

# Trends en ontwikkelingen in de gastvrijheidseconomie

Tekst: Kim de Bruijn en Ton Vermeulen, NRIT Media



Deze week verschijnt de 32ste editie van het jaarlijkse Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd van NRIT Media, Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH) en NBTC Holland Marketing. Wij bieden in dit prettig leesbare rapport een actueel inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme, recreatie en vrije tijd. Het Trendrapport is in de loop der jaren gaan gelden als hét jaarboek voor de Nederlandse gastvrijheidsindustrie. Door de samenwerking van deze drie kennispartners en de inbreng van de belangrijkste branche- en koepelorganisaties, is het Trendrapport echt een rapport voor en door de sector geworden. In dit artikel de belangrijkste conclusies uit deel 1 (Trends) en 2 (Ontwikkelingen in vakanties en vrije tijd) van het rapport. Deel drie, waar elke deelsector van de gastvrijheidseconomie een eigen hoofdstuk heeft, blijft in dit artikel buiten beschouwing.

## **Demografische trends**

### *Wereldbevolking*

Hoewel de verwachte bevolkingsgroei in Nederland beperkt is, zal de wereldbevolking de komende decennia zeker nog stijgen. De Verenigde Naties (VN) verwachten dat er in 2050 ruim 9 miljard mensen op aarde rondlopen. De wereldbevolking zal in 2050 significant ouder zijn. In 2010 was 8% 65 jaar of ouder. In 2050 zal het aandeel 65-plussers zijn gestegen naar ruim 16%. De mediaanleeftijd stijgt gelijktijdig van 29 naar 38 jaar. De levensverwachting stijgt eveneens. In de meer welvarende landen neemt deze toe naar rond de 100 jaar. Rond 2050 zal circa



*Het verlangen naar een ander type samenleving lijkt aanwezig*

70% van de wereldbevolking in steden leven en wonen, waar dat nu nog ongeveer de helft is. Al in 2020 zullen er minimaal dertig megasteden zijn met meer dan 10 miljoen inwoners. De grootste groei zal echter plaatsvinden in circa 500 steden met enkele miljoenen inwoners.

#### *Nederland*

Het inwonertal van Nederland zal de komende jaren volgens het CBS blijven toenemen. Het aandeel 65-plussers loopt op tot een kwart van de bevolking. Volgens de nieuwe prognose zet de stijging van de levensverwachting op de lange termijn sterker door dan in 2010 werd verondersteld. Het aantal jongeren tussen 0 en 20 jaar zal aanvankelijk iets afnemen – van 3,8 miljoen naar 3,7 miljoen – om na 2030 weer licht toe te nemen naar 3,8 miljoen. Een opmerkelijke verandering in de komende decennia vindt plaats onder de ‘Oude en Nieuwe Senioren’. Deze leeftijdsgroep groeit van 3 miljoen naar 4,6 miljoen mensen in 2040. Een groei met maar liefst 53%. Wellicht de grootste verandering die ons de komende decennia te wachten staat, is de enorme groei van het aantal alleenstaanden of eenpersoonshuishoudens. Het totale aantal huishoudens groeit in

de periode tot 2040 met 10% van 7,7 miljoen naar 8,5 miljoen. De enorme groei van het aantal eenpersoonshuishoudens heeft grote gevolgen voor het productaanbod van toerisme, recreatie en vrije tijd. Veel meer dan in het verleden zullen aanbieders in de toekomst moeten nadenken over hoe zij alleenstaanden kunnen interesseren voor hun product.

