

# Brabantse vrijetijdssector groeit twee keer sneller dan verwacht

24-08-2017 08:46

*De Brabantse vrijetijdssector is sinds 2013 sterk gegroeid. Zo sterk zelfs, dat de ambitie die was opgesteld voor 2020, reeds in 2017 is bereikt. De Brabantse vrijetijdssector groeit daarmee twee keer sneller dan verwacht. Dat blijkt uit analyse van de Nederlandse Hogeschool voor Toerisme en Verkeer (NHTV) op basis van bronnen van NBTC-NIPO Research.*

[caption id="attachment\_51060" align="alignright" width="300"]



Breda[/caption] Provincie Noord-Brabant had de ambitie om bestedingen en banen in de vrijetijdssector in Brabant flink te laten stijgen door een actieve stimulering vanuit het vrijetijdsbeleid. Bij het formuleren van de ambitie voor 2020 was al rekening gehouden met verwachte economische groei. Voor de Brabantse vrijetijdssector is de groei sinds 2013 echter veel sterker geweest: er is nu al een groei van 25% in bestedingen gerealiseerd. Voor het aantal banen ligt die groei voor de totale sector al op 22% en in de subsector cultuur, recreatie en sport zelfs op 46%. Bert Pauli, gedeputeerde Economie en Internationalisering: "Brabant had in 2013 nog veel in te halen ten opzichte van de rest van Nederland. De afgelopen twee jaar groeide de vrijetijdseconomie in Brabant op een aantal vlakken echter zelfs harder dan in de rest van Nederland. Dat laat zien dat de Brabantse aanpak werkt en we de kansen nu goed benutten. En het plafond is nog niet bereikt!" **Meer bezoekers, meer bestedingen en meer banen** Met de start van VisitBrabant eind 2014 is consequent en intensief ingezet op het aantrekken van buitenlandse bezoekers. De thematische programmering (Van Gogh 2015 en Jheronimus Bosch 2016) heeft aantoonbaar meer buitenlandse bezoekers aangetrokken met een hoger bestedingsniveau. Het aantal hotelovernachtingen is sterk gestegen en het Van Gogh-thema heeft het daaraan gerelateerde bezoek ook in de daaropvolgende jaren weten te stimuleren. Ook met het Design-thema heeft Brabant zich in 2017 gepositioneerd als aantrekkelijke bestemming voor een doelgroep met een hoger bestedingspatroon. Met name op de Belgische markt neemt Brabant een goede positie in: met meer dan 1 miljoen Belgische overnachtingen heeft Brabant in 2016 een 2de positie in Nederland met een marktaandeel van 19%. En de stijgende lijn zet door; voor de totale buitenlandse markt zien we in de eerste vijf maanden van 2017 in vergelijking met dezelfde periode in 2016 een groei van 12% buitenlandse gasten. Ook het aantal shortbreaks naar Brabant is gestegen en familievakanties in Brabant groeiden. Deze groei leidt in Brabant niet tot hinder van massatoerisme, omdat Brabant inzet op de kwaliteit en spreiding van het aanbod. Heleen Huisjes, directeur VisitBrabant: "We zijn trots op dit resultaat. Kwalitatief en onderscheidend aanbod in Brabant blijft dan ook onze focus. Brabant heeft relatief veel kleinschalig aanbod en moet investeren in innovaties om bij te blijven. Om dat voor elkaar te krijgen, moeten we samen blijven optrekken: provincie met gemeentes, culturele instellingen, kenniscentra en

ondernemers, groot en klein." Bron: [Visit Brabant](#)

Redactie