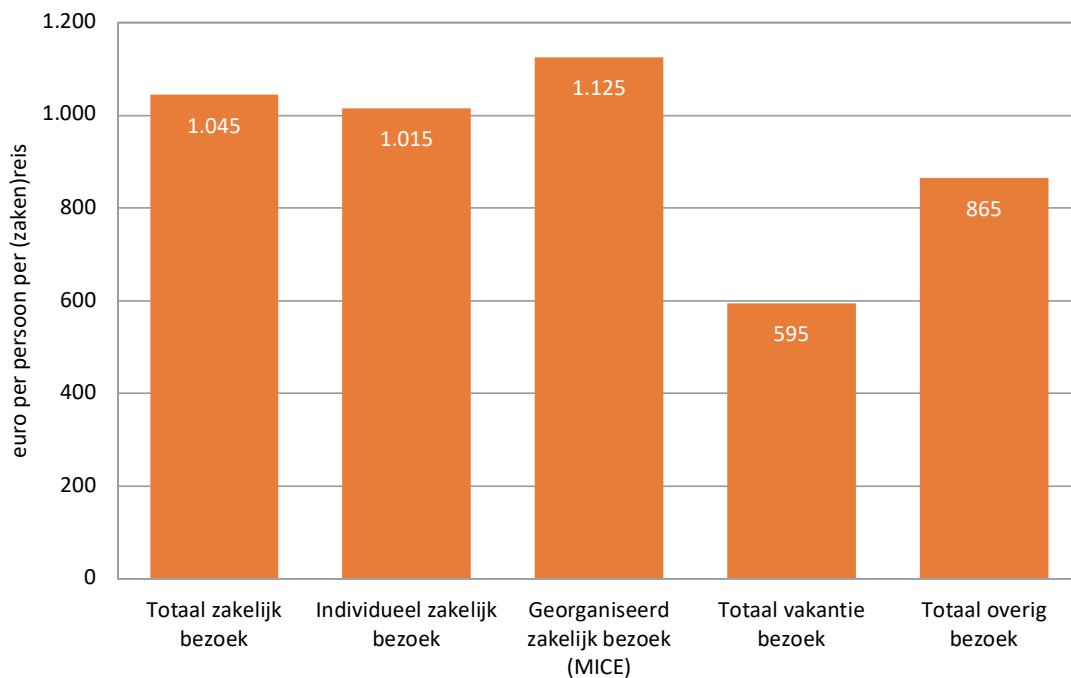
de buitenlandse meerdaagse zakenreizigers uit het Verenigd Koninkrijk. De Verenigde Staten volgde op plaats twee met ongeveer 560 duizend zakenreizigers (12 procent). Duitsland heeft weliswaar een klein aandeel zakelijke bezoekers, maar wat betreft het absolute aantal zakenreizigers in Nederland nam 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 4,7 miljoen buitenlandse zakelijke bezoekers in 2018, kwam ruim een kwart voor een georganiseerd zakelijk bezoek (MICE) naar Nederland. Het betrof 1,3 miljoen buitenlandse MICE-bezoekers. 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.

Eén op de vijf combineert zakenreis met niet-zakelijk verblijf

Bij hun bezoek aan Nederland blijven buitenlandse zakenreizigers vaak niet langer dan noodzakelijk in ons land. Vier op de vijf zakelijke bezoekers verbonden geen vrijetijdsverblijf aan hun zakenreis naar Nederland. Van de reizigers die het zakelijke verblijf wel combineren met een vrijetijdsbezoek, blijft 67 procent nog enige tijd na



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.

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.

Buitenlandse zakenreizigers besteedden bijna 5 miljard euro

De circa 4,7 miljoen buitenlandse zakenreizigers die Nederland in 2018 bezochten, hebben naar schatting in totaal bijna 5 miljard euro besteed aan hun bezoek. Gemiddeld betekent dit dus ongeveer 1.045 euro per buitenlandse zakenreiziger (figuur 6.6). 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 zo'n 600 euro per persoon per verblijf.

6.5 Internationale positie van Nederland als congresbestemming

Deze afsluitende paragraaf van het hoofdstuk over zakelijk toerisme gaat in op de internationale positie die Nederland bekleedt als bestemming voor grote congressen. 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 congresbestemming wordt gevormd door de Verenigde Staten, Duitsland en Spanje. In 2018 stond Nederland in de ICCA-ranglijst op de negende plaats van internationale congresbestemmingen. Ten opzichte van 2017 betekent dit dat ons land een plaats is gestegen.

Tabel 6.2				Top 15 van internationale associatiecongresbestemmingen volgens ICCA, 2015-2018*				
Positie					Aantal congressen			
2018	2017	2016	2015		2015	2016	2017	2018
1	1	1	1	Verenigde Staten	925	934	941	947
2	2	2	2	Duitsland	667	689	682	642
3	4	5	4	Spanje	572	533	564	595
4	6	4	5	Frankrijk	522	545	506	579
5	3	3	3	Verenigd Koninkrijk	582	582	592	574
6	5	6	6	Italië	504	468	515	522
7	7	7	7	Japan	355	410	414	492
8	8	7	8	China	333	410	376	449
9	10	9	8	Nederland	333	368	307	355
10	9	10	10	Canada	308	287	360	315
11	11	10	12	Portugal	278	287	298	306
12	13	13	13	Zuid-Korea	267	267	279	273
13	14	15	11	Australië	247	211	258	265
14	15	14	16	Zweden	225	260	255	257
15	19	18	16	België	216	194	208	252

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.

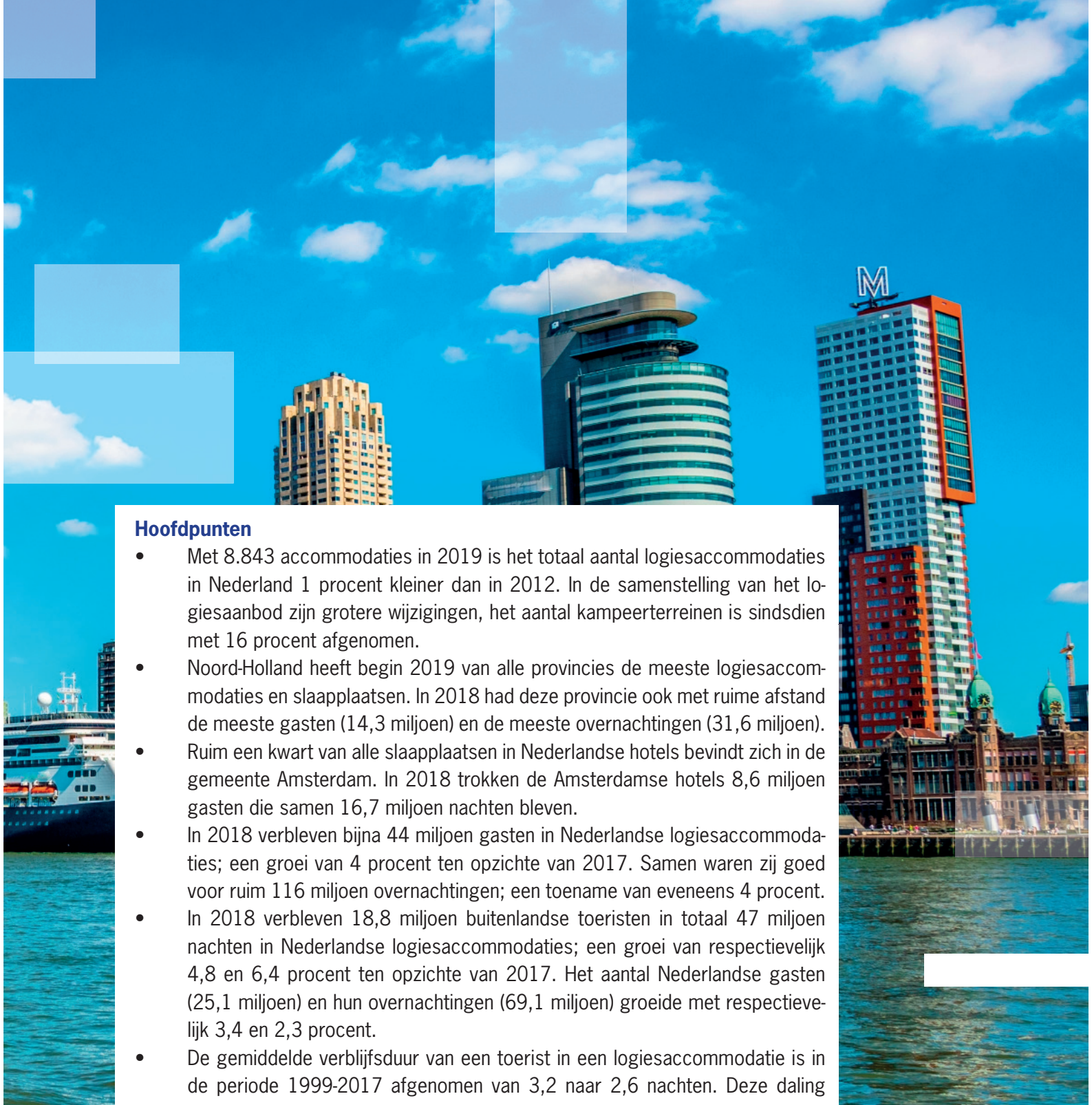


7

Aanbod en gebruik van logiesaccommodaties

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

Dit hoofdstuk is verzorgd door het CBS.



Hoofdpunten

- Met 8.843 accommodaties in 2019 is het totaal aantal logiesaccommodaties in Nederland 1 procent kleiner dan in 2012. In de samenstelling van het logiesaanbod zijn grotere wijzigingen, het aantal kampeerverreinen is sindsdien met 16 procent afgenomen.
- Noord-Holland heeft begin 2019 van alle provincies de meeste logiesaccommodaties en slaappleatsen. In 2018 had deze provincie ook met ruime afstand de meeste gasten (14,3 miljoen) en de meeste overnachtingen (31,6 miljoen).
- Ruim een kwart van alle slaappleatsen in Nederlandse hotels bevindt zich in de gemeente Amsterdam. In 2018 trokken de Amsterdamse hotels 8,6 miljoen gasten die samen 16,7 miljoen nachten bleven.
- In 2018 verbleven bijna 44 miljoen gasten in Nederlandse logiesaccommodaties; een groei van 4 procent ten opzichte van 2017. Samen waren zij goed voor ruim 116 miljoen overnachtingen; een toename van eveneens 4 procent.
- In 2018 verbleven 18,8 miljoen buitenlandse toeristen in totaal 47 miljoen nachten in Nederlandse logiesaccommodaties; een groei van respectievelijk 4,8 en 6,4 procent ten opzichte van 2017. Het aantal Nederlandse gasten (25,1 miljoen) en hun overnachtingen (69,1 miljoen) groeide met respectievelijk 3,4 en 2,3 procent.
- De gemiddelde verblijfsduur van een toerist in een logiesaccommodatie is in de periode 1999-2017 afgenomen van 3,2 naar 2,6 nachten. Deze daling voltrok zich overwegend in de periode 2003-2012 en werd vooral veroorzaakt door een afname van de verblijfsduur op kampeerverreinen, huisjesterreinen en in groepsaccommodaties en niet of nauwelijks door die in hotels.
- Toeristen brachten in 2018 meer nachten door in hotels dan in andere accommodatietypen: 51,6 miljoen. Op huisjesterreinen bedroeg het aantal overnachtingen 39,4 miljoen.
- In de periode 2012-2018 is de bezettingsgraad van Nederlandse logiesaccommodaties toegenomen. Vooral Amsterdamse hotels kennen een hoge bezettingsgraad.

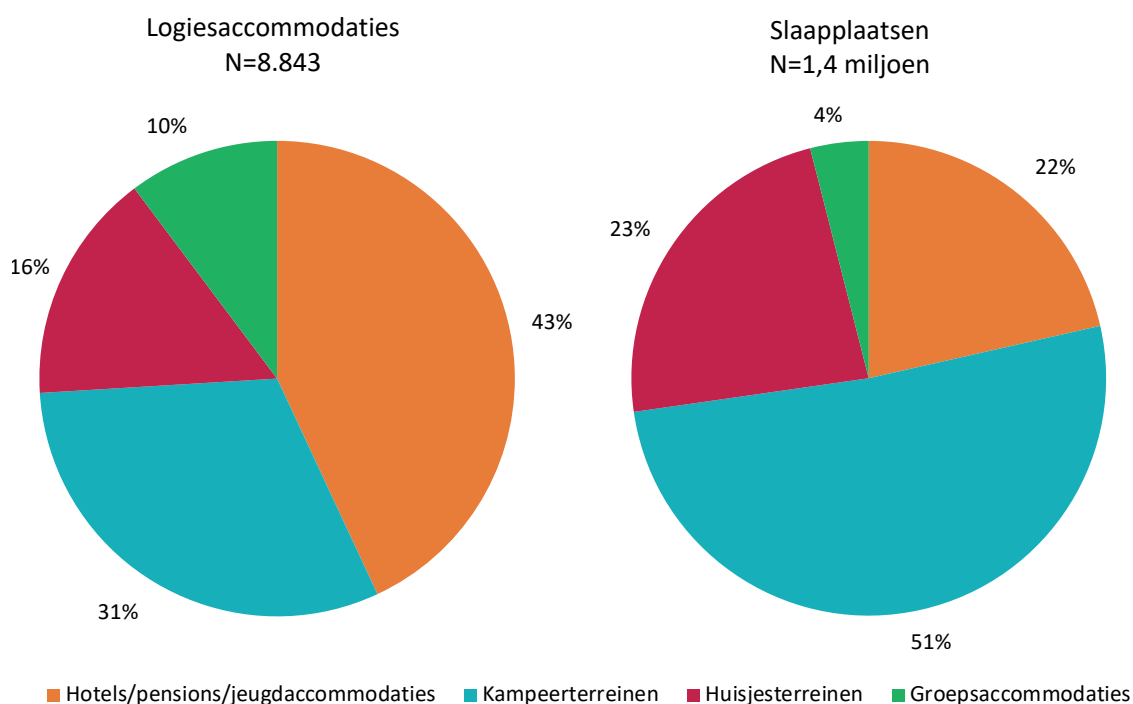
7.1 Aanbod van logiesaccommodaties in Nederland

Deze paragraaf beschrijft het aantal logiesaccommodaties in Nederland op basis van de inventarisatie die het CBS jaarlijks onder logiesaanbieders uitvoert. Naast het aantal logiesaccommodaties wordt het aantal bijbehorende slaappleaatsen beschreven (de capaciteit). Hierbij worden vier typen logiesaccommodaties onderscheiden. Deze aspecten worden ook per provincie beschreven om regionale verschillen bloot te leggen. Ten slotte wordt apart ingegaan op de ontwikkelingen in Amsterdam.

Bijna 9 duizend logiesaccommodaties in Nederland

Begin 2019 telde Nederland 8.843 logiesaccommodaties.¹ Dat is 3 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 en werden er 9.145 accommodaties in 2018 geteld. Omdat de jaar op jaar ontwikkelingen in de capaciteit niet zo groot zijn, wordt in deze paragraaf vooral vergeleken met 2012.

Figuur 7.1 Aanbod logiesaccommodaties en slaappleaatsen naar type accommodatie, 2019



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* In de figuren in dit hoofdstuk worden voor accommodaties de volgende ondergrenzen gehanteerd: hotels/pensions/jeugdaccommodaties met ten minste vijf slaappleaatsen; 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 slaappleaatsen.

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

In Nederland zijn de hotels, pensions en jeugdaccommodaties met 43 procent en de kampeerterreinen met 31 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 aan slaapplekken 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 slaapplekken per standplaats. De gemiddelde camping telt bijna 53 standplaatsen en heeft ruim 260 slaapplekken, terwijl het gemiddelde hotel met 36 kamers zo'n 80 slaapplekken oplevert. Hoewel 43 procent van het totale aantal logiesaccommodaties hotels betreft, beschikken deze maar over 22 procent van de totale capaciteit aan slaapplekken.

Meer huisjesterreinen, minder campings

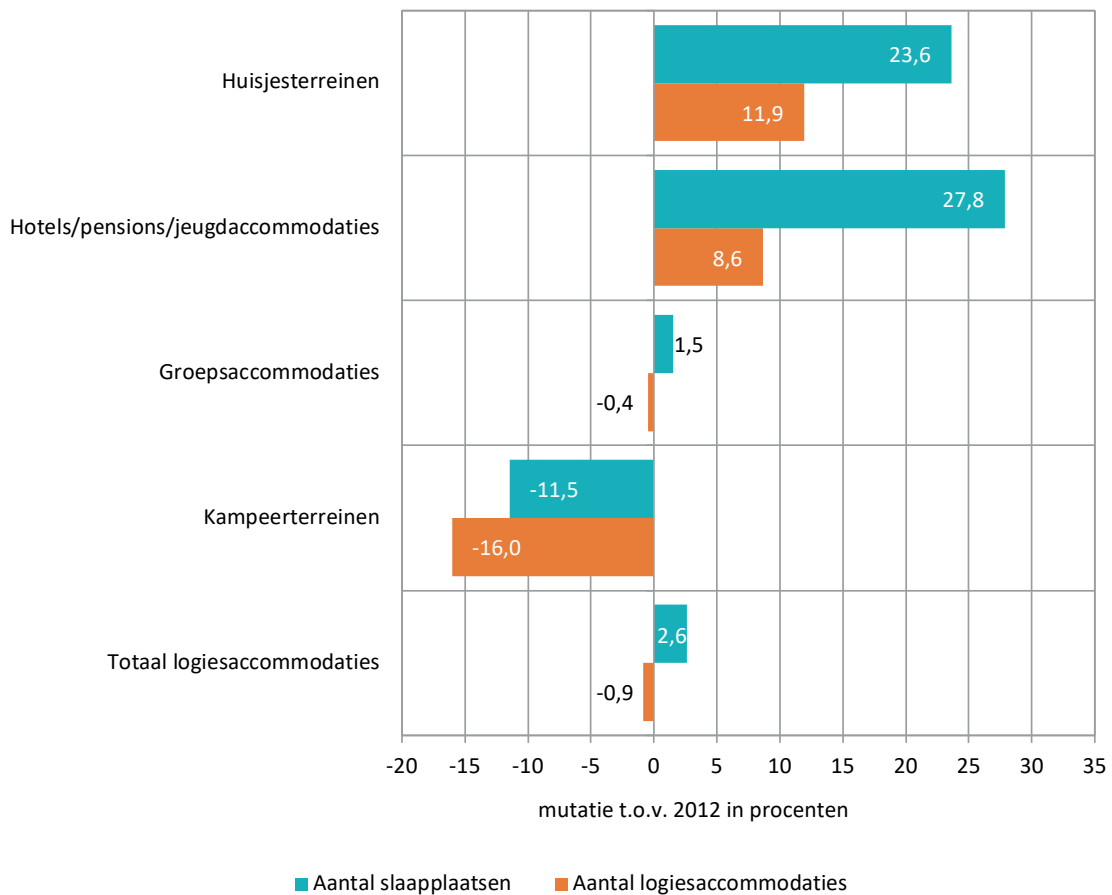
Ten opzichte van 2012 is de totale capaciteit aan slaapplekken in Nederland toegenomen in 2019, maar het aantal logiesaccommodaties afgenomen. Daarbij hebben zich ook verschuivingen voorgedaan tussen de verschillende typen logiesaccommodaties (figuur 7.2). Zo is het aantal hotels met 303 toegenomen ten opzichte van 2012, een stijging van bijna 9 procent. Het bijbehorende aantal slaapplekken steeg met bijna 28 procent. Hier zien we dus schaalvergroting, het gemiddelde hotel in 2019 is groter dan het gemiddelde hotel van 2012. Het aantal groepsaccommodaties nam iets af ten opzichte van 2012, maar het aantal slaapplekken in deze accommodaties nam juist toe (1,5 procent).

Ook is er ten opzichte van 2012 sprake van een toename van het aantal huisjesterreinen: begin 2019 telde Nederland 148 huisjesterreinen meer dan in 2012; een groei van 12 procent. Het bijbehorende aantal slaapplekken op huisjesterreinen is met ruim 23 procent toegenomen. Er is maar een type logiesaccommodatie waarvan het aantal accommodaties én het aantal slaapplekken in 2019 lager was dan in 2012: de kampeerterreinen. Het aantal kampeerterreinen in Nederland in 2019 is 16 procent lager dan in 2012; het aantal slaapplekken nam met 11,5 procent af. De laatste jaren verhuren kampeerterreinen steeds vaker ook stacaravans en chalets. Daardoor tellen zij in de cijfers niet alleen mee als kampeerterrein, 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.

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

Figuur 7.2

Aanbod logiesaccommodaties en slaappleatsen naar type accommodatie, ontwikkeling 2012-2019

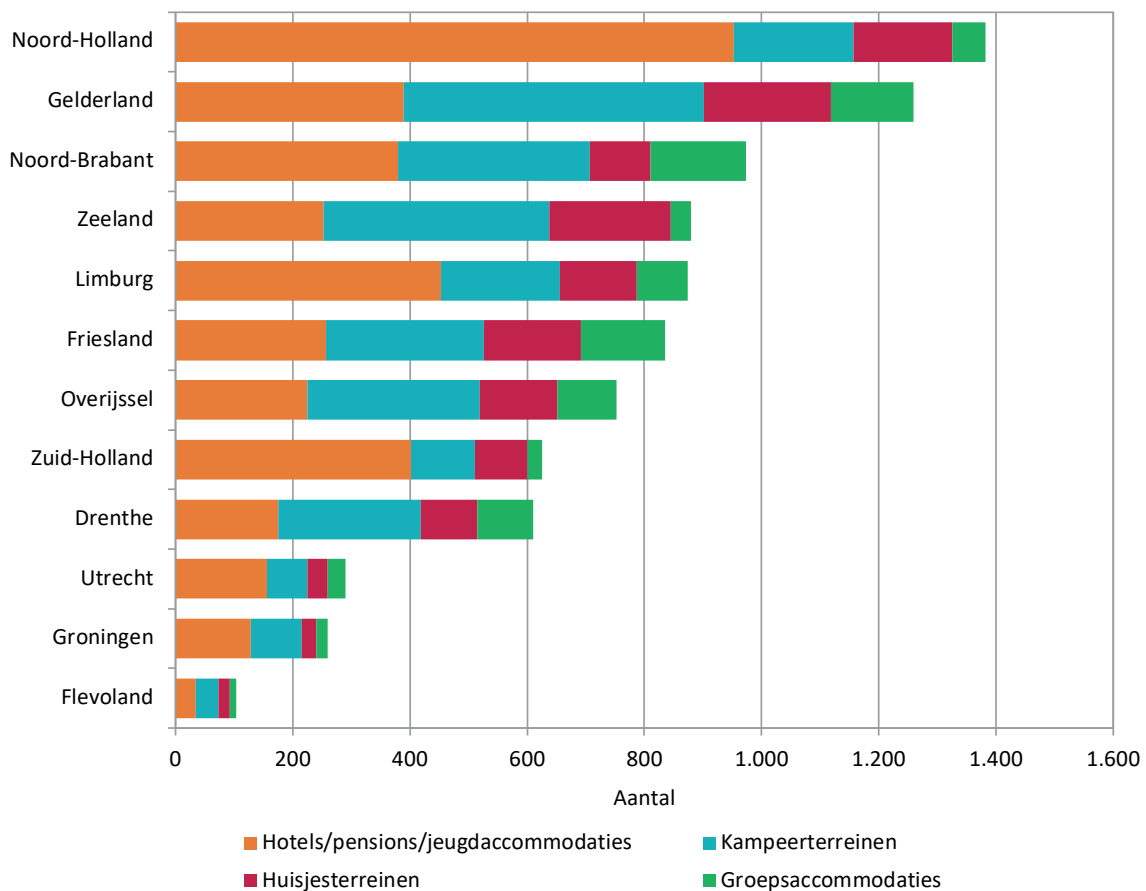


Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Noord-Holland heeft de meeste accommodaties

Van alle Nederlandse provincies heeft Noord-Holland begin 2019 de meeste logiesaccommodaties: 1.382. Dit komt vooral door het grote aantal hotels in Noord-Holland (figuur 7.3). Van de Noord-Hollandse hotels staat overigens ruim de helft in de gemeente Amsterdam. Ook in de provincies Zuid-Holland, 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 (1.259 in 2019). 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. Friesland en Noord-Brabant herbergen beide met 17 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.



