

Internationaal bezoek in beeld

Alles wat je wilt weten
over dag- en verblijfsbezoek
in Nederland



NBTC
Nederlands Bureau
voor Toerisme &
Congressen

Inhoud

| | |
|--|-----------|
| Colofon | 05 |
| Voorwoord | 07 |
| De brede impact van bezoek: 6 belangrijke inzichten | 08 |
| Inleiding | 10 |
| Aanpak | 15 |
| Leeswijzer | 18 |
| Inkomend dagbezoek | |
| Hoofdstuk 1 | 20 |
| Aantal dagbezoeken | |
| 1.1 Totaal aantal dagbezoeken | 21 |
| 1.2 Aantal dagbezoeken per provincie | 22 |
| 1.3 Aantal dagbezoeken naar type bezoek | 25 |
| 1.4 Dagbezoeken gedurende het jaar | 27 |
| Hoofdstuk 2 | 30 |
| Wie is de buitenlandse dagbezoeker aan Nederland? | |
| 2.1 Sociaal-demografische kenmerken | 31 |
| 2.2 Aantal personen en samenstelling reisgezelschap | 36 |
| 2.3 Aandeel frequente dagbezoekers | 37 |
| Hoofdstuk 3 | |
| Hoe ziet de customer journey van de buitenlandse dagbezoeker eruit? | 40 |
| 3.1 Bezoekmotief | 41 |
| 3.2 Oriënteren en boeken | 52 |
| 3.3 Vervoer naar Nederland | 68 |
| 3.4 Bezoekgedrag in Nederland | 72 |
| 3.5 Waardering bezoek | 86 |
| 3.6 Herhaalbezoekintentie | 92 |
| Hoofdstuk 4 | 94 |
| Wat is de impact van buitenlands dagbezoek aan Nederland? | |
| 4.1 Economische impact | 96 |
| 4.2 Ecologische en sociaal-maatschappelijke impact | 100 |

Inkomend meerdaags bezoek

| | |
|--|------------|
| Hoofdstuk 5 | 108 |
| Aantal meerdaagse bezoeken inclusief een ontwikkeling van het inkomend toerisme in de afgelopen jaren | |
| 5.1 Aantal verblijfsbezoeken | 109 |
| 5.2 Verblijfsbezoeken per type bezoek | 113 |
| 5.3 Accommodatietypen van verblijfsbezoeken | 113 |
| 5.4 Aantal verblijfsbezoeken per provincie | 114 |
| 5.5 Aantal verblijfsbezoeken per soort vakantie | 116 |
| 5.6 Reviews over de vakantie in Nederland | 118 |
| Hoofdstuk 6 | 120 |
| Wie is de buitenlandse meerdaagse bezoeker aan Nederland? | |
| 6.1 Sociaal-demografische kenmerken | 121 |
| 6.2 Aantal personen en samenstelling reisgezelschap | 123 |
| 6.3 Aandeel frequente bezoekers | 126 |
| Hoofdstuk 7 | 130 |
| Hoe ziet de customer journey van de buitenlandse verblijfsbezoeker eruit? | |
| 7.1 Bezoekmotief | 131 |
| 7.2 Oriënteren en boeken | 140 |
| 7.3 Vervoer naar Nederland | 155 |
| 7.4 Verblijf in Nederland | 158 |
| 7.5 Bezoekgedrag in Nederland | 163 |
| 7.6 Waardering bezoek | 174 |
| 7.7 Herhaalbezoekintentie | 180 |
| Hoofdstuk 8 | 182 |
| Wat is de impact van buitenlands verblijfsbezoek aan Nederland? | |
| 8.1 Economische impact | 183 |
| 8.2 Ecologische impact | 189 |
| 8.3 Sociaal-maatschappelijke impact | 192 |
| Bijlagen | 196 |
| Onderzoeksverantwoording | 197 |

Colofon

Versie juni 2023

Vanuit haar kennisfunctie stelt NBTC deze publicatie ter beschikking aan de gastvrijheidssector. De publicatie is tot stand gekomen op basis van de resultaten van het Onderzoek Inkomend Toerisme 2022 en het Onderzoek Inkomend Dagbezoek 2021/2022.

Deze beide onderzoeken zijn onderdeel van het werkprogramma van de Landelijke Data Alliantie (LDA). Binnen de LDA heeft afstemming plaatsgevonden over de beste opzet en wijze van financiering van de beide onderzoeken.

Financiers

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, de provincies Drenthe, Flevoland, Friesland, Gelderland, Limburg, Noord-Brabant, Noord-Holland, Overijssel, Utrecht, Zeeland en Zuid-Holland en Stichting Werelderfgoed Nederland.

Werkgroep

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
CBS
Provincie Gelderland
HZ Kenniscentrum Kusttoerisme (+ CELTH)
Marketing Oost/Marketing Drenthe
Amsterdam & Partners
Wageningen Environmental Research
Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
NBTC

In opdracht van

Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat

Tekstredactie

Ghislaine communicatiekracht

Opmaak

Unit-twintig

Beeld

Foto cover – Liset Verberne
Pagina 6 – Almere City Marketing

Hoofdstuk 1 en 2

Pagina 24 – Liset Verberne
Pagina 29 – Jan Kranendonk / Nationale Beeldbank –
Hollandse Hoogte/ANP Foto
Pagina 32 – M R S V I S U A L S
Pagina 39 – Sjoerd Bracke & Cuno de Bruin

Hoofdstuk 3

Pagina 45 – Rick Nederstigt – Hollandse Hoogte/
ANP Foto
Pagina 51 – Iris van den Broek
Pagina 66/67 – Claire Droppert
Pagina 83 – Jan Bijl
Pagina 91 – Erik van 't Woud – Hollandse Hoogte/
ANP Foto

Hoofdstuk 4

Pagina 104 – Ernst Wagenveld
Pagina 104 – Robin Utrecht

Hoofdstuk 5 en 6

Pagina 108 – Frans Lemmens – ANP Foto
Pagina 116 – Jurjen Drenth
Pagina 128/129 – Egbert Hartman – Hollandse

Hoofdstuk 7

Pagina 144 – Jan Bijl Fotografie
Pagina 161 – Frans Lemmens/ANP Hollandse Hoogte
Pagina 177 – DutchDroneBird/Nationale Beeldbank

Hoofdstuk 8

Pagina 187 – Ernst Wagenveld
Pagina 195 – Ernst Wagenveld

Bekijk de interactieve publicatie op:

inkomendtoerisme.nbtc.nl

Alle teksten en visuals in deze uitgave mogen vermenigvuldigd of openbaar gemaakt worden, mits met bronvermelding. Hoewel wij bij de totstandkoming van deze uitgave de grootst mogelijke zorgvuldigheid hebben betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie niet klopt, of na verloop van tijd verouderd, of niet meer juist is. Waar bekend zijn de bronnen vermeld.



Voorwoord

Als sector gaan we voor de duurzame ontwikkeling van de bestemming Nederland. Met een focus op waardevol bezoek. Maar wie zijn die bezoekers die bijdragen aan de toekomst van onze bestemming? Die er met hun bezoek of verblijf steeds meer voor zorgen dat iedere Nederlander profiteert van toerisme?

Dit nieuwe onderzoek, een combinatie van een herziene aanpak van het voormalige Onderzoek Inkomend Toerisme en het Onderzoek Inkomend Dagbezoek, geeft hierop een preciezer antwoord dan ooit. Voor het eerst brengen we de gehele 'klantreis' in beeld rondom Nederland als bestemming, met alle keuzes van onze bezoekers voor, tijdens en na het bezoek.

Voor het eerst brengen we ook meer data en inzichten dan ooit samen die relevant zijn voor iedereen in het gastvrijheidsdomein. Over dagbezoek en verblijfsbezoek, over toeristische en zakelijke gasten. Voor alle accommodatievormen. En dat alles voor maar liefst elf relevante markten, waaronder uiteraard de ons omringende landen.

We zijn er - na enig oponthoud door corona - trots op dat we de bevindingen nu kunnen presenteren. Iets dat ons niet was gelukt zonder de betrokkenheid en toewijding van onze partners: de provincies, het ministerie van Economische Zaken en Klimaat en de werkgroep zoals vermeld in het colofon. Want de uitdagingen waar we als sector voor staan, ik kan het niet vaak genoeg zeggen, gaan we samen aan. Wat een zegen is het dan ook, dat we sinds Perspectief 2030 met zijn allen zoveel eensgezinder werken aan onder andere het delen en verrijken van data.

Want data en inzichten zijn onmisbaar, essentieel om potentiële bezoekers om te kunnen zetten in waardevolle bezoekers. Zodat ons land floreert. Als bestemming voor toeristisch en zakelijk bezoek. Maar ook als die fijne plek waar we zelf willen wonen, werken en kunnen recreëren. Waar we trots op zijn. En waar we graag die gasten ontvangen waar we met z'n allen beter van worden.

Dit onderzoek geeft gasten een gezicht. En bovenal maakt het de resultaten van onze gezamenlijke inspanningen meetbaar. Een verdere primeur is dat we niet alleen de economische impact becijferden, maar ook de sociaal-maatschappelijke. Nu al beginnen we de voordelen te zien van data-gedreven ondernemen. Het tekent zich duidelijk af: de netto impact van bezoek in en aan ons land.

Over vier jaar kijken we hier wederom naar, met de volgende editie van dit nieuwe onderzoek. Ondertussen wordt samen verder gezocht naar de beste sturingsvariabelen voor de toekomst en daarvoor geschikte databronnen. Gezien de snelle ontwikkeling van het nog vrij jonge vakgebied bestemmingsmanagement en de steeds betere samenwerking op dit vlak, heb ik er vertrouwen in dat we dan weer een wezenlijke stap verder zullen zijn.

Jos Vranken, algemeen directeur NBTC

De impact van bezoek: 6 belangrijke inzichten

De twee onderzoeken naar inkomend dag- en verblijfsbezoek die in 2021/2022 zijn uitgevoerd bieden een hernieuwd inzicht in de internationale bezoekers aan ons land. Het Onderzoek Inkomend Dagbezoek (OID) richt zich op dagbezoekers, die niet in Nederland overnachten en dezelfde dag terug naar huis gaan. Het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) gaat over de meerdaagse bezoeken aan ons land, waarbij in Nederland is overnacht. De onderzoeken geven inzicht in wie de bezoekers zijn, waarom ze naar Nederland komen en wat ze doen als ze hier zijn. In deze publicatie zijn de belangrijkste resultaten uit de onderzoeken te lezen. Een aantal belangrijkste inzichten uit de onderzoeken zijn hier op een rij gezet.

Het internationale dag- en verblijfsbezoek aan Nederland kent een behoorlijke omvang

In totaal werden in een jaar tijd (oktober 2021 t/m september 2022) 93,2 miljoen dagbezoeken vanuit de buurregio's in Duitsland en België, aan ons land gebracht. Met een dagbezoek wordt hier bedoeld een bezoek aan Nederland van één dag, in de vrije tijd, zonder overnachting. Denk bijvoorbeeld aan een stedenbezoek, bezoek aan een natuurgebied, bezoek aan een attractie of evenement of om te winkelen (bezoeken om zakelijke redenen blijven buiten beschouwing). Hierbij wordt 82% van de dagbezoeken ondernomen vanuit Nordrhein-Westfalen, en Niedersachsen en 18% uit Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Samen zijn de dagbezoeken goed voor een directe economische waarde van 10,4 miljard euro.

Het totaal aantal verblijfsbezoeken in 2022 bedroeg 12,2 miljoen vanuit de elf onderzochte herkomstlanden (Duitsland, België, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Verenigde Staten, Italië, Spanje, Polen, Oostenrijk, Zweden, Denemarken). Met een verblijfsbezoek wordt hier bedoeld een bezoek van een buitenlandse bezoeker met minimaal één overnachting in Nederland, voor vakantie, voor bezoek aan familie, vrienden of bekenden of voor een zakelijk bezoek. Ook hierbij komen de meeste bezoeken uit Duitsland (46%). De tweede en derde grootste herkomstlanden zijn België (17%) en het Verenigd Koninkrijk (9%). De directe economische waarde van deze verblijfsbezoeken is in totaal 7,7 miljard euro.

Bezoekers aan ons land zijn zich in hoge mate bewust van de impact van reizen op het klimaat

Bezoekers hebben niet alleen een economische impact, maar ze hebben ook een impact op ecologisch en sociaal-maatschappelijk gebied. Twee derde van de verblijfsbezoekers en het merendeel van de dagbezoekers denkt bewust na over de impact van reizen op het klimaat. Over het algemeen zijn de ondervraagde dag- en verblijfsbezoekers bereid om meer te betalen of langer te reizen met een duurzaam vervoersmiddel.

Bezoekers vinden het belangrijk oog te hebben voor de lokale bevolking

Vier op de vijf verblijfsbezoekers uit de herkomstlanden van dit onderzoek geven aan oog te hebben voor de lokale bevolking op de vakantiebestemming. Ook onder dagbezoekers is het aandeel dat oog heeft voor de lokale bevolking groot (drie kwart van de dagbezoekers geeft dit aan). Bovendien vinden bezoekers het ook belangrijk zich in anderen te verplaatsen. Zowel dag- als verblijfsbezoekers geven blijk van sociaal bewustzijn, en dit geldt ook voor de verschillende type reizigers, of deze nu voor een vakantie komen voor familiebezoek, om te winkelen of met een zakelijke reden.

Het bezoek aan Nederland is divers; er zijn verschillende bezoekmotieven te onderscheiden

Onder de dagbezoekers zijn drie belangrijke motieven voor het bezoek te onderscheiden: men komt naar Nederland voor ontspanning (met een recreatief doel), om familie, vrienden of bekenden te bezoeken of specifiek om te winkelen. Dat laatste is voor ruim een derde van de dagbezoeken een belangrijke bezoekrede en hierbij gaat het zowel om het doen van boodschappen als om winkelen voor het plezier. Ook voor verblijfsbezoeken zijn meerdere motieven: mensen komen grotendeels voor een vakantie (dit geldt voor circa drie kwart van alle verblijfsbezoeken). Daarnaast komen mensen voor een bezoek aan familie, vrienden of bekenden (ongeveer één op de vijf verblijfsbezoeken). Zakelijke reizigers vormen de derde groep. Wel blijken zij vaak hun zakelijke trip te verlengen voor vakantie of vrije tijd.

De herkomst van bezoekers kleurt het bezoek aan Nederland

Duitse en Belgische dagbezoekers combineren vaak verschillende activiteiten tijdens hun bezoek, ongeacht met welke hoofdreden ze naar Nederland zijn gereisd. Voor Duitsers ziet het dagbezoek er wel iets anders uit dan voor Belgen. Voor beide zijn funshoppen/winkelen en een stadswandeling of een stad/dorp bezoeken belangrijke activiteiten, maar voor Duitsers is het bezoek aan het strand ook vaak een belangrijk onderdeel, terwijl Belgen graag wandelen in de natuur of uit eten gaan.

