

Samenvatting 'Maak kennis met de vrijetijdseconomie in Gelderland 2015'

Trends en ontwikkelingen

Toerisme en recreatie worden beïnvloed door verschillende trends. Trends volgen elkaar op en vullen elkaar aan. Na de groei van het aantal vakanties in de periode 2006-2008 volgde een stabilisatie in de periode 2009-2012. Hierbij ging men korter, minder ver en werd er minder geld uitgegeven. In de periode 2013-2014 daalt het aantal vakanties, de bestedingen dalen/stabiliseren. De komende jaren wordt volgens het NBTC-NIPO Research een stabilisatie van de vakantiemarkt verwacht en komt er een eind aan de lichte dalingen van de afgelopen twee jaar. Echt herstel van de vakantiemarkt zal echter nog wat langer op zich laten wachten. Economisch herstel leidt niet direct tot meer vakanties. Een van de verklaringen voor het achterblijven van groei is dat de consument de afgelopen jaren stevig heeft bezuinigd op grote aankopen, zoals de aanschaf van huizen, auto's, keukens. De kans lijkt reëel dat de consument nu voorrang geeft aan deze bestedingscategorieën (inhaalvraag) en dat gaat ten koste van het budget voor vakanties.

Voor 2015 verwacht NBTC-NIPO Research een stabilisatie van zowel het aantal ondernomen vakanties als van de vakantiebestedingen. De vakantiemarkt is laat-cyclisch. Bij de start van de economische crisis duurt het even voordat de consument zich aanpast aan de nieuwe situatie. Bij het einde van de crisis trekken de vakanties/bestedingen niet direct aan, mede door inhaalvraag ten aanzien van andere consumentengoederen. Bij verder herstel/groei van de economie zal het aantal vakanties/bestedingen verder groeien. De vakantiemarkt blijft op (middel-) lange termijn een groeimarkt.

Op 1 januari 2014 telde Gelderland 2.019.692 inwoners. Tot 2025 groeit de Gelderse bevolking nog in belangrijke mate door natuurlijke aanwas. Volgens het prognosemodel wordt de binnenlandse migratie vanaf 2025 de belangrijkste groeicomponent. De bevolking van Gelderland zal nog tot ongeveer 2035 blijven groeien. Daarna zal de bevolking naar verwachting jaarlijks af gaan nemen. Nederland vergrijsst. Rond 2019 is voor het eerst 1 op de 5 Gelderlanders 65 jaar of ouder. 55+ërs zijn een interessante doelgroep voor de vakantiemarkt. Het aandeel van 55+ërs in de totale vakantieuitgaven stijgt doordat zij goed zijn voor meer vakanties de afgelopen jaren. Zij geven gemiddeld ook steeds meer uit tijdens een vakantie. 55+ërs gaan meer en ook buiten het hoogseizoen op reis. Dit biedt mogelijkheden om (korte) trips buiten het hoogseizoen te promoten en zo boekingen en bezoeken over het jaar beter te spreiden. 55+ërs gaan namelijk best graag vaker en korter op vakantie in vergelijking met jongere vakantiegangers.

Binnen de senioren groep gaan de oudste senioren (65 jaar en ouder) op dit moment minder op vakantie en is vakantie voor hen ook relatief minder belangrijk. Deze groep is, in tegenstelling tot de aankomende en jongere senioren, minder opgegroeid met het fenomeen vakanties. De jongere senioren van nu (55 tot 65 jaar) en de senioren van de toekomst zijn wel meer gewend aan vakantie en zullen naar verwachting ook tot op hoge leeftijd op vakantie blijven gaan. Voor de vakantiemarkt betekent het groeiende aantal ouderen en ontwikkeling in hun gedrag dus groeimogelijkheden, zowel in volume als in bestedingen.