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

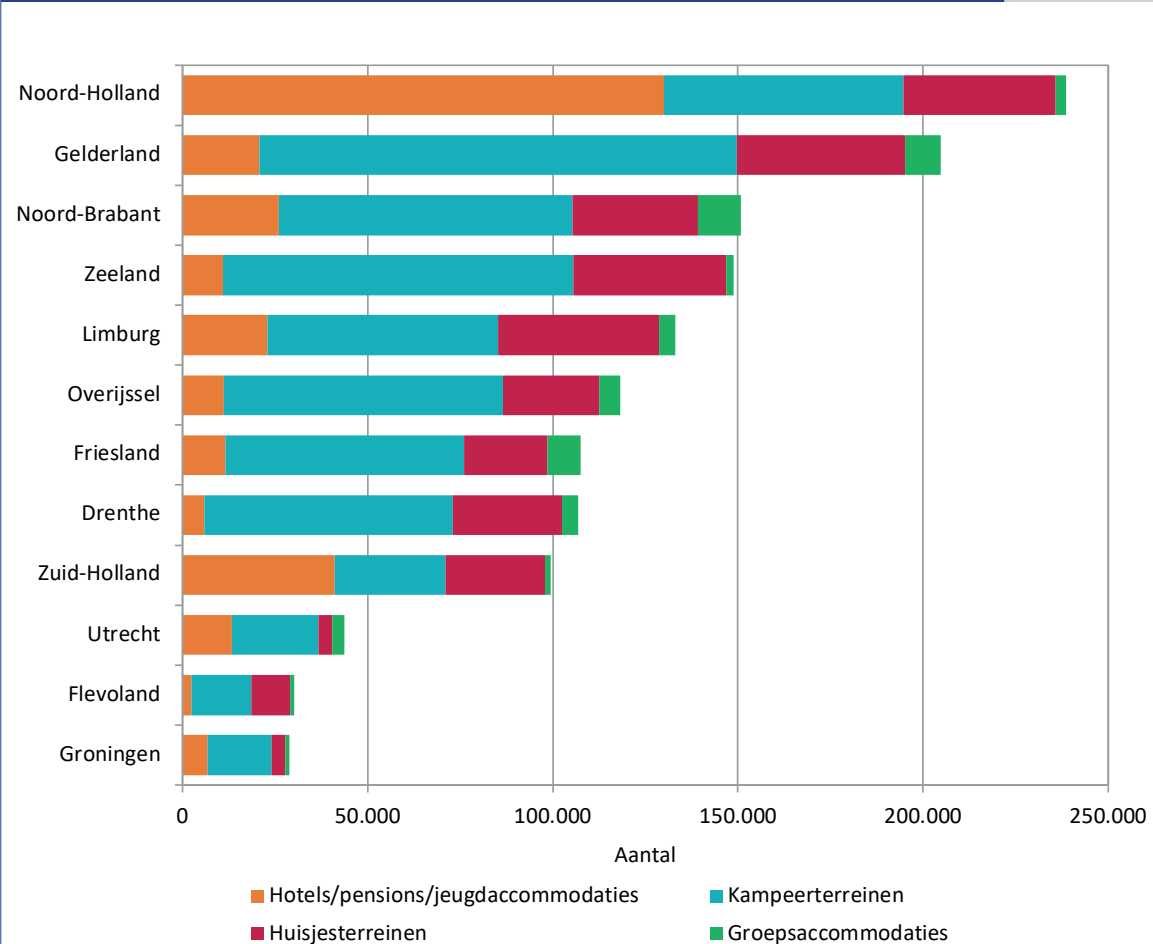
afzonderlijke inventarisatie van het aantal logiesaccommodaties in Nederland, met een onderscheid naar de volgende vier typen accommodaties: hotels/pensions/jeugdaccommodaties, kampeerterreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties. Met deze informatie stelt het CBS de cijfers samen die onder andere 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 2012-2019.

Afname aantal accommodaties in acht provincies

De ontwikkeling van het aantal accommodaties in Nederland tussen 2012 en 2019 varieerde van een toename met 14,6 procent in de provincie Utrecht tot een afname van 13,1 procent in de provincie Groningen. In slechts vier van de twaalf provincies was sprake van een toename van het aantal logiesaccommodaties: behalve voor Utrecht gold dit ook voor de provincies Noord-Holland (8,6 procent), Flevoland (4 procent) en Zeeland (1,3 procent). In de acht 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 tien van de twaalf provincies. Voor de kampeerterreinen liep de afname uiteen van -8,7 procent in Utrecht tot -38,4 procent in Groningen. De toename van het aantal huisjesterreinen varieerde van +1,9 procent in Noord-Brabant tot +35 procent in Flevoland; in Overijssel (-3 procent) en Limburg (-7,6 procent) nam hun aantal daarentegen af.



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Noord-Holland heeft de meeste slaappleaatsen

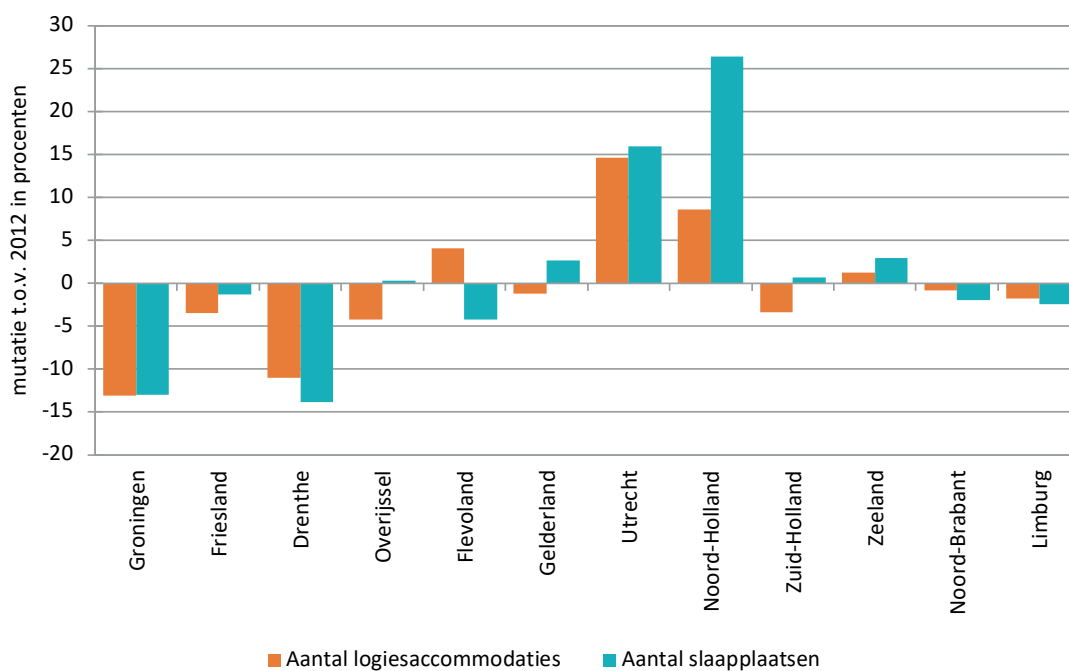
In 2019 was Noord-Holland de provincie met de meeste slaappleaatsen in logiesaccommodaties: ruim 238 duizend. Dit waren er in 2012 nog 189 duizend. Het aantal slaappleaatsen in Noord-Holland bestaat voor ruim de helft uit slaappleaatsen in hotels en is dus minder gevoelig voor het verlies aan populariteit van kampeerterreinen. De groei van het aantal slaappleaatsen in Noord-Holland heeft vooral plaatsgevonden in hotels. Begin 2019 hadden de Noord-Hollandse hotels samen ruim 49 duizend slaappleaatsen meer dan in 2012. Het leeuwendeel van deze groei vond plaats in Amsterdam. Begin 2019 had die gemeente 34,8 duizend meer slaappleaatsen in hotels dan in 2012; dat was goed voor 70 procent van de totale groei van het aantal slaappleaatsen in hotels in geheel Noord-Holland.

De ontwikkeling van het aantal slaappleaatsen in de overige provincies wisselt vrij sterk. Vooral Drenthe en Groningen zagen het aantal slaappleaatsen relatief fors dalen ten opzichte van 2012 (resp. -13,8 procent en -13 procent). Maar ook in Noord-Brabant en Limburg nam het aantal slaappleaatsen de afgelopen jaren met enkele duizenden af en in Friesland en Flevoland met ruim duizend. Die daling werd groten-

deels veroorzaakt door een afname van het aantal slaappleaatsen op kampeerterrinen. Alleen in de provincie Utrecht nam hun aantal toe; in alle overige provincies is het aantal slaappleaatsen op kampeerterrinen tussen 2012 en 2019 afgenomen. In Zuid-Holland is deze afname relatief gezien het sterkst: -26,5 procent. Maar daar werd de daling gecompenseerd door een toename van het aantal slaappleaatsen in andere typen logiesaccommodaties. In Friesland, Groningen, Drenthe, Flevoland, Noord-Brabant en Limburg was dat niet het geval.

Zoals gezegd nam ook in de overige provincies, met uitzondering van Utrecht, het aantal slaappleaatsen op kampeerterrinen af, maar hier werd deze daling vaak wel gecompenseerd door een toename van het aantal slaappleaatsen in andere typen logiesaccommodaties. Soms werd dit vergemakkelijkt door het feit dat voor deze laatste groep provincies het aandeel van kampeerterrinen in het totale aantal slaappleaatsen minder groot is. In Zuid-Holland bijvoorbeeld nam het aantal slaappleaatsen op kampeerterrinen met 10,8 duizend af ten opzichte van 2012, maar werd dit meer dan gecompenseerd door een toename van het aantal slaappleaatsen in hotels (+5,1 duizend) en op huisjesterreinen (+6,2 duizend). In Zeeland en Overijssel is het aandeel van kampeerterrinen in het totale aantal slaappleaatsen het grootst: 64 procent in 2019. Het aantal slaappleaatsen op kampeerterrinen is in deze provincies echter ook fors afgenomen tussen 2012 en 2019: -9,8 duizend in Zeeland en -4,6 duizend in Overijssel. De daling in Overijssel is gecompenseerd door een toename van het aantal slaappleaatsen op vooral huisjesterreinen en in hotels. In Zeeland is de daling ruimschoots gecompenseerd door een toename met 13,6 duizend slaappleaatsen

Figuur 7.5 Aanbod logiesaccommodaties en slaappleaatsen per provincie, ontwikkeling 2012-2019



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

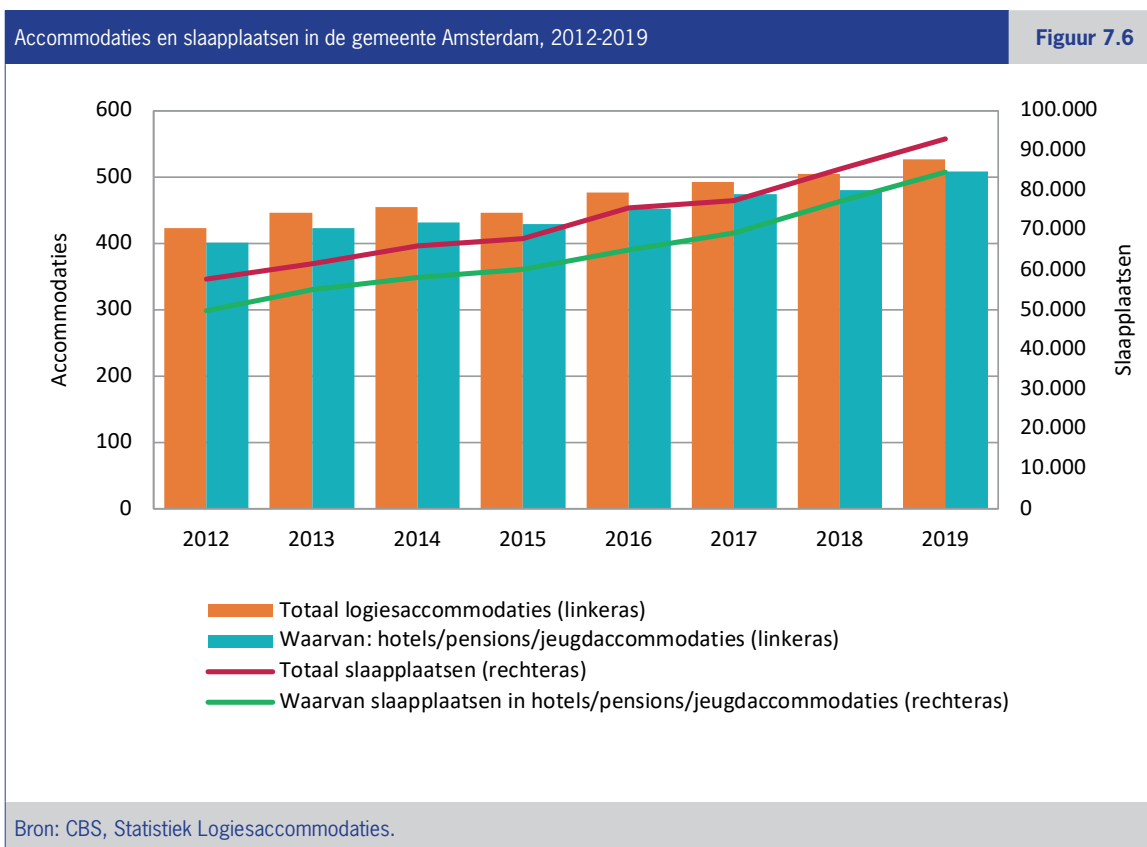
sen op huisjesterreinen. In Zeeland is sprake van een gedeeltelijke transformatie van kampeer- naar huisjesterreinen.

Uit het voorgaande ontstaat het beeld dat provincies die al over veel toeristische capaciteit beschikten, sterker gegroeid zijn (Noord-Holland) en dat provincies met minder toeristische capaciteit deze nog verder zagen afnemen (Groningen). In 2012 waren er in Noord-Holland 5,7 keer zoveel slaappleatsen als in Groningen; begin 2019 was dit opgelopen tot een factor 7,5. Drenthe doorbreekt dit algemene beeld: de van oudsher aanzienlijke toeristische capaciteit van deze provincie nam de laatste jaren duidelijk af (-13,8 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 hotelslaappleatsen in Amsterdam

Amsterdam is ook in toeristisch opzicht de hoofdstad van Nederland. In 2019 bevonden zich in deze gemeente 527 logiesaccommodaties, met samen bijna 93 duizend slaappleatsen (figuur 7.6). Van al deze Amsterdamse logiesaccommodaties is maar liefst 96 procent hotel; 508 stuks. Samen bieden zij meer dan 84 duizend slaappleatsen. Dat is 91 procent van alle slaappleatsen in Amsterdam, en 28 procent van alle Nederlandse slaappleatsen in hotels. Ter vergelijking: op de tweede plaats staat



Haarlemmermeer met circa 17 duizend slaappleatsen in hotels. Amsterdam steekt er dus met kop en schouders bovenuit.

Amsterdamse hotels zijn gemiddeld ook aanzienlijk groter dan die in de rest van Nederland. Een gemiddeld hotel in Nederland heeft 80 slaappleatsen in 2019 (66 slaappleatsen exclusief Amsterdam). Het gemiddelde hotel in Amsterdam is 2,5 keer zo groot: 167 slaappleatsen per hotel. Sinds 2012 is het gemiddelde aantal slaappleatsen per hotel in Amsterdam toegenomen. In 2012 was dit namelijk nog 124 slaappleatsen per hotel. Ook in de rest van Nederland is het gemiddelde aantal slaappleatsen per hotel de laatste jaren toegenomen maar in veel mindere mate (van 60 naar 66 slaappleatsen). Het aantal hotels in Amsterdam neemt dus sneller toe dan in de rest van Nederland en ook de gemiddelde capaciteit uitgedrukt in aantal slaappleatsen neemt sneller toe.

7.2 Gebruik van Nederlandse logiesaccommodaties

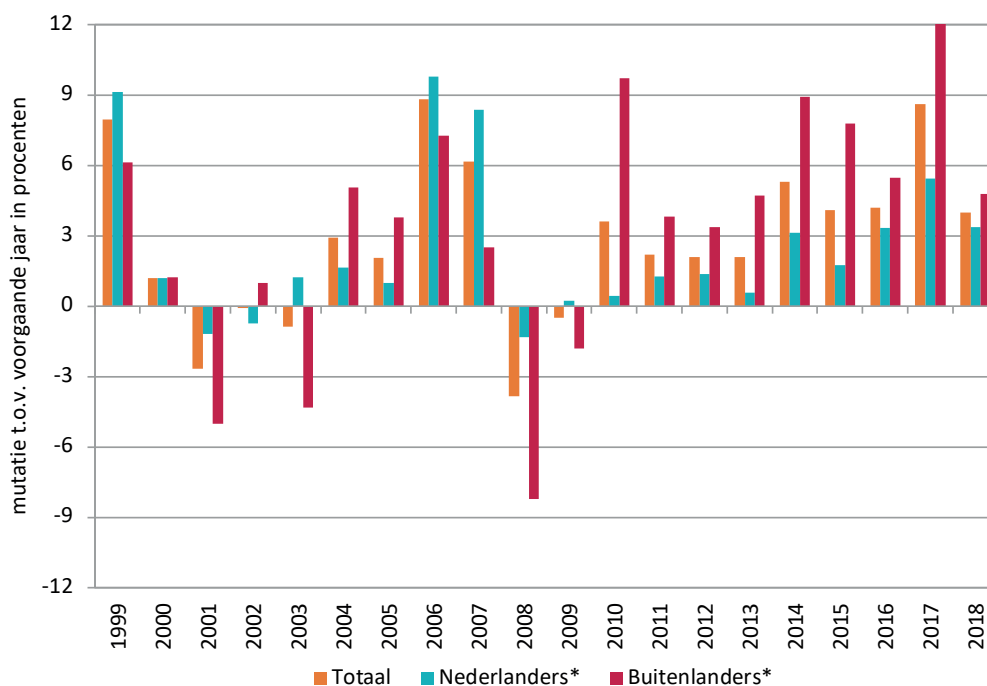
In de vorige paragraaf stond het aanbod aan logiesaccommodaties in Nederland centraal, uitgedrukt in aantallen accommodaties en het bijbehorende aantal slaappleatsen. Deze paragraaf besteedt aandacht aan het daadwerkelijke gebruik hiervan. Hoeveel gasten verbleven in Nederlandse accommodaties, en hoeveel 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, 1999-2018*

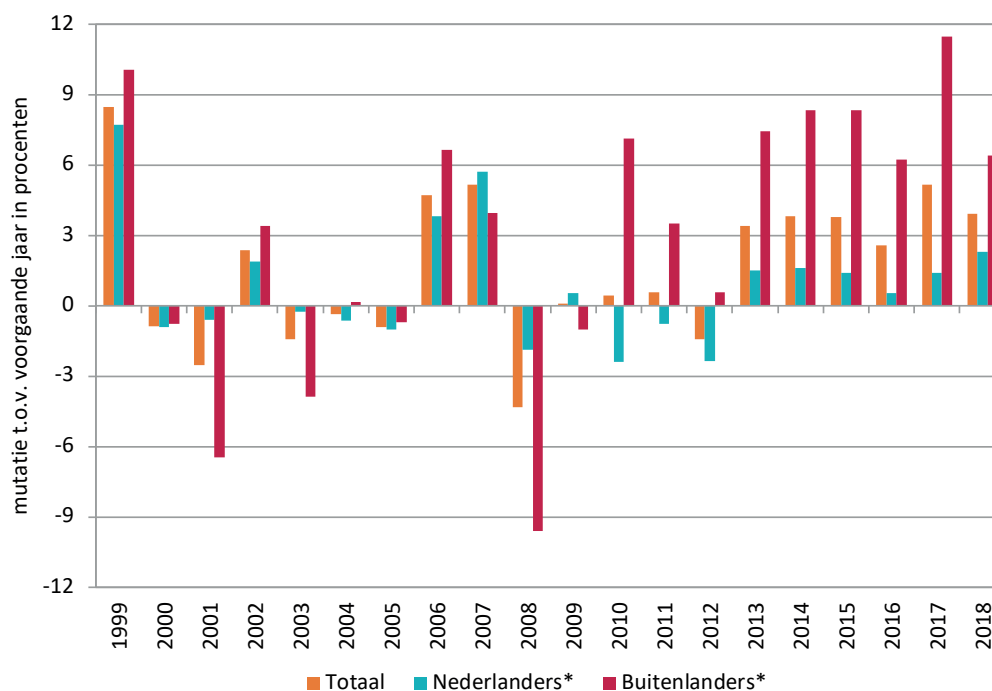
Figuur 7.7



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Ontwikkeling aantal overnachtingen in logiesaccommodaties, 1999-2018*

Figuur 7.8



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 tekstkader over deze statistiek in paragraaf 7.1). Om die reden zijn de uitkomsten van deze statistiek in termen van absolute aantallen niet goed over een langere periode met elkaar te vergelijken (het niveau). De figuren 7.7 en 7.8 tonen voor een lange reeks de jaarlijkse groei of krimppercentages 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.

1999-2018: overwegend groei

Over de gehele periode van 1999 tot en met 2018 groeide zowel het aantal gasten als het aantal overnachtingen in de Nederlandse logiesaccommodaties. In sommige perioden was zelfs sprake van forse groei. Tijdens drie perioden trad echter een noemenswaardige krimp op. De eerste krimp vond plaats rond 2001; het jaar van de aanslag op het World Trade Center in New York. Ook rond 2003 trad krimp op in het aantal gasten en overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties. Destijds waren de SARS-epidemie en de oorlog in Irak actueel. Ten slotte vond krimp plaats tijdens de eerste jaren van de recente economische crisis: rond 2008-2009. Daarna heeft het toerisme in Nederland, in navolging van de wereldwijde groei van het toerisme, zich vrij snel hersteld.

Naast het patroon van een gestage groei, tonen de figuren 7.7 en 7.8 ook een andere opvallende trend: vanaf 2003 groeit het aantal gasten 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 2,7 nachten in 2018 (buitenlandse toerist 2,5). Deze daling van de gemiddelde verblijfsduur heeft zich voltrokken in de periode 2003-2012 en is daarna min of meer gestabiliseerd. Gedetailleerd naar type logiesaccommodatie is de gemiddelde verblijfsduur in de verblijfsrecreatie (kampeer- en huisjesterreinen en groepsaccommodaties) veel meer gedaald dan in de hotels. Nederlanders én buitenlanders verblijven door de jaren heen dus vooral korter op campings en in huisjes.

Vanaf 2010: toerisme groeit vooral door buitenlandse gasten

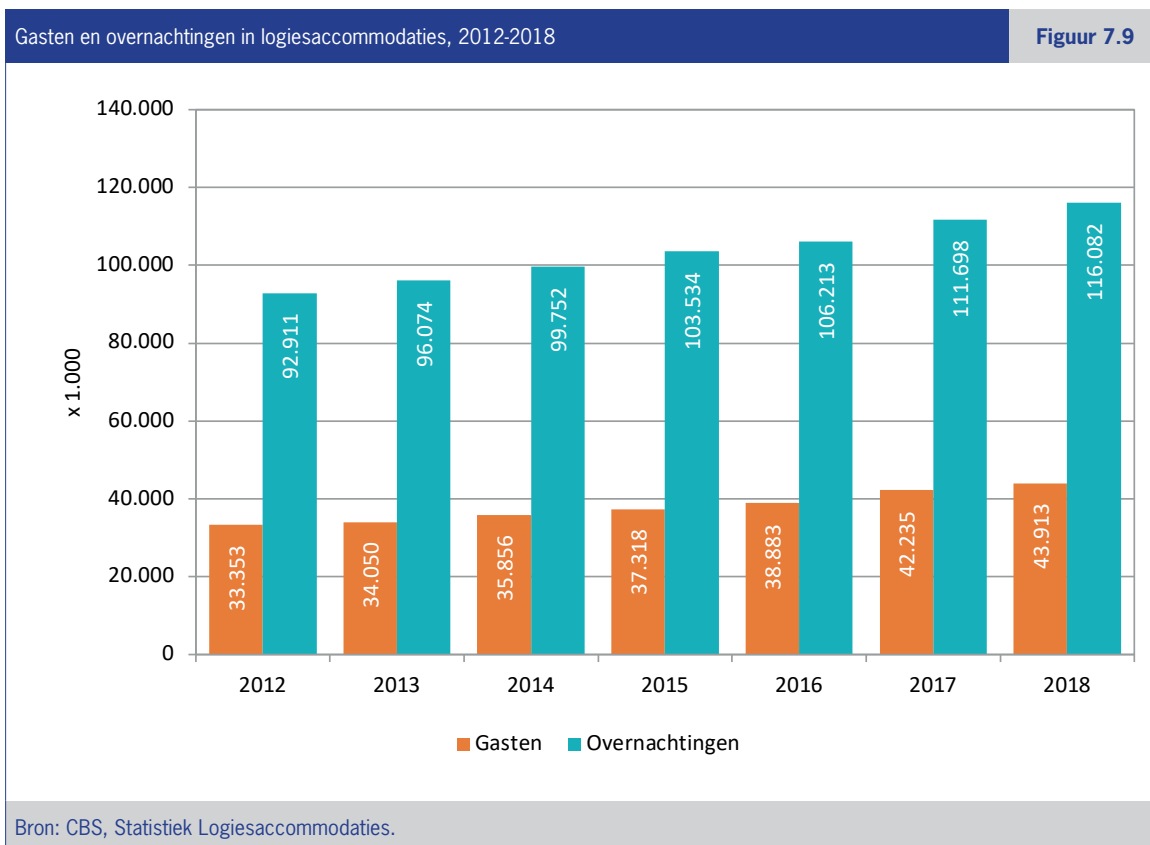
De figuren 7.7 en 7.8 laten zien dat er verschillen bestaan tussen de ontwikkeling van het aantal buitenlandse gasten (inkomend toerisme) en die van het aantal Nederlandse gasten (binnenlands toerisme). Het inkomend toerisme laat hogere pieken en diepere dalen zien dan het binnenlandse toerisme. Daardoor 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 vijftien jaar plaatsvonden: de ontwikkeling van het aantal gasten en overnachtingen. De rest van deze paragraaf richt zich op de periode 2012-2018 en bespreekt daarbij vooral de absolute cijfers.

