

Het Trendrapport toerisme, recreatie & vrije tijd geeft een samenhangend beeld van de gehele Nederlands vrijetijdsindustrie en biedt actueel inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme, recreatie en vrije tijd. In deze samenvatting komt aan de orde:

1 Belangrijkste cijfers toerisme & vrije tijd Nederland

2 Trends & ontwikkelingen algemeen

3 Trends en ontwikkelingen per sector

1 CIJFERS TOERISME & VRIJE TIJD

- ***Uitgaand toerisme is een fractie gedaald*** In 2014 zijn 12,5 miljoen Nederlanders op vakantie geweest. Dit betekent dat 80% van de Nederlanders op vakantie is geweest. Dit is een fractie minder dan in 2013, toen 81% van alle Nederlanders op vakantie ging. Lange vakanties zijn meer in trek dan korte vakanties. 11,5 miljoen Nederlanders trokken in 2014 erop uit voor één of meerdere lange vakanties, die ten minste vier overnachtingen omvatten. Daarnaast hebben 6,5 miljoen Nederlanders een korte vakantie ondernomen.
 - ***Toch groeide het aantal korte vakanties met 1,3%***
 - ***Het aantal lange vakanties daalde met 2,8%***
 - ***Het aantal buitenlandse vakanties daalde met 0,9%***
 - ***Het aantal zomervakanties steeg met 2,9%***
- ***Inkomend toerisme ziet groei*** In 2014 hebben ongeveer 13,9 miljoen buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezocht. Dit is ruim 1,1 miljoen meer dan in 2013 (+ 9%). In totaal boekten deze bezoekers 34,3 miljoen overnachtingen. Dit is 2,7 miljoen meer dan in 2013 (+ 8%). Wereldwijd steeg het aantal toeristen met 4,4%. Ruim de helft van alle buitenlandse toeristen verblijft in Noord-Holland (5,3 miljoen in Amsterdam). 69% van de buitenlandse toeristen in Nederland heeft een vakantiemotief. 26% heeft een zakelijk motief en 6% heeft een ander motief, zoals bezoek van vrienden en kennissen. De 14 miljoen internationale bezoekers die in 2014 in Nederland verbleven, besteedden gezamenlijk 10,1 miljard euro aan hun bezoek aan Nederland. 9,25 miljard euro kwam ten goede aan de Nederlandse economie.
 - ***Aantal gasten uit Duitsland: 3,9 miljoen meerdaagse toeristen in 2014***
 - ***Aantal gasten uit het Verenigd Koninkrijk: 1,9 miljoen meerdaagse toeristen in 2014***
 - ***Aantal gasten uit België: 1,8 miljoen meerdaagse toeristen in 2014***
- ***Uithuizige vrijetijdsactiviteiten zijn gestegen*** Van begin mei 2012 tot begin mei 2013 hebben Nederlanders gezamenlijk ruim 3,77 miljard vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning ondernomen (2013 3,76 miljard). Vooral buitenrecreatie komt veel voor en wandelen voor het plezier is daarbij erg populair.
- ***De provincie Gelderland is vooral populair voor Nederlanders om vakantie te vieren*** In 2014 brachten Nederlanders ruim 2,9 miljoen vakanties door in deze provincie. Voor korte vakanties is Noord-Holland populair, mede door de bestemming Amsterdam. Nederlanders hebben in 2014 in totaal 17,2 miljoen vakanties in eigen land ondernomen.
- ***Meer thuisblijvers in 2015 tijdens vakantie*** Het Nibud meldt dat in 2015 26% van de Nederlanders thuisblijft. Dit betreft vooral huishoudens met een inkomen beneden modaal (minder dan 1.750 euro netto per maand). Opvallend is dat mensen die niet op vakantie gaan, ook minder uitstapjes maken

dan mensen die wel op vakantie gaan.

- *Toeristische bestedingen nemen toe* De totale toeristische bestedingen in de Nederlandse economie stegen in 2014 naar een totaal van 68,3 miljard (+3 miljard t.o.v. 2013). Toerisme is relatief belangrijk geworden voor de Nederlandse economie. De bijdrage van toerisme aan het bbp steeg in 2014 met 0.2 procentpunten naar een totaal van 3,7%. Verder is de Nederlandse werkgelegenheid in de toerismesector gegroeid met ruim 8%.
- *Voorspelling UNWTO: jaarlijkse groei wereldwijde toerisme van 3,3 procent tot 2030* In absolute termen gaat het om een voorspelde toename van gemiddeld 43 miljoen inkomende toeristen wereldwijd per jaar. Er wordt verwacht dat het inkomend toerisme in Azië en Oceanië het sterkst groeit. Het inkomend toerisme in Europa en Noord-, Midden- en Zuid- Amerika groeit relatief minder sterk. In Afrika en het Midden-Oosten verwacht men een minder grote groei.