Eigen land wint het van het buitenland bij de (lange) weekenden. Ruim driekwart van de vakanties van 2-4 dagen wordt binnen de eigen landsgrenzen gependend en dit aandeel is de afgelopen tien jaar gelijk gebleven. Bij de middellange vakanties start de concurrentiestrijd al met het buitenland. De verwachting is dat Nederland zijn sterke positie behoudt de komende jaren als het gaat om de korte vakanties (2-4 dagen). Wat betreft de middellange en lange vakanties zal het gat tussen Nederland en het buitenland de komende jaren naar verwachting gestaag groter worden, althans, wanneer de economie is aantrokken. Het buitenland blijft de Nederlandse vakantieganger triggeren.

Nederlanders zijn nog lang niet vakantie moe. Ruim een derde zou best nog wel vaker op vakantie willen. De groep die nog wel vaker wil, geeft in meerderheid aan vooral meer korte vakanties te willen ondernemen. In het bijzonder ook senioren staan positief ten opzichte van dit vakantie type. Kortom: even kort er tussenuit zal in de toekomst alleen maar belangrijker worden.

Er is continu sprake van evolutie van het begrip luxe. Dit is ook in de vakantiemarkt het geval. Tegenwoordig is de vakantieparticipatie meer dan 81% en zien we op vakantie gaan niet meer als luxe, maar als een commodity. Dit kenmerkt de eerste grote wijziging van het begrip luxe binnen de vakantiemarkt. De evolutie van luxe openbaart zich ook op een andere manier, namelijk in de

overgang van materiele naar immateriële luxe. Immateriële luxe heeft betrekking op zachte aspecten zoals de vakantie- ervaring of - beleving en komt voort uit een behoefte aan persoonlijke ontwikkeling en verrijking.

Verblijven in Gelderland

Gelderland is een groene provincie. Er wonen aanzienlijk minder mensen per km² land t.o.v. Nederland. Gelderland is de populairste vakantieprovincie voor vakantiegangers uit eigen land. De binnenlandse vakanties kunnen worden onderverdeeld in toeristische vakanties en vaste standplaatsvakanties. In 2014 zijn er 2,9 miljoen binnenlandse vakanties doorgebracht in Gelderland door Nederlanders, waarvan ruim 2,2 miljoen toeristische vakanties (respectievelijk 17,0% en 15,9% van het nationale totaal). Hierbij werden respectievelijk 14,9- en 11,1 miljoen overnachtingen doorgebracht. Gelderland heeft als vakantieprovincie voor buitenlandse gasten geen grote betekenis. In de periode 2003-2013 had gemiddeld 3,3% van de buitenlandse vakantiegangers in Nederland Gelderland als bestemming.

De belangrijkste herkomstprovincies van vakantiegangers in Gelderland zijn Noord- en Zuid-Holland (respectievelijk 16,5% en 26,6% van de toeristische vakanties). Er is een groot verschil waarneembaar tussen de verschillende regio's. De Veluwe ontvangt bijvoorbeeld relatief meer vakantiegangers uit Zuid-Holland terwijl het aantal vakantiegangers uit de eigen provincie wat achterblijft. Als we kijken naar de leefstijl van vakantiegangers in Gelderland, en we daarbij het segmentatiemodel Recreanten Atlas van SmartAgent en Recron hanteren, dan wordt Gelderland het meest bezocht door vakantiegangers met het profiel 'Uitbundig Geel' en 'Gezellig Lime'. Deze laatste groep zoekt relatief veel rust en ontspanning met het gezin en is in Gelderland oververtegenwoordigd. Het segment 'Uitbundig Geel' – vakantiegangers die van sportieve en actieve vakanties houden en tevens gesteld zijn op luxe en gemak- treffen we in Gelderland relatief minder vaak aan t.o.v. Nederland. De daling van het aantal binnenlandse vakanties in Gelderland in 2014 is volledig toe te schrijven aan de daling van het aantal lange vakanties. Het aantal toeristische overnachtingen is op de Veluwe en Veluwerand het afgelopen jaar fors gedaald; met name kampeer- en hotelovernachtingen is het laatste jaar afgenomen.