#### **Economische trends**

Nederland is voor de tweede keer in nauwelijks drie jaar tijd in een recessie terechtgekomen. Veel consumenten en bedrijven in en buiten de vrijetijdsector hebben het moeilijk. De crisis doorkomen is een ware survival of the fittest geworden. De economie is volgens het CBS in 2012 met 1,0% gekrompen ten opzichte van een jaar eerder. Dit is de eerste jaarkrimp sinds 2009, toen het bruto binnenlands product (BBP) met 3,7% slonk. Ook het reëel beschikbaar inkomen van huishoudens is voor het vijfde jaar op rij gedaald. De daling in 2012 bedraagt 3,2%. Dit is de sterkste afname sinds het begin van de reeks in 1981. Het Centraal Planbureau (CPB) verwacht voor 2013 wederom een krimp, ditmaal van 1 procent. Die wordt vooral veroorzaakt door het achter-

blijven van de binnenlandse bestedingen. Voor de hele periode 2013-2017 verwacht het CPB een voorzichtig herstel, met een gemiddelde groei van een krappe 1,5% per jaar, ongeveer gelijk aan de potentiële groei. Uit onderzoek blijkt dat de crisis het persoonlijke leven van de Nederlander is binnengedrongen: mensen hebben minder te besteden, kampen met stijgende kosten, verliezen hun baan of krijgen hun huis niet verkocht. Steeds minder mensen geven aan dat de crisis hen niet raakt: dit aantal is gedaald van 25% in 2011 naar 18% in 2012.

#### **Sociaal-culturele trends**

Veel signalen wijzen op een meer sociale samenleving en het op de achtergrond raken van het individualisme. Een combinatie van een terugtrekkende overheid en de vergrijzing maakt dat de zorg voor elkaar meer op de voorgrond komt te staan. Ook de economische situatie vraagt erom dat burgers samen initiatieven oppakken of in stand houden. Het is een mentaliteitsverandering die zich op kleine schaal begint te manifesteren. De vraag is hoe dit zich gaat uitkristalliseren. Het verlangen naar een ander type samenleving lijkt wel aanwezig. De tijdgeest wordt ervaren als hard en egoïstisch,

terwijl er tegelijkertijd een groot verlangen is naar saamhorigheid en kwaliteit van leven. De komende jaren gaan vier factoren in onderling samenspel leiden tot een ander perspectief en andere oplossingen voor de organisatie van de samenleving en de economie. Zo wordt het kunnen gebruiken van producten en diensten belangrijker dan het bezitten ervan. Stellen mensen zich in op (de noodzaak van) een soberder leven en zijn minder eenzijdig gericht op consumeren en meer weloverwogen in de keuzes die zij maken. Neemt het aantal Nederlanders toe dat vindt dat burgers meer eigen verantwoordelijkheid moeten nemen en minder een beroep moeten doen op de overheid. Tot slot ontstaan er andere voorkeuren voor de manier van organiseren, waarbij burgers meer samen doen en niet afhankelijk zijn van bureaucratische en dure organisaties en systemen.

### Technologische trends

Technische oplossingen dienen zich in versneld tempo aan voor allerhande toepassingen die ook bruikbaar zijn in de vrijetijdsector. Vooral de mogelijkheden die mobiel internet biedt, nemen een vlucht. Consumenten omarmen die ontwikkelingen op grote schaal en hebben een groot vertrouwen in de vooruitgang van de technologie. De technologisering heeft ook een wisselwerking met andere trends in de samenleving. Zo komt een groeiende hang naar zelfbeschikking en ook extravertie naar voren. Technologische ontwikkelingen kunnen daarvoor de mogelijkheden bieden, bijvoorbeeld doordat men zelf kan bepalen waar en wanneer men werkt (het nieuwe werken), wanneer een tv-programma wordt bekeken, wanneer men online winkelt of een reisje boekt. Sociale media bieden bovendien de mogelijkheid om je op een bepaalde manier te profileren en op vernieuwende manieren in contact te zijn met anderen. Zowel thuis als op het werk neemt internet een steeds prominentere plek in het dagelijks leven van de Nederlander in. Bijna alle bevolkingsgroepen besteden er meer tijd aan en profiteren ervan, maar vooral jongeren en hoogopgeleiden hebben er het meeste profijt van. Gemiddeld zit de Nederlander op een