Toerisme in Nederlandse logiesaccommodaties blijft groeien

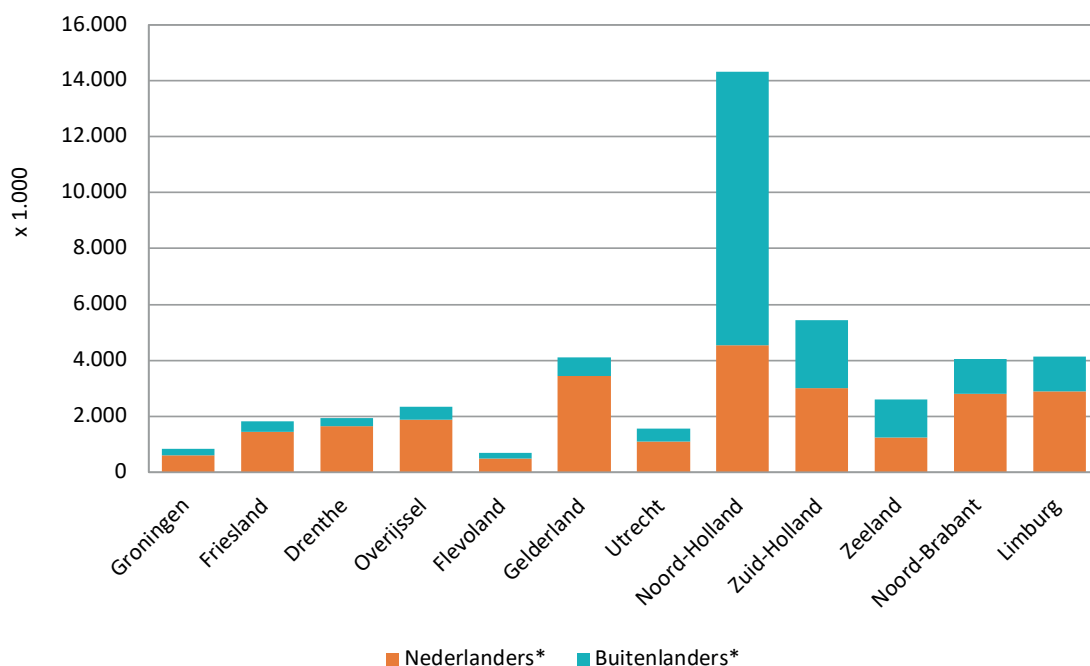
In 2018 verbleven bijna 44 miljoen gasten in Nederlandse logiesaccommodaties. Samen waren zij goed voor een recordhoogte van 116 miljoen overnachtingen (figuur 7.9). De gemiddelde verblijfsduur in een accommodatie was dus iets minder dan 3 nachten. Het aantal gasten in 2018 was 4 procent groter dan in 2017; het aantal overnachtingen was 3,9 procent groter. Sinds 2013 is er sprake van een jaarlijkse groei van het toerisme in Nederland. Deze jaarlijkse groei van zowel gasten als overnachtingen komt, zoals eerder gememoreerd, in belangrijke mate voor rekening van de buitenlandse gasten.



Meer overnachtingen van buitenlandse toeristen

In 2018 verbleven bijna 19 miljoen buitenlandse gasten in totaal 47 miljoen nachten in Nederlandse logiesaccommodaties. Dit was voor het aantal gasten 4,8 procent, en voor het aantal overnachtingen 6,4 procent hoger dan in 2017. Het aantal Nederlandse gasten en hun overnachtingen groeide ook, maar minder sterk: met respectievelijk 3,4 en 2,3 procent. Daardoor nam het aandeel van buitenlanders in de overnachtingen iets toe, van 39,5 procent in 2017 naar 40,5 procent in 2018. De overige 60 procent in 2018 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 7.10 Gasten in logiesaccommodaties naar provincie en herkomst, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Noord-Holland spant de kroon

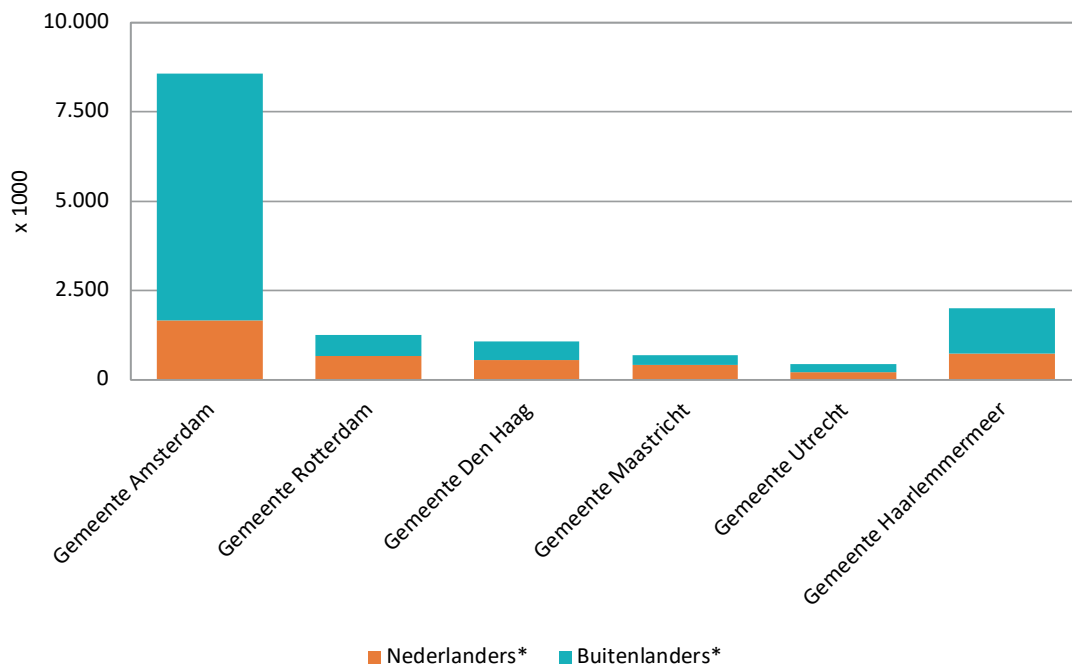
In Noord-Holland is zowel het aantal gasten (14,3 miljoen in 2018, figuur 7.10) als het aantal overnachtingen (31,6 miljoen) met afstand het grootst van alle provincies. De aantrekkingskracht van Amsterdam en het grote aantal hotels in die gemeente (zie paragraaf 7.1) speelt de belangrijkste rol in deze koppositie van Noord-Holland. Zuid-Holland komt op de tweede plaats met het aantal gasten (5,4 miljoen in 2018) maar niet met het aantal overnachtingen. Hoewel Gelderland beduidend minder gasten (4,1 miljoen) trok dan Zuid-Holland, waren er meer overnachtingen (12,1 miljoen) dan in Zuid-Holland (12 miljoen). Wat betreft het aantal overnachtingen wordt Zuid-Holland direct gevolgd door Limburg (11,8 miljoen), maar ook in deze provincie was

het aantal gasten in 2018 geringer (4,1 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 2017 was de groei van het verblijfstoerisme het grootst in de provincie Noord-Holland: het aantal gasten nam daar toen nog toe met 11,7 procent en het aantal overnachtingen met 9,4 procent. In 2018 was de toename van het verblijfstoerisme in Noord-Holland duidelijk bescheidener: het aantal gasten en overnachtingen nam toe met resp. 3,4 procent en 5,3 procent. De grootste groei van het verblijfstoerisme in 2018 was in de provincie Groningen. Zowel het aantal gasten (+28,6 procent) als het aantal overnachtingen (+21,2 procent) groeide meer dan 5 keer zo snel als in de overige provincies tezamen. Groningen blijft desalniettemin een relatief kleine speler in het verblijfstoerisme. Het telde in 2018 niet meer het geringste aantal gasten van alle provincies (dat was Flevoland), maar wel had Groningen nog steeds het geringste aantal overnachtingen (1,8 miljoen). Wat betreft de ontwikkeling van het aantal gasten in 2018 kenden de provincies Friesland, Zuid-Holland en Noord-Brabant een groei die lager was dan de groei in Noord-Holland. In de provincies Utrecht en Flevoland nam het aantal gasten zelfs af (resp. -0,7 procent en -5,8 procent). In Utrecht nam het aantal overnachtingen desondanks nog toe (+3,2 procent), maar in Flevoland nam ook het aantal overnachtingen af (-5,8 procent). Afgezien van krimp van het aantal overnachtingen in Flevoland en zeer forse groei in Groningen, groeide in de overige provincies het aantal overnachtingen met 2 (Zuid-Holland en Limburg) tot 6 procent (Friesland).

Behalve in Flevoland en Utrecht namen de aantallen buitenlandse gasten en overnachtingen in alle provincies toe ten opzichte van 2017. Alleen in Flevoland is naast de afname van het aantal buitenlandse gasten en overnachtingen tegelijkertijd een daling zichtbaar in het aantal Nederlandse gasten en overnachtingen. De hierboven opgemerkte zeer forse groei van het verblijfstoerisme in Groningen in 2018 is het resultaat van een vergelijkbare groei van het aantal binnenlandse gasten en overnachtingen en het aantal buitenlandse gasten en overnachtingen. Naast Noord-Holland is Zeeland de enige provincie die in 2018 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 waren de buitenlandse gasten in de meerderheid (52 procent). Net als in 2017 lag de gemiddelde verblijfsduur van buitenlandse toeristen in Zeeland (4,2 nachten) hoger dan die van Nederlandse toeristen (3,8 nachten), waardoor bui-

Figuur 7.11 Gasten in hotels/pensions/jugdaccommodaties naar gemeente en herkomst, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

tenlandse gasten in 2018 een groter aandeel hadden in het totaal aantal overnachtingen in Zeeland (55 procent).

Amsterdamse hotels trekken 8,6 miljoen gasten

Hotels in de gemeente Amsterdam trokken in 2018 gezamenlijk bijna 8,6 miljoen gasten (figuur 7.11). Zij bleven daar gemiddeld bijna 2 nachten in een accommodatie; in totaal boekten zij 16,7 miljoen overnachtingen. Voor het overgrote deel ging het om buitenlandse gasten: ruim 6,9 miljoen ofwel 81 procent van het totale aantal gasten in 2018. 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 (63 procent van het aantal gasten in 2018); de nabijheid van Schiphol speelt daarbij natuurlijk een rol. Voor Maastricht was dit aandeel het laagst (40 procent). Ten slotte valt op dat ook in 2018 de gemiddelde verblijfsduur van buitenlandse gasten in de hotels in de grote steden net iets boven dat van de Nederlandse gasten ligt.

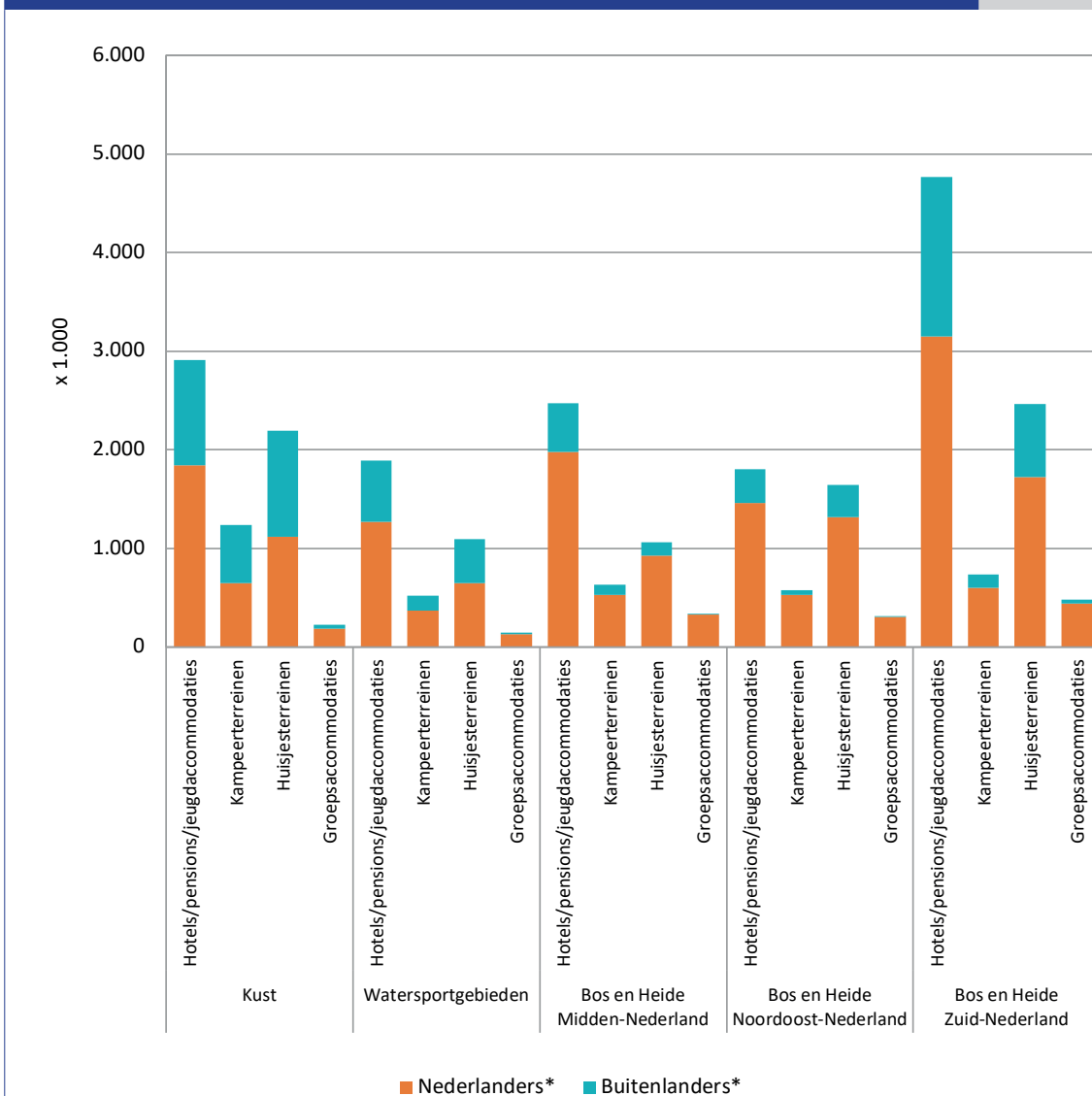
Bos en Heide in Zuid-Nederland zijn populair

Figuur 7.12 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 7.12 trokken Bos en Heide in Zuid-Nederland de meeste gasten in 2018: ruim 8,4 miljoen. De gasten verbleven er met name in hotels en op huisjesterreinen. Er vonden 22,8 miljoen overnachtingen plaats. Dat komt neer op een gemiddelde van 2,7 overnachtingen per gast in het landsdeel Bos en Heide in Zuid-Nederland. Dat is het geringste aantal overnachtingen per gast van de vijf toeristische landsdelen. De gasten in het landsdeel Kust bleven bijvoorbeeld gemiddeld 1 dag langer (3,7 overnachtingen). Ondanks dat dit landsdeel Kust in 2018 bijna 2 miljoen gasten minder ontving dan het landsdeel Bos en Heide in Zuid-Nederland, was het aantal overnachtingen er daardoor toch groter (24 miljoen). Naast hotels en huisjesterreinen zijn kampeerterreinen er populair, vooral onder buitenlandse gasten. Zowel aan de Kust als in de Watersportgebieden verble-

Gasten in vijf toeristisch landsdelen naar type accommodatie en herkomst, 2018*

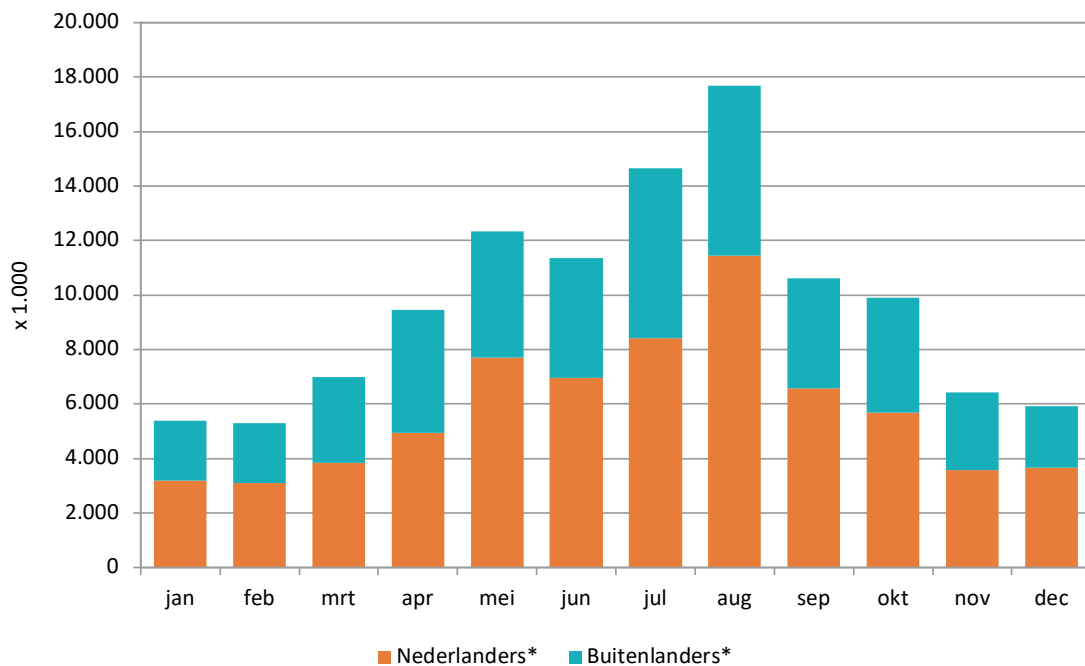
Figuur 7.12



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Figuur 7.13 Overnachtingen in logiesaccommodaties naar maand en herkomst gasten, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

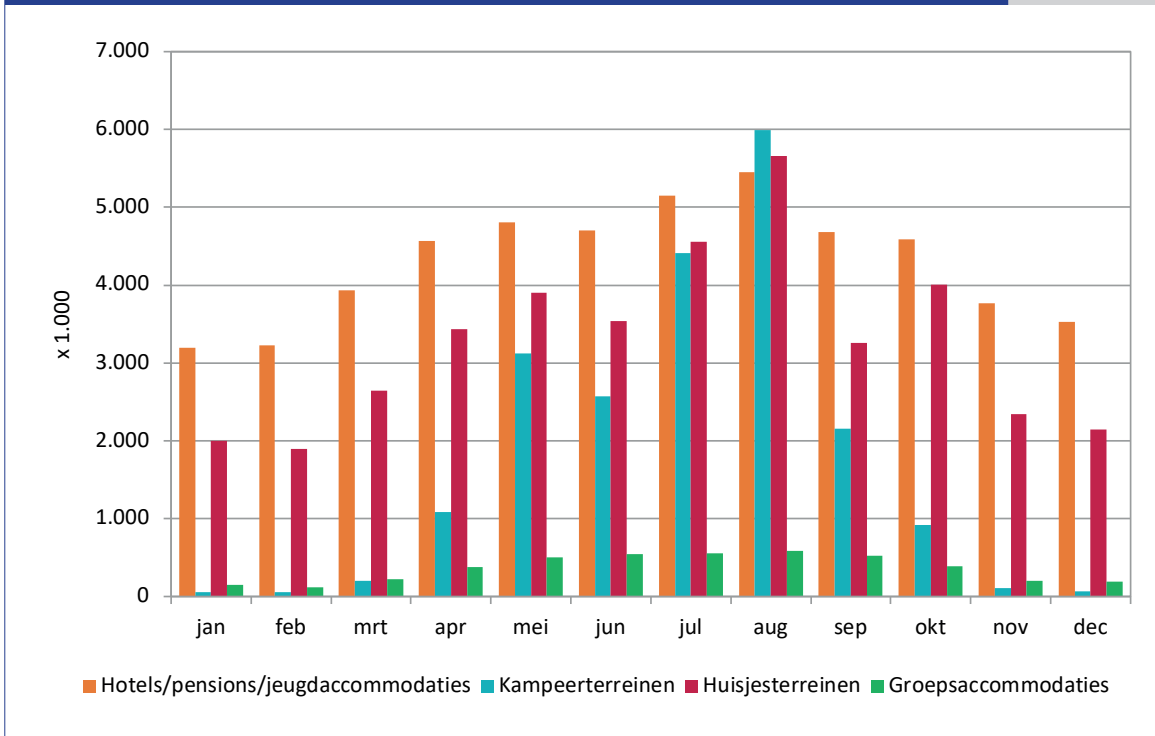
* Naar land waar de betreffende toerist woont.

ven buitenlandse toeristen langer dan Nederlandse toeristen; in het landsdeel Kust is het verschil 0,7 nachten en in het landsdeel Watersportgebieden 0,5 nachten. In de andere landsdelen die zijn opgenomen in figuur 7.12 verbleven juist Nederlandse toeristen langer dan buitenlandse toeristen. Het toeristisch landsdeel Overig Nederland, waaronder de 4 grote steden, ontving 36 procent van alle gasten in 2018 (maar 56 procent van alle buitenlandse gasten) en er vonden niet meer dan 24 procent van alle overnachtingen plaats (maar wel 43 procent van alle overnachtingen van buitenlanders). De gemiddelde verblijfsduur, nog geen 2 nachten, is er dan ook korter dan elders. Dat geldt zowel voor de Nederlandse als voor de buitenlandse toeristen die er verbleven.

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 7.13 toont het maandelijks aantal overnachtingen van Nederlandse en buitenlandse gasten in 2018. In de zomermaanden was het aantal overnachtingen het grootst; in de wintermaanden het kleinst. In 2018 was, net als in 2017, het aandeel van buitenlanders in de overnachtingen het grootst in april (48 procent) en het kleinst



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

in augustus (35 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 2018.

Meeste overnachtingen in hotels

Toeristen overnachtten in 2018 meer in hotels dan in andere accommodatietypen. In totaal ging het om 51,6 miljoen overnachtingen. Tijdens een gemiddelde nacht in 2018 logeerden bijna 141 duizend gasten in een hotel in Nederland. Ook op huisjesterreinen logeerden veel gasten: 39,4 miljoen overnachtingen. Op kampeerterreinen verbleven de gasten in totaal 20,7 miljoen nachten; in groepsaccommodaties ging het om 4,3 miljoen overnachtingen. De marktaandelen van de diverse accommodatietypen verschillen wel per maand; tijdens de zomermaanden liggen de verhoudingen anders dan in de winter (figuur 7.14). 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.