Duitsers die ons land voor een meerdaags verblijf aandoen gaan graag uit eten, fietsen en een stadswandeling maken. Maar ook een bezoek aan het strand staat in de top vijf van belangrijkste activiteiten voor Duitse bezoekers. Bij Belgen staat 'op het terras zitten' in de top vijf. Fransen brengen relatief vaak een bezoek aan een theater of schouwburg, Amerikanen en Britten wandelen graag in de stad of in de natuur, en bezoeken graag stadsparken. Bij Zuid-Europeanen staat een bezoek aan een museum of tentoonstelling in de top vijf van meest ondernomen activiteiten.

De verblijfsbezoekers vanuit Polen logeren bovengemiddeld vaak bij familie, vrienden of bekenden en zij komen over het algemeen vaker met de auto dan met het vliegtuig. Het percentage bezoekers dat om een zakelijke reden naar Nederland komt is het hoogst onder reizigers vanuit de Verenigde Staten. Vanuit de Verenigde Staten komen mensen ook vaker in grotere groepen of met meerdere familieleden.

Belgen die voor een dagbezoek komen, gaan met name naar de drie zuidelijke provincies, maar voor een langer bezoek steken ze wel meer de grote rivieren over en overnachten ze vooral in Noord-Holland, maar ook in bijvoorbeeld Zuid-Holland, Utrecht of Gelderland.

Duitse dagbezoekers gaan over het algemeen naar de grensprovincies Limburg, Gelderland en Groningen, terwijl zij voor een verblijfsbezoek vaker naar de kust gaan.

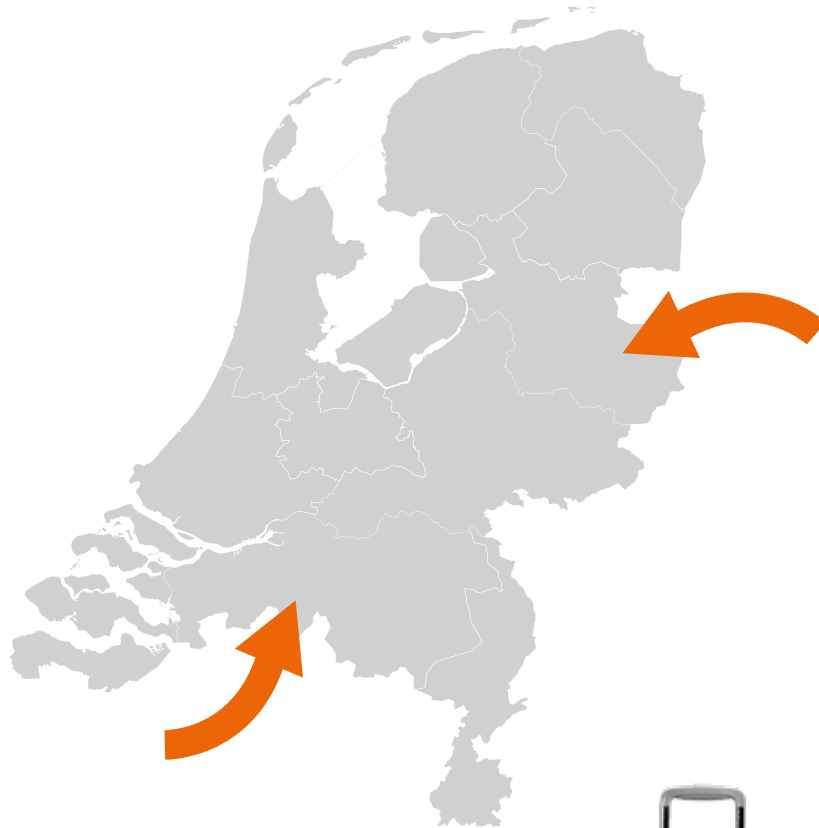
Bezoekers zijn zeer positief over Nederland en zullen een bezoek aan ons land zeker aanbevelen

Hoe verschillend de bezoekers ook zijn, over één ding zijn ze het vrijwel allemaal eens: ze geven hun bezoek aan ons land bijna allemaal een positieve waardering. Dag- en verblijfsbezoekers komen met zeer positieve verhalen thuis, zo blijkt uit de onderzoeken. Bijna negen op de tien bezoekers beoordelen het dag- of verblijfsbezoek als goed of uitstekend. Ze zouden een bezoek aan ons land dan ook in hoge mate aanbevelen en geven aan de intentie te hebben hun bezoek nog minstens een keer te willen herhalen. Van de verblijfsbezoekers geeft twee derde aan zeker terug komen. Onder Belgische en Duitse dagbezoekers is nog vaker sprake van deze herhaalintentie; zeven van de tien Belgische bezoekers en acht van de tien Duitse bezoekers zeggen zeker terug te komen naar ons land.

Internationaal toerisme en internationale dagrecreatie in Nederland zijn belangrijk voor onze nationale toeristische en recreatieve sector en de behoefte aan informatie hierover is dan ook groot.

De Statistiek Logies Accommodaties (SLA) van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) biedt weliswaar inzicht in de ontwikkeling van het aantal (internationale) verblijfgasten en de bijbehorende overnachtingen, maar niet in wie deze bezoekers zijn en wat ze in ons land doen. Gezien de behoefte aan (nieuwe) data over deze bezoekers heeft NBTC in de periode oktober 2021 t/m december 2022 twee grote onderzoeken uitgevoerd, één over het dagbezoek aan Nederland vanuit de buurregio's in Duitsland en België en één over de meerdaagse bezoekers aan ons land.

Two onderzoeken naar bezoek aan Nederland



- **Het Onderzoek Inkomend Dagbezoek vanuit Duitsland en België (OID)** richt zich op buitenlandse dagbezoekers aan ons land (alleen recreatief bezoek; zonder overnachting in Nederland). Het gaat daarbij om bezoeken vanuit de Duitse en Belgische grensregio's: Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.



- **Het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT)** richt zich op buitenlandse bezoekers die ons land voor meerdere dagen bezoeken (minimaal één overnachting, zowel voor zakelijk bezoek als voor vakantie, of bezoek aan familie of vrienden). De ondervraagden zijn afkomstig uit elf belangrijke herkomstlanden voor bezoeken aan Nederland.

**Het rapport volgt
de fases van de
customer journey**

De onderzoeken bieden inzicht in het buitenlands bezoek aan Nederland. Voor zowel het Onderzoek Inkomend Dagbezoek, oftewel OID, als voor het Onderzoek Inkomend Toerisme, oftewel OIT, zijn zo'n 10.000 bezoekers ondervraagd met behulp van een online vragenlijst. De respondenten beantwoordden vragen over hun laatste bezoek aan Nederland. Het onderzoek biedt daarmee inzicht in de zogeheten customer journey en het profiel van buitenlandse dag- en verblijfsbezoekers. Daarnaast wordt de (economische) impact van het inkomend bezoek in kaart gebracht en een helder beeld geschetst van de verschillende motieven van bezoekers om naar Nederland te komen (winkelen, natuur, familiebezoek, etc.). De onderzoeken bieden een schat aan informatie over de aantallen en kenmerken van dagbezoeken en verblijfsbezoeken, spreiding over de verschillende provincies en inzichten in de verschillende type bezoekers.

Onderzoek in verschillende herkomstlanden

Voor het OID is ervoor gekozen om alleen bezoekers uit de grensregio's te ondervragen. Voor Duitsland zijn dat Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen. Voor België zijn dat Vlaanderen en Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Het gaat namelijk om bezoeken waarbij mensen dezelfde dag nog terug naar huis gaan. Omdat dergelijke bezoekers met name uit deze regio's komen, is het onderzoek alleen hier uitgevoerd.

Voor het OIT is gekozen om onderzoek te doen naar bezoekers uit de belangrijkste elf herkomstlanden: Duitsland, België, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje, Italië, Zweden, Denemarken, Polen, Oostenrijk en de Verenigde Staten.

Inzicht in totaalbeeld verblijfs- en dagbezoekers

Gezamenlijk bieden de onderzoeken een volledig beeld van de internationale bezoekers aan een bestemming. Zo wordt niet alleen gekeken naar de dagbezoekers die vervolgens weer thuis in eigen land slapen, maar ook naar dagbezoekers die een bestemming vanuit een andere overnachtingsplek in Nederland bezoeken. Daarbij valt te denken aan een Duitse toerist die in Noord-Holland aan de kust overnacht en tijdens dit verblijf de steden Alkmaar en Amsterdam bezoekt. De informatie over dit type dagbezoeken (van een bezoeker die meerdere dagen in Nederland verblijft) is verzameld in het OIT. Een volledig beeld van de dagbezoeken aan een bestemming ontstaat dan ook door de gegevens uit het OID aan te vullen met de informatie uit het OIT over het dagbezoek door meerdaagse bezoekers. Wanneer deze informatie tot slot wordt aangevuld met informatie van bezoekers die op de bestemming overnachten (eveneens uit het OIT) ontstaat een volledig beeld van het buitenlandse dag- en verblijfsbezoek aan een bestemming.

In het eerste deel van dit rapport staan de resultaten van het OID centraal

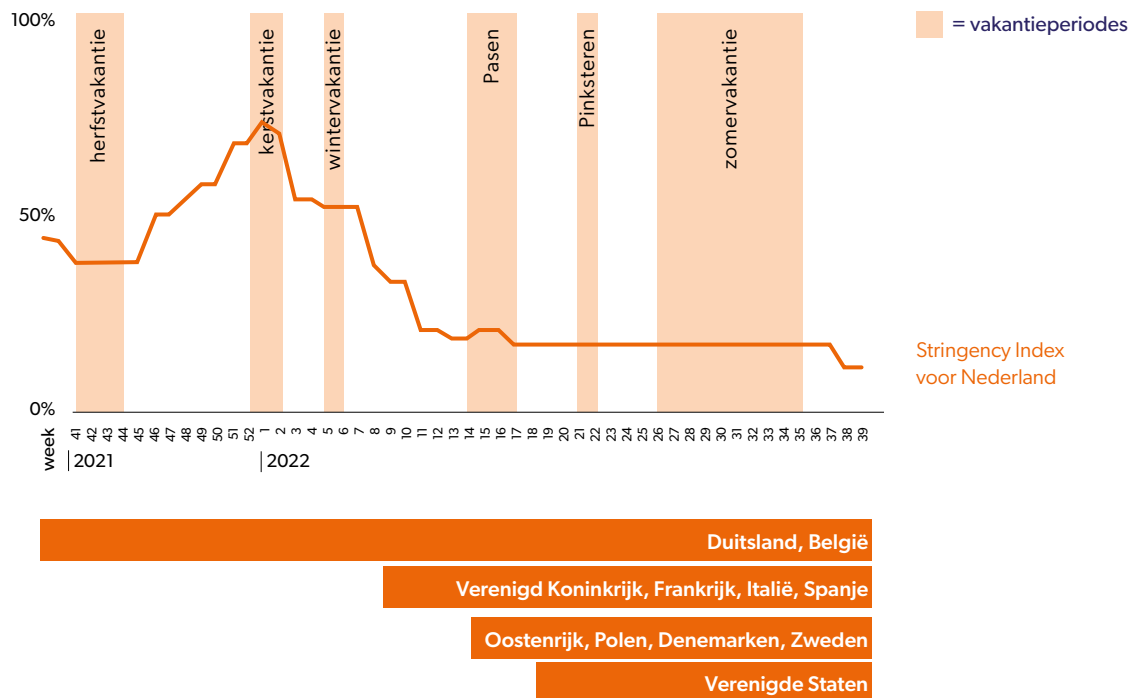
Het eerste deel van dit rapport gaat over toeristisch-recreatieve dagbezoeken aan ons land. Dit zijn bezoeken aan Nederland die niet langer dan een dag duren (dus zonder overnachting). Vaak gaat het hierbij om een stedenbezoek, of een bezoek aan een natuurgebied, attractie, evenement of winkelgebied. Dagbezoeken aan Nederland variëren in duur, van een uur of enkele uren tot een hele dag en avond. Bezoeken om zakelijke redenen blijven buiten beschouwing.

In het tweede deel van dit rapport staan de resultaten van het OIT centraal

Het tweede deel van dit rapport gaat over meerdaagse bezoeken aan ons land, waarbij sprake is van minimaal één overnachting. Het gaat dan zowel om zakelijk bezoek, bezoek voor vakantie als om een bezoek aan familie of vrienden.

Invloed van coronamaatregelen

Het onderzoek naar dagbezoek is gestart in oktober 2021, het onderzoek naar meerdaags bezoek is voor Duitsland en België ook gestart in oktober 2021. De andere landen voor het onderzoek naar meerdaags bezoek zijn gedurende de onderzoeksperiode toegevoegd, waarbij rekening is gehouden met de coronamaatregelen die op dat moment golden. Toen de maatregelen minder strikt werden zijn de landen Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje en Italië toegevoegd en een maand later Oostenrijk, Polen, Denemarken, Zweden en als laatste de Verenigde Staten. In onderstaande figuur is te zien in welke mate er coronamaatregelen in Nederland golden. Dit is aangegeven met de Stringency Index (de oranje lijn). Gedurende de onderzoeksperiode golden er dus, met name in het begin, coronamaatregelen en -restricties. Onder de figuur is te zien wanneer de onderzoeksperiode van de landen waren. De coronamaatregelen hebben zeer waarschijnlijk invloed op de aantallen bezoeken, maar ook op het bezoekgedrag.



Aanpak

Het NBTC heeft in 2021 en 2022 grootschalig onderzoek gedaan naar de internationale dag- en verblijfsbezoekers in Nederland. De laatste keer dat hier onderzoek naar werd gedaan was in 2014. Internationaal dagbezoek vanuit Duitsland werd in 2015/2016 voor het laatst onderzocht. Het was dan ook tijd voor een update van deze studies en daarnaast was er behoefte deze uit te breiden. Het gelijktijdig uitvoeren van deze onderzoeken bracht niet alleen een kostenvoordeel met zich mee, door de afstemming van de timing en de onderzoeksopzet van beide onderzoeken was het mogelijk in een keer een groot deel van het internationaal bezoek aan Nederland in kaart te brengen. Aan de andere kant maakte de samenvoeging van de verschillende onderzoeken in verschillende landen deze studies ook complex. In dit hoofdstuk lichten we kort toe hoe het onderzoek werd opgezet en uitgevoerd. Nadere informatie hierover is te vinden in de Onderzoeksverantwoording in de bijlage.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek bestond uit drie onderdelen: een gezamenlijk screeningsonderzoek voor zowel het Onderzoek Inkomend Dagbezoek (OID) als het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) en twee losse vervolgonderzoeken voor het OID en het OIT. Het OID werd gehouden onder inwoners van de grensregio's van Duitsland en België. Voor het OIT is onderzoek gedaan naar inwoners van elf landen: Duitsland, België, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Verenigde Staten, Italië, Spanje, Oostenrijk, Polen, Denemarken en Zweden.