werkdag (inclusief vrije tijd) 4 uur en 48 minuten op internet. Op een vrije dag is dat 4 uur en 18 minuten. Op vakantie blijken Nederlanders in elk geval niet zonder internet te kunnen. Social travel is dan ook de nieuwe vakantietrend. Tijdens het vakantieverblijf is voor veel Nederlanders een internetverbinding belangrijk om te kunnen blijven e-mailen en facebooken. Hoewel volledig ontstressen en ontsnappen aan het dagelijks bestaan de meest genoemde redenen voor een vakantie zijn (34%), geeft de helft van de Nederlanders aan zijn e-mail tijdens de vakantie wel te checken. Een derde logt in op Facebook om onder meer te kijken wat vrienden aan het doen zijn. Met de sterke stijging van smartphone- en tabletgebruik groeit ook het gebruik van apps. Ook de vrijetijdsector zit niet stil en ontwikkelden de afgelopen periode allerhande apps voor hun doelgroep.

### Duurzame trends

Problemen met water, energie en grondstoffen, waar we ons nu zo druk om maken, bestaan volgens trendwatcher Adjedj Bakas in de toekomst niet meer. Nieuwe technologieën en recycling gaan die voor ons oplossen. Op dit moment maakt de vrijetijdsector zich echter in toenemende mate druk om de effecten van onze vrijetijdsbesteding op milieu en klimaat. Terecht, want in 2030 worden wereldwijd bijna 2 miljard toeristische aankomsten verwacht. Meer dan de helft van de toeristen reist per vliegtuig, en dat is vanwege de grote CO<sub>2</sub>-uitstoot een groot probleem. Nederland loopt bovendien voorop in de milieuschade veroorzaakt door toerisme. Qua verduurzaming zit Nederland daarentegen nog in de voorontwikkelingsfase. Het besef lijkt binnen de sector wel degelijk groeiende, en dat is een eerste belangrijke stap. De carbon footprint van alle Nederlandse vakantiegangers bedroeg in 2012 circa 15,4 megaton CO<sub>2</sub>. Dat is ongeveer 9,2% van de totale Nederlandse carbon footprint. De CF per vakantie is 420 kilogram CO<sub>2</sub> en per dag 49 kilogram CO<sub>2</sub>. Dat is meer dan de carbon footprint van een gemiddelde dag van de Nederlander (circa 28 kilogram CO<sub>2</sub>). Lange vakanties naar het buitenland namen in 2012 77% van

de totale vakantie-emissies voor hun rekening. Het vervoer van en naar de bestemming is dan ook verantwoordelijk voor bijna de helft van de vakantiegerelateerde carbon footprint. De accommodatie levert een bijdrage van 32%. Ten opzichte van 2011 is de totale carbon footprint van Nederlandse vakantiegangers met 1% gestegen. Per vakantie bleef deze echter gelijk.



### Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2013

Het 'Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd' geeft in 400 pagina's een samenhangend beeld van de gehele Nederlandse vrijetijdsindustrie. Op basis van de meest toonaangevende (statistische) onderzoeken en bronnen komen de belangrijkste trends en ontwikkelingen in toerisme, recreatie en vrije tijd aan bod. Deze worden aangevuld met visies en inzichten van toonaangevende branche- en kennisorganisaties uit de sector. Daarmee is het rapport inmiddels uitgegroeid tot hét standaardwerk voor en door de sector. Door de presentatie van alle informatie in één overzichtelijke uitgave is het rapport ook uitstekend bruikbaar als naslagwerk.

De prijs van een los exemplaar bedraagt € 137,50, met een doorlopend abonnement bent u nog voordeliger uit en betaalt u slechts € 94,50 per jaar. Bestellen gaat eenvoudig via de store op [www.nritmedia.nl](http://www.nritmedia.nl).

De toename is dus enkel te wijten aan de (eveneens lichte) stijging van het aantal vakanties. Vergeleken met 2002 is echter sprake van een toename van maar liefst 21%. Per vakantie nam de carbon footprint in dezelfde periode toe met 16%.