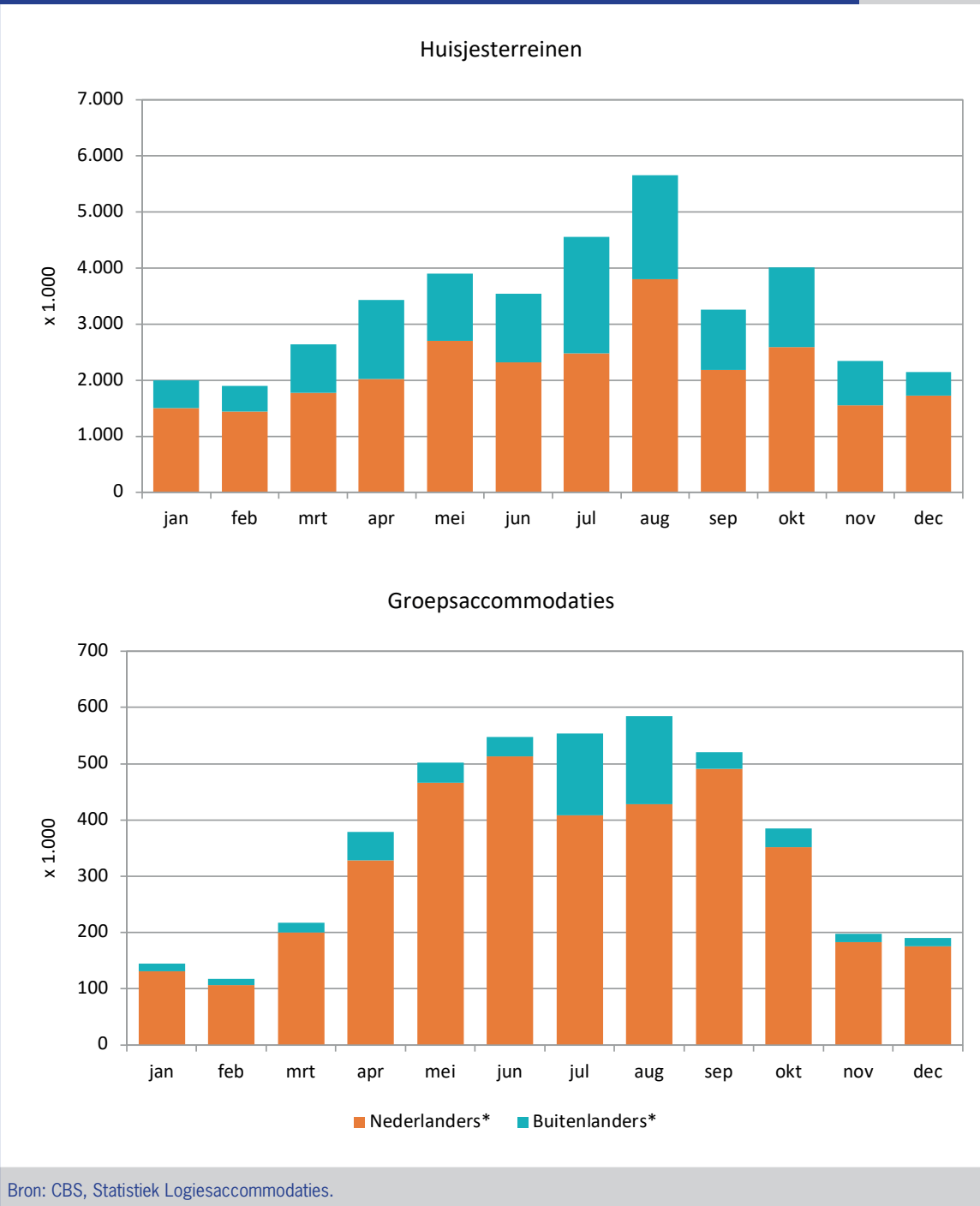
Figuur 7.15a Overnachtingen in logiesaccommodaties naar maand, type accommodatie en herkomst gasten, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

* Naar land waar de betreffende toerist woont.

Onder Nederlandse toeristen zijn huisjesterreinen het populairst. In 2018 verbleven Nederlanders gezamenlijk 26,1 miljoen nachten op huisjesterreinen. Onder buitenlandse gasten in Nederland zijn hotels het populairste accommodatietype. In 2018 verbleven zij gezamenlijk 27,9 miljoen nachten in hotels. Het volgende deel beschrijft per accommodatietype het maandelijkse aantal overnachtingen in 2018.



* Naar land waar de betreffende toerist woont.

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 7.15a). Net als bij andere accommodatiety-

pen, 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 2018 vond 59,3 procent plaats in een hotel. Het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten was in alle maanden hoger dan het aantal overnachtingen van gasten uit Nederland.

Seizoenspatroon bij kampeerterreinen het sterkst

Het seizoenspatroon in het aantal overnachtingen is van alle accommodatietypen het sterkst aanwezig bij kampeerterreinen. Het aantal overnachtingen op kampeerterreinen concentreert zich in de zomermaanden, waarbij in 2018 de piek plaatsvond in de maand augustus. Het aandeel van buitenlandse toeristen is bescheiden. Over heel 2018 betrof 25,5 procent van de overnachtingen een overnachting van een buitenlandse gast. Nederlandse campings trekken dus vooral binnenlandse gasten. In de zomermaanden (juni, juli, augustus) van 2018 overnachtten bijna vier van de tien binnenlandse toeristen op een kampeerterrein, terwijl dit over het hele jaar gezien 22 procent bedroeg, net als in 2017 (in 2016 was dit nog 25 procent). De camping was hiermee in de zomer van 2018 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 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 2018 vond 38 procent plaats in een huisje. Over heel 2018 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 juli is de populariteit van huisjesterreinen onder buitenlandse toeristen het grootst met 45 procent van het aantal overnachtingen in een huisje; in 2017 was dit 41 procent. Over heel 2018 gezien vond 28 procent van de overnachtingen door buitenlandse gasten plaats in een huisje.

Weinig buitenlandse gasten in groepsaccommodaties

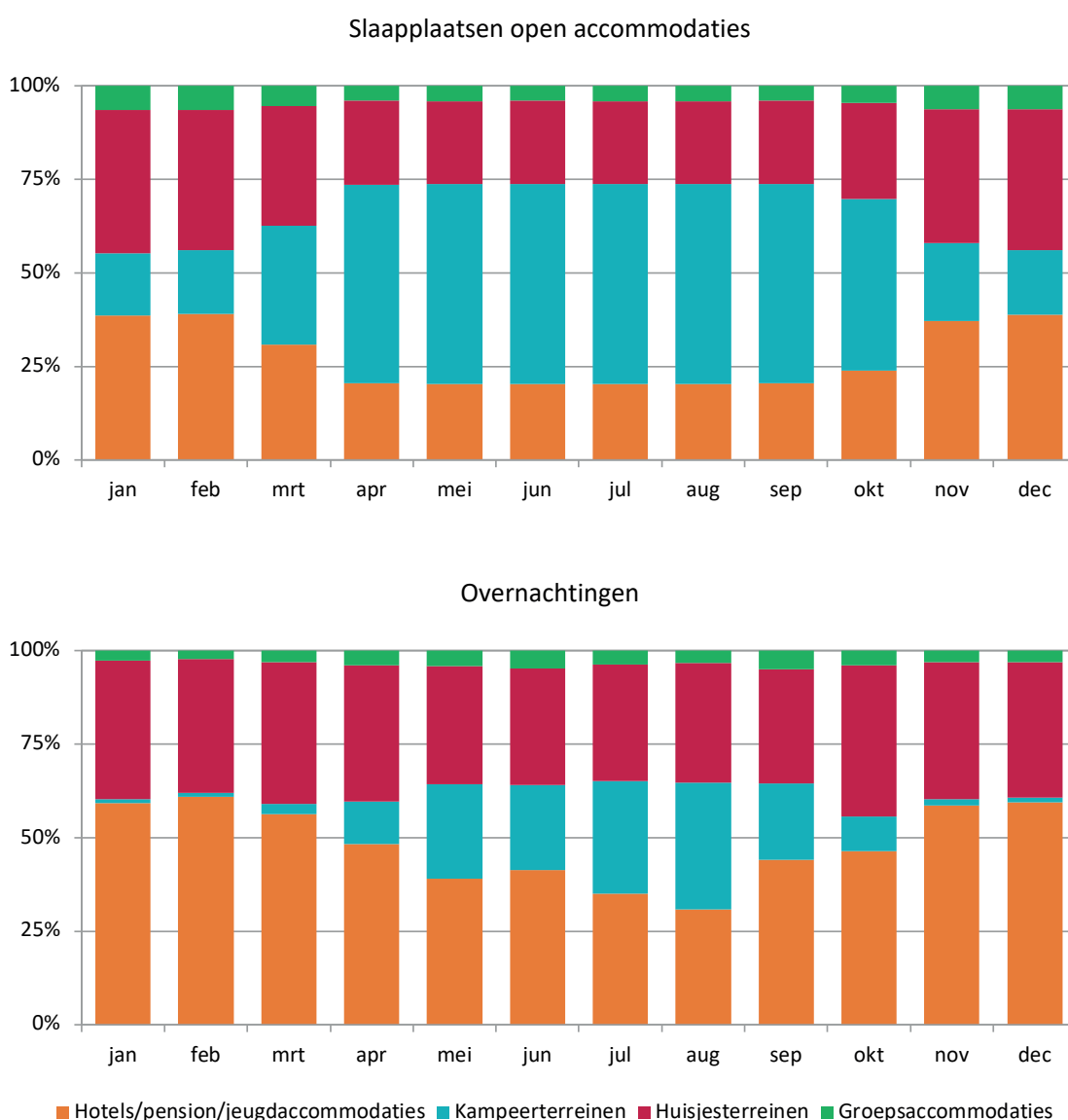
Groepsaccommodaties trekken niet veel buitenlandse gasten: iets meer dan één procent van alle overnachtingen van buitenlandse gasten vond in 2018 plaats in een groepsaccommodatie. Meer dan de helft daarvan vond plaats in de maanden juli en augustus. Nederlandse gasten weten de groepsaccommodaties echter 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.

7.3 Bezettingsgraden

Deze laatste paragraaf in dit hoofdstuk beschrijft de bezettingsgraden van Nederlandse logiesaccommodaties. De bezettingsgraad is de verhouding tussen het aantal bezette slaappleatsen (overnachtingen) en het aantal beschikbare slaappleatsen, 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.

Slaappleatsen en overnachtingen in logiesaccommodaties per maand naar type accommodatie, 2018

Figuur 7.16



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

Aanbod logiesaccommodaties beweegt mee met vraag

In figuur 7.16 wordt geïllustreerd hoe het aanbod van logiesaccommodaties in de vorm van slaappleatsen zich verhoudt tot het daadwerkelijke aantal overnachtingen (bezette of gebruikte slaappleatsen). De bruto of maximale capaciteit aan slaappleatsen is de capaciteit die in paragraaf 7.1 is beschreven. Deze maximale capaciteit is voor alle maanden gelijk. De kampeertreinen nemen het grootste deel van deze capaciteit voor hun rekening (53 procent in 2018). Het bovenste staafdiagram van figuur 7.16 schetst de feitelijk beschikbaar gestelde capaciteit aan slaappleatsen. Sommige logiesaccommodaties – bijvoorbeeld kampeertreinen – 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 2018 minder dan 21 procent van het maximale aantal slaappleatsen op kampeertreinen beschikbaar. Maar ook andere typen logiesaccommodaties zijn niet het gehele jaar volledig geopend. Zo was voor hotels in januari 2018 het aantal beschikbare slaappleatsen 93 procent van het maximale aantal, voor huisjesterreinen 86 procent en voor groepsaccommodaties 78 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. Het patroon van de door het jaar heen aangeboden capaciteit aan slaappleatsen vertoont daarmee gelijkheid met het patroon van het daadwerkelijke aantal overnachtingen (zie het onderste staafdiagram van figuur 7.16).

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

slaapplaatsen 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 slaapplaatsen in januari. Dat komt uit op een capaciteit van 3.100 slaapplaatsen 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 kampeerterreinen vaak laag

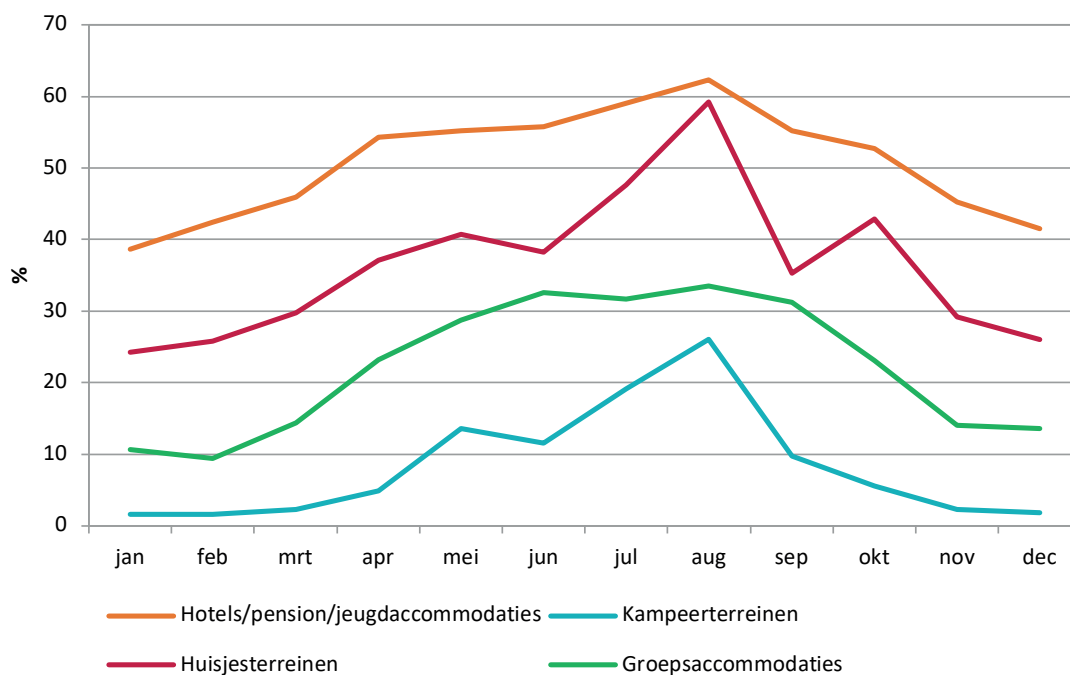
Kampeerterreinen bieden geen slaapplaatsen aan in de vorm van bedden, maar in de vorm van standplaatsen. Bij dit type accommodatie is voor de berekening van de capaciteit gekozen voor een arbitrair aantal van vijf slaapplaatsen per standplaats, wat gezien wordt als maximaal mogelijke bezetting.

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 methodiek 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.

Bezettingsgraad het hoogst in juli en augustus

De bezettingsgraad van logiesaccommodaties is doorgaans het hoogst in de zomermaanden juli en augustus (figuur 7.17). Bij hotels loopt die bezettingsgraad in 2018 uiteen van 39 procent in januari tot 62 procent in augustus. De huisjesterreinen kenden in augustus 2018 hun hoogste bezettingsgraad: 59 procent.

Figuur 7.17 Bezettingsgraad logiesaccommodaties per maand naar type accommodatie, 2018*



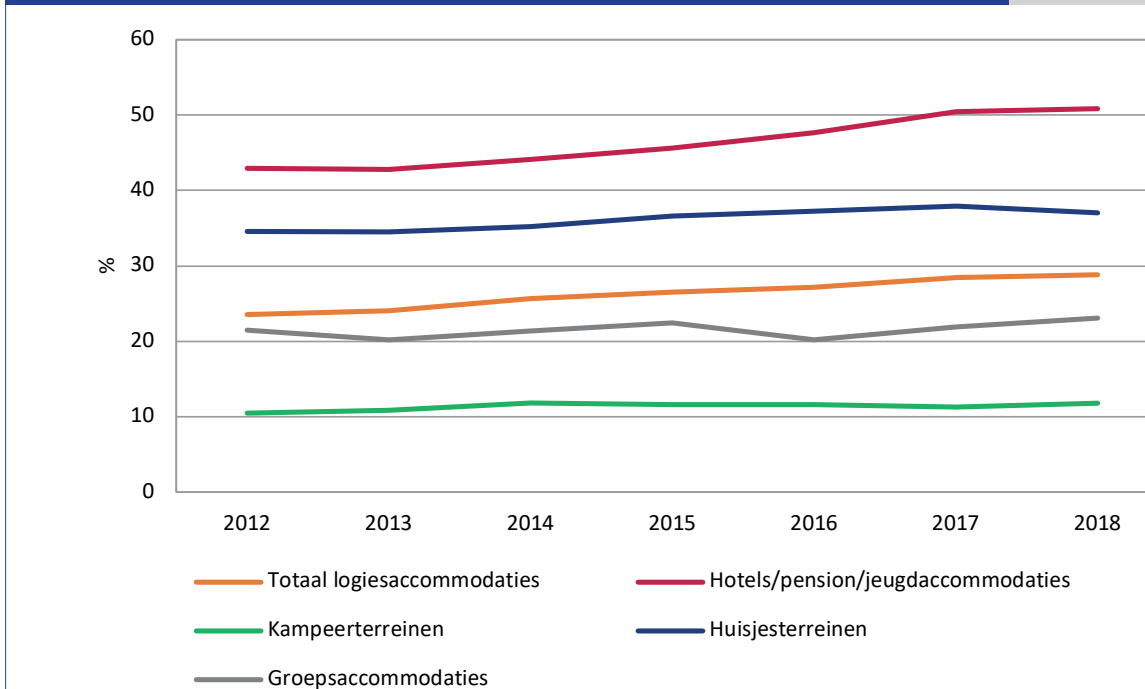
Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

Bezettingsgraad neemt toe

In de periode 2012-2018 is de bezettingsgraad van Nederlandse logiesaccommodaties toegenomen (figuur 7.18). In alle vier de onderscheiden typen accommodaties was de bezettingsgraad in 2018 hoger dan in 2012. En hoewel de bezettingsgraad van kampeerterreinen sinds 2014 aanvankelijk iets afnam, is deze trend in 2018 omgekeerd. De bezettingsgraad van kampeerterreinen was in 2018 terug op het niveau van 2014. Verder valt op dat de huisjesterreinen in 2018 voor het eerst zijn geconfronteerd met een dalende bezettingsgraad. Wellicht is de forse uitbreiding in 2018 van het aantal slaapplekken op huisjesterreinen (+6,3 procent) daar mede debet aan.

Een toegenomen bezettingsgraad betekent overigens niet per definitie dat het toerisme ook toeneemt. Het betreft immers een verhoudingsgetal. Als het aantal overnachtingen afneemt, maar de capaciteit nog sterker afneemt, neemt de bezettingsgraad toch toe. Dit geldt bijvoorbeeld voor de kampeerterreinen waar de bezettingsgraad



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

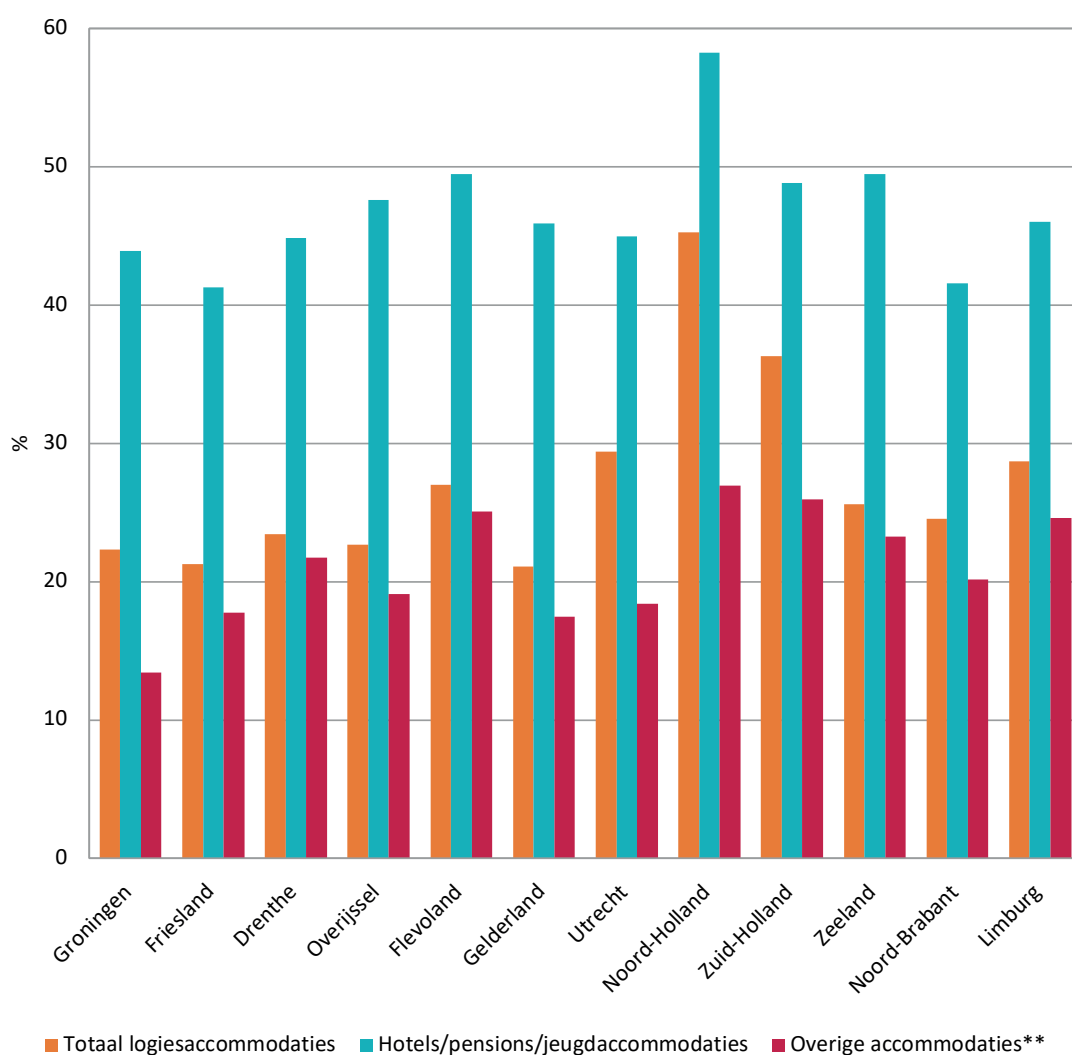
ten opzichte van 2012 vooral is toegenomen door het verminderen van de beschikbare capaciteit en niet door een toename van het aantal overnachtingen.

Hoogste bezettingsgraad van hotels in Noord-Holland

Van alle provincies kende Noord-Holland in 2018 de hoogste bezettingsgraad van hotels (figuur 7.19). Dit komt door de aantrekkingskracht van Amsterdam waardoor de vele hotels in Amsterdam een bovengemiddeld hoge bezettingsgraad hebben van 60,9 procent in 2018 (in 2017 was dat nog 63,2 procent). De hotels in gemeente Haarlemmermeer (Schiphol!) kenden overigens eveneens een bovengemiddeld hoge bezettingsgraad (58,4 procent). Opvallend is dat ten opzichte van 2017 de bezettingsgraad van hotels in de grote steden afnam in 2018: niet alleen in Amsterdam was dat het geval, maar ook in Den Haag, Utrecht en Maastricht. Alleen in Rotterdam nam de bezettingsgraad iets toe tot 49,6 procent. Daarnaast geldt in zijn algemeenheid dat de bezettingsgraad van hotels nog steeds groter is dan van andere typen logiesaccommodaties.

Tussen 2012 en 2018 is de bezettingsgraad van accommodaties in alle provincies toegenomen. Dat geldt voor de hotels en ook grotendeels voor de categorie overige accommodaties. Enkel in Noord-Brabant was de bezettingsgraad van de overige accommodaties in 2018 lager dan in 2012. Net als in 2017 was in 2018 de bezettingsgraad van groepsaccommodaties, huisjes- en kampeesterreinen in Groningen het laagst van alle provincies.

Figuur 7.19 Bezettingsgraad in logiesaccommodaties naar type accommodatie en provincie, 2018*



Bron: CBS, Statistiek Logiesaccommodaties.

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

** Kampeerterreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties.

In Gelderland is de bezettingsgraad van logiesaccommodaties relatief laag. Hierbij speelt mee dat Gelderland een toeristische provincie is met erg veel slaapplekken (figuur 7.4), met name op kampeerterreinen. De kampeerterreinen hebben gemiddeld een lagere bezettingsgraad dan andere typen accommodaties. Dat geldt ook voor Gelderland. Flevoland kent, evenals Limburg en Noord- en Zuid-Holland, bij de overige accommodaties een relatief hoge bezettingsgraad. Vraag en aanbod lijken hier dus goed op elkaar afgestemd.

Concurrentie van onlineplatforms

Op de Nederlandse markt zijn al enige tijd platforms als Airbnb, Booking, Home-Away en Wimdu actief als online intermediair tussen gebruikers en aanbieders van logies (zie ook het kader in paragraaf 5.1). Via dergelijke internetdiensten verhuren particulieren hun woning aan binnen- en buitenlandse toeristen. In 2016 en 2017 is bij de tradionele aanbieders van logies geïnventariseerd of zij concurrentie ervaren van de nieuwe spelers op de markt. In 2016 gaf ruim 16 procent van de traditionele aanbieders te kennen dat dat inderdaad het geval was; in 2017 was dat opgelopen tot ruim 18 procent. Met name hotels (circa 25 procent) gaven aan concurrentie te ervaren van onlineplatforms. Onder de aanbieders van groepsaccommodaties en campings werd in 2016 en 2017 de minste concurrentie ervaren. Accommodaties in de vier grootste steden en in Maastricht gaven in 2017 naar verhouding vaker aan concurrentie te ervaren dan accommodaties in andere steden. In Maastricht werd de concurrentie het sterkst ervaren: door 43 procent van de logiesaccommodaties. In Den Haag gold dit voor 38 procent en in Utrecht voor 32 procent van de accommodaties. Van de Amsterdamse en Rotterdamse logiesaccommodaties gaf ruim een kwart te kennen concurrentie te ervaren van de onlineplatforms. Ter vergelijking: in de overige Nederlandse gemeenten gold dit voor niet meer dan 16,5 procent van de accommodaties.