Nationaal representatieve screening OID en OIT

Om een goed beeld te kunnen krijgen van de totale omvang van het internationale dag- en verblijfsbezoek in Nederland is gestart met een uitgebreid screeningsonderzoek. Door periodiek een representatieve steekproef van inwoners van 18 jaar en ouder te vragen naar hun recente bezoeken aan ons land, hebben we inzicht gekregen in hoeveel mensen ons land hoe vaak bezoeken voor een dag of een verblijf. Dit is op zichzelf al belangrijke informatie. Maar de screening heeft nóg een belangrijk functie. De verhoudingsgetallen die uit de screening zijn gekomen, zijn weer gebruikt als weegkader voor de verdiepende onderzoeken. Alleen op die manier kunnen we in de rapportages van de verdiepende onderzoeken gewogen uitspraken over de totale groep bezoekers in Nederland. Specifiek is in de screening achterhaald of de inwoners van de betreffende landen in de voorafgaande 14 dagen in Nederland waren geweest voor een dagbezoek en/of in de voorafgaande 30 dagen in Nederland waren geweest voor een verblijf van langer dan een dag. In Duitsland en België zijn bij deze wekelijkse screening respectievelijk 500 en 400 panelleden ondervraagd. In de andere landen ging het om 300 personen per vier weken. Die verschillen komen voort uit het feit dat we in Duitsland en België zowel een vervolgonderzoek hebben gedaan op dagbezoek als op verblijfsbezoek (en we dus voor beide onderzoeken voldoende respondenten nodig hadden), terwijl in de andere landen alleen een vervolgonderzoek is geweest op verblijfsbezoek.

Onderzoek Inkomend Dagbezoek

In de periode tussen oktober 2021 tot en met half november 2022 werden in totaal 9.512 respondenten ondervraagd over hun dagbezoeken aan Nederland. Twee derde van deze respondenten kwam uit Duitsland, de overige, een derde, uit België. De resultaten uit het onderzoek zijn per herkomstland gewogen naar juiste verhoudingen in leeftijd, geslacht en herkomstregio van dagbezoekers aan Nederland zoals gevonden in de hiervoor genoemde screening. In het onderzoek werd ingegaan op verschillende aspecten die horen bij een dagbezoek, zoals: oriëntatie vooraf, vervoer, ondernomen activiteiten, waardering en reisgezelschap.

Onderzoek Inkomend Toerisme

In de periode van oktober 2021 tot en met januari 2023 werden in totaal 10.641 respondenten ondervraagd over hun verblijfsbezoeken in Nederland. Bijna de helft van de ondervraagden kwam uit Duitsland, 17% uit België en 9% uit het Verenigd Koninkrijk. De overige 25% was afkomstig uit de acht andere landen. Voor het OIT uit 2014 werd onderzoek gedaan naar bezoekers die overnachtten in geregistreerde verblijfsaccommodaties zoals die worden meegeteld in de Statistiek Logies Accommodaties van het CBS. Voor dit huidige onderzoek hebben we de definitie van verblijf verder uitgebreid en nemen we naast alle overnachtingen in geregistreerde verblijfsaccommodaties ook overnachtingen mee in van particulieren gehuurde accommodaties, op boten, bij familie, vrienden of bekenden, of in tweede woningen. Buitenlandse vaste gasten behoren dus eveneens tot de doelgroep van dit onderzoek. Dat geeft enerzijds een completer beeld van het inkomend toerisme in Nederland, maar bemoeilijkt anderzijds de vergelijking met de resultaten van het OIT uit 2014.

Dataverzameling en veldwerkperiode

Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau DVJ, dat daarvoor gebruikmaakte van online panels in de betrokken landen. De totale onderzoeksperiode liep van oktober 2021 tot en met januari 2023, maar verschilde per onderzoek en land, en werd onder andere beïnvloed door reisbeperkingen die in sommige landen eind 2021 en begin 2022 nog van kracht waren. In de tabel is per land aangegeven op welke reisperiode het onderzoek betrekking heeft. In Duitsland en België begon het onderzoek eerder dan in de andere landen.

| Landen | 2021 | | | 2022 | | | | | | | | | | | |
|---------------------|------------------------------|-----|-----|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | okt | nov | dec | jan | feb | mrt | apr | mei | jun | jul | aug | sep | okt | nov | dec |
| Duitsland | ééndaags en meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | | | | |
| België | ééndaags en meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | | | | |
| Verenigd Koninkrijk | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Frankrijk | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Verenigde Staten | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Italië | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Spanje | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Oostenrijk | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Polen | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Denemarken | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |
| Zweden | | | | meerdaags bezoek | | | | | | | | | | | |

Data-analyse en weging

De resultaten uit de twee hoofdonderzoeken zijn per herkomstland gewogen naar de juiste verhoudingen in leeftijd, geslacht en herkomstregio van de bezoekers, zoals gevonden in het screeningsonderzoek. Om de omvang en de impact van dag- en verblijfsbezoek te kunnen bepalen, zijn de resultaten van beide studies ook opgehoogd tot een totaal aantal dag- en verblijfsbezoeken. Voor deze ophoging is bij het onderzoek naar dagbezoeken gebruikgemaakt van de resultaten uit de screening over ondernomen dagbezoeken in Nederland onder de inwoners van Duitsland en België in combinatie met de beschikbare bevolkingsstatistieken. Bij de ophoging naar een totaal aantal verblijfsbezoeken is daarnaast gebruikgemaakt van de gegevens uit de Statistiek Logies Accommodaties (SLA) van het CBS.

Cocreatie en cofinanciering

Om ervoor te zorgen dat de onderzoeksresultaten goed aansluiten bij de behoeften van de gebruikers, heeft een werkgroep met vertegenwoordigers van verschillende betrokken partijen meegedacht over de onderzoeksopzet en vraagpunten. In deze werkgroep zaten medewerkers van het CBS, van de provincies, DMO's en kenniscentra. Het onderzoek werd gezamenlijk gefinancierd door elf provincies en NBTC en er is zoveel mogelijk rekening gehouden met de wensen en behoeften van de diverse gebruikers.

Onderdeel van het LDA-werkprogramma

De data uit deze onderzoeken zijn voor veel partijen relevant, zowel voor nationale, provinciale als regionale partijen. Binnen de Landelijke Data Alliantie (LDA) is daarom al langer sprake van het gezamenlijk opzetten en financieren van dergelijke grootschalige studies. Het OID en OIT zijn twee voorbeelden van dergelijke studies. Meer informatie over de activiteiten van de LDA is te vinden op de website www.landelijkedataalliantie.nl.

Leeswijzer

In deze publicatie brengen we de buitenlandse bezoekers die Nederland in 2022 hebben bezocht in beeld en schetsen we wie ze zijn, waarvoor ze naar ons land komen, wat ze hier doen en wat de impact van hun bezoek is. Dit doen we in twee delen die een vergelijkbare opzet hebben. Het eerste deel (hoofdstuk 1 t/m 4) van dit rapport gaat in op dagbezoek en het tweede deel (hoofdstuk 5 t/m 8) beschrijft het meerdaags bezoek.

Hoofdstuk 1

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de omvang van het dagbezoek aan Nederland vanuit de buurregio's in Duitsland en België. We gaan in op de verdeling van het dagbezoek naar provincies en beweegredenen om Nederland te bezoeken. Ook tonen we het verloop van de dagbezoeken gedurende een heel jaar, waardoor duidelijk wordt wat over het algemeen meer populaire weken voor dagbezoeken zijn.

Hoofdstuk 2

In dit hoofdstuk bieden we inzicht in de sociaal-demografische kenmerken van buitenlands dagbezoek. Naast dat we leeftijd en herkomst van dagbezoek beschrijven, besteden we onder meer aandacht aan de samenstelling van het reisgezelschap en de terugkerende dagbezoeker. Zo ontstaat een goed beeld van het profiel van de buitenlandse dagbezoeker aan Nederland.

Hoofdstuk 3

Hoofdstuk 3 staat volledig in het teken van de zogeheten customer journey van de buitenlandse dagbezoeker. In dit hoofdstuk komen alle verschillende fasen voorafgaand aan, tijdens en na het bezoek aan bod. We geven allereerst inzicht in het bezoekmotief van de dagbezoeker, en splitsen dit ook uit naar provincie. Vervolgens komt oriënteren en boeken aan bod. En we geven inzicht in de reis en het bezoekgedrag. Zo laten we zien op welke verschillende manieren een dagbezoek ingevuld kan worden, onder meer door inzicht te geven in de ondernomen activiteiten. We beschrijven de waardering van de bezoekers voor hun bezoek en we laten zien hoe groot de kans is dat ze ons nogmaals bezoeken.

Hoofdstuk 4

In dit hoofdstuk staat de impact van de buitenlandse dagbezoeker centraal, opgesplitst in economische-, ecologische- en sociaal-maatschappelijke impact.

Hoofdstuk 5

Dit hoofdstuk belicht meerdaags bezoek, het kijkt naar de omvang van het volledige verblijfsbezoek van Nederland en naar de ontwikkeling van inkomend toerisme in de afgelopen jaren. Daarnaast bieden we inzicht in de gemiddelde verblijfsduur

en verschillende typen van verblijfsbezoek. Ook geven we inzicht in de verdeling van buitenlands verblijfsbezoek naar de provincies. Tot slot hebben we verblijfsbezoekers ter illustratie hun verblijf laten omschrijven.

Hoofdstuk 6

Hoofdstuk 6 brengt de sociaal-demografische kenmerken van buitenlands verblijfsbezoek in beeld. De verdeling van verblijfsbezoekers naar herkomstregio wordt met kaartjes inzichtelijk gemaakt en daarnaast vind je in dit hoofdstuk gegevens over de grootte en samenstelling van reisgezelschappen. Ook wordt duidelijk in welke mate bezoekers regelmatig in Nederland verblijven.

Hoofdstuk 7

In dit hoofdstuk staat de customer journey van de verblijfsbezoeker centraal. We behandelen achtereenvolgens alle verschillende fasen voorafgaand aan, tijdens en na het bezoek. De bezoekmotieven worden inzichtelijk gemaakt en ook de zakelijke bezoeker is in dit beeld meegenomen. We beschrijven of en hoe de bezoeker zijn verblijf in Nederland boekt en gaan in op de reis naar en het verblijf in Nederland. Hierin worden ook de verschillende soorten accommodaties en vervoersmiddelen meegenomen. Het bezoekgedrag van de buitenlandse verblijfsbezoekers komt uitgebreid aan bod doordat we ingaan op de activiteiten die in Nederland ondernomen zijn, het bezoek aan musea, evenementen, werelderfgoed en natuurgebieden. Het hoofdstuk wordt afgesloten met inzicht in de waardering voor het verblijfsbezoek en de intentie om Nederland nogmaals te bezoeken.

Hoofdstuk 8

Hoofdstuk 8 behandelt de impact van het buitenlands verblijfsbezoek. We kwantificeren de economische impact en geven inzicht in wie er gemiddeld genomen een hoger uitgavenpatroon heeft. Ook de ecologische- en sociaal-maatschappelijke aspecten worden in dit hoofdstuk meegenomen om zo een (eerste) beeld te schetsen van de brede impact van buitenlands verblijfsbezoek aan Nederland.

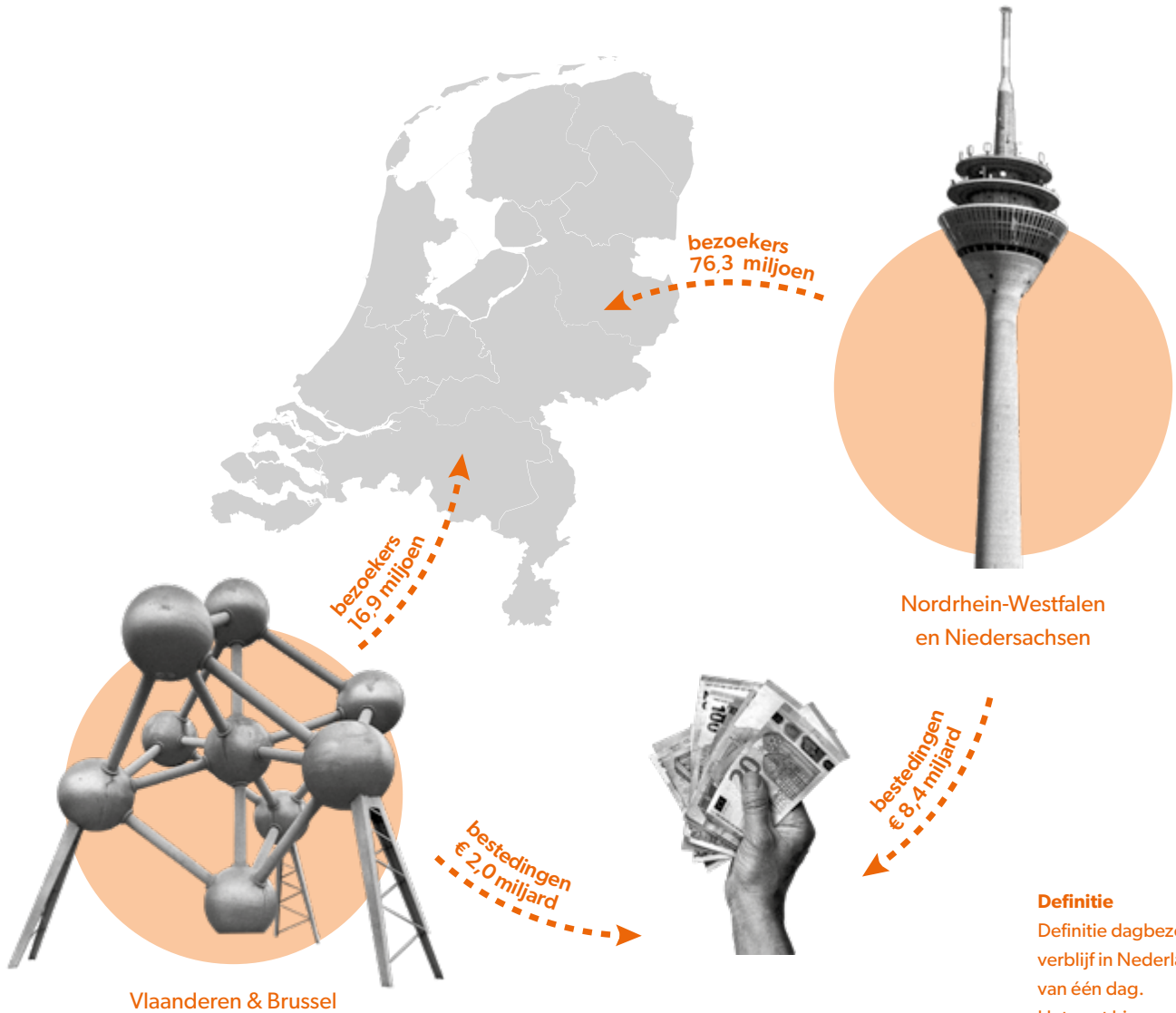
1

Aantal dagbezoeken

1.1 Totaal aantal dagbezoeken

Aantal dagbezoeken aan Nederland

| | |
|--------------------------------|----------------|
| Totaal dagbezoeken | 93,2 miljoen |
| Totaal bestedingen dagbezoeken | € 10,4 miljard |



Onder een dagbezoek wordt verstaan: een bezoek aan Nederland in de vrije tijd, zonder overnachting. Denk bijvoorbeeld aan een bezoek aan een stad, natuurgebied, attractie, evenement of winkelgebied. Bezoeken om zakelijke redenen blijven buiten beschouwing. Het betreft de leeftijdsgroep 18 t/m 74 jaar en de dagbezoeken afgelegd in een afgebakende periode van 12 maanden (oktober 2021 t/m september 2022).