### Politieke en beleidsmatige trends

Het beleid van de rijksoverheid ten aanzien van toerisme en recreatie wordt gecoördineerd door het Ministerie van Economische Zaken. In de beleidsbrief van juni 2011 heeft toenmalig staatssecretaris Bleker de hoofdlijnen voor het rijksbeleid opnieuw vastgesteld. Dat beleid heeft drie hoofdlijnen: het verbeteren van het ondernemingsklimaat voor de sector, het aantrekken van meer internationale bezoekers en bestedingen, en de verduurzaming van de sector. Om het inkomend toerisme te stimuleren krijgt het NBTC tussen 2012 en 2015 een rijksbijdrage van in totaal 46,5 miljoen euro. De marketingactiviteiten van het NBTC moeten in die periode 3,4 miljoen extra buitenlandse bezoekers naar Nederland trekken, die in totaal 1,37 miljard euro extra uitgeven. Om de regeldruk in de sector te verminderen heeft het ministerie samen met Gastvrij Nederland het project 'Implementatie Regeldrukvermindering Gastvrijheidseconomie' uitgevoerd. Het ministerie wil de verduurzaming van de sector stimuleren door de Green Deal die is afgesloten met RECRON en STIRR: vijf iconprojecten waarbij recreatieondernemers investeren in het behoud en de ontwikkeling van natuur. Hoewel de gastvrijheidseconomie formeel geen topsector is, staat het ministerie toch de topsectorenpak voor, teneinde de relatie tussen ondernemingen, kennisinstellingen en medeoverheden te bevorderen.

### Trends in internationaal toerisme

#### *Terugblik 2012*

In 2011 bereikte het internationale toerisme al een recordhoogte met 982 miljoen aankomsten. In 2012 werd dat echter overtroffen en werd voor het eerst de grens van 1 miljard aankomsten overschreden. Ondanks de economische crisis blijkt het wereldwijde toerisme

dus een groeisector te zijn. In totaal werden in 2012 1,035 miljard internationale aankomsten geregistreerd, een groei van 4% ten opzichte van 2011. Hierbij gaat het om bezoekers die minstens één nacht op een bestemming doorbrengen; binnenlands toerisme wordt in de statistieken van UNWTO niet meegerekend. De toeristische bestedingen passeerden in 2011 voor het eerst de 1 miljard dollar; er werd toen 1.042 miljard dollar (749 miljard euro) besteed. In 2012 zijn de uitgaven (gecorrigeerd voor inflatie) nog verder gegroeid, namelijk tot 1.075 miljard dollar (837 miljard euro). De bestedingen vertoonden daarmee eenzelfde groei als de groei in toeristische aankomsten (beide +4%). Opkomende economieën deden het beter (+4,3%) dan geavanceerde economieën (+3,7%). Vooral de regio Azië/Pacific boekte een sterke groei (+7%). Europa blijft met 534 miljoen toeristen de meest bezochte regio ter wereld en ontving in 2012 3,4% meer internationale bezoekers. Een positief resultaat in het licht van de economische crisis.

#### *Verwachtingen voor 2013*

Voor 2013 verwacht UNWTO een verdere groei van het wereldtoerisme die met 3% tot 4% iets onder het niveau van 2012 ligt. De verwachtingen zijn gunstiger voor Azië/Pacific (+5% tot +6%), gevolgd door Afrika (+4% tot +6%). Voor 'de Amerika's' wordt een gemiddelde ontwikkeling verwacht (+3% tot +4%). Europa (+2% tot +3%) en het Midden-Oosten (0% tot +5%) zullen zich naar verwachting iets minder dan gemiddeld ontwikkelen.

### Trends in inkomend toerisme

#### *Kerncijfers*

In totaal hebben in 2012 zo'n 11,7 miljoen buitenlandse toeristen Nederland voor één of meerdere nachten bezocht. Ten opzichte van 2011 betekent dit een toename van het aantal buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties met bijna 400.000 (+3%). Het inkomend toerisme is daarmee een van de weinige sectoren die, ondanks de crisis, een positieve ontwikkeling laat zien. De buitenlandse gasten die naar Nederland kwamen, verbleven

gemiddeld iets korter. De gemiddelde verblijfsduur daalde van 2,45 naar 2,40 overnachtingen. Het totaal aantal overnachtingen kwam over 2012 uit op 27,9 miljoen. Dat is zo'n 150.000 meer dan in 2011 (+1%).