Als we kijken naar een aantal ontwikkelingen over een wat langere periode zien we het volgende. Het marktaandeel van Gelderland is bij de toeristische binnenlandse vakanties de afgelopen 10 jaren met 0,3 procentpunt licht teruggelopen. De Veluwe en Veluwerand neemt achter de Noordzeepadplaatsen de tweede plek in als we kijken naar de ranking van toeristengebieden. De achterstand van de Veluwe en Veluwerand is bij de toeristische binnenlandse vakanties t.o.v. de Noordzeepadplaatsen de afgelopen 10 jaren wel kleiner geworden, maar is echter nog wel steeds aanwezig. De betekenis van korte vakanties is de afgelopen 10 jaar toegenomen. De ontwikkeling van het aantal middellange en lange vakanties vertoont een dalend beeld. De betekenis van de hotelvakantie is net zoals in Nederland toegenomen in Gelderland. De ontwikkeling van het aantal bungalow- en kampeervakanties vertoont een dalend beeld. Het aandeel van de vrijetijdssector binnen de totale werkgelegenheid is de afgelopen 10 jaar gestegen van 5,7% in 2004 tot 6% in 2014; de sector heeft zich in die periode gunstiger ontwikkeld t.o.v. de totale Gelderse werkgelegenheid, maar het verschil is in de loop van de tijd wel iets afgenomen. Het marktaandeel van Gelderland t.a.v. de buitenlandse vakantiegangers is de afgelopen 10 jaar licht gedaald. Het grootste deel van de gasten die Gelderland bezoeken komt uit de ons omringende landen.

In 2013 bezochten ongeveer 386.000 buitenlanders Gelderland voor een verblijfsbezoek. In totaal brachten deze buitenlandse bezoekers 1.052.0000 nachten door in Gelderland.

In 2012-2013 werden 477.000 meerdaagse binnenlandse zakenreizen gemaakt in Gelderland. Hiermee neemt Gelderland de vierde plek in van alle provincies. Noord-Holland staat met 553.000 zakenreizen bovenaan. De meeste zakenreizen vinden plaats op de Veluwe (46,5%). Ten opzichte van 2010-2011 is het aantal zakenreizen in Gelderland afgenomen. Veel bedrijven hebben flink bezuinigd op het aantal zakenreizen mede ingegeven door de economische crisis. Het marktaandeel van Gelderland is met 1,2 procentpunt gedaald tot 13%. Bij ca. 69% van de zakenreizen in Gelderland blijft men één nacht van huis. Tijdens de 477.000 zakenreizen in Gelderland vonden er 707.000 overnachtingen plaats. Gelderland komt van alle provincies als op één na meest aantrekkelijke provincie naar voren als zakelijke reisbestemming.

Vrijtijdsactiviteiten in Gelderland

In 2012-2013 werden in Gelderland bijna 162 miljoen vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders van minimaal 2 uur of langer uitgevoerd (waarvan ca. 77% door eigen inwoners). Van de niet inwoners komen de meeste dagbezoekers uit de provincies Zuid- en Noord-Holland met ieder 4% en Noord-Brabant en Overijssel met ieder 3%. De vrijetijdsactiviteiten die het meest worden ondernomen zijn buitenrecreatie, uitgaan, winkelen voor plezier en bezoek van attracties. In verhouding met het landelijk gemiddelde wordt er in Gelderland vooral veel gefietst. Wandelen voor plezier maakt, zowel in Gelderland als in Nederland een gelijk aandeel van alle activiteiten uit. Gelderland is een populaire fiets- en wandelprovincie.

In de periode juni 2010 t/m mei 2011 zijn er bijna 4,5 miljoen dagtochten ondernomen in Gelderland vanuit Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen. Meer dan de helft van de dagtochten (53%) vond plaats in de regio Arnhem/Nijmegen. Daarnaast heeft ruim een kwart de Achterhoek bezocht. Populairste activiteiten zijn het winkelen in een (binnen-)stad, bezoeken van een stad, bezoek aan een attractiepark, dierentuin, zwemparadijs en het uit eten gaan in een restaurant. Nijmegen, Winterswijk en Arnhem blijken de belangrijkste bestemmingen voor stedenbezoek te zijn. Bezoek aan een attractiepark of dierentuin is een activiteit die vaker dan gemiddeld is ondernomen in Gelderland. Van de attracties blijkt Burgers Zoo de meest bezochte attractie te zijn met 27% van de dagtochten. Daarnaast wordt in meer dan één op de tien gevallen Nationaal Park De Hoge Veluwe bezocht (13%).