Definitie

Definitie dagbezoek = verblijf in Nederland van één dag. Het gaat hier om een bezoek aan Nederland in de vrije tijd, zonder overnachting. Denk bijvoorbeeld aan een stedenbezoek, bezoek aan een natuurgebied, bezoek aan een attractie of evenement of om te winkelen. Bezoeken om zakelijke redenen blijven buiten beschouwing.

Aantal dagbezoeken

In een jaar tijd (oktober 2021 t/m september 2022) zijn er in totaal 93,2 miljoen dagbezoeken aan ons land afgelegd vanuit de buurregio's van Duitsland en België. Vanuit Nordrhein-Westfalen/Niedersachsen zijn 76,3 miljoen dagbezoeken gebracht en vanuit Vlaanderen/Brussel zo'n 16,9 miljoen. Tijdens deze dagtrips bezoeken gasten steden, natuurgebieden, attracties of evenementen, maar ze komen ook naar Nederland om te winkelen of om familie en vrienden te ontmoeten.

In vergelijking met het vorige onderzoek naar dagbezoek in Duitsland in 2015/2016 zijn er in 2021/2022 veel meer bezoeken gebracht vanuit de Duitse grensregio's. Deze hogere aantallen worden mede verklaard doordat er in 2015/2016 sprake was van een andere onderzoeksmethode. Ook werd toen een andere definitie van 'dagbezoek' gehanteerd. Hierdoor kunnen de resultaten van beide onderzoeken niet met elkaar worden vergeleken.

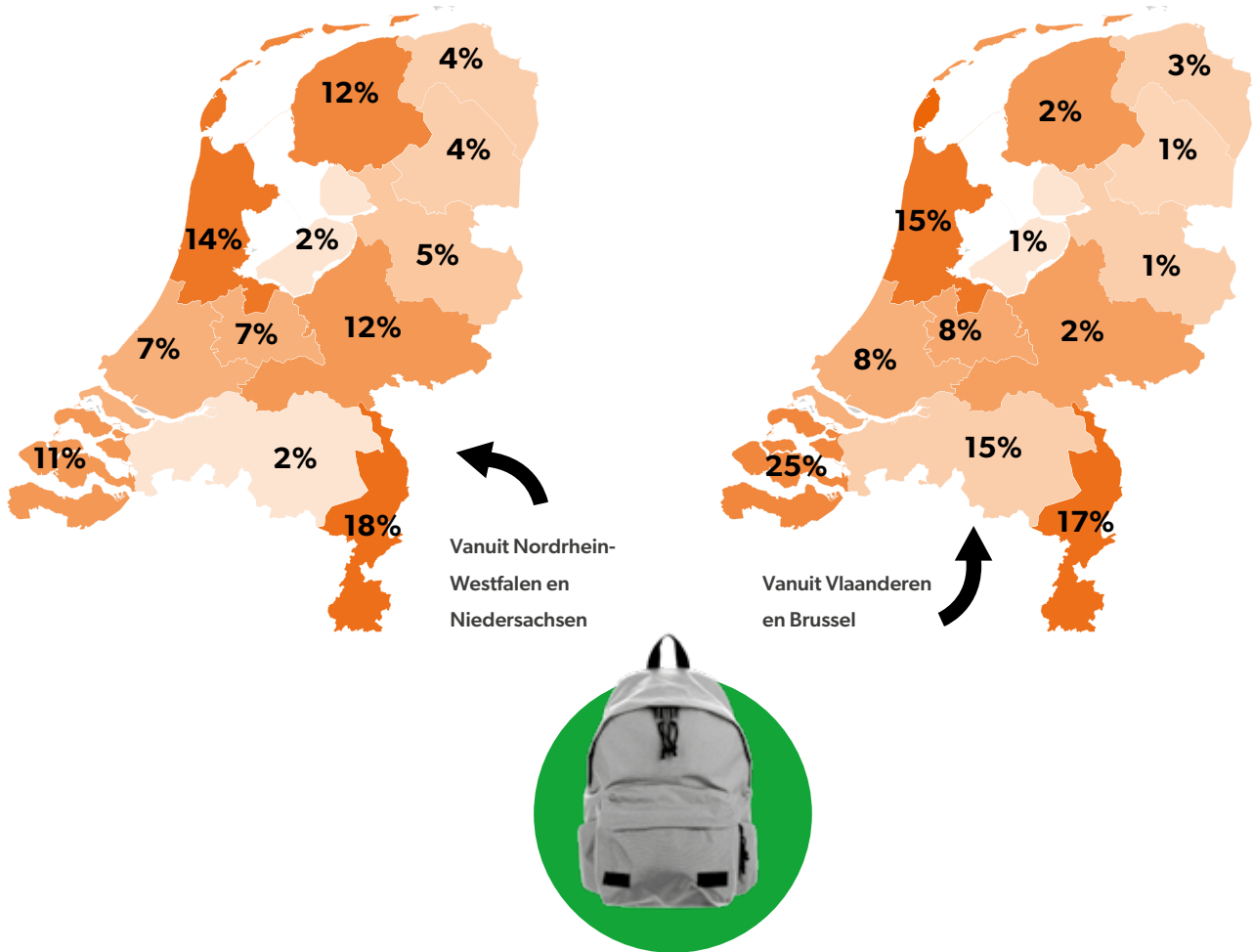
1.2 Aantal dagbezoeken per provincie

Aantal dagbezoeken per provincie

Aantallen dagbezoeken x 1.000

| Bezochte provincie | Vanuit Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen | Vanuit Vlaanderen en Brussel | Totaal vanuit buurregio's Duitsland en België |
|-----------------------|---|------------------------------|---|
| Groningen | 9.485 | 431 | 9.915 |
| Friesland | 3.115 | 379 | 3.495 |
| Drenthe | 3.065 | 223 | 3.285 |
| Overijssel | 3.715 | 158 | 3.870 |
| Gelderland | 8.900 | 354 | 9.250 |
| Flevoland | 1.285 | 225 | 1.510 |
| Noord-Holland | 11.060 | 2.530 | 13.590 |
| Utrecht | 5.485 | 1.425 | 6.915 |
| Zuid-Holland | 5.020 | 1.420 | 6.440 |
| Zeeland | 8.205 | 4.295 | 12.500 |
| Noord-Brabant | 1.670 | 2.535 | 4.200 |
| Limburg | 13.925 | 2.865 | 16.790 |
| Provincie niet bekend | 1.395 | 83 | 1.480 |
| Totaal | 76.320 | 16.920 | 93.240 |

Aandeel dagbezoeken per provincie



Vanuit de buurregio's van Duitsland zijn in totaal 76,3 miljoen dagbezoeken aan ons land gebracht in de periode van één jaar (oktober 2021 t/m september 2022). Duitse bezoekers brengen voornamelijk een bezoek aan Limburg en Noord-Holland. Van alle dagbezoeken gaat 18% naar de provincie Limburg en 14% naar de provincie Noord-Holland. In Limburg bezoekt men met name Venlo (49%) en Roermond (32%). In Noord-Holland gaat 45% naar het strand en 68% naar Amsterdam. Daarna volgen de provincies Groningen (12%), Gelderland (12%) en Zeeland (11%).

Vanuit Vlaanderen en Brussel zijn er 16,92 miljoen dagbezoeken aan Nederland gebracht in de periode van één jaar. Voor dagbezoeken vanuit België is Zeeland duidelijk de belangrijkste bestemmingsprovincie (25%). Gevolgd door Limburg (17%). Noord-Brabant en Noord-Holland bezetten een gedeelte derde plaats (beide 15%). Belgische gasten bezoeken Zeeland voornamelijk om op het terras te zitten (44%) en/of naar het strand te gaan (27%). De best bezochte plaats is Hulst. In Limburg is Maastricht de meest bezochte plaats (60% van de dagbezoeken aan Limburg). Binnen Noord-Holland gaat 82% naar Amsterdam en 16% naar het strand. Eindhoven (26%) en Breda (25%) zijn de best bezochte plaatsen in Noord-Brabant door Belgische dagbezoekers en de Efteling de best bezochte bezienswaardigheid.

Aantal dagbezoeken

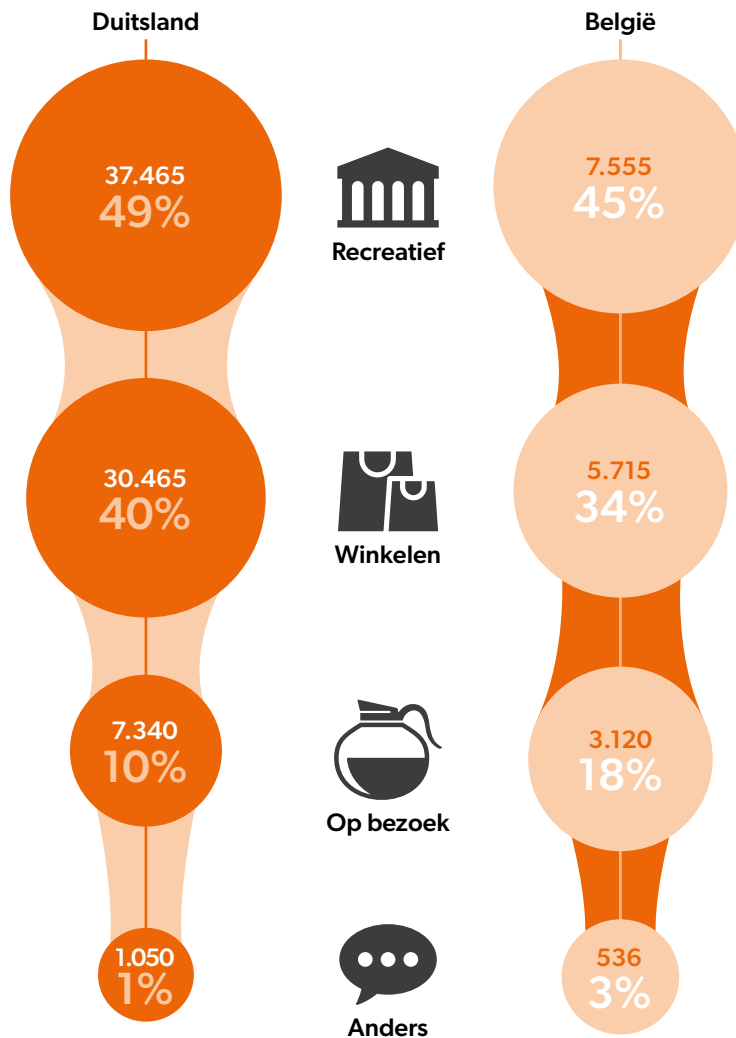
Enjoy your day



1.3 Dagbezoeken naar type bezoek

Aantal dagbezoeken naar type bezoek

Aantallen dagbezoeken x 1.000



Nagenoeg de helft van de bezoekers vanuit de Duitse grensregio's geeft aan dat het bezoek een recreatief doel heeft (49%). Ze komen voor een bezoek aan een stad, natuurgebied, attractie, evenement of winkel(gebied). In totaal gaat het om 37,5 miljoen dagbezoeken met een recreatief motief. Voor vier op de tien bezoeken vanuit de Duitse grensregio's is winkelen de belangrijkste reden (40%), in totaal gaat het om 30,5 miljoen dagbezoeken met als doel om te winkelen. Bij één op de tien bezoeken gaat het om bezoek aan familie, vrienden of kennissen (10%). Hierbij gaat het om 7,3 miljoen dagbezoeken.

Ook bij de dagbezoeken vanuit Vlaanderen en Brussel heeft bijna de helft (45%) een recreatief doel (7,6 miljoen dagbezoeken). Voor een derde daarvan is winkelen (34%) de belangrijkste reden (5,7 miljoen dagbezoeken). Het aandeel dat familie, vrienden of kennissen komt bezoeken is onder de Vlamingen/inwoners van Brussel beduidend hoger (18%) dan onder bezoekers vanuit de Duitse grensregio's (10%). Vanuit Vlaanderen en Brussel gaat het om 3,1 miljoen dagbezoeken.