#### *Bestemmingen*

Ruim de helft (52%) van alle buitenlandse toeristen verblijft tijdens het bezoek aan Nederland in Noord-Holland, waarbij met name Amsterdam in trek is. Zuid-Holland volgt op ruime afstand op de tweede plaats met zo'n 1,5 miljoen aankomsten (13%). Op de derde plaats staan Noord-Brabant en Zeeland, die elk ruim 800.000 buitenlandse toeristen registreren.

#### *Logiesvorm*

Buitenlandse bezoekers aan ons land overnachten voor het overgrote deel in hotels. In 2012 koos 80% van de gasten voor het hotel als overnachtingsmogelijkheid. Bungalowparken en campings volgen op grote afstand met respectievelijk ruim 1,5 miljoen en 0,7 miljoen verblijven. De groepsaccommodaties sluiten de rij met een kleine 100.000 internationale aankomsten. Uitgedrukt in overnachtingen blijven de hotels de belangrijkste logiesvorm, maar wordt het verschil met de verblijfsrecreatieve verblijfsvormen kleiner, wat verklaard kan worden door de relatief kortere gemiddelde verblijfsduur in hotels.

#### *Herkomst*

Circa acht op de tien buitenlandse toeristen die in Nederland verblijven, zijn afkomstig uit Europa. Binnen Europa zijn Duitsland, Groot-Brittannië en België de belangrijkste herkomstmarkten. Genoemde buurlanden zijn goed voor 65% van alle Europese aankomsten. Ruim 20% van de buitenlandse bezoekers aan ons land komt van buiten Europa. Amerika is daarbij het belangrijkste herkomstcontinent, met daarbinnen de Verenigde Staten als belangrijkste herkomstmarkt. De zogenaamde BRIC-landen (Brazilië, Rusland, India en China) laten de laatste jaren een flinke groei zien, al blijft hun aandeel met 5% binnen het totale inkomend toerisme nog altijd relatief bescheiden.



## Trends in vakanties van Nederlanders

### Kerncijfers

In 2012 ondernamen Nederlanders in totaliteit 36,7 miljoen vakanties, ruim 1% meer dan in 2011. Rekening houdend met de bevolkingsgroei van nog geen 0,5% zit er nog enige autonome groei in de vakantiemarkt. De verhouding binnen-/buitenland is bijna gelijk, hoewel die de laatste jaren meer is opgeschoven richting het buitenland. In 2012 schoof de verhouding weer iets op ten gunste van het binnenland. Er worden vooral lange vakanties ondernomen: zo'n 62% van alle vakanties heeft namelijk een verblijfsduur van 4 of meer aaneengesloten nachten. Een jaar eerder werden er echter nog iets meer lange vakanties ondernomen (64%). Bijna zes van de tien vakanties vinden plaats in de zomer.

### Bestedingen

In 2012 gaven Nederlandse vakantiegangers in totaal ruim 15,7 miljard euro uit aan vakanties in eigen land en/of het buitenland. Omdat de vraagstelling in het CVO in 2012 is gewijzigd op dit punt, is het niet mogelijk uitspraken te doen over de ontwikkeling van de bestedingen ten opzichte van voorgaande jaren. Over het algemeen zijn de vakantiebestedingen sinds 1981 veel sterker gegroeid dan het vakantievolume. De laatste jaren leken de bestedingen zich te stabiliseren. Toch is er eerder in het afgelopen decennium een periode geweest waarin de groei weer sterk doorzette (2007-2008).