2 TRENDS & ONTWIKKELINGEN ALGEMEEN

- *Groeiende bevolking en kleine groei Nederlandse economie* De Nederlandse bevolking groeit, vergrijsd en wordt tegelijkertijd steeds internationaler. In 2014 is de bevolking van Nederland gegroeid met circa 73.000 personen. Met de Nederlandse economie gaat het beter. Na twee jaar van krimp is de Nederlandse economie in 2014 met 0,9% gegroeid.
- *Werkgelegenheid trekt voorzichtig aan en Nederlandse horeca doet het goed* In 2014 trok de werkgelegenheid aan, de kortdurende werkloosheid nam af, maar de langdurige werkloosheid nam opnieuw toe. Verder ziet de Nederlandse horeca al enige tijd een stijgende groeilijn.
- *Duitse economie doet het beter dan gemiddeld in Europa* Voor Nederland is Duitsland belangrijk als het gaat om toeristische ontwikkeling.
- *Beoordeling Nederlanders over hun leven positief* Nederlanders zijn tevreden over de kwaliteit van leven. Deze waarden ze met een rapportcijfer van 7,5. Vrouwen zijn iets vaker tevreden met het leven dan mannen. Leeftijd speelt ook een belangrijke rol: vooral 25 tot 55 jarigen zijn wat minder vaak tevreden dan jongeren en ouderen.
- *Consumentenvertrouwen sinds maart 2015 positief cijfer* Ondanks de sterke verbetering in het consumentenvertrouwen waren er in 2014 nog steeds meer pessimisten dan optimisten. Sinds het voorjaar van 2015 overtreffen de optimisten echter de pessimisten.
- *Meer dagelijkse internetgebruikers* In 2014 maakte 90% van alle internetgebruikers dagelijks of vrijwel dagelijks gebruik van het internet. Dit is aanzienlijk meer dan het aantal dagelijkse internetgebruikers in 2005. Communiceren en informatie opzoeken zijn nog steeds de belangrijkste doelen waarvoor het internet door Nederlanders wordt gebruikt.
- *Technologische trends steeds belangrijker in de gastvrijheidssector* Apps zijn nog steeds krachtig als het gaat om beleving of service toe te voegen. Daarbij maakt de gastvrijheidssector in toenemende mate gebruik van Bluetooth Beacons. Door de inzet van deze Beacons kunnen bezoekers van relevante informatie worden voorzien gerelateerd aan de exacte locatie waar zij zich bevinden.
- *Duurzaamheid komt hoger op de agenda te staan* Bij ongewijzigd beleid zal in 2050 de toerismesector vrijwel geheel verantwoordelijk zijn voor de wereldwijde CO2-uitstoot. Ondernemers realiseren zich vaker dat duurzaam ondernemen de beste manier is om ook op langere termijn succesvol te zijn. De consument verandert zijn gedrag nog maar mondjesmaat. In de toerismesector

komt innovatie op dit gebied niet van de grote spelers, maar vooral van een netwerk van kleine spelers.

- *Een-op-eenmarketing steeds belangrijker* Een standaardaanbod is niet meer van deze tijd. De markt beweegt door diverse technologische ontwikkelingen steeds meer richting slimme oplossingen en dienstverlening. Mogelijkheden komen voort uit big data waarmee behoeften van consumenten voorspeld kunnen worden en waardoor een persoonlijk aanbod kan worden gedaan.

3 TRENDS & ONTWIKKELINGEN PER SECTOR

- *Groepsaccommodaties:* Het aantal groepsaccommodaties in Nederland is licht gedaald. De wens naar luxe in de verblijfsrecreatie neemt toe. Daarbij gaat het de gast om een waardecreatie door een unieke beleving.
- *Horecasector:* Er is sprake van groei bij hotels, restaurants en eetgelegenheden. Het aantal cafés zien we afnemen.
 - Voor de hotels geldt dat de toename van 5-sterrenhotels het sterkst is en dat de capaciteit van 3-sterrenhotels het snelst groeit. Hotels moeten de concurrentie aangaan met woningen van particulieren die via platforms als Airbnb en wimdu worden aangeboden (goed voor 1,5 miljoen vakanties in Nederland)
 - Restaurants moeten het aanbod beter afstemmen op de wensen en behoeften van de groeiende groep ouderen. Pop-uprestaurants zijn een nieuwe trend in de horeca.
- *Airbnb:* de gemiddelde Nederlandse Airbnb-reiziger is 36 jaar en overnacht 4 nachten op een locatie. 71% van de Nederlandse Airbnb-reizigers keert niet terug naar dezelfde bestemming als het jaar daarvoor. De Europese Airbnb-reiziger verblijft gemiddeld 5 nachten op locatie. Internationale reizigers die een accommodatie huren via Airbnbplatform maken slechts een fractie uit van het totaal aantal internationale bezoekers in Nederland. Amsterdam is een populaire Airbnb-bestemming, maar sinds de zomer van 2015 blijken ook andere bestemmingen in trek. De Airbnb-overnachtingen in Friesland en Zeeland zijn beiden met zo'n 300% gestegen. Het aantal boekingen in Utrecht is in de zomer van 2015 ten opzichte van 2014 gestegen met 155% (dit kan met name worden toegeschreven aan de start van de Tour de France).
- *Woning van particulier:* 12 % van de lange vakanties van Nederlanders in Nederland en 7% van de korte vakanties vindt plaats in een woning van een particulier (CVO.) Voor het inkomend toerisme zijn hier geen cijfers van bekend.
- *Bungalowsector:* Het aanbod groeit, maar parken zijn gemiddeld kleiner. Nederland ontving in 2014 1,98 miljoen buitenlandse gasten in bungalows.
- *Bed & Breakfastsector:* De populariteit en zichtbaarheid van B&B's neemt verder toe. Steeds meer bezoekers kiezen voor een persoonlijke manier van reizen, waar B&B's van profiteren. De gemiddelde prijs voor een overnachting met ontbijt in een B&B bedraagt €77, - wat aanzienlijk goedkoper is dan de gemiddelde hotelkamer.
- *Kampeersector:* De kampeersector blijft aanhoudend afnemen. In 2014 werden 1,4% minder kampeervakanties door Nederlanders ondernomen dan een jaar eerder.