Redenen om naar Nederland te gaan

Beweegredenen vanuit Duitse grensregio's

“Als kind ging ik al met familie en vrienden naar Nederland. Nu ga ik vanwege de korte afstand en het strand. De cultuur spreekt me ook aan”

“Het is erg dichtbij en ik hou van de mensen en de architectuur”

“Ik heb reviews op internet gelezen en ben er toen ook naartoe gegaan”

“Omdat de winkels in Nederland op zondag open zijn”

“Mijn familie en ik zijn graag in Nederland. We voelen ons er op ons gemak”

Vanuit Belgische grensregio's

“Ik woon dicht bij Nederland. Mijn grootouders zijn afkomstig van Nederland en ik heb er familie wonen”

“Wij wonen op slechts enkele kilometers van de Nederlandse grens en hebben daar vrienden wonen. Zij geven ons regelmatig tips voor leuke daguitstapjes of must-see plaatsen en die gaan we dan verkennen”

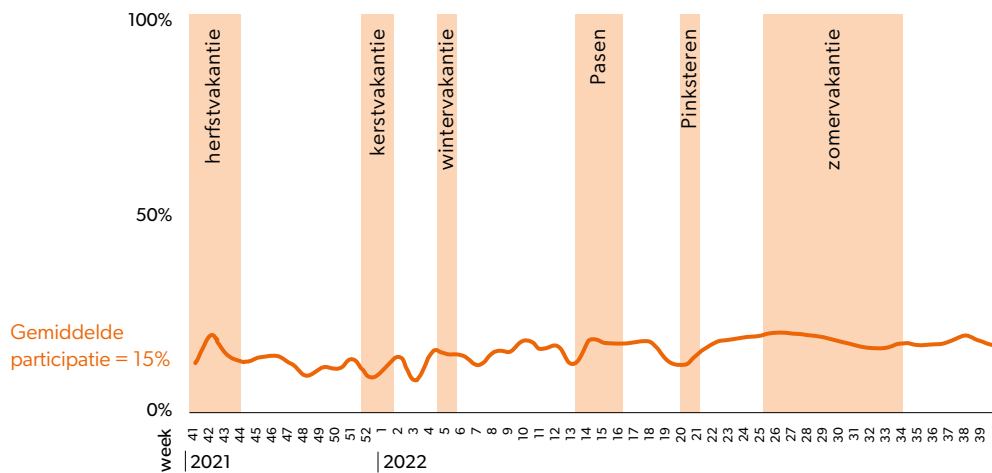
“We gaan regelmatig naar Maastricht en vinden het altijd een toffe daguitstap”

“Wij hebben al vrienden in Nederland die we regelmatig bezoeken”

“Ik ga regelmatig naar Sluis om inkopen te doen van kleding en drogisterijproducten”

“Uit nieuwsgierigheid”

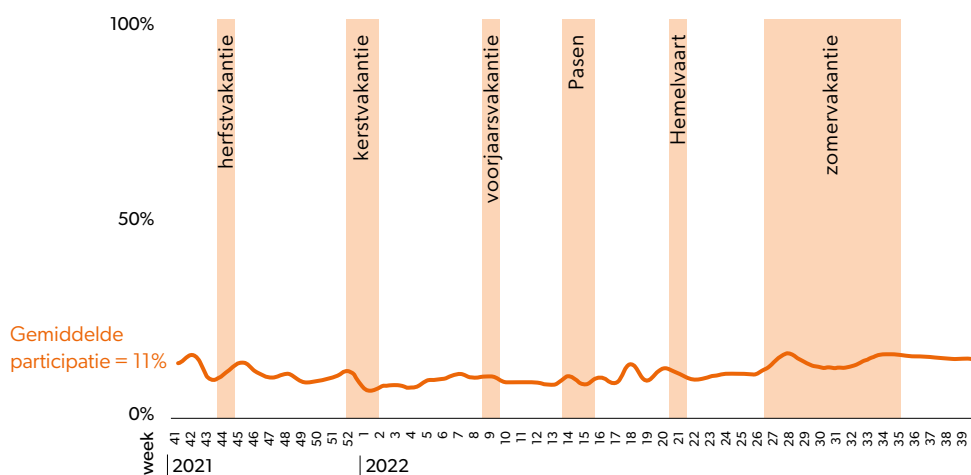
1.4 Dagbezoeken gedurende het jaar Inwoners die een dagbezoek aan ons land brengen



Percentage inwoners van **Duitsland** (Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen), dat een dagbezoek aan Nederland heeft gebracht in de afgelopen 14 dagen waarbij thuis is overnacht.

= vakantieperiodes in Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen

Het aantal inwoners van Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen dat één (of meerdere) recreatieve dagbezoeken aan ons land onderneemt, schommelt gedurende het jaar. Het gemiddelde percentage van de inwoners die in de afgelopen twee weken Nederland zegt te hebben bezocht, ligt op 15%. Dagbezoeken volgen niet per se de vakantieperiodes, ook tussen de vakantieperiodes in, vindt er dagbezoek plaats. In de kerstvakantie is het dagbezoek aan ons land laag.

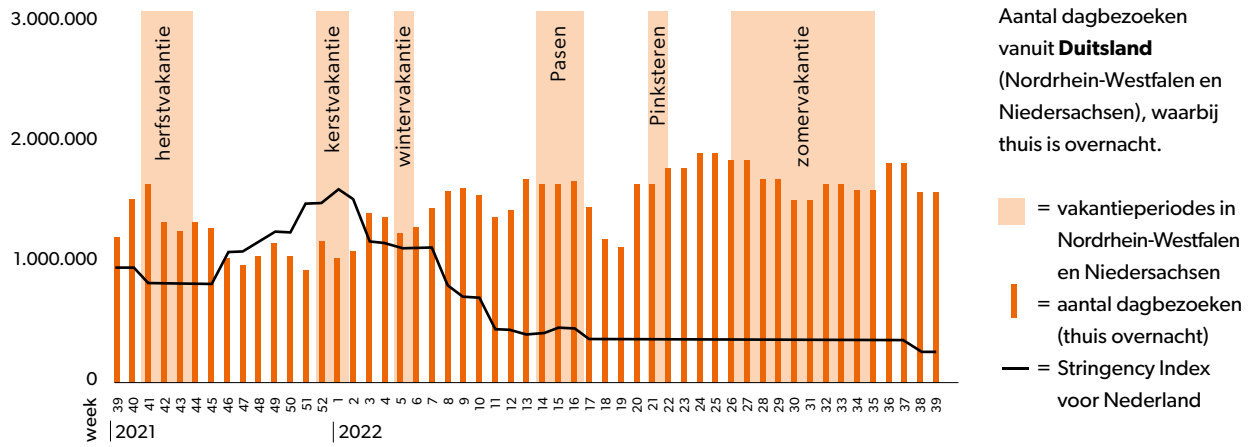


Percentage inwoners van **België** (Vlaanderen en Brussel), dat een dagbezoek aan Nederland heeft gebracht in de afgelopen 14 dagen waarbij thuis is overnacht.

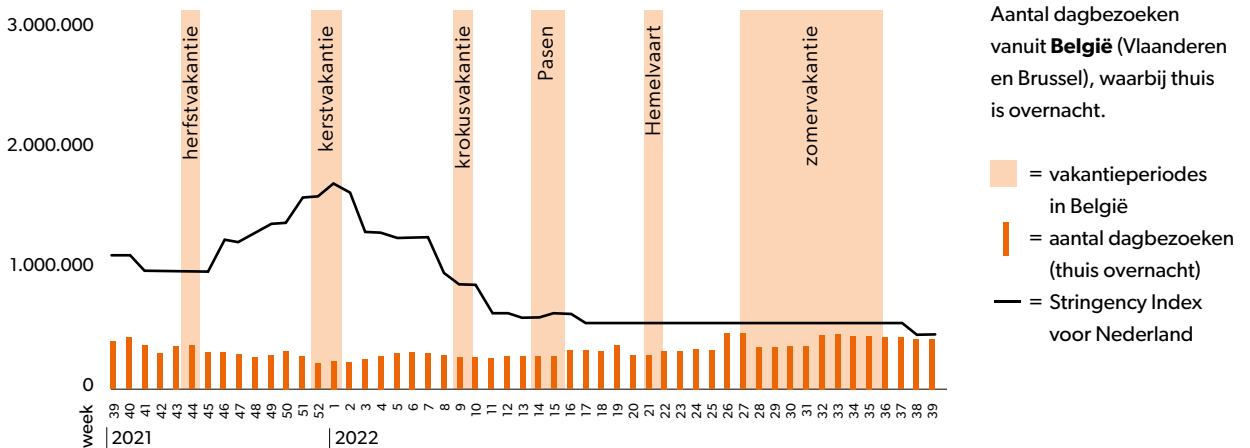
= vakantieperiodes in België

Het aantal inwoners van Vlaanderen en Brussel dat één (of meerdere) recreatieve dagbezoeken aan ons land onderneemt, schommelt gedurende het jaar. In de bovenstaande grafiek is dat weergegeven. Het gemiddelde percentage van de inwoners dat in de afgelopen twee weken Nederland zegt te hebben bezocht, ligt op 11%. Ook de Vlaamse dagbezoeken vinden tussen de vakantieperiodes plaats.

Aantal dagbezoeken per week



Het aantal dagbezoeken vanuit de Duitse grensregio's ligt in de herfst- en wintermaanden lager dan in de lente- en zomermaanden. Overigens kan dat het gevolg zijn van de strengere coronamaatregelen in die periode. De zwarte lijn in de grafiek geeft de Stringency Index aan gedurende de onderzoeksperiode. Een hoge index betekent dat er veel coronamaatregelen en restricties van kracht waren in Nederland. Op de piek van de Stringency Index ondernamen minder Duitsers een dagbezoek naar Nederland. Op een gegeven moment krijgt de index een constant niveau en ontstaat er een goed beeld van het bezoekpatroon over de weken heen.



Het effect van de strengere coronamaatregelen in de herfst- en wintermaanden is minder goed te zien bij de dagbezoeken vanuit Vlaanderen en Brussel. Het aantal dagbezoeken ligt in deze periode wel iets lager dan in de lente- en zomermaanden, maar het gevolg van de coronamaatregelen is eigenlijk alleen goed te zien in de kerstvakantie, toen er strengere maatregelen in Nederland van kracht waren (die niet in België golden) en er minder Belgen een dagbezoek aan Nederland brachten.

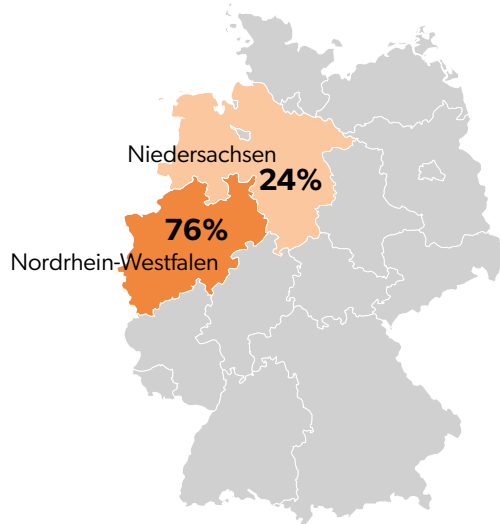


2

Wie is de
buitenlandse
dagbezoeker aan
Nederland?

2.1 Sociaal-demografische kenmerken

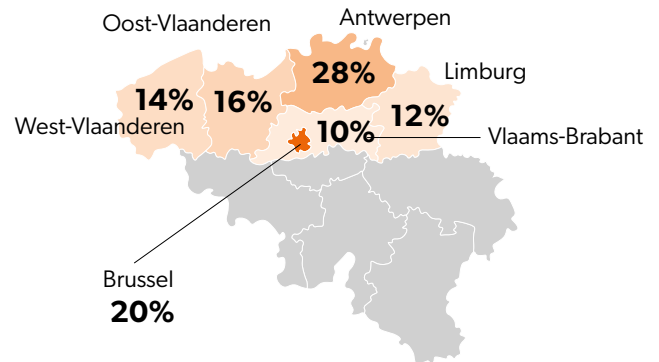
Herkomst dagbezoekers vanuit Duitse grensregio's



Basis: alle ondervraagden, n=6.367

Driekwart van de dagbezoekers uit de twee grensregio's komt uit Nordrhein-Westfalen.

Herkomst dagbezoekers vanuit Vlaanderen/Brussel



Basis: alle ondervraagden, n=3.145

Ruim een kwart van de bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel zijn bezoekers vanuit de provincie Antwerpen en twee op de vijf bezoekers zijn bezoekers vanuit het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Binnen Vlaanderen is na Antwerpen Oost-Vlaanderen een belangrijke provincie van waaruit relatief vaak dagbezoekers naar Nederland komen.

Verdeling naar geslacht dagbezoekers vanuit Duitse grensregio's

Basis: alle ondervraagden, n=6.367.



49%



56%

Verdeling naar geslacht dagbezoekers vanuit Vlaanderen/Brussel

Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

De man-vrouwverhouding van bezoekers vanuit de Duitse grensregio's is ongeveer fifty-fifty. Vanuit Vlaanderen en Brussel brengen meer mannen dan vrouwen een dagbezoek aan ons land (56% man en 44% vrouw).

Wie is de buitenlandse dagbezoeker?



Leeftijdsgroepen dagbezoekers vanuit Duitse grensregio's



Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

De leeftijdsgroep 50 jaar of ouder vormt de grootste groep bezoekers vanuit de Duitse grensregio's, gevolgd door de 18 t/m 34-jarigen.

Leeftijdsgroepen dagbezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel



Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

De 18 t/m 34-jarigen en de groep 50-plussers zijn de twee grootste groepen bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel.

Verschillen per provincie

Herkomstregio dagbezoekers vanuit Duitse grensregio's

| | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|----------------------------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Nordrhein-Westfalen | 38% | 61% | 60% | 91% | 32% | 96% | 79% | 73% | 72% | 82% | 88% | 86% |
| Niedersachsen | 62% | 39% | 40% | 9% | 68% | 4% | 21% | 27% | 28% | 18% | 12% | 14% |

Basis: alle ondervraagden, n=6.367

Vanuit Duitse grensregio's

Limburg en Gelderland worden bijna alleen door inwoners van Nordrhein-Westfalen bezocht voor een dagbezoek. Ook in de provincies Zeeland, Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant is het aandeel dat uit Nordrhein-Westfalen komt duidelijk groter dan het aandeel uit Niedersachsen ((ruim) 80% versus 20%). Dan volgen twee provincies waarbij de verhouding ongeveer driekwart versus één kwart is: Noord-Holland en Overijssel. Bij de provincies Flevoland en Friesland is de verhouding 60% uit Nordrhein-Westfalen versus 40% uit Niedersachsen. Bij Groningen en Drenthe is de verhouding juist andersom: hier komen verhoudingsgewijs meer inwoners vanuit Niedersachsen.

Herkomstregio dagbezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel

| | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|------------------------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Antwerpen | 37% | 11% | 25% | 21% | 22% | 16% | 40% | 24% | 9% | 28% | 33% | 34% |
| Limburg | 0% | 5% | 4% | 11% | 4% | 45% | 13% | 4% | 7% | 9% | 1% | 7% |
| Oost-Vlaanderen | 27% | 14% | 4% | 5% | 22% | 10% | 17% | 18% | 36% | 12% | 21% | 12% |
| Vlaams-Brabant | 21% | 11% | 24% | 14% | 19% | 10% | 10% | 12% | 6% | 10% | 6% | 8% |
| West-Vlaanderen | 2% | 11% | 20% | 14% | 10% | 6% | 6% | 10% | 7% | 9% | 26% | 15% |
| Brussel | 13% | 47% | 23% | 35% | 22% | 12% | 13% | 32% | 34% | 32% | 13% | 23% |

Basis: alle ondervraagden, n=3.145. Resultaten voor Drenthe, Flevoland en Overijssel zijn indicatief (ca n=50).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Voor de meeste bestemmingsprovincies geldt dat de grootste bezoekersgroep uit Vlaanderen en Brussel komt. Bij de zuidelijkste provincies (Limburg, Noord-Brabant en Zeeland) ligt het aandeel vanuit Brussel het laagst, hier komen de bezoekers voornamelijk vanuit de Vlaamse provincies. Zo komt men naar de Nederlandse provincie Limburg vanuit de Belgische provincie Limburg (45%), komt men naar Noord-Brabant vanuit Antwerpen (40%) en naar Zeeland vanuit Antwerpen (33%) en West-Vlaanderen (26%).