Economische betekenis vrijetijdseconomie in Gelderland

Nederlanders gaven in 2014 bijna 436 miljoen euro uit tijdens vakanties in Gelderland. Ongeveer 11,3% (49,3 miljoen euro) hiervan komt voor rekening van de vakantieganger die verblijft op een vaste standplaats. Een binnenlandse toeristische vakantieganger gaf in 2014 tijdens een vakantie in Gelderland gemiddeld per persoon per dag € 29,10 uit. Dat is lager dan Nederland gemiddeld van €32,30.

Tijdens dagtochten of vrijetijdsactiviteiten wordt er jaarlijks in Gelderland ruim 2,9 miljard euro besteed. De gemiddelde directe bestedingen per vrijetijdsactiviteit zijn de afgelopen twee jaar teruggelopen van €15,35 in 2010-2011 naar €13,80 in 2012-2013. Ook het aantal vrijetijdsactiviteiten dat in Gelderland is ondernomen is gedaald. Hierdoor zijn de totale directe bestedingen met circa 15% afgenomen t.o.v. het vorige onderzoek uit 2010-2011. In de directe bestedingen zijn de vervoerskosten en vaste kosten van abonnementen niet meegenomen. De economische waarde van de dagtochten ondernomen vanuit Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen komt uit op 344,5 miljoen euro. In totaal heeft men hierbij gemiddeld 77 euro uitgegeven per persoon per dagtocht.

In Gelderland wordt er gemiddeld per zakenreis 357 euro uitgegeven. De binnenlandse zakelijke markt vertegenwoordigt in Gelderland een waarde van 170 miljoen euro in het onderzoeksjaar 2012-2013. De Veluwe en de regio Arnhem/Nijmegen nemen hiervan ieder omstreeks 64 miljoen euro voor haar rekening.

Onderstaand zijn de totale bestedingen aan de vrijetijdseconomie van Gelderland nog eens samengevat. De uitkomsten voor de tussenliggende jaren zijn geïnterpoleerd. De totale bestedingen zijn in de periode 2011 – 2014 afgenomen, van circa 4,3 miljard euro (2011) tot bijna 4 miljard euro (2014). In deze periode namen de bestedingen van alle binnenlandse vakanties met ruim 7% toe (toeristische vakanties en vaste standplaatsen). De bestedingen in de dagrecreatie (uitstapjes) zijn in die periode afgenomen, dat geldt ook voor de meerdaagse binnenlandse zakenreizen.

Economische betekenis vrijetijdseconomie in Gelderland 2011, 2012, 2013 en 2014				
	Bestedingen x miljoen €			
	2011	2012	2013	2014
Binnenlandse toeristische vakanties van Nederlanders in Gelderland 1)	360	381	398	386
Binnenlandse vaste standplaats vakanties van Nederlanders in Gelderland 1)	44	65	49	49
Vakanties en zakelijk bezoek van buitenlanders in Gelderland 2)	78	78	78	78
Uitstapjes van Nederlanders in Gelderland 3)	3.261	3.105	2.940	2.940
Inkomend dagbezoek vanuit Noord-Rhijn Westfalen en Niedersachsen 4)	345	345	345	345
Binnenlands zakelijk verblijfsbezoek van Nederlanders in Gelderland 5)	190	180	170	170
Totaal	4.278	4.154	3.980	3.968

Bronnen: 1) CVO 2011/2012/2013/2014; 2) SIT/SLA 2009; 3) CVTO 2010/2011, 2012/2013; 4) Inkomend dagbezoek vanuit Duitsland 2010/2011; 5) CZO 2010/2011, 2012/2013 (incl. vervoers- en vaste kosten)