TOERISME UTRECHT

- **Waterrecreatiesector:** Voor de watersportbranche is het van belang dat ze jongeren gaat binden. Deze jongeren worden tegenwoordig wel steeds meer aangetrokken door sporten zoals suppen en zeilen.
- **Reissector:** Toeristische bedrijven doen er goed aan om zich op hun businessmodel te focussen en de klant daarbij centraal te stellen. In de zomer van 2014 was er een daling van 4,9% in het aantal vliegvakanties. Opvallend is dat reizigers losse onderdelen van de reis in toenemende mate apart van elkaar boeken.
- **Attractiesector:** Attractieparken bevinden zich in een lastige situatie. Bezoekers verwachten steeds meer faciliteiten en beleving te krijgen. Toegangsrijzen van attractieparken, dierentuinen en musea zagen de afgelopen vijf jaar een stijging van gemiddeld 19%.
- **Culturele sector:** Innovatie en samenwerking versterken de culturele sector. De cultuurparticipatie in Nederland staat in de top 3 van Europa. Het gaat om bezoeken aan podiumkunsten, musea, bibliotheken, film, boeken lezen en luisteren en kijken naar culturele programma's op radio en tv.
- **Sportsector:** Nederland is goed in het organiseren van complexe evenementen, zoals de 'Grand Depart' van de Tour de France. Qua ledental blijft de sport voetbal onbetwist de nummer één.
- **Evenementensector:** In 2014 trokken de 20 grootste evenementen van Nederland ruim 15 miljoen bezoekers. Dit waren er in 2013 nog 13,8 miljoen.
 - De Nijmeegse Vierdaagse kreeg in 2014 te maken met een recordaantal van bijna 1,4 miljoen bezoekers
 - Nieuw in de top 20 van grootste evenementen zijn het Glazen Huis van radiozender 3FM en het Amsterdam Light Festival.
 - Qua aantal Media Bereik Eenheden (MBE's) scoort het Nederlands Film Festival het hoogst.
 - Dance-evenementen worden ook steeds populairder en scoren steeds hoger op de ranglijst van TOP50 entree heffende evenementen.
- **Retailsector:** Het aantal fysieke winkels blijft gestaag dalen. Het fysieke winkelen moet voor de consument steeds meer een beleving worden. Winkelen in de binnenstad blijft met 227 miljoen activiteiten nog steeds de tweede populairste vrijetijdsactiviteit.
- **Wellnesssector:** Uit een schatting blijkt dat 20-30% van de bevolking tussen de 18 en 65 jaar wel eens een wellnesscentrum bezoekt. Het saunapubliek is de afgelopen jaren flink gegroeid, ook is het jonger en rijker geworden. De meerderheid van saunabezoekers zijn tussen de 30 en 59 jaar en hoogopgeleid. Daarbij zijn vrouwelijke saunabezoekers met circa 60% in de meerderheid. Ook neemt de interesse voor een gezonde leefstijl, gezonde voeding en voldoende beweging toe.
- **Zakelijk toerisme:** In 2014 waren er 3,6 miljoen buitenlandse zakenreizigers voor ten minste één nacht. Deze reizigers kwamen vooral uit het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Duitsland. Deze groep zakenreizigers gaf in totaal 3,7 miljard euro uit aan reis en verblijf in Nederland. Nederland stond in 2014 in de top 10 van congresbestemmingen.
- **VVV Nederland:** Het merk VVV kent een hoge naamsbekendheid, maar liefst 97% van de Nederlanders kent het merk. In de categorie 'vakantie en reizen' is VVV het hoogst scorende merk.