8

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 8.1 – 8.4). Naast de toerismerekeningen, wordt in dit hoofdstuk ook aandacht besteed aan de zogenoemde reisverkeerbalans (paragraaf 8.5). De reisverkeerbalans van Nederland presenteert op macroniveau de uitgaven van Nederlanders in het buitenland en de inkomsten door uitgaven van buitenlanders in Nederland.

Dit hoofdstuk is verzorgd door het CBS.



Hoofdpunten

- Het toerisme gezien vanuit macro-economisch perspectief groeide in 2018, net als in 2017. Die groei werd zowel door Nederlandse vakantiegangers als het buitenlands toerisme gedreven.
- De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie stegen in 2018 met 5,3 miljard euro naar een totaal van 87,5 miljard euro. Dit is een stijging van 6,4 procent ten opzichte van 2017.
- De binnenlandse toeristische bestedingen namen in 2018 toe met 5,5 procent.
- De bijdrage van toerisme aan de toegevoegde waarde in Nederland steeg in 2018 met 0,1 procentpunt naar een totaal van 4,4 procent. In 2010 was dat nog 3,2 procent. Toerisme is daarmee in de periode 2010-2018 relatief gezien belangrijker geworden voor de Nederlandse economie.
- De werkgelegenheid omgerekend naar het aantal voltijdequivalenten (vte's) groeide in 2018 met 18 duizend vte naar een totaal van 474 duizend vte, een stijging van 3,8 procent.
- Terwijl de Nederlandse werkgelegenheid in de periode 2010-2018 is gestegen met 6,9 procent, groeide de werkgelegenheid in de toerismesector in deze periode sterker met ruim 23 procent.
- Nederlanders gaven volgens de reisverkeersbalans in 2018 als toerist meer uit in het buitenland dan buitenlandse toeristen in Nederland. Het verschil was ruim 3,3 miljard euro.

8.1 Toerisme en de nationale rekeningen

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

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

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.

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 hoofdoel van de reis geen activiteit zijn die wordt betaald vanuit de plek die wordt bezocht. De internationale methodologie levert geen sluitende definities van de begrippen 'reiziger' en 'normale omgeving' en dus ook niet van de begrippen 'toerisme' en 'toerist'. Voor het operationaliseren van het begrip 'normale omgeving' suggereert het framework frequentie en afstand als mogelijke criteria. Zo kunnen bijvoorbeeld de nabije omgeving van huis of werk en andere frequent bezochte plekken worden gerekend tot de normale omgeving. Het framework biedt echter ook de mogelijkheid om gebiedsgrenzen zoals gemeente- en provinciegrenzen te gebruiken als grens voor de normale omgeving. In de Nederlandse toerismerekeningen is iemand een toerist iedere keer dat hij of zij een tocht maakt met een persoonlijk of zakelijk motief zoals hierboven gedefinieerd, waarvan de totale tijd dat men van huis of van werk is, langer dan 2 uur is.

Binnen de Nederlandse toerismerekeningen worden toeristen op basis van vier verschillende kenmerken ingedeeld:

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

Daarnaast wordt in het framework, alsmede in de toerismerekeningen, onderscheid gemaakt tussen een aantal verschillende vormen van toerisme:

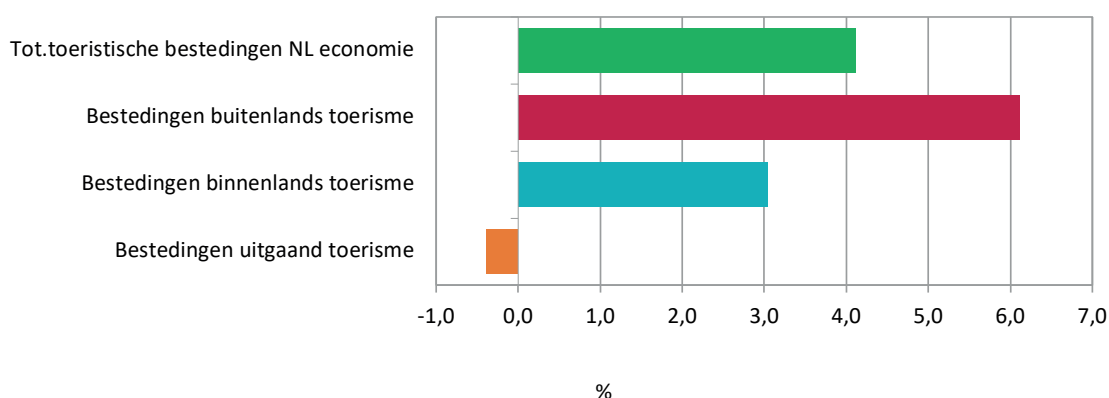
1. Binnenlands toerisme is het toerisme van ingezetenen reizigers binnen het economische territorium van Nederland.
2. Buitenlands toerisme is het toerisme van niet-ingezetenen reizigers binnen het economische territorium van Nederland.
3. Uitgaand toerisme is het toerisme van ingezetenen reizigers buiten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

8.2 Toeristische bestedingen

Toeristische bestedingen wederom gestegen in 2018

De toerismesector wordt steeds belangrijker voor de Nederlandse economie. De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie zijn in 2018 gestegen met 6,4 procent naar een totaal van 87,5 miljard euro (in lopende prijzen)³. Rekening houdend met de ontwikkeling van de prijzen, oftewel inflatie, bedroeg de totale volumegroei⁴ van deze bestedingen 4,1 procent (zie figuur 8.1).

Figuur 8.1 Volumeontwikkeling in procenten van de belangrijkste toeristische kernindicatoren, 2018* **



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. Bestedingen uitgaand toerisme (oranje balk) omvat de bestedingen van Nederlandse toeristen bij buitenlandse bedrijven.

** Voorlopige cijfers.

Anders dan in 2017 leverden zowel de Nederlandse vakantiegangers als het buitenlands toerisme een bijdrage aan de groei van de totale toeristische bestedingen in 2018. De totale bestedingen van binnenlandse toeristen droegen voor iets meer dan de helft bij aan de groei van de totale toeristische bestedingen in Nederland. Deze stegen met 2,7 miljard euro naar een totaal van 51,9 miljard euro, een volumeontwikkeling van 5,5 procent. De Nederlandse toerist kan geld uitgeven in Nederland en buiten Nederland. Bestedingen aan vakanties en uitjes maakten hiervan het grootste deel uit en stegen ook met 5,5 procent. De stijging kwam grotendeels doordat de zomer nog warmer was dan in 2017 en het zomerseizoen ook langer duurde.

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 waardeterminen, dan zijn ook prijsontwikkelingen daarin meegeteld.

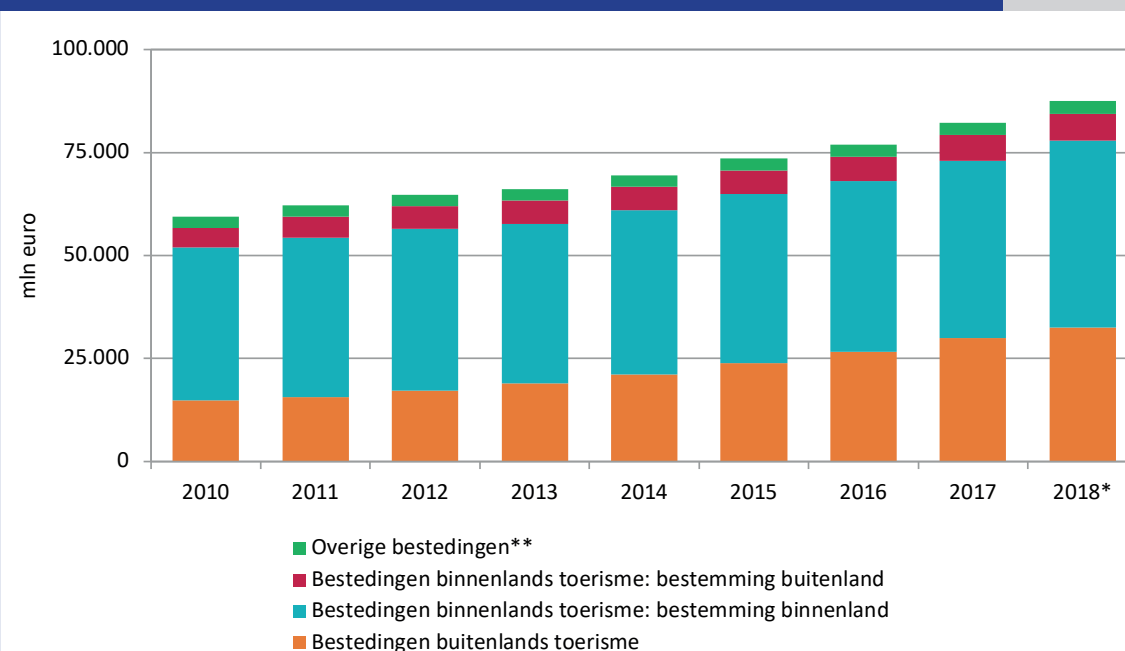
Ook de bestedingen aan buitenlandse reizen die bij een Nederlands bedrijf gemaakt zijn, worden tot de binnenlandse bestedingen gerekend. Deze categorie steeg met 5,9 procent. De bestedingen van Nederlanders aan uitgaand toerisme, met andere woorden bij buitenlandse bedrijven of buiten het economisch territorium van Nederland, namen toe met 2,1 procent (zie de toename van de bestedingen in figuur 8.3). Deze bestedingen behoren niet tot de totale toeristische bestedingen in Nederland.

De volumegroei van de bestedingen door buitenlandse toeristen was 8,2 procent (zie de toename van de bestedingen in figuur 8.2). Dit ligt in lijn met de groei van het aantal nachten dat buitenlandse toeristen in logiesaccommodaties Nederland doorbrachten: ruim 7,5 procent. Deze toeristen geven geld uit in de Nederlandse economie. De toeristen uit onze buurlanden (Duitsland en België) weten Nederland goed te vinden. De naderende Brexit heeft zijn invloed gehad op het aantal bezoekers van het Verenigd Koninkrijk, wat licht daalde. Er komen ook steeds meer toeristen van buiten Europa naar Nederland toe, zoals toeristen uit de Verenigde Staten en Azië.

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

Totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie (in lopende prijzen), 2010-2018

Figuur 8.2



Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

** Sociale overdrachten en duurzame recreatiegoederen.

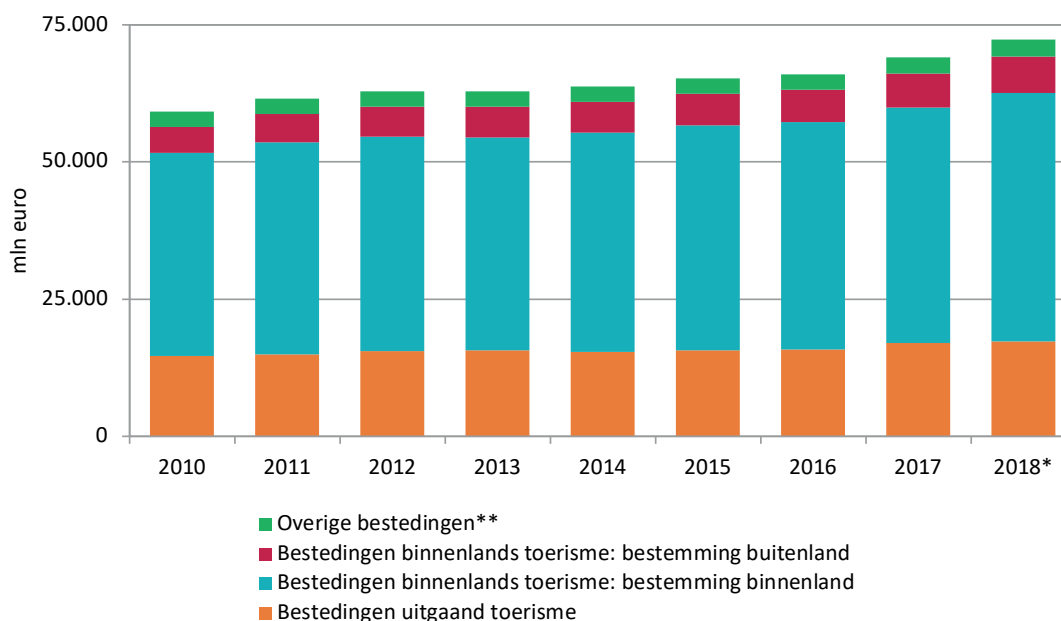
Toeristische bestedingen fors gegroeid sinds 2010

De waarde van de totale toeristische bestedingen door ingezetenen en niet-ingezetenen in de Nederlandse economie groeit al geruime tijd. In de periode 2010-2018 is deze met 47 procent toegenomen van 59,5 naar 87,5 miljard euro (zie figuur 8.2). Gecorrigeerd voor inflatie zijn de bestedingen met bijna 33 procent toegenomen.

Het volume van de bestedingen door buitenlandse toeristen is verdubbeld in de periode 2010-2018. Naast een forse groei in het aantal buitenlandse toeristen dat Nederland bezoekt, profiteert de reisbemiddeling in Nederland van online boekingen door buitenlandse toeristen van hotels en vliegtickets voor een vakantie in Nederland of in een ander land. Het volume van de bestedingen gerelateerd aan het binnenlandse toerisme is met 12 procent gegroeid in deze periode. Hierin zitten ook de bestedingen aan buitenlandse reizen die bij een Nederlands bedrijf gemaakt zijn. Een laatste categorie zijn de sociale overdrachten. Dit zijn overheidssubsidies aan bijvoorbeeld musea, die ertoe kunnen leiden dat een toerist niet de volledige kosten van een dienst betaald. De bestedingen via deze sociale overdrachten en ook aan recreatieve duurzame goederen (bijvoorbeeld kampeerartikelen, caravans en koffers) zijn in volumetermen in 2018 afgenomen met 3,5 procent ten opzichte van 2017.

De waarde van de toeristische bestedingen van Nederlandse ingezetenen in Nederland én het buitenland zijn gegroeid met 22 procent in de periode 2010-2018 (zie figuur 8.3). Deze stijging wordt voor een deel veroorzaakt door prijsstijgingen. Exclusief prijsstijgingen groeiden deze bestedingen met bijna 9 procent. De horeca en het zogenaamde funshoppen hebben het grootste aandeel in de "bestedingen

Figuur 8.3 Totale toeristische bestedingen door ingezetenen in Nederland en het buitenland (in lopende prijzen), 2010-2018



Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

** Sociale overdrachten en duurzame recreatiegoederen.

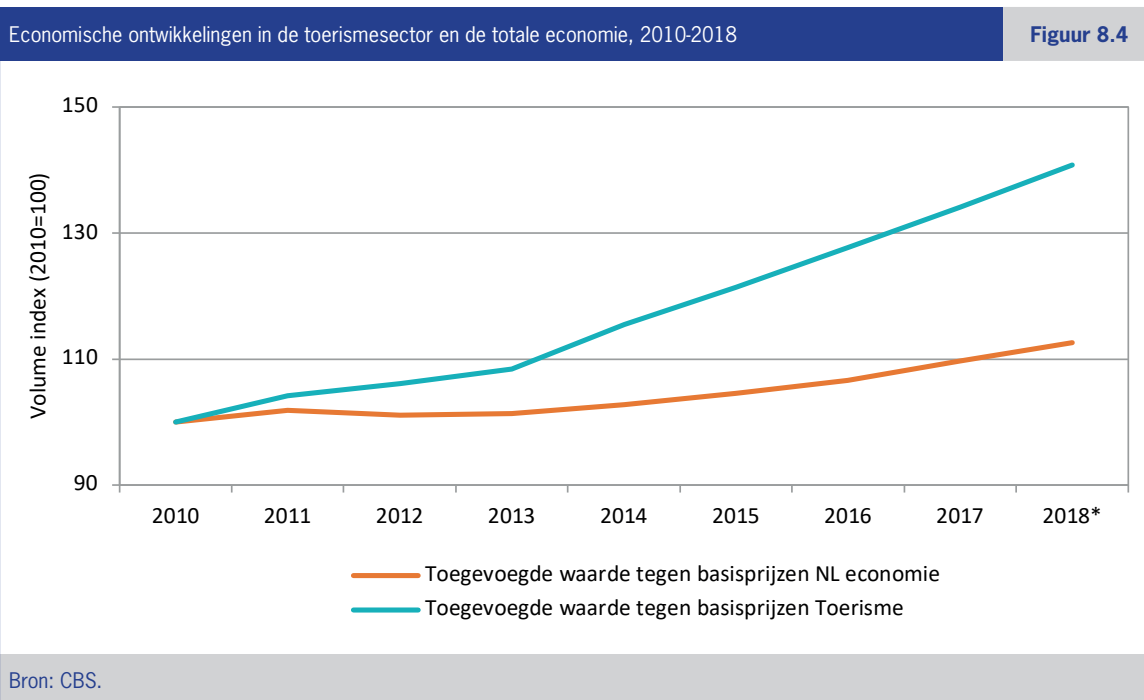
binnenlands toerisme: bestemming binnenland". Het funshoppen gaat gepaard met veel uitgaven in de Nederlandse economie, maar omdat veel producten worden geproduceerd in het buitenland (denk aan kleding en elektronica) dragen deze uitgaven relatief weinig bij aan de toegevoegde waarde van de Nederlandse economie.

8.3 Toeristische toegevoegde waarde

Belang toerisme voor de Nederlandse economie stijgt maar door

De toeristische bestedingen van ingezetenen en niet-ingezetenen leiden tot toegevoegde waarde in de Nederlandse economie. Daarbij zijn de kosten die bedrijven hebben van de bestedingen afgetrokken. De toeristische toegevoegde waarde (in basisprijzen) is in 2018 ten opzichte van 2017 gestegen met 7,1 procent naar een totaal van 30,4 miljard euro. Na correctie voor inflatie is de toeristische toegevoegde waarde met 5,0 procent gegroeid.

In de periode 2010-2018 is het volume van de Nederlandse economie met 12,6 procent toegenomen. De toerismesector heeft in dezelfde periode een groei doorgevoerd van bijna 41 procent (figuur 8.4). De toeristische sector heeft het in deze periode dus veel beter gedaan dan de 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 2018 gestegen met 0,1 procentpunt naar een totaal van 4,4 procent.



* Voorlopige cijfers.

8.4 Toeristische werkgelegenheid

Toeristische werkgelegenheid groeit mee

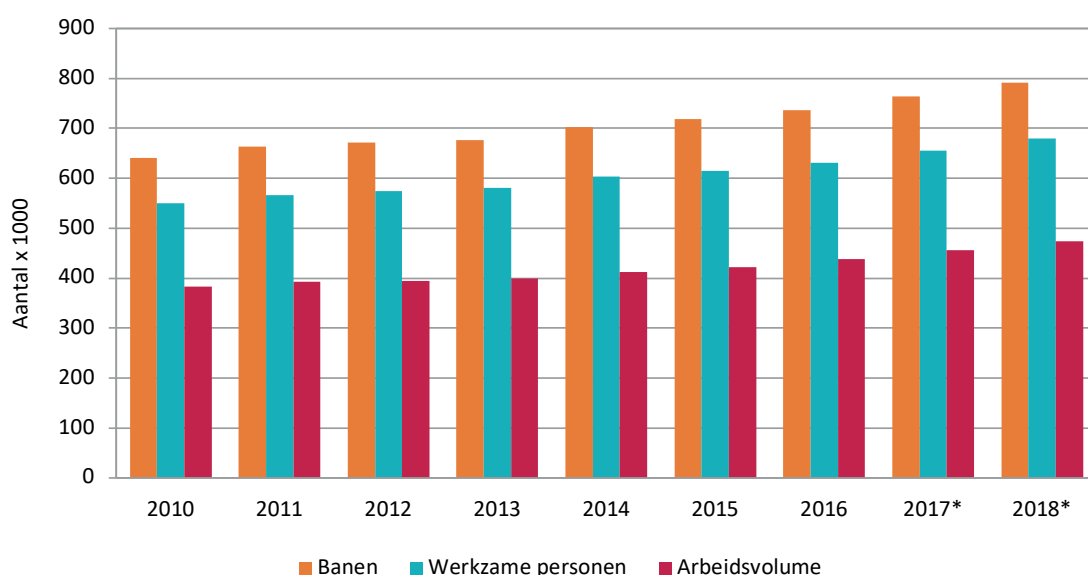
Figuur 8.5 laat zien dat ook de werkgelegenheid in de toerismesector in de periode 2010-2018 flink is gestegen. Zowel het aantal banen, het arbeidsvolume (vte's) als het aantal werkzame personen laat een gestage groei zien in de tijd.

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 2018 ten opzichte van 2017 gestegen met 27 duizend banen naar een totaal van 791 duizend banen. Het aantal werkzame personen in 2018 was 679 duizend. Dit is een toename van 24 duizend werkzame personen ten opzichte van 2017 (figuur 8.5). De werkgelegenheid omgerekend naar het aantal voltijdequivalenten (vte's, ook wel arbeidsvolume) steeg met 18 duizend vte naar een totaal van 474 duizend vte in 2018.

Driekwart van de vte's die toebehoren aan de toerismesector werkt aan 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

Figuur 8.5 Werkgelegenheid in de toerismesector, 2010-2018



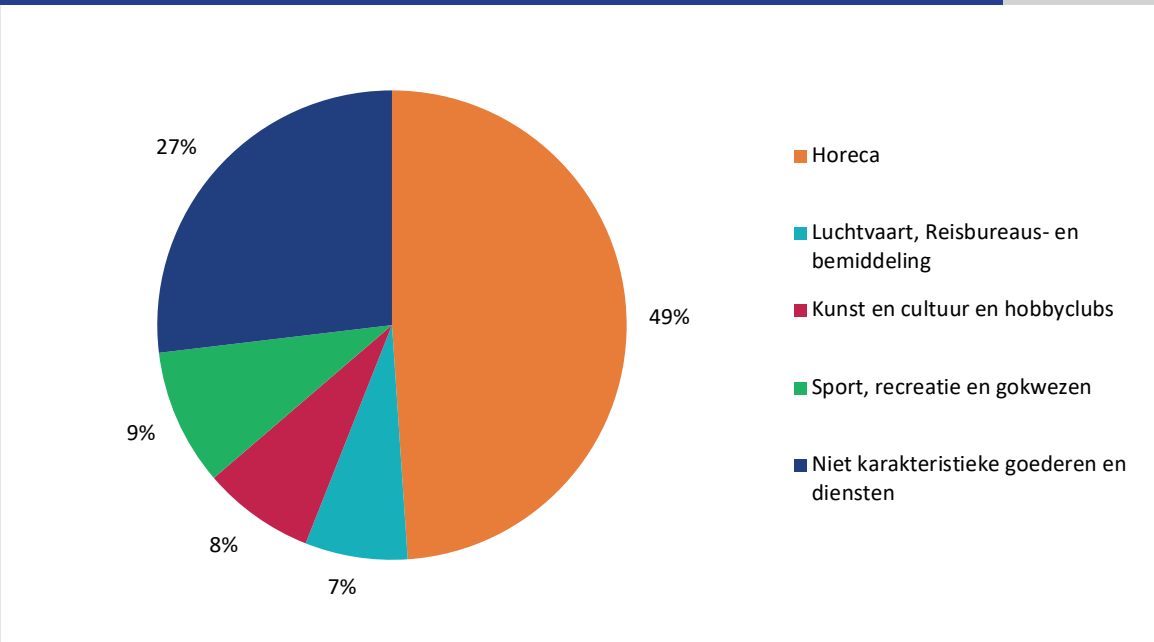
Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

werkt aan niet-karakteristieke toerisme-activiteiten. Dit betreft een vrij heterogene groep van activiteiten, bijvoorbeeld de detailhandel (via het funshoppen). 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.