Verschillen in leeftijd

Leeftijdsgroepen dagbezoekers vanuit Duitse grensregio's

| | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|-----------------------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Leeftijd 18-34 | 29% | 27% | 38% | 28% | 32% | 19% | 37% | 42% | 38% | 37% | 27% | 39% |
| Leeftijd 35-49 | 23% | 17% | 27% | 25% | 29% | 29% | 25% | 31% | 31% | 32% | 34% | 26% |
| Leeftijd 50+ | 48% | 56% | 35% | 46% | 39% | 51% | 38% | 27% | 31% | 31% | 39% | 35% |

Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

Vanuit Duitse grensregio's

Flevoland, Limburg, Drenthe en Gelderland worden veel bezocht door 50-plussers. Provincies waar de jongste leeftijdsgroep (18 t/m 34 jaar) wat meer naartoe gaat zijn Friesland, Noord-Brabant, Noord-Holland, Overijssel, Utrecht en Zuid-Holland.

Leeftijdsgroepen dagbezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel

| | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|-----------------------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Leeftijd 18-34 | 49% | 39% | 67% | 52% | 52% | 40% | 37% | 51% | 62% | 51% | 18% | 50% |
| Leeftijd 35-49 | 18% | 25% | 20% | 19% | 12% | 22% | 24% | 20% | 6% | 19% | 20% | 17% |
| Leeftijd 50+ | 33% | 36% | 13% | 29% | 35% | 38% | 40% | 29% | 32% | 30% | 63% | 33% |

Basis: alle ondervraagden, n=3.145. Resultaten voor Drenthe, Flevoland en Overijssel zijn indicatief (ca n=50).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Met name Zeeland wordt bezocht door de oudere leeftijdsgroepen vanuit Vlaanderen en Brussel (63% 50 jaar of ouder). De jongeren (18 t/m 34 jaar) weten de provincies ook goed te vinden, maar komen het minst in Noord-Brabant en Zeeland.

Uitsplitsing naar seizoenen

Vanuit Duitse grensregio's

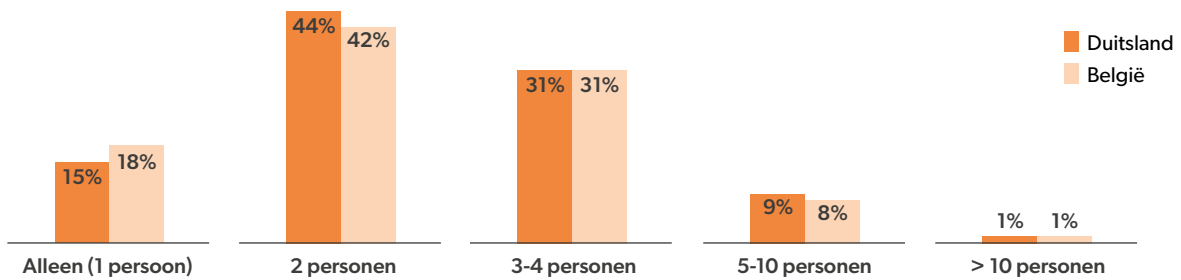
Voor de Duitse jongeren zijn december en februari populaire maanden voor een dagbezoek, terwijl april populair is onder de oudere leeftijdsgroepen (50 jaar en ouder).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Voor Belgische jongeren is de maand januari het meest populair, terwijl mei en augustus voor de oudere leeftijdsgroepen (50 jaar en ouder) het meest populair zijn.

2.2 Aantal personen en samenstelling reisgezelschap

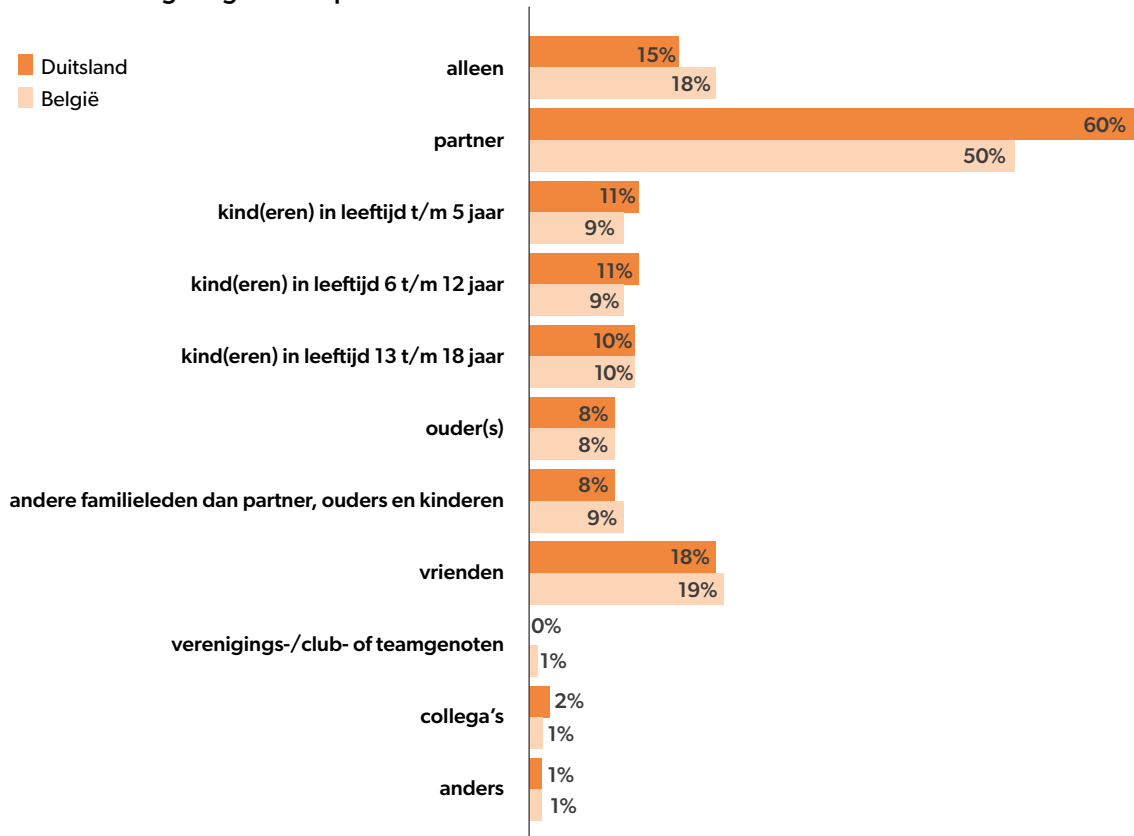
Aantal personen reisgezelschap



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Over het algemeen is het aantal personen waarmee men reist tussen Duitsers en Belgen vergelijkbaar. Alleen komen Belgen iets vaker alleen (18%) dan Duitsers (15%).

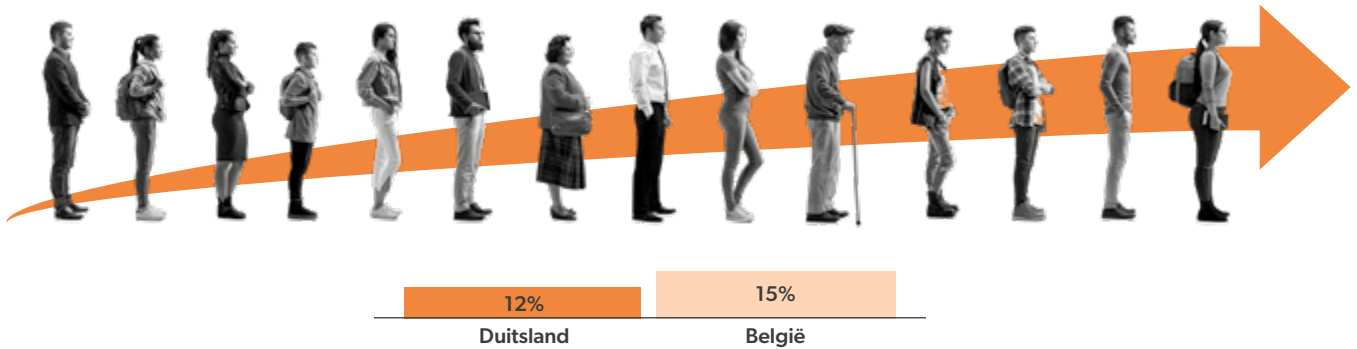
Samenstelling reisgezelschap



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Vanuit Duitsland reist men vaak met partner naar Nederland voor een dagbezoek (60% van alle dagbezoeken). Onder Belgen is dat lager, namelijk 50% van alle dagbezoeken. Nederland wordt ook door reisgezelschappen met kinderen bezocht (in totaal door 25% met kinderen t/m 18 jaar bij Duitsers, bij Belgen in totaal door 23%), de groep met vrienden is ook redelijk hoog (18% in Duitsland en 19% in België).

Aandeel georganiseerde groepsreis met reisbegeleiding

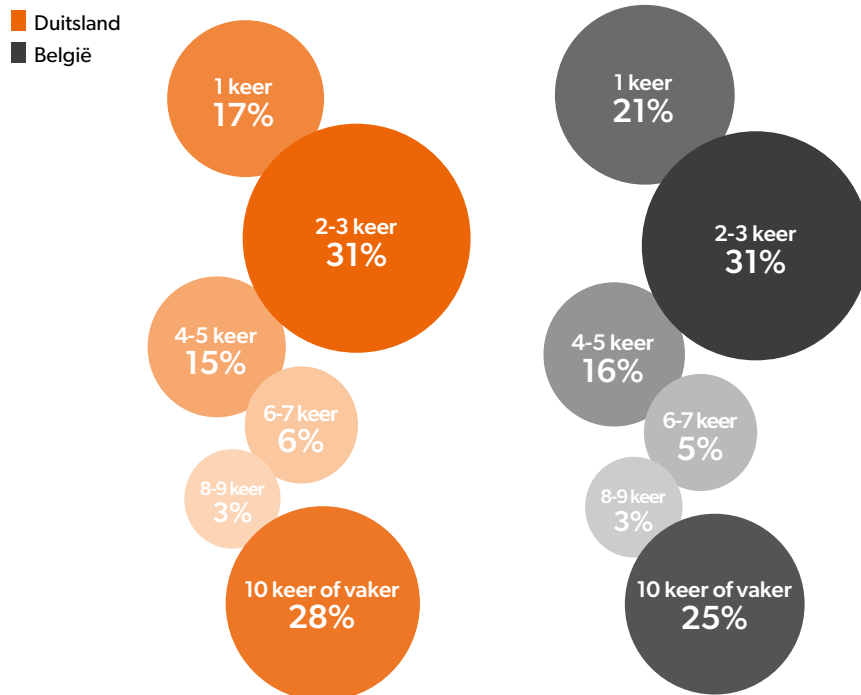


Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Van de Duitse dagbezoekers ging het in 12% van de gevallen om een georganiseerde groepsreis, bij de Belgische dagbezoekers was 15% een groepsreis.

2.3 Aandeel frequente dagbezoekers

Aantal keer in Nederland geweest voor een dagbezoek (in de afgelopen drie jaar)



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Ruim een kwart van de Duitse dagbezoekers (28%) is een frequente dagbezoeker aan Nederland. Zij zijn in de afgelopen drie jaar tien keer of vaker in Nederland geweest voor een dagbezoek. Onder de Belgen is dit aandeel iets lager, 25%. Het aandeel dagbezoekers dat voor het eerst in de periode van de afgelopen drie jaar Nederland bezoekt, is 17% bij de Duitsers en 21% bij de Belgen.

Verschillen per provincie

Vanuit Duitse grensregio's

Het zijn logischerwijs de grensprovincies die het meest frequent worden bezocht: vanuit Duitsland is dat met name Limburg (51% zijn frequente bezoekers), gevolgd door Gelderland (39%), Overijssel (39%) en Drenthe (26%).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Vanuit België zijn het de drie zuidelijke provincies Zeeland, Noord-Brabant en Limburg die frequent worden bezocht. Toch is het aandeel bezoekers dat frequent naar Drenthe gaat ook relatief hoog (lage steekproefbasis, n=50).

Verschillen in leeftijd

Vanuit Duitse grensregio's

Ook onder jongeren (18 t/m 34 jaar) is het aandeel frequente bezoekers bijna een kwart (23%), onder de oudere leeftijdsgroepen ligt dit percentage echter hoger (30%).

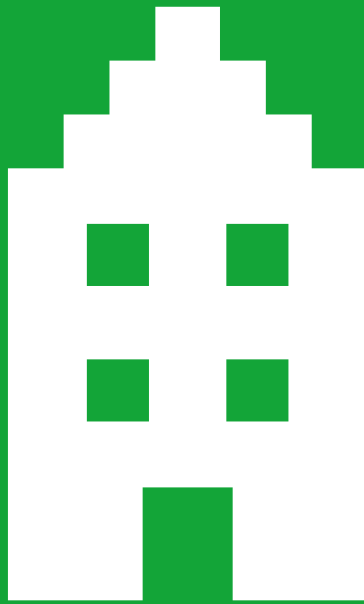
Vanuit Vlaanderen en Brussel

Onder jongeren vanuit België (18 t/m 34 jaar) is 23% een frequente bezoeker en komt 22% voor de eerste keer. Onder de oudere leeftijdsgroepen ligt het aandeel frequente bezoekers hoger (27% en 25%) en het aandeel eerste keer lager (18% en 22%).

Wie is de buitenlandse dagbezoeker?



3 Customer journey van de buitenlandse dagbezoeker

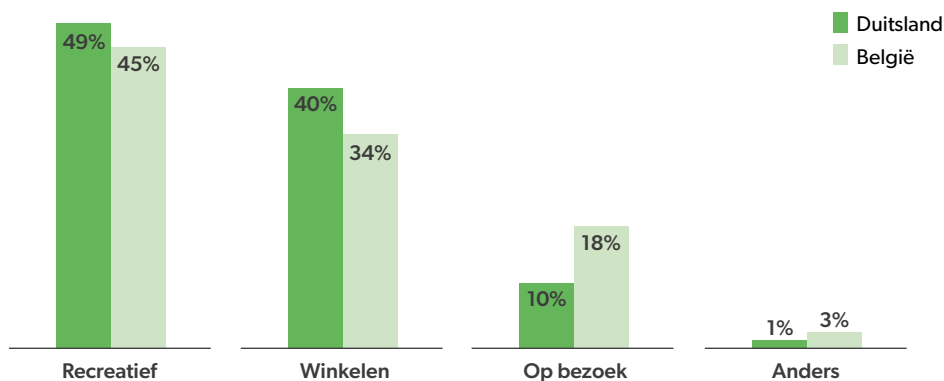


3.1 Bezoekmotief

Belangrijkste motief voor dagbezoeken



Belangrijkste motief voor dagbezoek



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

De helft van de bezoekers vanuit de Duitse grensregio's geeft aan dat het bezoek aan Nederland een recreatief doel heeft (49%). Ze komen een dagje winkelen of brengen een bezoek aan een stad, natuurgebied, attractie of evenement. Voor vier op de tien bezoeken vanuit de Duitse grensregio's is winkelen specifiek genoemd als de belangrijkste reden (40%). Eén op de tien bezoeken zijn bezoeken aan familie, vrienden of kennissen (10%). Ook bij de dagbezoeken vanuit Vlaanderen en Brussel heeft bijna de helft een recreatief doel (45%). Voor een derde is winkelen (34%) de belangrijkste reden. Het aandeel dat familie, vrienden of kennissen komt bezoeken is onder de Vlamingen/inwoners van Brussel beduidend hoger (18%) dan onder bezoekers vanuit de Duitse grensregio's (10%).