### Bestemmingen

De Noordzeepadplaatsen stonden ook in 2012 op één met bijna 2,3 miljoen vakanties, 5% meer dan in 2011. Gemeten in overnachtingen was er echter een afname van 2%. In 2012 stond de Veluwe(rand) weer op de tweede plaats, na die positie een jaar te hebben afgestaan aan de Groningse, Friese en Drentse zandgronden. Op de Veluwe werden 2,1 miljoen vakanties doorgebracht, 11% meer dan een jaar eerder. Daarna volgen de Groningse, Friese en Drentse zandgronden met bijna 2 miljoen vakanties, een afname van bijna 5%. In

de top vijf liet daarnaast alleen Oost-Brabant, Noord- en Midden-Limburg en Rijk van Nijmegen nog een kleine daling zien in het aantal vakanties (minder dan 0,5%). Hoewel men soms anders zou vermoeden, brengen zes op de tien Nederlanders hun buitenlandse vakantie door in een van de landen die al jaren de top vijf van meest populaire bestemmingen vormen: Duitsland, Frankrijk, België, Spanje of Oostenrijk. De af te leggen afstand in combinatie met mogelijke vervoerwijzen, het klimaat, landschap en imago van een land spelen een belangrijke rol bij die voorkeuren. In 2012 bleef de top vijf van vakantie landen, uitgedrukt in het aantal vakanties dat ter plaatse werd doorgebracht, wederom ongewijzigd. Het aantal vakanties naar Frankrijk en België nam in

2012 af met respectievelijk 5% en 8%. Naar de overige topvijf landen nam het aantal vakanties toe. Oostenrijk groeide met bijna 5% meer vakanties het hardst.

### Logiesvorm

Voor Nederlanders zijn hotels/pensions tijdens de vakantie de meest gebruikte logiesvorm. Een derde van alle vakanties worden hierin doorgebracht. Dat staat gelijk aan meer dan een kwart (27%) van de overnachtingen. Op de tweede plaats volgt de bungalow (zomerhuisje, tweede woning) met een aandeel van 26% in de vakanties en 23% in de overnachtingen. Kamperen doet men tijdens 20% van de vakanties en 27% van de overnachtingen wordt in een tent, caravan of camper doorgebracht. ■

## Bijdragen van het Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality

Naast de hoofdtekst van het rapport geven docenten en lectoren van NHTV, HZ en Stenden (verenigd in het Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality) in maar liefst twintig interessante artikelen over de volle breedte van de sector inzicht in actuele thema's en innovaties.

- Adriaan van Liemp, Sebastiaan Straatman, Arja Hendriks en Claudia Zygmunt - Couch Surfing
- Olaf Ernst, Peter van Aalst en Peter Horsten – Cross-overs Brabantse Natuurpoorten
- Esther Peperkamp - Vrijwilligers in tijden van crisis
- Simon de Wijs en Peter Horsten - Creativiteit en vrije tijd als aanjager van social innovation
- Margo Rooijackers, Gert Jan Remmers en Reinier Weers - Rotterdam Festivals
- Moniek Hover en Olaf Vugts - De Efteling en Sprookjesboom
- Bert Smit – Crossmediaal ontwerpen
- Jeroen Vinkesteyn – Social media of nee?
- Marian van der Ent, Bart Reintjes, Jeroen Beelen en Giel Swager - Toeristische promotieorganisaties in een veranderend marketinglandschap
- Rob Bongaerts en Eke Eijgelaar - Reizen op groenere voeten?
- Ria Hoozeveld – Op weg naar de vijfde generatie diertuin?
- Hans Revier - Het vermarkten van het werelderfgoed Waddenzee
- Ineke Delies - Multidisciplinaire samenwerking in de regio
- Tjeerd Zandberg - De markt voor vrije tijd
- Albert Postma - Jeugd en watersport
- Albert Postma - De toekomst van middelgrote binnensteden
- Stefan Hartman - Regionale veerkracht
- Timo Derricks - De natuur als decor voor actiesporten
- Margot Tempelman – Weer of geen weer, altijd ondernemen!
- Tomas Mainil – Medisch toerisme