De toeristisch recreatieve sector levert een substantiële bijdrage aan de werkgelegenheid. Ongeveer één op de zeventien arbeidsplaatsen hangt in Gelderland samen met recreatie en toerisme. 57.760 banen van de totale werkgelegenheid zijn gelieerd aan toerisme en recreatie (6,0% van de totale werkgelegenheid). De toeristisch recreatieve sector is een economische pijler van betekenis. De sector heeft zich de afgelopen tien jaar gunstiger ontwikkeld ten opzichte van de totale Gelderse werkgelegenheid. De ontwikkeling is relatief beter geweest, maar het verschil is in de loop de tijd wel afgenomen. De regio's Veluwe en Arnhem/Nijmegen nemen ieder ruim 36% van de banen in de vrijetijdsector voor haar rekening. Van het totaal aantal banen in de vrijetijdseconomie van Nederland is 11,5% te vinden in Gelderland.

Het imago van Gelderland

Gelderland heeft een sterk imago onder Nederlanders. Dit blijkt uit het Regiomerkenonderzoek¹ dat NBTC Holland Marketing speciaal voor provincies heeft ontwikkeld om de kracht van regiomerken in kaart te brengen. Dit onderzoek is in Nederland uitgevoerd onder 250 bezoekers en 250 niet bezoekers per provincie. In 2014 zijn de resultaten van dit onderzoek verschenen. Het imago van de Nederlandse provincies is gemeten op een viertal aspecten; cultuur, inwoners, wonen & werken en recreatie & toerisme. Gelderland scoort op al deze aspecten bovengemiddeld in vergelijking met alle provincies.

Enkele kerncijfers vrijetijdseconomie Gelderland

Tot slot zijn onderstaand de belangrijkste kerncijfers van de vrijetijdseconomie van Gelderland weergegeven.

- Gelderland: binnenlandse vakantieprovincie nummer 1 in Nederland
- Ruim 2,9 miljoen binnenlandse vakanties (17% van het nationale totaal) in 2014
- Waarvan bijna 2,2 miljoen toeristische (totaal excl. vaste standplaatsvakanties) vakanties
- Bijna 15 miljoen overnachtingen van Nederlanders tijdens vakanties in Gelderland
- Bijna 436 miljoen euro bestedingen aan binnenlandse vakanties in Gelderland
- Veluwe nummer 2 van Nederland bij de vergelijking van binnenlandse vakanties per toeristengebied
- Er zijn 57.800 arbeidsplaatsen in de vrijetijdseconomie van Gelderland in 2014
- 6% van de totale Gelderse werkgelegenheid
- Ruim 161 miljoen ondernomen vrijetijdsactiviteiten in Gelderland (alle (dag) recreatieve activiteiten buiten de eigen woning van meer dan twee uur) in de periode mei 2012 tot mei 2013
- Ruim 2,9 miljard euro bestedingen vrijetijdsactiviteiten (incl. vervoers- en vaste kosten)
- Vanuit Duitsland (Nordrhein-Westfalen/Niedersachsen) zijn ca. 4,5 miljoen dagtochten ondernomen in Gelderland in de periode juni 2010 t/m mei 2011
- De economische waarde van deze dagtochten komt uit op 345 miljoen euro
- 475.000 (meerdaagse) binnenlandse zakenreizen in de periode oktober 2012 tot oktober 2013
- Ca. 170 miljoen euro bestedingen (meerdaagse) binnenlandse zakenreizen
- Ca. 386.000 buitenlandse verblijfgasten in 2013 met 1.052.000 overnachtingen
- Gelderland is fiets- en wandelprovincie nr. 1

Bronnen: CBS, CVO, CVTO, CZO, NBTC, LISA, www.fietsen.123.nl (2014), Nationale Wandelmonitor 2010

¹ Het Regiomerkenonderzoek van NBTC Holland Marketing is het eerste onderzoek naar de loyaliteit van bezoekers, de bekendheid en het imago van Nederlandse regio's en provincies. Het externe onderzoeksrapport is geanonimiseerd, hetgeen betekent dat geen vergelijking (benchmark) met andere provincies en regio's afzonderlijk mogelijk is. Een vergelijking met het gemiddelde van alle provincies en regio's is wel mogelijk. De onderzoeksrapporten zijn te vinden op www.gelderland.nl/vrijetijdsonderzoek