Verschillen per provincie

Belangrijkste bezoekmotief vanuit Duitse grensregio's

| | Totaal | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|------------|--------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Recreatief | 49% | 54% | 51% | 76% | 33% | 45% | 27% | 48% | 70% | 35% | 46% | 75% | 59% |
| Winkelen | 40% | 34% | 40% | 17% | 59% | 44% | 63% | 29% | 20% | 55% | 40% | 16% | 29% |
| Bezoek | 10% | 11% | 8% | 6% | 7% | 10% | 9% | 22% | 9% | 6% | 14% | 8% | 10% |
| Anders | 1% | 2% | 0% | 0% | 1% | 1% | 2% | 1% | 1% | 3% | 0% | 1% | 1% |

Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

Vanuit Duitse grensregio's

De provincies Friesland, Zeeland en Noord-Holland worden het meest bezocht vanwege een recreatief doel. De provincies Limburg, Gelderland en Overijssel zijn vanuit de Duitse grensregio's het meest bezocht om te winkelen. Deze provincies, die dicht bij de grens liggen, worden niet alleen bezocht voor funshopping of winkelen in de binnenstad of outlet centers, maar ook voor het doen van boodschappen.

Belangrijkste bezoekmotief vanuit Vlaanderen en Brussel

| | Totaal | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|------------|--------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Recreatief | 45% | 40% | 57% | 48% | 49% | 28% | 32% | 39% | 52% | 27% | 45% | 55% | 43% |
| Winkelen | 34% | 33% | 26% | 20% | 18% | 26% | 50% | 38% | 25% | 66% | 31% | 31% | 29% |
| Bezoek | 18% | 27% | 18% | 32% | 31% | 45% | 17% | 22% | 22% | 7% | 24% | 6% | 27% |
| Anders | 3% | 0% | 0% | 0% | 2% | 1% | 1% | 2% | 2% | 0% | 1% | 9% | 1% |

Basis: alle ondervraagden, n=3.145. Resultaten voor Drenthe, Flevoland en Overijssel zijn indicatief (ca. n=50).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

De provincies Zeeland, Noord-Holland, Gelderland en Friesland worden het meest bezocht vanwege een recreatief doel. De provincies Limburg en Noord-Brabant zijn vanuit Vlaanderen en Brussel het meest bezocht om te winkelen.



Verschillen in leeftijd

Vanuit Duitse grensregio's

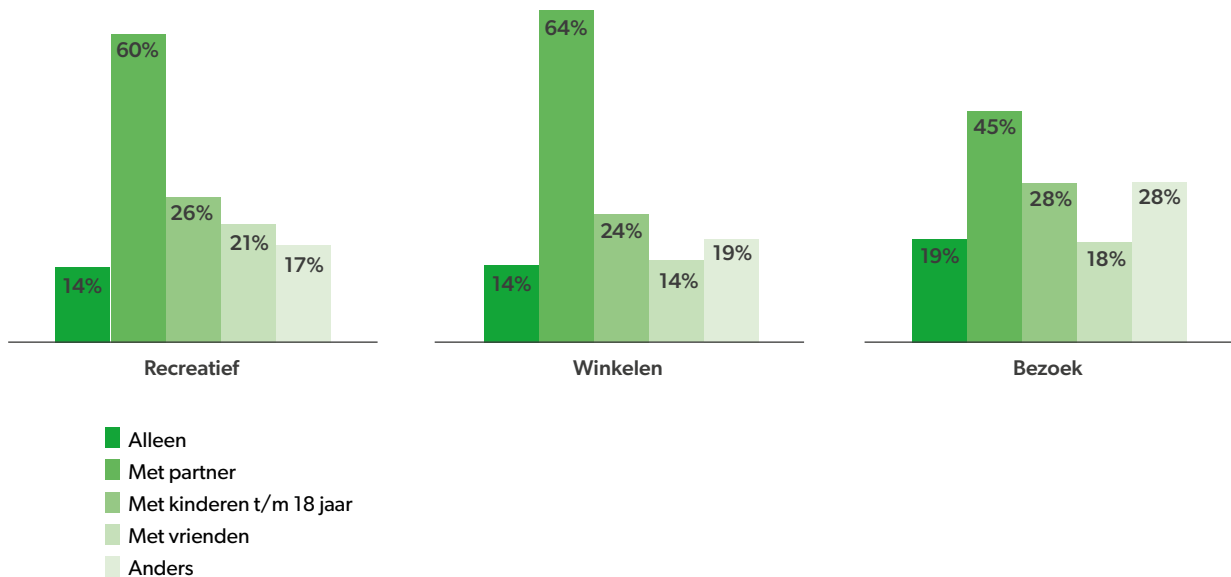
Jongeren (18-34 jaar) komen vaker met een recreatief doel (56%), terwijl 50-plussers veelal Nederland aandoen om te winkelen (47%).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Bij de bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel is er geen duidelijk verschil in leeftijd. Het aandeel dat met een recreatief doel komt, is in alle leeftijdsgroepen (18-34, 35-49 en 50+) ongeveer even groot (gemiddeld 45%). Het aandeel dat komt om te winkelen of om familie, vrienden en kennissen te ontmoeten, is ook in alle leeftijdsgroepen vergelijkbaar (gemiddeld 34% en 18%).

Verschillen in reisgezelschap

Reisgezelschap vanuit Duitse grensregio's



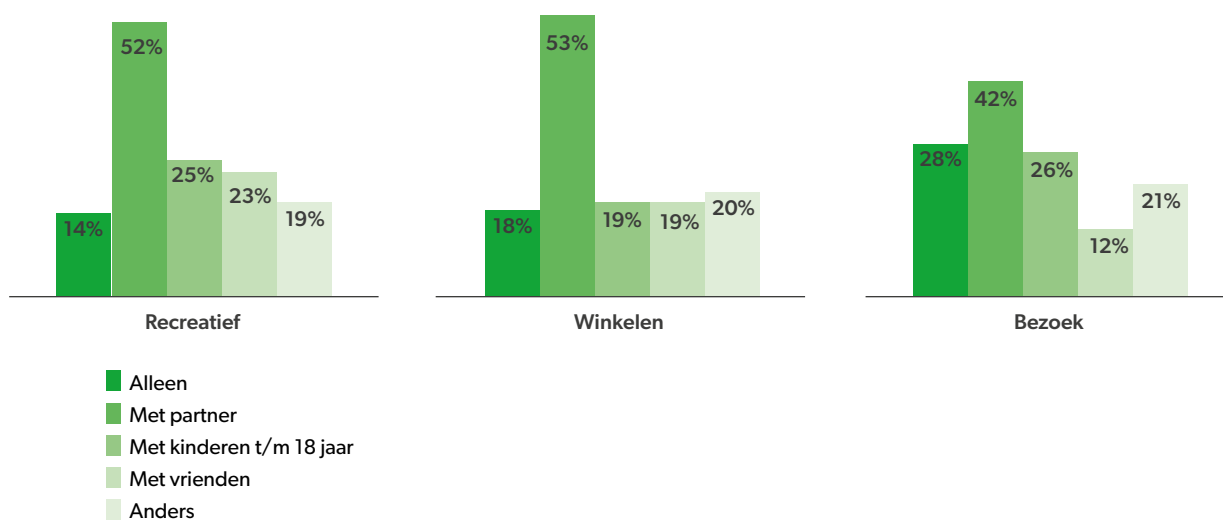
Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

Vanuit Duitse grensregio's

Winkelen wordt over het algemeen vaak met een partner gedaan (64%). Ook bij recreatief bezoek en bij familiebezoek komt men meestal in het gezelschap van in ieder geval een partner (respectievelijk 60% en 45%). Bij bezoek aan familie, vrienden of kennissen gaan verhoudingsgewijs vaak (ook) ouders of andere familieleden mee (25%).



Reisgezelschap vanuit Vlaanderen en Brussel



Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Over het algemeen wordt vanuit Vlaanderen en Brussel wat vaker alleen gereisd om te winkelen (18% ten opzichte van 14% vanuit de Duitse grensregio's). Ook familiebezoek ondernemen Belgische bezoekers wat vaker alleen dan de Duitse bezoekers.



Flowers & more
DINER & BAR

1666
Aanleg Nieuw Waterweg
Constructie 'Nieuw Waterweg'

1667
Aanleg Nieuw Waterweg
Constructie 'Nieuw Waterweg'

1700
Circa 50.000 Hollanders
Reflekten na 30.000 Vluchtelingen

1665
Aanleg Nieuw Waterweg
Constructie 'Nieuw Waterweg'

1623
Rechtspraak Conynghen appaert
Binnen West-Indische Compagnie

1614
Aanleg Boompjes
Constructie 'Boompjes'

1600
Circa 5.000 Hollanders
Reflekten na 12.000 Vluchtelingen

1557
Grote Markt gereed
'Grote Markt' compleet

140

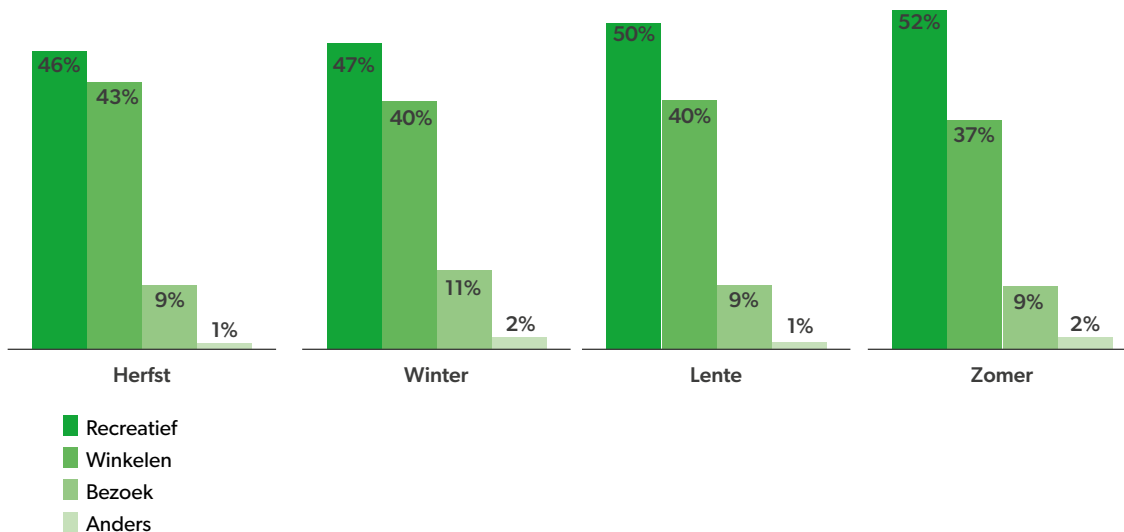
1421



Uitsplitsing naar seizoenen

Belangrijkste motief voor een dagbezoek per seizoen

Vanuit Duitse grensregio's

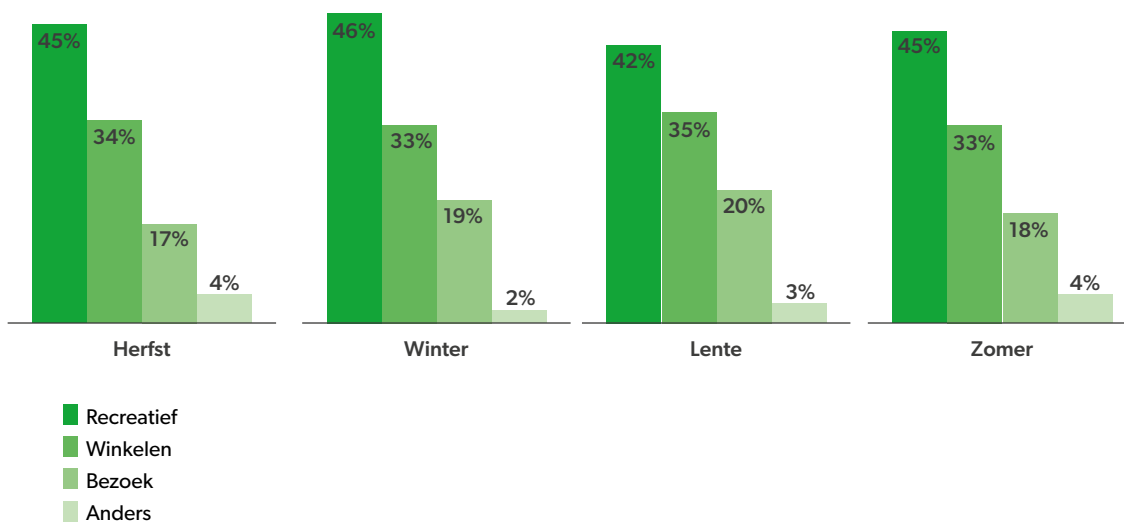


Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

Vanuit Duitse grensregio's

In alle seizoenen is de recreatieve reden voor het bezoek het hoogst: van 46% in de herfst tot 52% in de zomer. De tweede reden om naar Nederland te komen is winkelen. Dit wordt in de herfst iets vaker gedaan en in de zomer wat minder vaak.

