

Onderzoek KHN: Horeca belangrijkste motor toerisme

23-09-2019 16:38



Toerisme wordt steeds belangrijker voor de economie in Nederland. Bijna zeventig procent van de horecaondernemers geeft aan dat toerisme belangrijk is voor hun zaak en ruim de helft geeft aan dat er nog ruimte is voor verdere groei van het toerisme. Draagvlak en samenwerking is daarbij van groot belang.

Dat blijkt uit onderzoek van Koninklijke Horeca Nederland (KHN).

KHN-voorzitter Robèr Willemsen: "Deze cijfers geven aan dat de horeca klaar is om de groeiende groep gasten te ontvangen. Belangrijk is om deze groei in goede banen te leiden. KHN wil hier samen met omwonenden en gemeenten in optrekken.

Groei

In 2018 droeg de horeca volgens cijfers van het CBS met ruim 12 miljard het meeste bij aan de toeristische sector. Het aantal binnen- en buitenlandse gasten groeit van 42 miljoen in 2017 naar bijna 60 miljoen in 2030 (bron NBTC). Om de gevolgen van deze groei beter in te kunnen schatten vroeg KHN middels een enquête aan horecaondernemers welke gevolgen deze groei heeft voor hun bedrijf en of ze er klaar voor zijn.

We kunnen de groei van het toerisme aan

Uit het onderzoek blijkt dat horecaondernemers volop mogelijkheden zien om de voorspelde groei van het

toerisme in hun omgeving te laten plaatsvinden. 56 procent van de ondernemers is hier zelfs zeker van en 30 procent geeft aan misschien mogelijkheden te zien. Slechts een kleine 10 procent van de ondernemers denkt dat er geen ruimte voor groei is. Aan de ondernemers werd ook gevraagd in welke mate zij angst voor- of onvrede over 'overtourisme' merken bij bewoners en de politiek in hun omgeving. Dit is bij één op de drie ondernemers het geval. Ondernemers merken de discussie rondom 'overtourisme' het sterkst bij bewoners en politici uit de Randstad (56 procent), gevolgd door de regio's Zuid (30 procent), Midden (28 procent) en Noord (23 procent).

Spreiding over het jaar

Horecaondernemers zien ook een aantal uitdagingen. Om het groeiende toerisme op een goede manier te kanaliseren is het volgens horecaondernemers belangrijk dat er slagen worden gemaakt in de toeristische agenda van Nederland. Zo liggen er kansen voor regionale marketing door binnen regio's samen te werken en toeristen niet alleen te spreiden over het land, maar ook over het jaar. Mogelijke oplossingen die door ondernemers worden genoemd: het realiseren van voldoende slechtweervoorzieningen, het spreiden van evenementen en het benadrukken van de identiteit van dorpen en steden.

Draagvlak en samenwerking cruciaal

Een geslaagde groei van het toerisme kan niet zonder samenwerking en draagvlak in de omgeving. Bijna 90 procent van de horecaondernemers vindt het belangrijk dat bedrijven hun meerwaarde motiveren en aan de buurt laten zien, bijvoorbeeld door bij te dragen aan de werkgelegenheid of de ontwikkeling van hun gemeente. 70 procent vindt dat er meer samenwerking moet komen tussen ondernemers onderling voor een goed toeristisch actieprogramma. 72 procent van de ondernemers vindt dat gemeenten en provincies beter moeten samenwerken.

Samen zorgen voor een gastvrije groei

Robè Willemsen: "Met 232.000 voltijdsbanen is de horeca goed voor de helft van de banen binnen het toerisme. Ik ben blij dat horecaondernemers de toekomst van het toerisme met veel vertrouwen tegemoet zien. Ik herken ook de punten van zorg die naar voren komen uit het onderzoek, zoals de spreiding van het toerisme over het jaar. Daarom is toerisme één van de speerpunten van KHN. We willen bijdragen aan een gastvrije groei van het toerisme door mee te denken op landelijke niveau en vooral samen te doen met omwonenden en gemeenten op het lokale niveau."

Bron en meer informatie: www.khn.nl

Redactie