

# Kerncijfers Gastvrijheidseconomie 2016

29-11-2016 13:07

*In het jaarlijkse overzicht 'Kerncijfers Gastvrijheidseconomie 2016' worden eigenlijk de cijfers over 2015 getoond. Het aantal binnenlandse vakanties daalt al voor het vierde jaar op rij. Gelukkig vertoont het inkomend toerisme juist een omgekeerde trend met een jaarlijkse groei tussen 2009 en 2015.*



**Vakanties in Nederland** In 2015 was de totale economische waarde van toerisme en recreatie voor Nederland bijna 73 miljard euro, waarvan zo'n 20 miljard euro voor rekening kwam van het inkomend toerisme. Het inkomend toerisme (zowel zakelijk als vakanties) is gestegen van rond de 10 miljoen bezoekers in 2009 naar 15 miljoen in 2015. Duitsland, België en Groot-Brittannië zijn de belangrijkste herkomstlanden. De meeste bezoekers komen met een vakantiemotief naar Nederland (59%). De afgelopen vier jaar zien we een daling van het aantal binnenlandse vakanties van Nederlanders van 18.1 miljoen in 2012 naar 17 miljoen in 2015. Bijna de helft van alle ondernomen vakanties van Nederlanders vindt plaats in eigen land. Dit zijn vaak korte vakanties (2-4 dagen). De meest populaire bestemmingen zijn de Noordzeebadplaatsen en de Veluwe. Nederlanders overnachten in eigen land relatief vaak in een bungalow of een hotel. **Dagrecreatie** De top-5 van dagrecreatie zag er in 2015 als volgt uit: Wandelen voor plezier (439 mln activiteiten) Winkelen in binnenstad (200 mln activiteiten) Fietsen voor plezier (192 mln activiteiten) Uiten eten (191 mln activiteiten) Fitness (181 mln activiteiten) **Rapport Kerncijfers 2016** Cultuur, sport, horeca, retail, vervoer, vermaak: de gastvrijheidssector is een brede sector en raakt alle mogelijke types van vrijetijdsbesteding van Nederlanders en internationale bezoekers. In het digitale magazine geven de auteurs van NBTC en Gastvrij Nederland inzicht in de belangrijkste kerncijfers van de sector en een overzicht van relevante trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie. Het magazine geeft antwoord op vragen als: Hoe heeft het inkomend toerisme zich de afgelopen jaren ontwikkeld? En hoeveel Nederlanders gaan er op vakantie in eigen land? De customer journey komt bijzonder uitgebreid aan bod. Daarin wordt geanalyseerd welke factoren belangrijk zijn bij de verschillende fasen in het hele reisproces: 1. oriëntatie/inspiratie - 2. boeken - 3. vervoer - 4. verblijf - 5. activiteiten - 6. waardering/evaluatie. Meer informatie: <http://kerncijfers.nbtc.nl/nl/magazine/11522/813340/index.html> Bewaren

Redactie