Werkgelegenheid per activiteit als aandeel in toerismesector, 2018*

Figuur 8.6

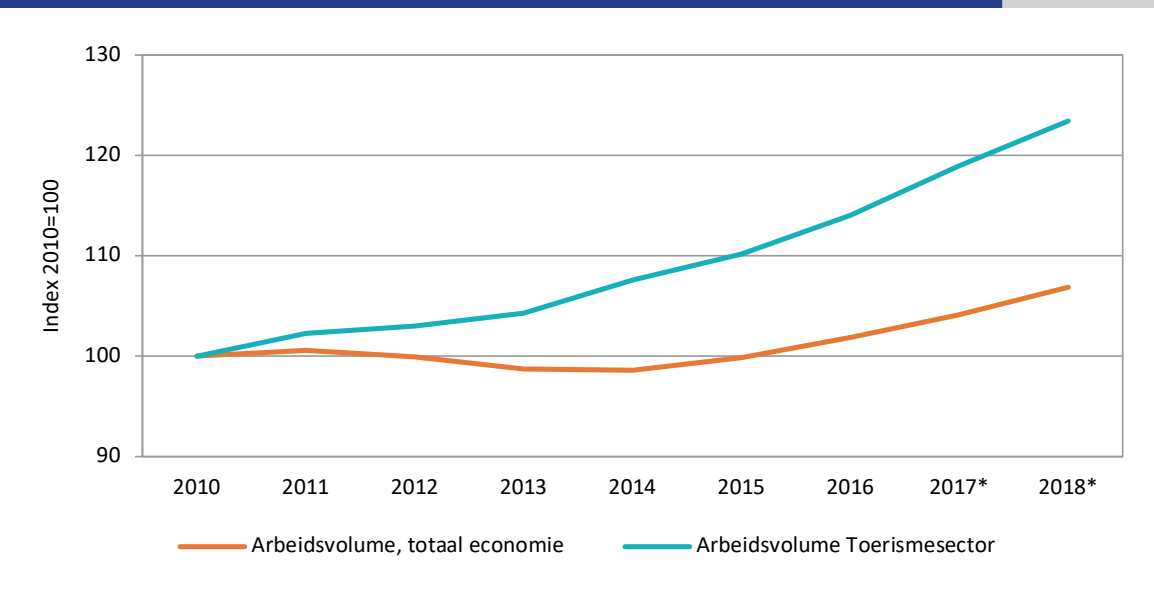


Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

Ontwikkeling werkgelegenheid in de toerismesector en de totale economie, 2010-2018

Figuur 8.7



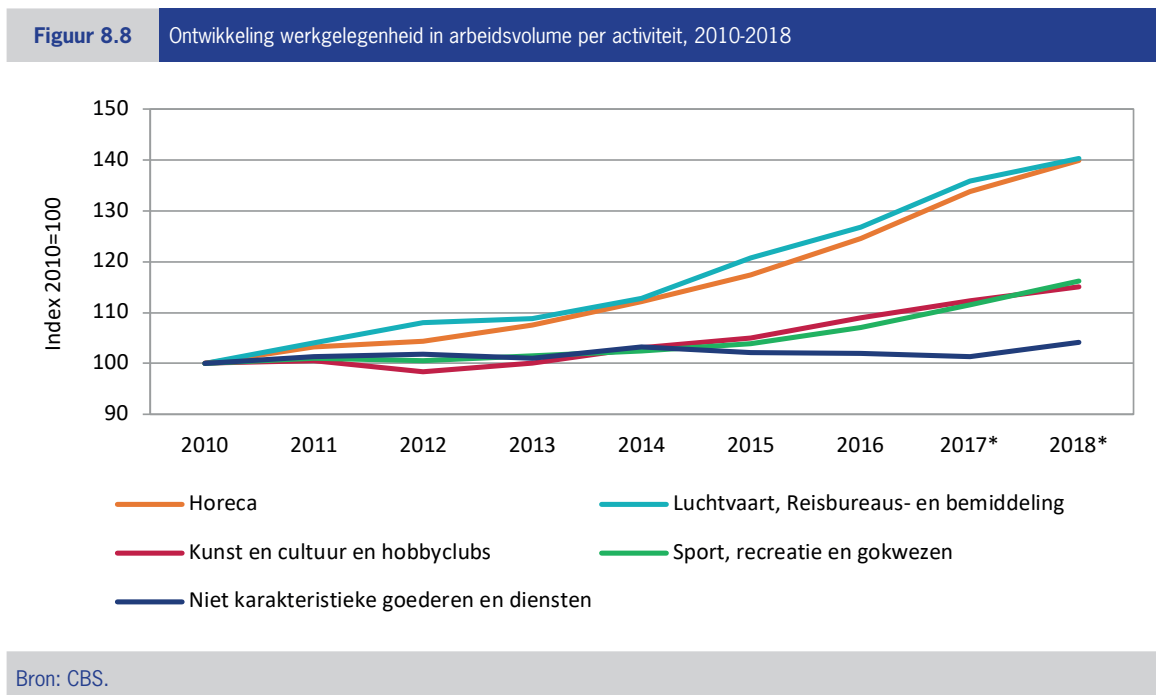
Bron: CBS.

* Voorlopige cijfers.

De werkgelegenheid in de toerismesector is sterk gegroeid. In de periode 2010-2018 is de werkgelegenheid in de toerismesector gemeten in arbeidsvolume gegroeid met 23,4 procent, ten opzichte van 6,9 procent voor de totale Nederlandse werkgelegenheid (figuur 8.7). De bijdrage aan de totale werkgelegenheid in de Nederlandse economie is daardoor gegroeid van ongeveer 5,5 procent (uitgedrukt in arbeidsvolume) in 2010 naar 6,3 procent in 2018. 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 2018 met 0,1 procentpunt naar 7,5 procent. Toerisme is daarmee ook qua werkgelegenheid belangrijker geworden voor de Nederlandse economie in de periode 2010-2018.

Vooraf de karakteristieke categorieën “Horeca” en “Luchtvaart, reisbureaus en reisbemiddeling (inclusief online boekingen)” laten een sterke stijging zien in de periode 2010-2018, waarbij de groei vanaf 2013 lijkt te versnellen (figuur 8.8). De categorieën “kunst, cultuur en hobbyclubs” en “sport, recreatie en gokwezen” laten ook een stabiele groei zien vanaf 2013. De “Niet karakteristieke goederen en diensten” stijgen het minst sterk. Het funshoppen dat hier een groot onderdeel van is, remt de groei. Dit komt doordat de consument steeds vaker online koopt. Deze uitgaven worden niet meegeteld omdat iemand pas een toerist is wanneer men totaal langer dan 2 uur van huis is.

De bijdrage aan de werkgelegenheid is groter dan de bijdrage aan de toegevoegde waarde. Dit wordt verklaard door het feit dat gemiddeld gezien de toerismesector gekarakteriseerd wordt door arbeidsintensieve activiteiten. 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.

8.5 De reisverkeersbalans

In het eerste deel van dit hoofdstuk is aandacht besteed aan de toerismerekeningen. In deze paragraaf wordt gekeken naar de zogenoemde reisverkeersbalans. Als onderdeel van de betalingsbalans richt de reisverkeersbalans zich op geldtransacties die gerelateerd zijn aan de uitgaven van reizigers 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 (ontvangst 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.

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

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

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

⁷ Zie hoofdstuk 2.

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

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.

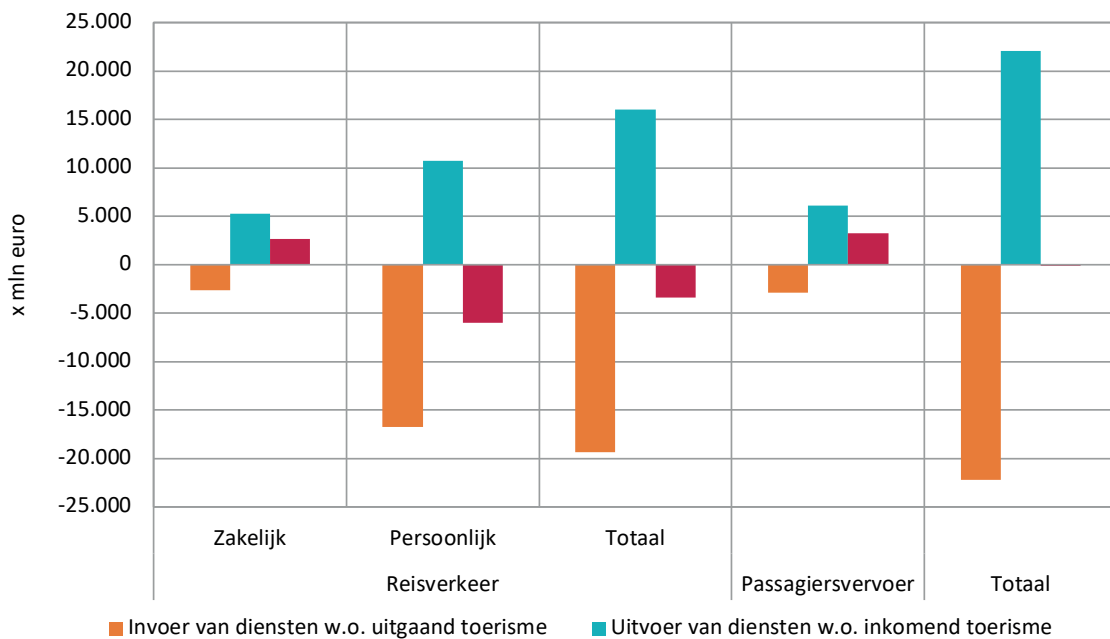
In lijn met de definitie van de UNWTO worden bij het samenstellen van de reisverkeersbalans uitgaven bekeken van reizigers die in een land verblijven waar zij niet wonen en tevens niet langer verblijven dan één jaar. Het gaat daarbij zowel om dagtoeristen als om verblijfstoeristen. Verder worden ook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

Nederland is netto betaler als het gaat om het internationale reisverkeer

In totaal besteedden Nederlanders in 2018 ruim 3,3 miljard euro meer in het buitenland (19,3 miljard euro) dan buitenlanders deden in Nederland (16,0 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 3,2 miljard euro.

Figuur 8.9 geeft een overzicht van zowel het reisverkeer als het personenvervoer van de Nederlandse handelsbalans 2018. 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.

Figuur 8.9 Reisverkeer en passagiersvervoer van de Nederlandse handelsbalans, 2018



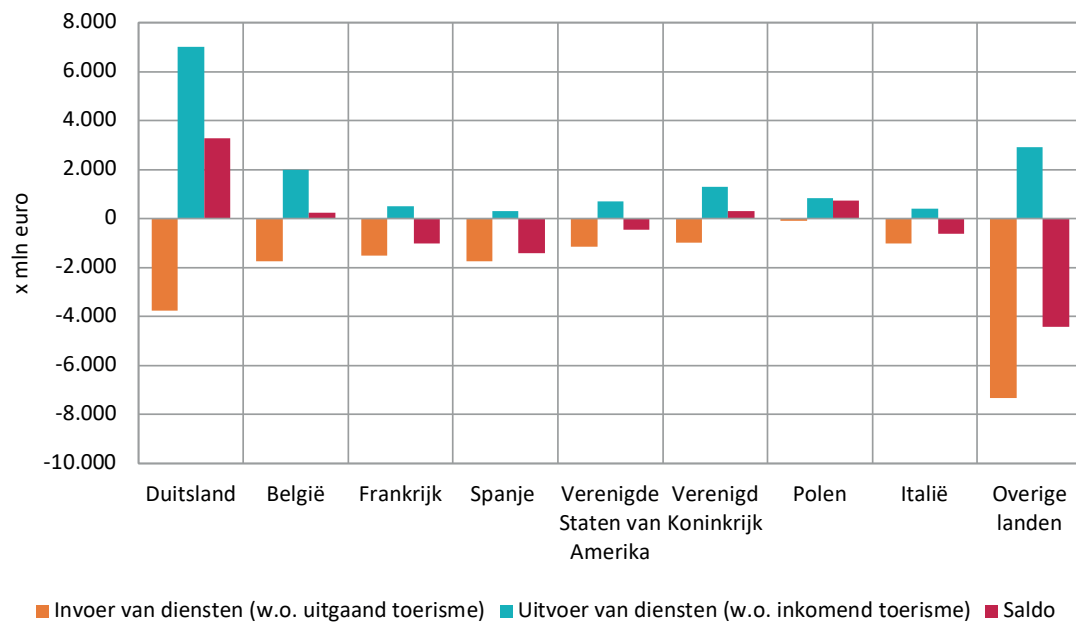
Bron: CBS.

In figuur 8.9 is te zien dat voor het zakelijke toerisme de ontvangsten 2,7 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 3,3 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 8.10 toont de belangrijkste landen wat betreft de bestedingen en ontvangsten uit het reisverkeer. Van alles wat buitenlandse reizigers in 2018 in Nederland uitgaven, was 44 procent afkomstig van Duitse reizigers, waaronder verblijfstoeristen,



Bron: CBS.

dagjesmensen en zakenreizigers. In 2018 gaven Duitsers ruim 7,0 miljard euro in Nederland uit, op een totaal van 16,0 miljard euro. Na de Duitsers, volgen de Belgen op ruime afstand met hun reisbestedingen in Nederland. Zij besteedden in 2018 voor bijna 2,0 miljard euro, ruim 12 procent van de totale bestedingen. Voor een belangrijk deel gaat het om dagtoeristen. Na Duitsland en België, besteedden bezoekers uit het Verenigd Koninkrijk en (met enige afstand) Polen in 2018 het meest in Nederland. Bij de 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.

Duitsers besteedden in 2018 niet alleen het meeste in Nederland, andersom is Duitsland ook het land waar Nederlanders het vaakst de beurs trekken. Bijna 3,8 miljard euro besteedden Nederlandse reizigers in 2018 in Duitsland. Van de landen in figuur 8.10 heeft Nederland met vier landen een positieve reisverkeersbalans. Per saldo wordt verreweg het meest 'verdiend' aan Duitsland, daarna volgen Polen, het Verenigd Koninkrijk en België.

Na Duitsland besteedden de Nederlanders in 2018 het meest in België, Spanje, Frankrijk en de Verenigde Staten van Amerika. De hoge notering van de Verenigde Staten heeft te maken met de belangrijke positie van dit land in het zakelijke reisverkeer. Na Duitsland zijn de Verenigde Staten de belangrijkste bestemming voor zakelijk reisverkeer.



9

Toerisme en duurzaamheid

Dit hoofdstuk beschrijft enkele aspecten op het terrein van toerisme en duurzaamheid. Daarbij wordt ingegaan op de zogenoemde 'carbon footprint' van toeristen. Bij de carbon footprint gaat het om de hoeveelheden CO₂-emissies die veroorzaakt worden door het reisgedrag van Nederlandse toeristen. Er wordt onderscheid gemaakt naar vakantieland, het middel van vervoer en het type logiesaccommodatie waarin men verblijft. In paragraaf 9.3 wordt ingegaan op de toeristische druk op regio's en steden die veroorzaakt wordt door het verblijfstoerisme.



Hoofdpunten:

- De 'carbon footprint' van Nederlandse toeristen ondervindt een trendbreuk tussen 2016 en 2017, als gevolg van de verbreding van de onderzoekspopulatie van het CVO. De resultaten tot en met 2016 zijn daardoor niet te vergelijken met die van 2017 en 2018.
- De 'carbon footprint' van Nederlandse toeristen is ten opzichte van 2017 in 2018 gelijk gebleven (18,5 Mton CO₂).
- De 'carbon footprint' van alle binnenlandse vakanties is toegenomen met 1,2 procent, en die voor buitenlandse vakanties afgenomen met 0,2 procent.
- Met 62,1 procent wordt de belangrijkste bijdrage aan de 'carbon footprint' geleverd door vliegvakanties, hoewel die slechts 25,2 procent van alle reizen uitmaken.
- Intercontinentale vakanties maken 6,9 procent van alle reizen uit, maar zijn verantwoordelijk voor ruim een derde van de 'carbon footprint' (35,5 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: 4 tot 5 keer zo hoog als in Den Haag en Maastricht en bijna 27 keer zo hoog als het gemiddelde van Nederland voor alle overnachtingen in logiesaccommodaties.
- De groei van het verblijfstoerisme in de periode van 2012-2018 heeft ervoor gezorgd dat de toeristische dichtheid in veel steden is toegenomen. In Amsterdam met 58 procent, in Rotterdam zelfs met 67 procent.
- De toeristische intensiteit, uitgedrukt per 100 inwoners, is in Zeeland met 7,2 overnachtingen hoger dan die in Haarlemmermeer (5,6 hotelovernachtingen per 100 inwoners) of Amsterdam (5,1).

9.1 Inleiding

Toerisme levert een belangrijke bijdrage aan de economie van veel bestemmingen. Het verhoogt de inkomsten van de lokale inwoners en overheid en versterkt de werkgelegenheid. Toerisme trekt ook investeringen aan, bijvoorbeeld voor de infrastructuur en voorzieningen. Ook draagt het bij aan sociale en culturele ontwikkelingen. Vanuit deze voordelen wordt toerisme dan ook vaak gezien als een mogelijkheid om regio's of steden verder te ontwikkelen of juist in stand te houden als middel tegen krimp.

Toerisme heeft echter niet alleen positieve effecten op regio's en steden. Toerisme kan ook een belasting worden voor het milieu en de omgeving. Deze belasting kan allerlei vormen aannemen: van 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. Dit betreft niet alleen het platteland, maar ook de steden. Zo worden in steden als Amsterdam, Venetië en Barcelona de grote hoeveelheden toeristen en dagjesmensen door veel inwoners steeds meer als een sociaal probleem ervaren. 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. Vaak lekken deze inkomsten weg naar bedrijven buiten de regio of stad. Ook kan het zijn dat het toerisme een opdrijvend effect heeft op prijzen van goederen, diensten en onroerend goed in de toeristische bestemming.

Dit alles heeft ertoe geleid dat er vanaf het eind van de vorige eeuw steeds meer aandacht is gekomen voor een duurzame ontwikkeling van het toerisme. Ook bij het toerismebeleid van de rijksoverheid is een duurzame ontwikkeling door middel van spreiding van het toerisme in Nederland een speerpunt². De 'carbon footprint' van zowel het binnenlands als het uitgaande toerisme speelt in het rijksbeleid vooralsnog geen rol, maar dit kan veranderen als het nieuwe Klimaatakkoord van 2019³ wordt uitgevoerd.

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 prak-

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 <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/toerisme-en-recreatie/toerisme-spreiden>

3 Klimaatteraad, & Nijpels, E. (2019). Klimaatakkoord. Den Haag, zie <https://www.klimaatakkoord.nl/documenten/publicaties/2019/06/28/klimaatakkoord>

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

tijk kan en wordt dit op veel verschillende manieren uitgelegd en ingevuld. Centraal staat altijd het streven naar het behoud van natuur, cultuur en mensenrechten.

In dit hoofdstuk worden twee sets van indicatoren van duurzaam toerisme beschreven. Ten eerste worden in paragraaf 9.2 cijfers gepresenteerd over de zogenaamde 'carbon footprint' van de Nederlandse toerist. Daarbij gaat het om de effecten die Nederlandse toeristen veroorzaken met hun reisgedrag. Het Centre for 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 door Nederlandse vakantiegangers in binnen- en buitenland. In 2019 is de uitvoering en doorontwikkeling van dit onderzoek opgenomen als project in het Data & Development Lab. Daarin werken NBTC Holland Marketing, CELTH en CBS samen aan projecten gericht op nieuwe data en inzichten, onderzoeksmethoden en ontwikkelstrategieën met als doel een verdere professionalisering van de gastvrijheidssector en een duurzame ontwikkeling van bestemming Nederland. De basis voor dit onderzoek zijn onder meer de cijfers van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO).⁵ In dit hoofdstuk worden resultaten over 2018 en de ontwikkelingen sinds 2002 gepresenteerd.

In paragraaf 9.3 wordt ingegaan op de 'toeristische druk' die gegenereerd wordt door het verblijfstoerisme bij provincies en enkele grote steden in Nederland. Afhankelijk van de perceptie kan de toeristische druk door de inwoners van een gebied of stad als probleem worden ervaren. De toeristische druk wordt uitgedrukt in twee indicatoren, namelijk: 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. Hoewel aan die rol hier geen aandacht wordt besteed, zijn er op dat terrein wel ontwikkelingen. Zo heeft de Nederlandse overheid in 2014 een overeenkomst gesloten met een aantal reisorganisaties over het verstrekken van informatie aan de consument over de duurzaamheid van bestemmingen ('Green Deal Duurzaam Toerisme').

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

9.2 De 'carbon footprint' van de Nederlandse vakantieganger

Achtergrond en methode

Uit eerder onderzoek is gebleken dat de neveneffecten van toerisme op het milieu bij klimaatverandering veel hoger zijn dan bij luchtvervuiling, geluidshinder, en natuur- en 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 2018⁸ en wordt door de klimaatwetenschappen als de belangrijkste oorzaak van het opwarmen van de atmosfeer gezien.

Een vakantie bestaat uit een heen- en een terugreis, het gebruik van een of andere vorm van logies en allerlei activiteiten onderweg. Voor al deze zaken is energie nodig. Maar de hoeveelheid energie per reis of reisdag verschilt sterk, afhankelijk van keuzes die door de vakantieganger worden gemaakt. Wie thuis op de fiets stapt en in twee weken een rondje IJsselmeer fietst en onderweg kampeert in een klein tentje, verbruikt bijna geen energie en heeft een zeer geringe carbon footprint. Maar wie op Schiphol het vliegtuig naar Australië neemt, daar twee weken rondtrekt in een grote camper en dan weer terugvliegt, veroorzaakt een 'carbon footprint' die vergelijkbaar is met een jaar lang je huis verwarmen. De groei van de emissies is dus niet alleen afhankelijk van het aantal vakanties en de duur van de vakanties, maar ook van de afstand die wordt afgelegd, het vervoermiddel en het type accommodatie. Ook activiteiten ter plekke kunnen veel energie gebruiken, zoals een dagje skiën per helikopter.

Deze paragraaf beperkt zich tot de emissies van CO₂. Voor de meeste onderdelen van het toerisme, zoals accommodaties, vervoer over land en zee en andere activiteiten, is dit een goede benadering voor de effecten op het klimaat. Voor de luchtvaart geldt dat de niet CO₂-gerelateerde klimaateffecten ongeveer even groot zijn of mogelijk zelfs groter, dan die van CO₂-emissies door het luchtverkeer.⁹ Het

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. 2019. Trends in Atmospheric Carbon Dioxide, Recent Global CO₂ [Online]. NOAA/ESRL. Beschikbaar via: <http://www.esrl.noaa.gov/gmd/ccgg/trends/global.html> [Geraadpleegd 04-09-19].

9 Owen, B., Lee, D. S. & Lim, L. 2010. Flying into the Future: Aviation Emissions Scenarios to 2050. *Environmental Science & Technology*, 44, 2255-2260.

gaat daarbij om effecten van emissies van bijvoorbeeld stikstofoxiden in hoge lagen van de atmosfeer. Maar het belangrijkste effect is het ontstaan van contrails, de bekende witte strepen die soms te zien zijn. Deze contrails leiden tot de vorming van hoge bewolking en een verder toenemend effect op de temperatuur. We beperken ons hier tot de CO₂-gerelateerde effecten, omdat er juist voor de luchtvaart geen goede methode bestaat om die andere effecten te berekenen in met CO₂ vergelijkbare eenheden.¹⁰

Alleen de directe CO₂-emissies worden hier weergegeven. De meeste emissies als gevolg van de productie van vervoermiddelen en de bouw van hotels en infrastructuur blijven hier buiten beschouwing. De productie van brandstoffen wordt bij de berekeningen voor de emissies van vervoerwijzen wel meegenomen. Zodoende geven de getallen een ondergrens van het effect van het reisgedrag van vakantiegangers op het klimaat. De emissies zijn berekend op basis van emissiefactoren voor accommodaties, vervoerwijzen, soort vakanties en vakantieactiviteiten als excursies, uitgaan en vervoer op de bestemming. Voor een uitgebreidere uitleg van de gehanteerde methodologie wordt verwezen naar Sensagir et al. (2019).¹¹ Van 2016 naar 2017 heeft een trendbreuk plaatsgevonden, door een verbreding van de onderzoekspopulatie van het CVO.¹²

Toerisme draagt in toenemende mate bij aan de emissie van kooldioxide, het belangrijkste broeikasgas. De figuren in dit hoofdstuk geven een overzicht van kooldioxide-emissies veroorzaakt door het reisgedrag van de Nederlandse vakantieganger in 2018. Daarnaast wordt gekeken hoe deze zich verhouden tot de uitgaven van vakantiegangers (de eco-efficiëntie). In 2018 bedroegen de totale CO₂-emissies van het reisgedrag van de Nederlandse vakantieganger 18,5 Mton; gelijkblijvend aan 2017 (figuur 9.1). Ter indicatie: de gehele Nederlandse samenleving stootte 2,3 procent minder CO₂ uit in 2018 dan in 2017, namelijk 161,2 Mton CO₂.¹³

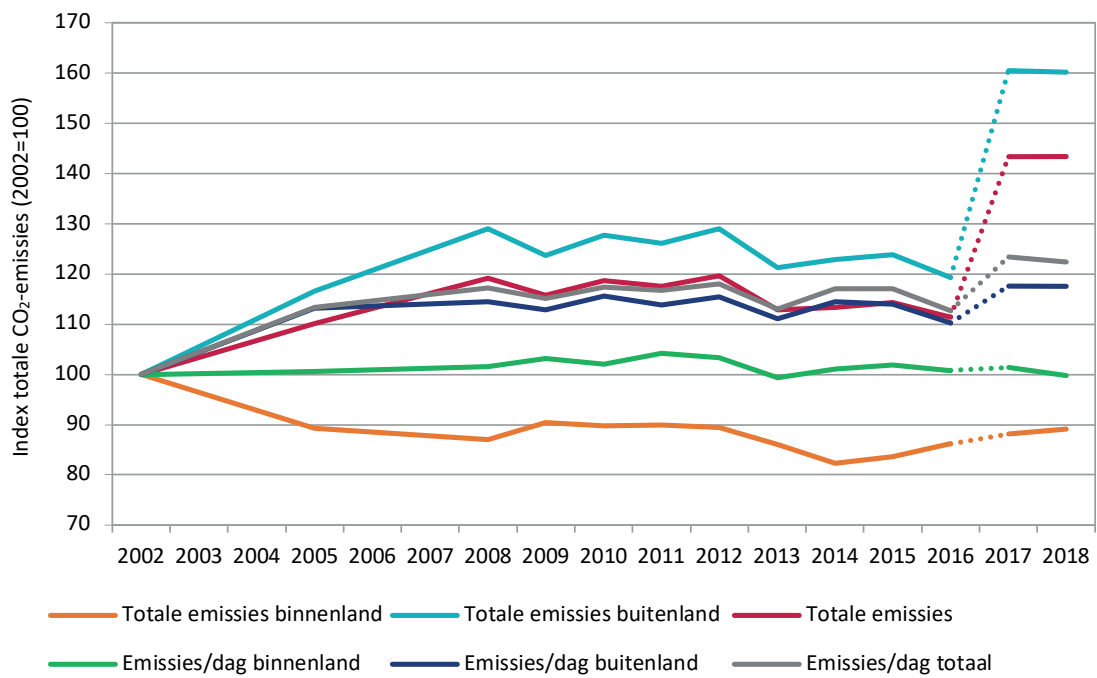
10 Forster, P. M. D. F., Shine, K. P. & Stuber, N. 2006. It is premature to include non-CO2 effects of aviation in emission trading schemes. *Atmospheric Environment*, 40, 1117-1121 en Peeters, P. & Williams, V. 2009. Calculating emissions and radiative forcing: global, national, local, individual. In: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

11 Sensagir, I., Eijgelaar, E., Peeters, P., de Bruijn, K., & Dirven, R. (2019) *Travelling large in 2017: The carbon footprint of Dutch holidaymakers in 2017 and the development since 2002*. Breda: Breda University of Applied Sciences in collaboration with NBTC-NIPO Research.

12 De onderzoeksdoelgroep van het CVO bevat vanaf 2017 ook personen met een niet-Nederlandse nationaliteit die staan ingeschreven in de Basisregistratie Personen (BRP). Dit heeft gevolgen voor de vergelijkbaarheid met de voorgaande onderzoeksjaren. Om de eventuele ontwikkelingen in het vakantiegedrag van Nederlanders in 2018 te kunnen duiden is ervoor gekozen nog een jaar te wachten met rapporteren over de nieuwe steekproef. Het rapport over 2017 bevatte daarom de resultaten op basis van de oude steekproef. Dit jaar wordt gerapporteerd over de nieuwe steekproef voor CVO 2018 én worden in het rapport voor de vergelijking de 2017 resultaten op basis van de nieuwe steekproef gebruikt. In verband met die verbreding is de omvang van het panel vergroot, waardoor er na 4 metingen geen 6.500 maar 8.000 personen aan het onderzoek deelnemen. Door de verandering van de populatie is het totaal aantal personen waar uitspraken over worden gedaan, verhoogd van 15,8 naar 16,9 miljoen Nederlanders. Logischerwijs heeft dit ook een stijging van het totaal aantal ondernomen vakanties tot gevolg. Bij het interpreteren van de resultaten in dit hoofdstuk is het dus belangrijk rekening te houden met het feit dat de toename in aantal vakantiegangers, aantal ondernomen vakanties en de omvang van de bestedingen in 2017 (t.o.v. 2016) komt door de verbreding van de populatie. Dit is dus een trendbreuk. De resultaten van 2018 zijn wel te vergelijken met de resultaten van 2017 (volgens de nieuwe onderzoeksafbakening).

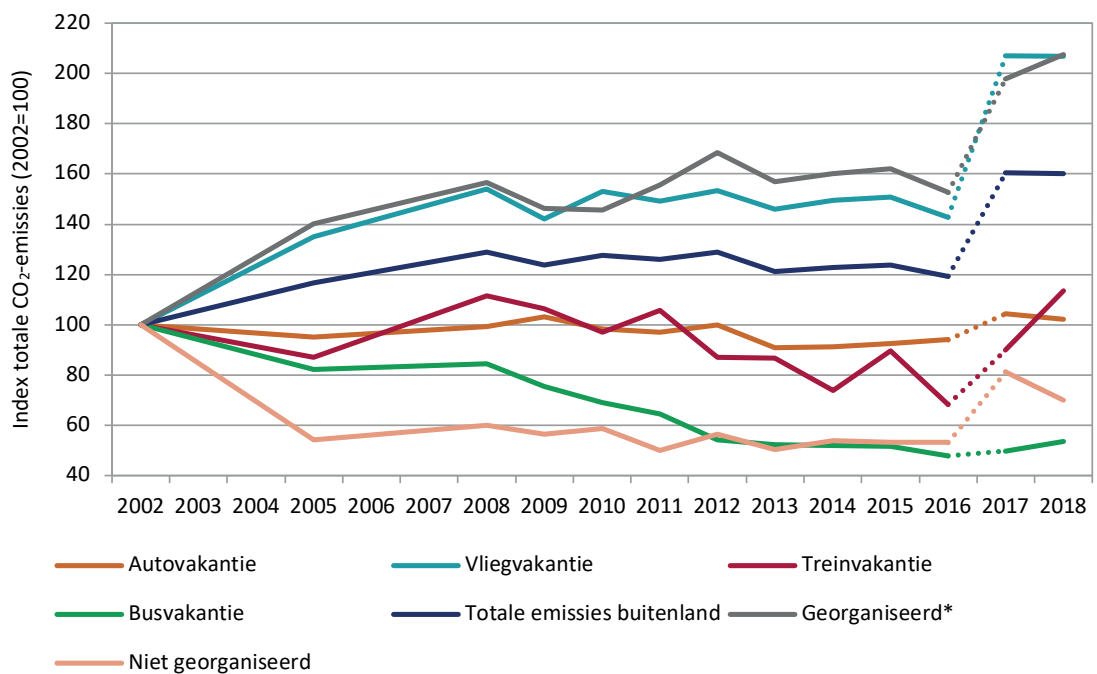
13 CBS. 2019. Emissies van broeikasgassen berekend volgens IPCC-voorschriften [Online]. Den Haag/Heerlen: CBS. Beschikbaar: <http://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/70946ned/table?dl=262A5> [Geraadpleegd 11-9-2019], Voorlopig cijfer.

Figuur 9.1 Emissietrends totaal, binnenlandse en buitenlandse vakanties, 2002-2018



Bron: CVO, 2002, 2005, 2008-2018 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek).

Figuur 9.2 Emissietrends buitenlandse vakanties naar vervoermiddel en organisatievorm, 2002-2018



Bron: CVO, 2002, 2005, 2008-2018 (berekeningen CSTT/NRIT Onderzoek).

* georganiseerd = pakket- plus samengestelde reizen.

Zoals figuur 9.1 laat zien, is in 2018 ten opzichte van 2017 sprake van een gelijkblijvend aantal totale emissies ten gevolge van het reisgedrag van Nederlandse toeristen. Dit is het gevolg van een toename met 1,2 procent van de emissies door binnenlandse vakanties en een afname met 0,2 procent van de veel omvangrijkere emissies van vakanties naar het buitenland. Die afname van emissies van buitenlandse vakanties was vrijwel hetzelfde bij intercontinentale vakanties (-0,2 procent) en bij Europese vakanties (-0,3 procent). Wat betreft de emissies per vakantiedag kunnen we vaststellen dat die van binnenlandse vakanties zijn gedaald (-1,6 procent), evenals die van buitenlandse vakanties (-0,1 procent). De totale emissies per vakantiedag zijn met 0,8 procent gedaald.

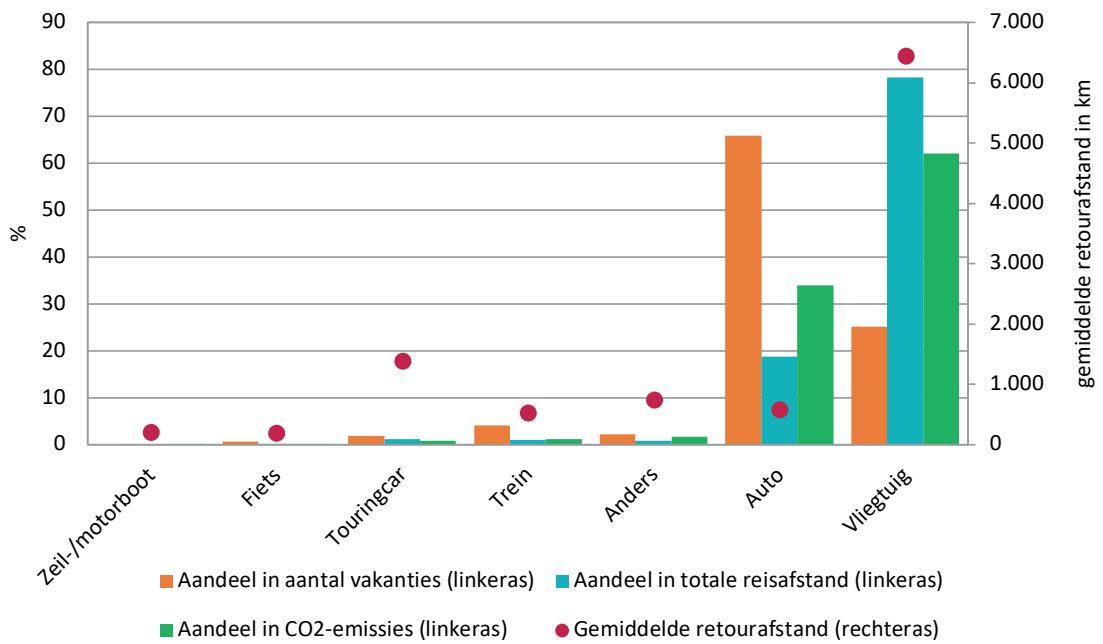
Figuur 9.1 laat ook zien dat het totale aantal CO₂-emissies van Nederlandse vakantiegangers tussen het begin van de meting in 2002 en 2008 eerst een zeer sterke groei vertoonde: 3,0 procent per jaar en 19,1 procent in totaal. Na een beperkte afname in 2009 is tot 2012 sprake van een afvlakking van de jaarlijkse groei vergeleken met de periode 2002-2008. Met uitzondering van 2015 daalden de totale emissies over de periode 2012-2016 (-6,8 procent). Over de periode van 2002 tot 2016 zijn de totale emissies met 11,4 procent toegenomen. Hierna volgt de trendbreuk. De toename van 2016 naar 2017 is daardoor 28,6 procent. Ongeveer 10 procent daarvan is echte groei (zie publicatie vorig jaar met oude steekproef), en de rest als gevolg van de steekproefverbreding. Tussen 2017 en 2018 vond geen groei of afname plaats. De gehele periode van 2002 tot 2018 vertoont, mede door de trendbreuk, een groei van 43,3 procent van de totale emissies, waarvan ongeveer twee-derde als gevolg van de trendbreuk en circa 14,5 procent echte groei.

Figuur 9.2 geeft inzicht in de emissietrends bij buitenlandse vakanties. Uit de figuur blijkt dat over de hele periode voor de trendbreuk (2002-2016) de emissies van autovakanties bijna gelijk zijn gebleven. Die van vliegvakanties en georganiseerde vakanties vertonen de grootste groei, terwijl treinvakanties nogal fluctueren maar net als niet-georganiseerde ('op de bonnefooi') vakanties een neerwaartse trend laten zien.¹⁴ Vooral busvakanties zijn sterk in emissies afgenomen, maar dat komt vrijwel uitsluitend door de afname van het aantal busvakanties. De meest opvallende ontwikkeling na de trendbreuk (2017-2018) is juist een toename van de emissies van trein- (26,8 procent) en busvakanties (7,7 procent). Deze toenames zijn te verklaren door zowel een toegenomen retourafstand als een toegenomen verblijfsduur. Verder groeiden de emissies van buitenlandse georganiseerde vakanties met 4,8 procent en daalden die van niet-georganiseerde vakanties met 13,8 procent.

Als de cijfers van 2018 met die van 2017 worden vergeleken, vallen de volgende zaken op. In 2018 nam ten opzichte van 2017 de totale reisafstand van alle vakanties af met 1,3 procent. Dit komt voornamelijk door de afname van de totale reisafstand van vliegvakanties (-1,5 procent). Het aantal vliegvakanties steeg echter

¹⁴ 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.

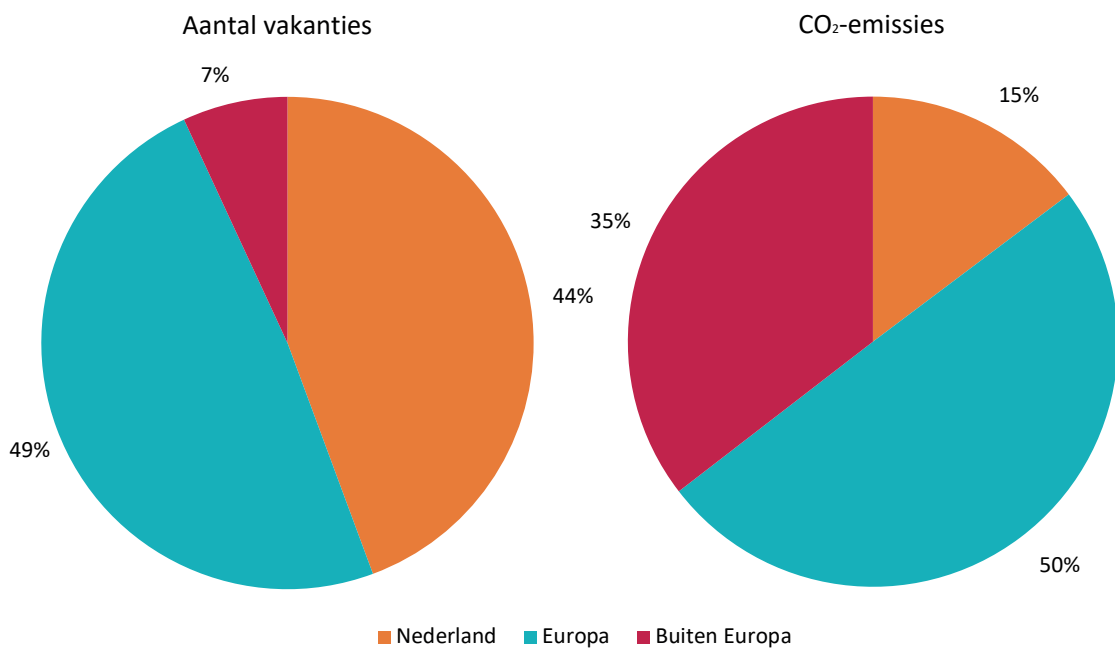
Figuur 9.3 Vakantie, afstanden en CO₂-emissies naar vervoermiddel, 2018*



Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

* Alle genoemde afstanden zijn gemeten in rechte lijn ('great circle distance'). In werkelijkheid ligt de afgelegde afstand tussen de 5 en 15 procent hoger, afhankelijk van vervoerswijze en afstandsklasse. Bij de berekening van de emissies is steeds een specifieke 'omwegfactor' toegepast voor de specifieke vervoerswijze en relatie.

Figuur 9.4 Verdeling van het aantal en de totale CO₂-emissies voor vakanties per regio, 2018



Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

met 2,0 procent. Bij het aandeel van milieuvriendelijk vervoer zien we een afname van zowel het aantal binnen- en buitenlandse bus- (-3,5 procent) als treinvakanties (-9,1 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 2018 (figuur 9.3). Overkoepelend nam het totale aantal vakanties in 2018 met 1,1 procent af tot 39,9 miljoen.

Omdat reisafstand zo'n belangrijke rol speelt bij het bepalen van de 'carbon footprint', worden in figuur 9.3 de afstanden per vervoermiddel weergegeven. Wat opvalt, is dat het vliegtuig goed is voor 78,2 procent van alle afgelegde afstanden, terwijl het gaat om 25,2 procent van alle vakanties. De gemiddelde retourafstand per auto bedraagt 'slechts' 589 km, terwijl een gemiddelde retourreis met het vliegtuig op 6.446 km uitkomt. Per trein is de gemiddelde retourafstand 530 km. Opvallend is de vrij hoge gemiddelde retourafstand per touringcar: 1.390 km. Hiermee concurreert de touringcar met de onderkant van het vliegsegment, terwijl men dat juist van de (moderne snelle) trein zou verwachten.

Figuur 9.3 laat 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: 62,1 procent. Het aandeel vlieguren steeg van 24,4 procent van alle reizen in 2017 naar 25,2 procent in 2018.

Figuur 9.4 laat het effect van de bestemmingskeuze, en de doorwerking van afstand en vervoermiddel daarbij, op de emissies zien. Vakanties buiten Europa maken 6,9 procent van het aantal vakanties uit, maar veroorzaken 35,5 procent van alle emissies.

Tabel 9.1 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 rond 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, Azië en Noord-Amerika allemaal afzonderlijk verantwoordelijk zijn voor 6 tot 13 procent van de totale 'carbon footprint'. Binnenlandse vakanties laten als totaal de grootste 'carbon footprint' zien: 14,7 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 Australië (162 kg per dag, tabel 9.1). Opvallend is dat alle korte vakanties samen op 44 kg

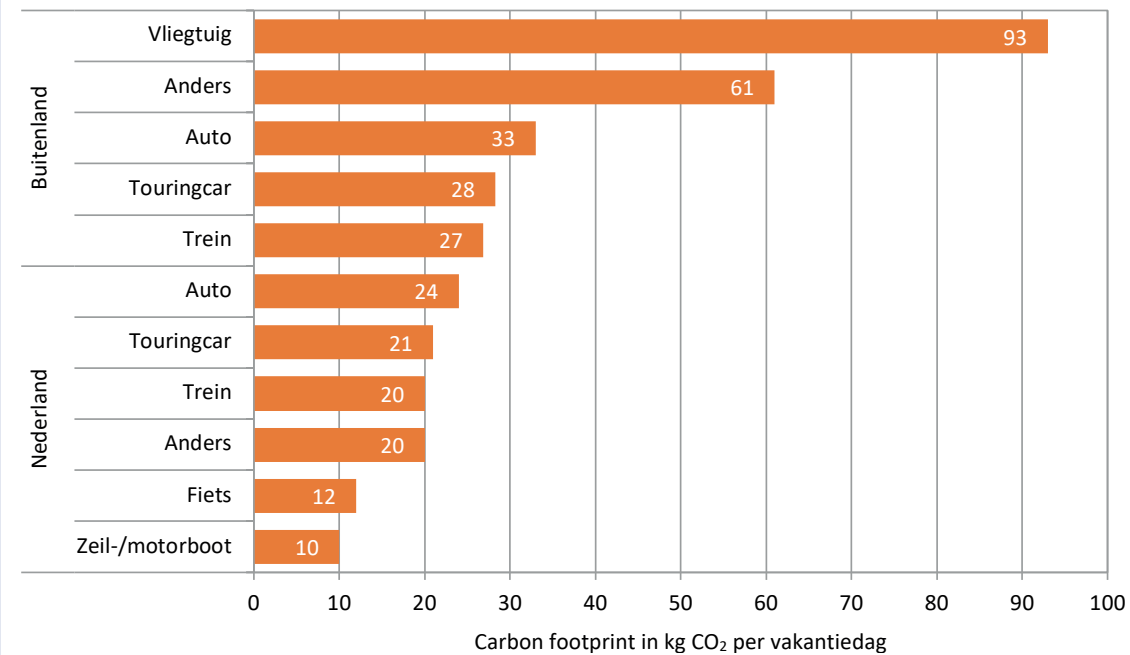
Tabel 9.1 CO₂-emissies en cumulatief aandeel per vakantiebestemming, 2018*

	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	849	22	234	1.871	24	154	2.720
België	34	104	88	22	197	133	26	145	221
Luxemburg	45	142	9	29	272	39	31	233	48
Zwitserland	73	239	9	29	337	65	32	321	74
Frankrijk	53	180	97	31	439	1.011	32	390	1.108
Duitsland	43	139	207	31	291	628	33	229	835
Denemarken	66	224	8	35	417	87	36	388	96
Oostenrijk	97	358	37	36	395	430	38	392	467
Voorm. Joegoslavië	123	427	6	40	619	288	40	613	295
Tsjechië	84	316	25	35	422	79	41	391	103
Zweden	111	414	15	39	567	95	42	540	109
Italië	119	421	56	44	601	783	46	585	839
Verenigd Koninkrijk	88	289	114	39	415	249	48	365	362
Hongarije	127	432	16	44	547	102	48	528	118
Finland	129	517	-	51	607	33	52	604	34
Spanje	138	505	122	54	726	1.779	57	706	1.901
Ierland	96	355	22	48	522	37	60	443	59
Turkije	180	720	5	59	978	625	60	975	630
Portugal	157	582	37	63	835	492	65	810	529
Noorwegen	115	358	10	67	921	141	69	834	151
Griekenland	166	631	17	73	846	695	74	839	711
Overig Europa	124	458	62	58	703	439	62	660	501
Afrika	264	990	34	105	1.647	1.021	107	1.613	1.054
VS en Canada	573	1.936	10	132	2.328	1.428	132	2.324	1.438
Azië	434	1.673	19	135	2.642	2.400	136	2.630	2.419
Overig Amerika	730	2.919	9	150	2.482	1.140	151	2.485	1.149
Australië en Oceanië	1.337	4.010	38	151	4.825	444	162	4.750	482
Totaal	44	136	1.919	52	641	16.533	51	462	18.452

Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek)..

per dag komen en alle lange vakanties samen op 52 kg per dag. Dit komt doordat de reisafstand sterker toeneemt dan de duur bij lange vakanties ten opzichte van korte.

Figuur 9.5 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



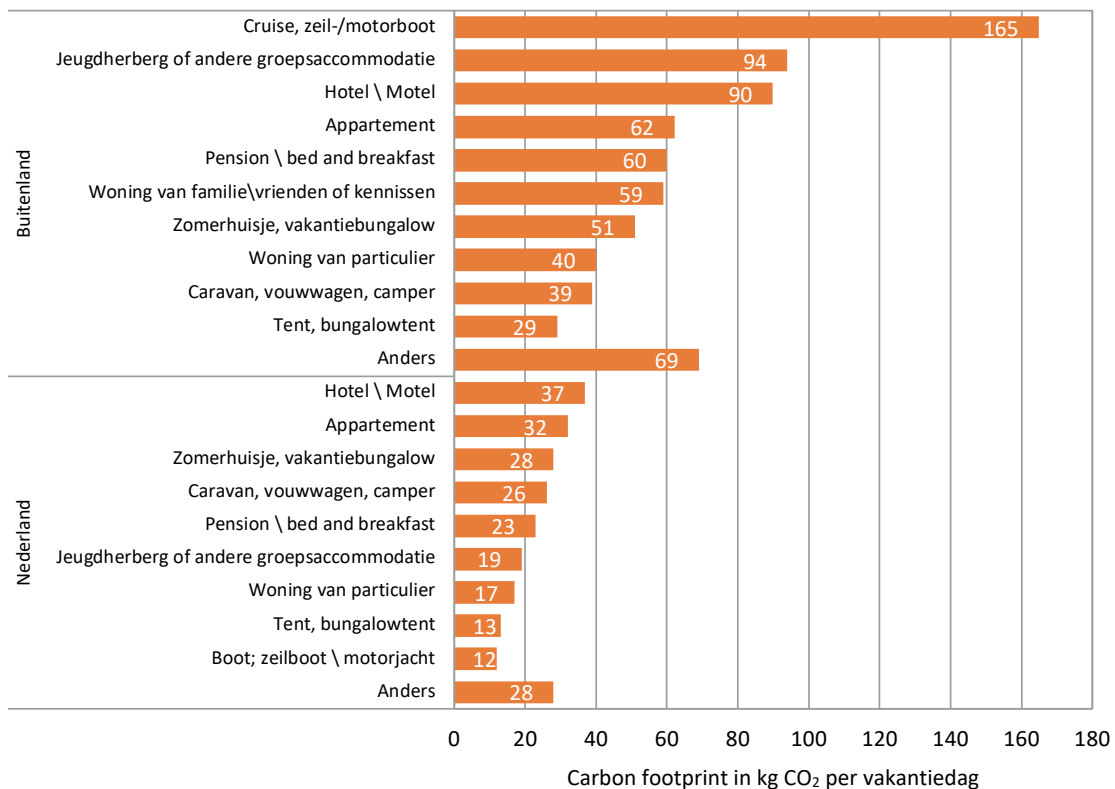
Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

binnenlandse vakanties met een eigen zeilboot of motorboot, of met de fiets (10 à 12 kg per dag). Binnenlandse trein- en busreizen zitten ook aan de duurzame kant: respectievelijk 20 en 21 kg per dag. Vakanties met de hoogste 'carbon footprint' zijn 2- tot en met 4-daagse vliegtrips naar het buitenland, zoals de populaire stedentrips met goedkope vliegmaatschappijen.

Figuur 9.6 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- (12 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 221 kg per dag (niet apart in de figuur vermeld). Daarna komen de buitenlandse vakanties in hotels/motels (90 kg per dag) en in jeugdherbergen (94 kg per dag). Daarbij moet wel worden bedacht dat de totale emissies van zee-cruises slechts 2,3 procent van het totaal bedragen, terwijl buitenlandse hotelvakanties zo'n 39 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.

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

Figuur 9.6 CO₂-emissies per vakantiedag naar logiesvorm, 2018*

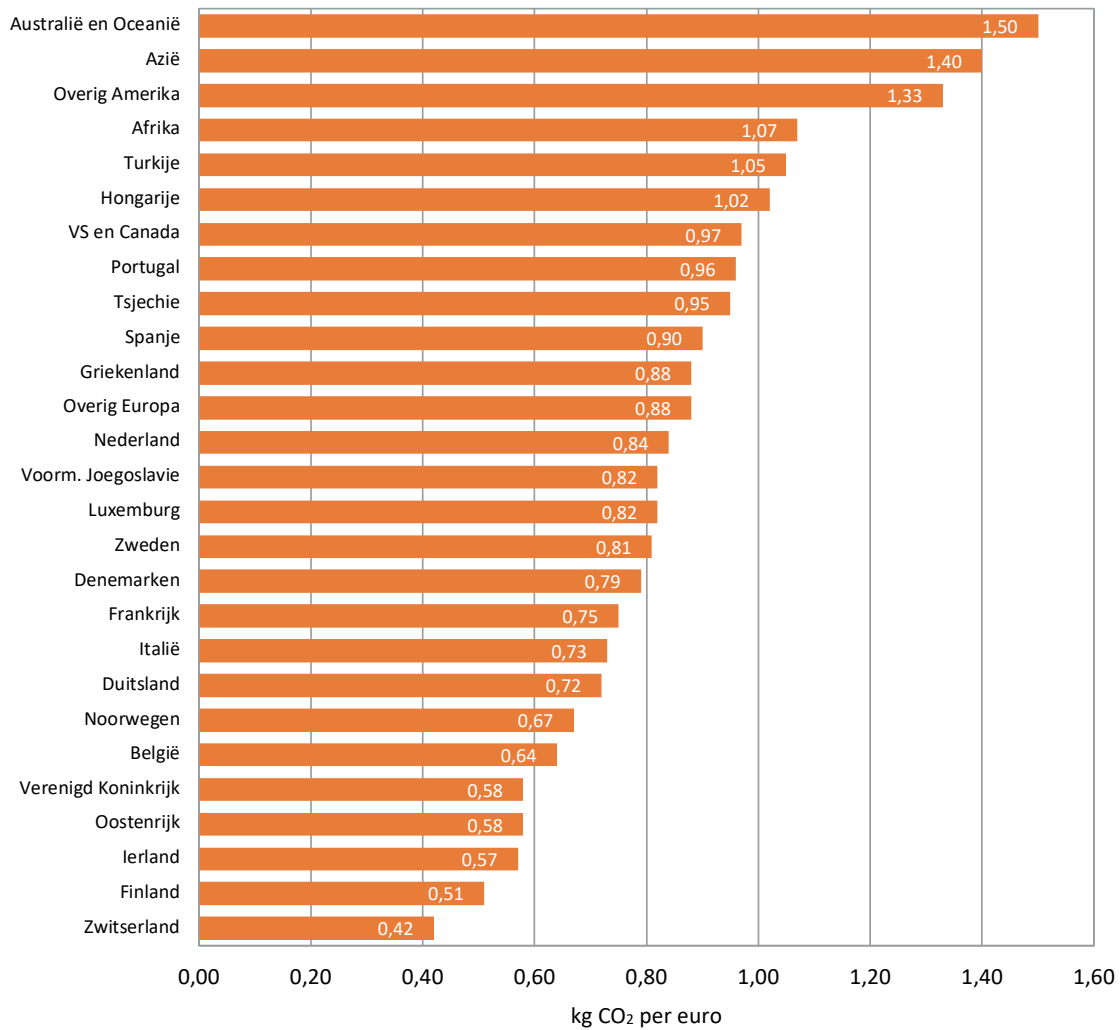


Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

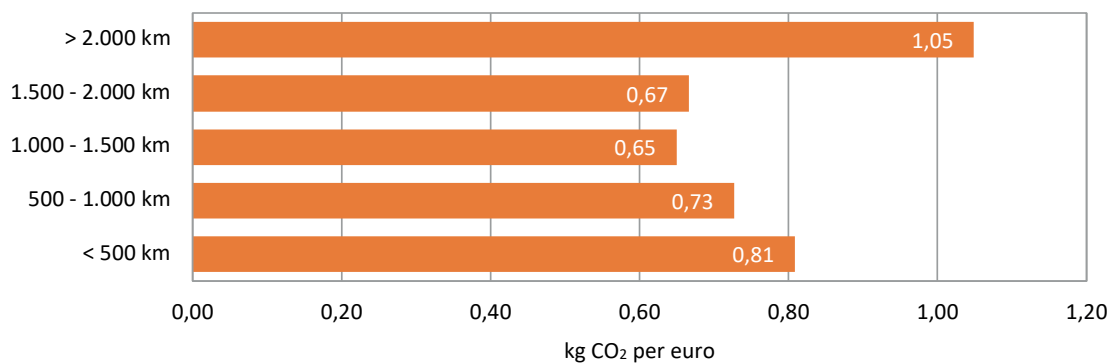
bij een zo hoog mogelijke omzet. Samen met gegevens over de totale emissies kan dit helpen om klimaatbeleid en economisch beleid zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen.

Uit figuur 9.7 blijkt dat de eco-efficiëntie het gunstigst is voor vakanties naar Zwitserland: 0,42 kg per euro. De lage waarde voor Zwitserland heeft veel te maken met de hoge vakantiekosten in dit land. De eco-efficiëntie is het minst gunstig voor vakanties naar Australië en Oceanië: 1,50 kg per euro. De verre reisafstand naar deze bestemmingen gaat gepaard met hoge vakantiekosten, maar ook met bijna vijf ton CO₂. Van de verre bestemmingen hebben de Verenigde Staten en Canada de gunstigste eco-efficiëntie: 0,97 kg per euro. Turkije heeft een voor Europese bestemmingen zeer ongunstige eco-efficiëntie van 1,05 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.

Figuur 9.8 geeft de eco-efficiëntie weer afhankelijk van de gereisde afstand. Interessant is om te zien dat de eco-efficiëntie door de toename van de reiskosten eerst afneemt vanaf de kortste afstand en bij de langste afstand snel toeneemt. 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



Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).



Bron: CVO, 2018 (berekening CSTT/NRIT Onderzoek).

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

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.

9.3 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.¹⁵ 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.¹⁶ 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.

15 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.

16 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

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.¹⁷ 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 daytimepopulation¹⁸ en een onderzoek naar het aantal bezoekers op koningsdag in Amsterdam.¹⁹ Ook zou het aardig zijn om onderscheid te maken naar land van herkomst en het type bezoeker. Dat is hier niet gedaan. Men dient zich verder te realiseren dat het 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; laagste in Groningen

De provincie Noord-Holland had van alle Nederlandse provincies in de afgelopen jaren duidelijk de hoogste toeristische druk per vierkante kilometer (figuur 9.9). De toeristische dichtheid in die provincie is ruim drie 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 2012-2018 de minste toeristische druk als het gaat om het aantal toeristische overnachtingen per dag per vierkante kilometer.

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 2018 per dag 3 overnachtingen van toeristen plaats (figuur 9.10). Zeeland heeft de hoogste toeristische

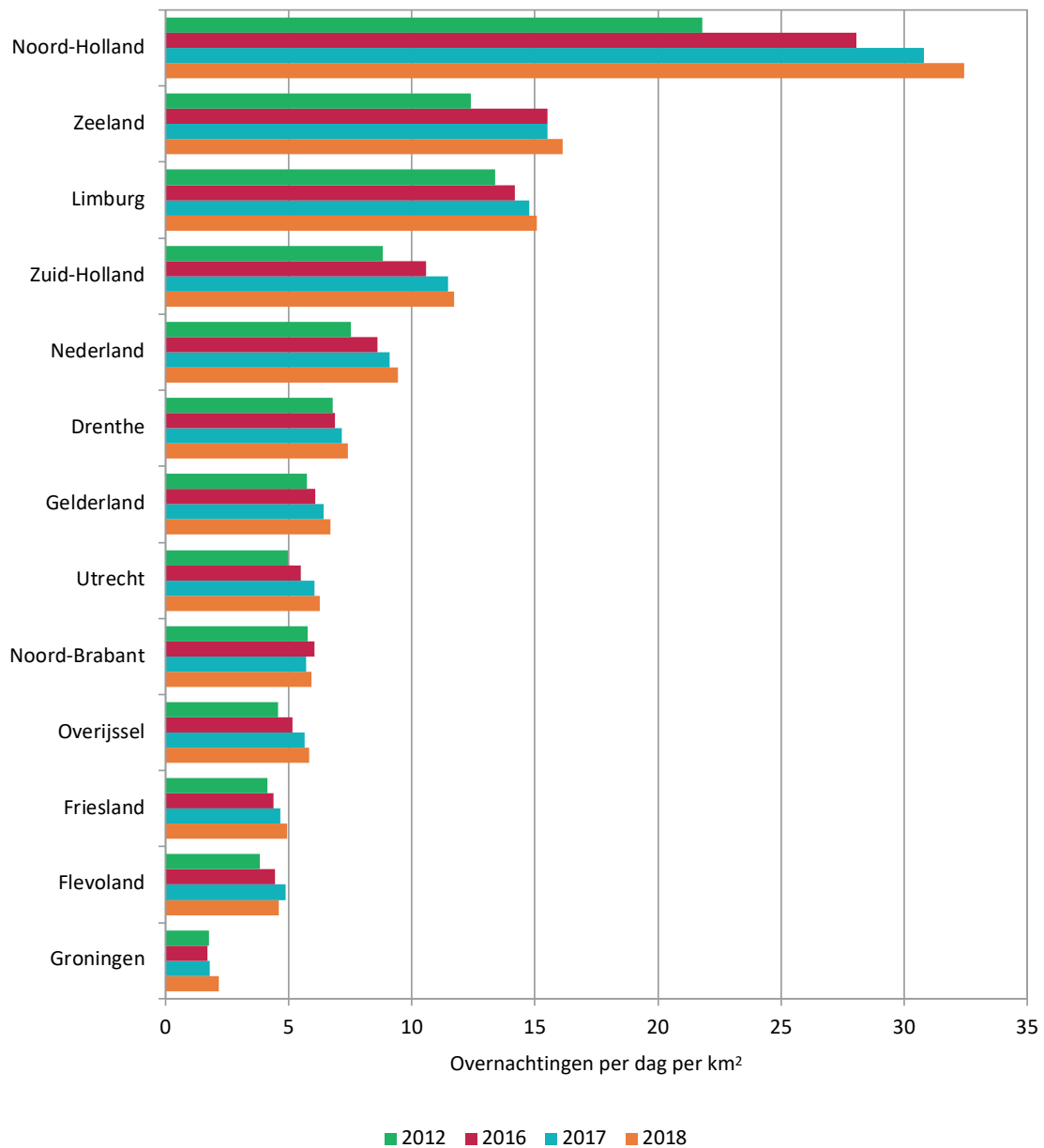
17 Bij huisjesterreinen en groepsaccommodaties minder dan tien slaapplekken en bij campings minder dan vier standplaatsen (excl. vaste standplaatsen voor bijvoorbeeld stacaravans).

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

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

Figuur 9.9

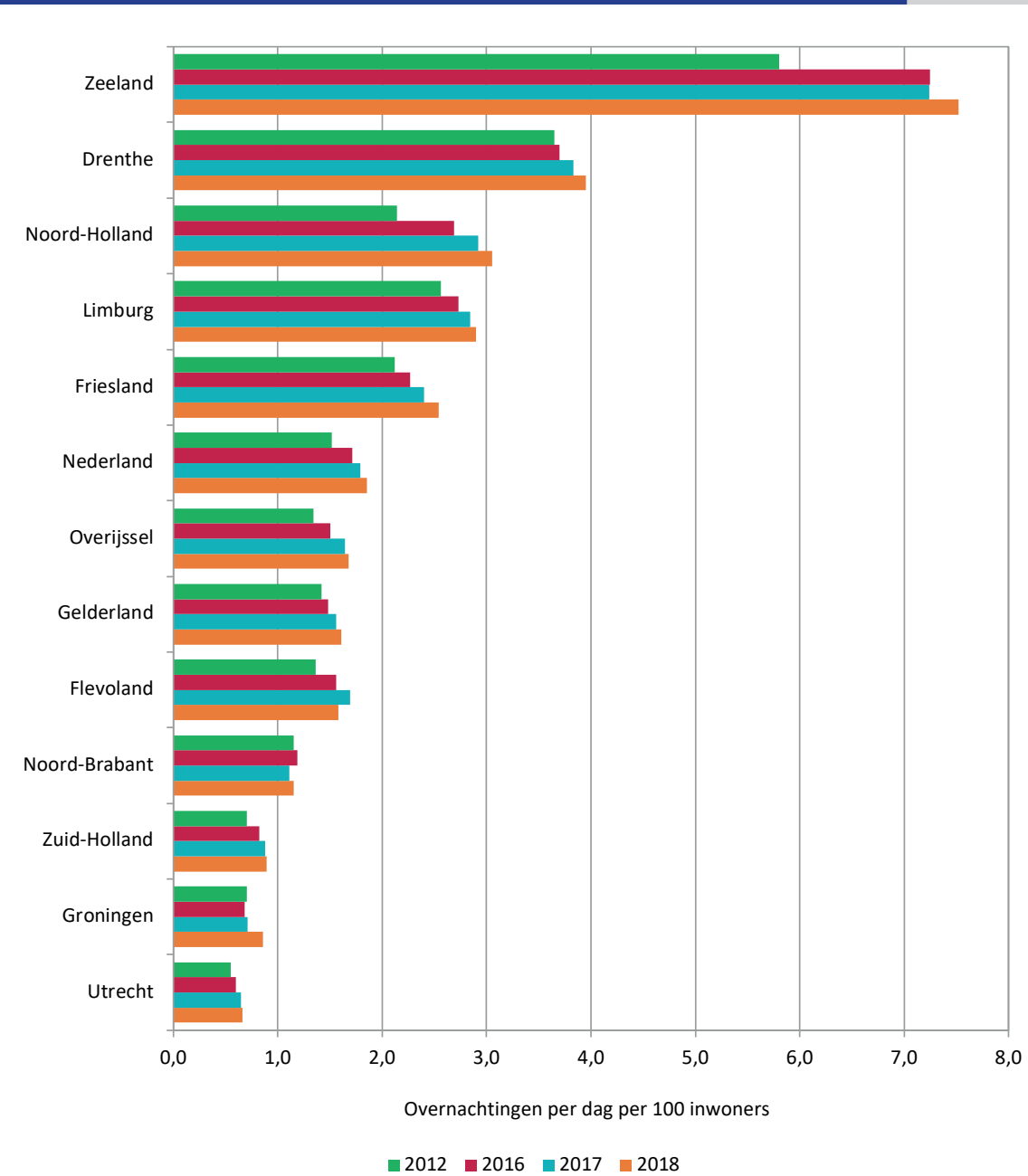
Gemiddeld aantal overnachtingen in alle logiesvormen per dag per km², 2012-2018*



Bron: CVO.

* Bij de oppervlakte is alleen gekeken naar de landoppervlakte.

intensiteit: 7,5 overnachtingen per dag per 100 inwoners. Ook is in die provincie de intensiteit in de periode 2012–2018 sterk gestegen, met 30 procent. De provincies Utrecht, Groningen en Zuid-Holland hebben de laagste toeristische druk per 100 inwoners.

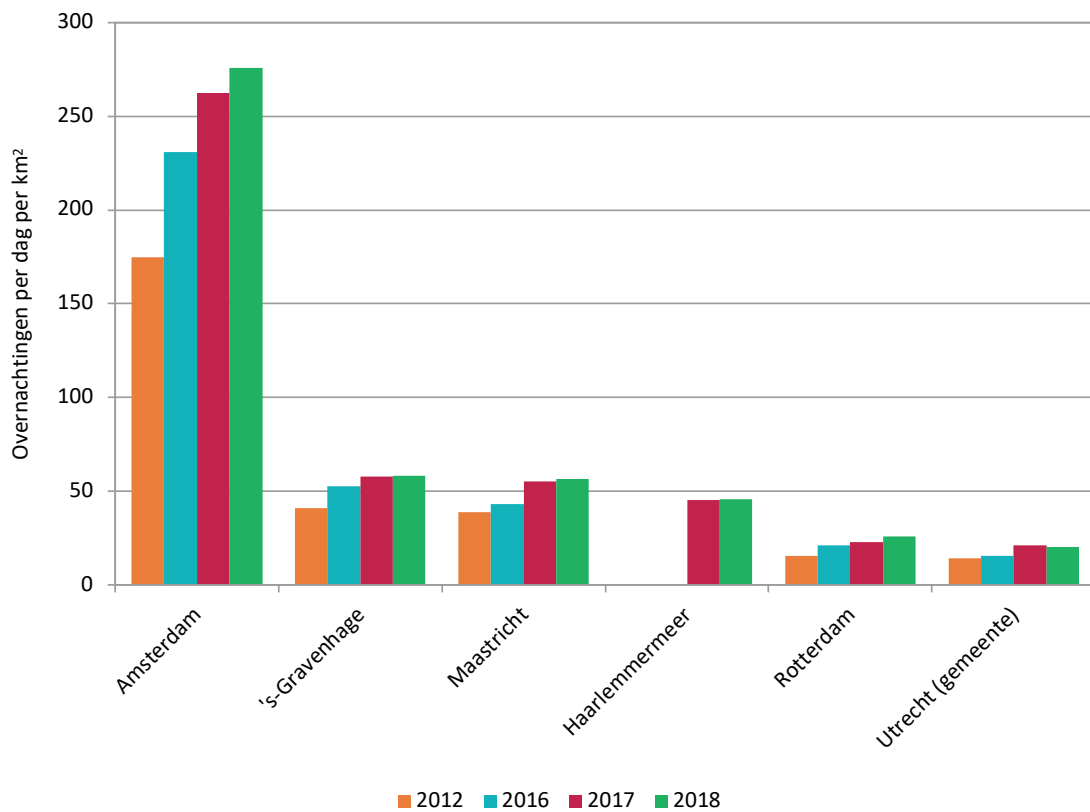


Bron: CBS.

Amsterdam kent verreweg de hoogste toeristische dichtheid

Figuur 9.11 presenteert de toeristische dichtheid van verblijfstoerisme 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: 276 hotelovernachtingen per dag per vierkante kilometer in 2018. Dat is bijna 5 keer zo hoog als bijvoorbeeld Den Haag of Maastricht en circa 29 keer zo hoog als het Neder-

Figuur 9.11 Gemiddeld aantal overnachtingen in hotels per dag per km², 2012-2018*

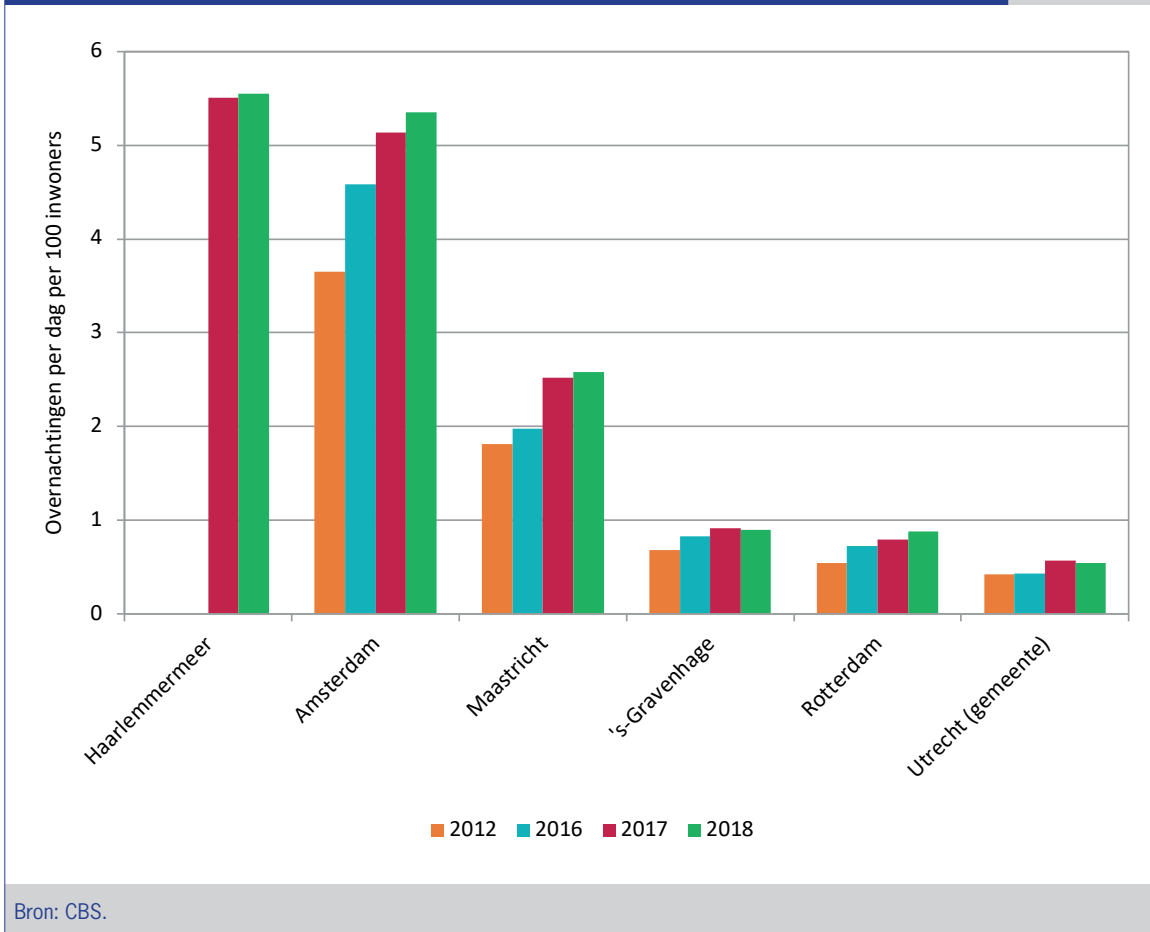


Bron: CBS.

* Bij de oppervlakte is alleen gekeken naar de landoppervlakte.

landse gemiddelde (9,5 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.

In de periode 2012-2018 is de toeristische dichtheid van verblijfstoerisme in Amsterdam met zo'n 58 procent gestegen, in Rotterdam was die toename zelfs 67 procent. 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.



Bron: CBS.

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 Haarlemmermeer is de toeristische intensiteit het hoogste: 5,6 hotelovernachtingen van toeristen per dag in 2018 op 100 inwoners (figuur 9.12). Die intensiteit is er 3 keer zo hoog als gemiddeld in Nederland, maar wel lager dan in Zeeland met 7,2 overnachtingen per dag per 100 inwoners (figuur 9.10).