Vanuit Vlaanderen en Brussel



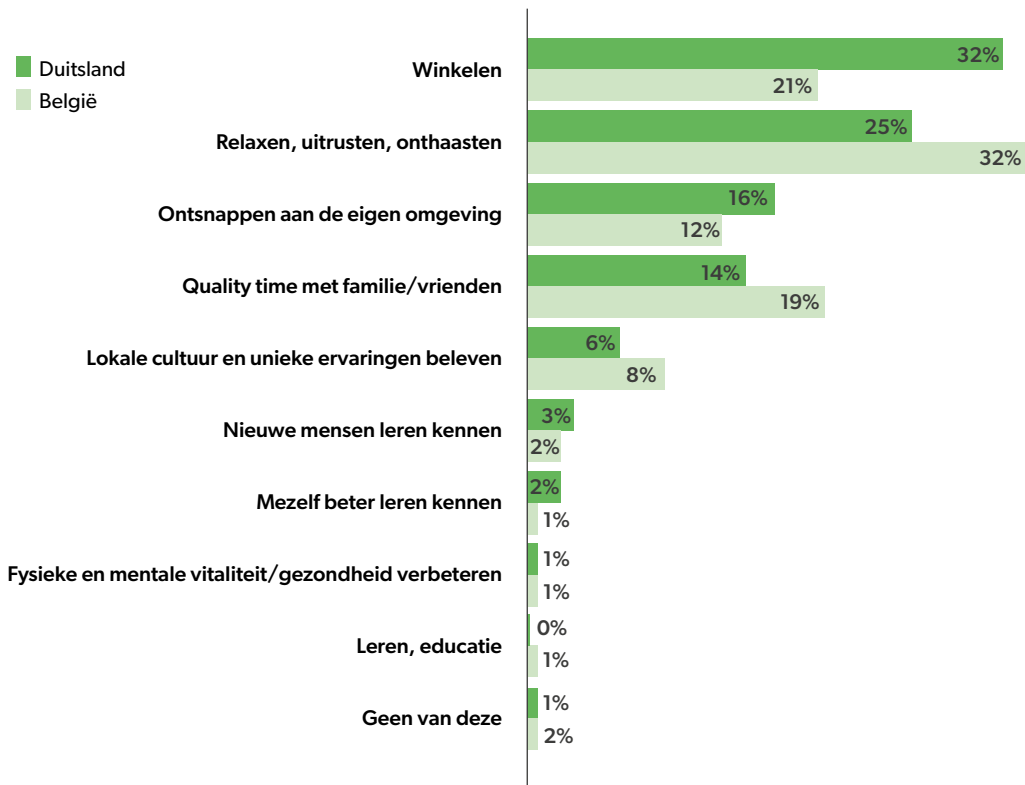
Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Bij de dagbezoeken vanuit Vlaanderen en Brussel verschillen de redenen om naar Nederland te komen niet veel per seizoen.



Belangrijkste reden voor een dagbezoek

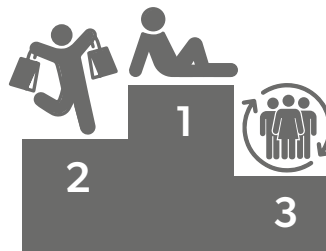


Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.



Duitsland

- No1 winkelen (32%)
- No2 relaxen, uitrusten, onthaasten (25%)
- No3 ontsnappen aan de eigen omgeving (16%)



België

- No1 relaxen, uitrusten, onthaasten (32%)
- No2 winkelen (21%)
- No3 quality time met familie/vrienden (19%)

Winkelen is voor Duitse gasten, zoals we hiervoor al zagen, vaker een motief om een dagje naar Nederland te komen dan voor Belgische gasten. Voor bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel is ‘relaxen, uitrusten, onthaasten’ de belangrijkste reden om Nederland te bezoeken. Voor Duitse gasten staat relaxen op de tweede plaats en ‘ontsnappen aan de eigen omgeving’ op drie. Voor Belgische gasten staan ‘winkelen’ en ‘quality time met familie/vrienden’ op de tweede en derde plaats.



Verschillen per provincie

Belangrijkste reden voor een dagbezoek per provincie



Vanuit Duitse grensregio's

Voor bezoekers vanuit de Duitse grensregio's zijn relaxen en winkelen de twee belangrijkste redenen om een dagbezoek aan Nederland te brengen. Maar als je kijkt naar de bezoekmotieven per Nederlandse provincie, ligt dat net weer anders. Zo zijn Drenthe, Friesland, Noord-Holland, Utrecht, Zeeland en Zuid-Holland de provincies waarvoor relaxen de meest genoemde bezoekredenen is. De provincies Flevoland, Gelderland, Groningen, Limburg en Overijssel worden het vaakst bezocht om te winkelen. Een uitzondering hier is Noord-Brabant. Deze provincie wordt als enige het vaakst bezocht voor quality time met familie en vrienden.

In Friesland, Noord-Holland en Utrecht worden, vaker dan bij de andere provincies, de motieven 'lokale cultuur en nieuwe ervaringen beleven' en 'nieuwe mensen leren kennen' genoemd. Ook Groningen en Noord-Brabant worden vaker bezocht om de lokale cultuur te ontdekken of nieuwe ervaringen op te doen. In Zeeland wordt vaker dan in andere provincies genoemd dat men zichzelf beter wil leren kennen.



Vanuit Vlaanderen en Brussel

Voor Belgen is relaxen duidelijk de belangrijkste reden om naar Nederland te komen voor een dagje uit. Voor bijna alle Nederlandse provincies geldt dat relaxen de belangrijkste reden is voor een bezoek. Een uitzondering is Gelderland waar quality time met familie of vrienden op nummer één staat, en Limburg waar winkelen als bezoekredenen het hoogste scoort. De reden om nieuwe mensen te leren kennen wordt vaker genoemd bij Flevoland, Friesland, Groningen en Overijssel. Bij Groningen wordt vaker dan bij andere provincies genoemd dat men zichzelf beter wil leren kennen.

Verschillen in leeftijd

Vanuit Duitse grensregio's

Voor alle leeftijdsgroepen zijn relaxen en winkelen de twee belangrijkste redenen om Nederland te bezoeken. Jongeren (18-34 jaar) noemen vaker de volgende bezoekmotieven: lokale cultuur ontdekken en unieke ervaringen beleven, nieuwe mensen of mezelf beter leren kennen en quality time met familie en vrienden hebben. Voor ouderen (50+) gaat het vaker om winkelen.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Bij de jongere bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel draait hun bezoek vaker om relaxen, terwijl de oudere twee leeftijdsgroepen (35-49 jaar en 50-plussers) vaker voor de winkels naar Nederland komen.



Verschillen in reisgezelschap

Vanuit Duitse grensregio's

Als Duitse bezoekers met partner naar Nederland komen, zijn winkelen en relaxen de belangrijkste bezoekredenen. Reizen ze met jonge kinderen (t/m 5 jaar) of wat oudere kinderen (6-12 jaar), dan gaat het vaker om quality time met familie en vrienden. Bij nog oudere kinderen (13-18 jaar) daalt de quality time-rede weer iets en wordt winkelen belangrijker. Bij ouders en andere familieleden komt quality time weer sterker naar voren. Bij reisgezelschappen met vereniging zijn belangrijke motieven: nieuwe mensen leren kennen, leren en educatie en de fysieke en mentale gezondheid verbeteren (naast het relaxen en ontsnappen aan de eigen omgeving).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Bij bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel heeft quality time eenzelfde patroon als bij Duitse gasten: bij bezoeken met partner speelt quality time met familie en vrienden niet zo'n belangrijke rol, bij bezoeken met kinderen wel. Wanneer de kinderen ouder worden zien we een toenemend belang van de bezoekredenen winkelen. Terwijl bij Duitse vriendengroepen winkelen een belangrijke rol speelt, is dat bij Belgische vriendengroepen niet zo. Daar gaat het meer om relaxen en quality time met vrienden of familie.

Uitsplitsing naar seizoenen

Vanuit Duitse grensregio's

In de herfst winkelen de Duitse dagbezoekers iets meer dan in de andere seizoenen, terwijl in de zomer quality time met vrienden of familie een grotere rol speelt. Maar is de maand om te ontsnappen aan de eigen omgeving.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Voor bezoekers vanuit Vlaanderen en Brussel verschillen de bezoekredenen niet zo sterk over de seizoenen heen. Met name in de maand september vormt quality time met familie of vrienden een belangrijke reden om Nederland aan te doen.





3.2 Oriënteren en boeken

Oriënteren

Aan de bezoekers hebben we gevraagd hoe men op het idee gekomen is om Nederland te bezoeken. Is men bijvoorbeeld geïnspireerd geraakt door familie, vrienden of heeft men iets gelezen of gezien? Hieronder een aantal van de gegeven antwoorden.

Enkele quotes van Duitse dagbezoekers

“We wonen vlak bij de grens en gaan vaak naar Nederland om te wandelen of bezoeken een speelparadijs met de kinderen”

“We gaan er graag en regelmatig heen om inkopen te doen”

“Ik woon direct aan de Nederlandse grens en weet wat ik in Nederland kan verwachten”

“Ik ben al vaak in Nederland geweest, het is een prettig land en de mensen spreken me aan”

“Ik heb familie in Nederland wonen”

Uit de open antwoorden van Duitse bezoekers blijkt dat ze op verschillende manieren op het idee kwamen om Nederland te bezoeken. Sommige Duitsers kwamen als kind al vaak naar Nederland en doen dat nu weer, of nog steeds. Anderen wonen zo dicht bij Nederland, dat ons land makkelijk is om te bezoeken. Ook het feit dat Nederlandse winkels op zondag open zijn, is voor sommigen een reden. Daarnaast kwamen Duitsers ook via vrienden, familie en anderen op het idee om naar Nederland te komen. Ook via internet deden sommige Duitsers inspiratie op. Daarnaast was hun dagbezoek vaak (in combinatie met) een bezoek aan familie en vrienden.

Enkele quotes van Belgische dagbezoekers



In de open antwoorden valt op dat veel Belgische bezoekers aangeven dat Nederland goedkoper is dan België. In combinatie met de korte reisafstand is dit voor hen een goede keuze om Nederland te bezoeken. Ze raken vaak geïnspireerd door anderen (familie of vrienden) of door hun eigen ervaring. Dit leidt ertoe dat ze vaak nieuwe plekken van Nederland willen ontdekken, of juist naar dezelfde bestemming terug willen keren. In de gegeven antwoorden valt ook op dat Nederlandse bestemmingen vaak op hun to-do-lijstje staan (bijvoorbeeld een bezoek aan Amsterdam).



Informatiebronnen ter voorbereiding op het bezoek aan Nederland

| | | Duitsland | België |
|--|--|-----------|--------|
| Vrienden/familie/kennissen/collega | | 26% | 26% |
| Uit ervaring/reeds bekend | | 29% | 22% |
| Zoekmachine (bijv. Google) | | 24% | 20% |
| Social media | | 13% | 12% |
| Website met beoordelingen van andere reizigers | | 6% | 7% |
| Reis- en vrijetijdswbsites | | 6% | 6% |
| Holland.com | | 6% | 5% |
| Reisgids/folder/brochure | | 5% | 6% |
| Radio | | 5% | 5% |
| Artikel in tijdschrift/krant | | 5% | 5% |
| Social travel-sites (bijv. Airbnb.nl) | | 4% | 5% |
| Blog/vlog | | 3% | 5% |
| Anders | | 17% | 24% |
| Geen bronnen geraadpleegd | | 19% | 23% |

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145 (meerdere antwoorden mogelijk).

Bij de voorbereiding van een dagbezoek aan Nederland zijn vrienden, familie en kennissen vaak een belangrijke informatiebron voor Duitsers en Belgen. Daarnaast gaan met name Duitsers, maar ook Belgen, af op hun eigen ervaringen met Nederland. Zoekmachines en social media zijn daarna de meest gebruikte informatiebronnen door Belgen en Duitsers – bij de Duitsers net iets meer dan bij de Belgen. Ongeveer één op de vijf Belgen en Duitsers raadpleegt geen informatiebronnen ter voorbereiding op een dagbezoek.

Let op: Het gaat bij deze resultaten om bronnen die bezoekers gebruiken ter informatie. Het kan zijn dat bezoekers éérder al inspiratie opdeden via andere bronnen. Ze lazen bijvoorbeeld een krantenartikel of tijdschrift over een bepaalde bestemming en gingen vervolgens op zoek naar meer informatie – of planden meteen een dagbezoek aan Nederland.

Verschillen in leeftijd

Vanuit Duitse grensregio's

Duitse 50-plussers raadplegen minder vaak informatiebronnen ter voorbereiding op hun reis naar Nederland in vergelijking met andere leeftijdsgroepen. Jongere bezoekers gebruiken relatief vaker Google en socialmediakanalen ter voorbereiding dan 50-plussers. De 50-plussers raadplegen ook minder vaak anderen (familie, vrienden en kennissen) dan de andere leeftijdsgroepen.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Opvallend is dat de groep 18-34-jarigen vaker een informatiebron raadpleegt ter voorbereiding dan andere leeftijdsgroepen. Slechts 12% van de 18-34-jarigen raadpleegt geen informatiebron, onder de leeftijdsgroep 35-49 jaar is dit al 24% en onder de 50-plussers zelfs 32%. Dit komt ook doordat 50-plussers vaker vertrouwen op eigen ervaringen. Bij de doelgroep 18-34-jarigen zie je dat zij socialmediakanalen vaker als informatiebron gebruiken (19%) dan andere leeftijdsgroepen (35-49 jaar: 8%, 50 jaar en ouder: 7%).

Verschillen in reisgezelschap

Vanuit Duitse grensregio's

Onder de verschillende Duitse reisgezelschappen zie je slechts kleine verschillen in het gebruik van informatiebronnen. Wel opvallend is dat Duitsers die alleen of met partner naar Nederland reizen zich minder vaak oriënteren dan andere reisgezelschappen.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Belgen die met jonge kinderen reizen (t/m 5 jaar) en Belgen die met collega's reizen, raadplegen vaker informatiebronnen dan andere reisgezelschappen. Deze reisgezelschappen raadplegen vaak vrienden of kennissen of maken gebruik van zoekmachines.

Verschillen per bezoekreiden

Vanuit Duitse grensregio's

Van de Duitsers die met een recreatief motief een dagbezoek brengen aan Nederland, gebruikt 29% een zoekmachine (bijv. Google) ter voorbereiding op het bezoek. Daarnaast geeft eveneens 29% aan dat zij uit eigen ervaring al een en ander weet ('reeds bekend'). Verder geeft nogmaals 28% aan dat ze informatie en tips krijgt via vrienden, familie en kennissen.

Duitsers die familie of vrienden bezoeken gaan vaker af op informatie en tips van vrienden, familie en kennissen (39%). Zo'n 22% geeft aan dat ze uit eigen ervaring al een en ander weet over de bestemming ('reeds bekend'). En 18% zegt een zoekmachine zoals Google te gebruiken.

Van de Duitsers die naar Nederland komen om te winkelen, geeft 31% aan dat ze uit eigen ervaring al een en ander weet over de bestemming ('reeds bekend'). 28% geeft aan geen bronnen te hebben geraadpleegd voor het dagje winkelen in Nederland. Zo'n 22% krijgt tips van vrienden, familie of kennissen en 21% zoekt informatie via een zoekmachine (bijv. Google).

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Van de Belgen die met een recreatief motief een dagbezoek brengen aan Nederland, geeft 24% aan een zoekmachine (bijv. Google) te gebruiken ter voorbereiding op het bezoek.



Daarnaast geeft 24% aan dat ze informatie en tips krijgen via vrienden, familie en kennissen. Verder geeft 20% aan dat ze uit ervaring al een en ander weet ('reeds bekend'). Belgen die familie of vrienden bezoeken krijgen vooraf informatie en tips vanuit vrienden, familie en kennissen (42%). Zo'n 20% geeft aan dat ze uit eigen ervaring al een en ander weet ('reeds bekend'). En 14% zegt een zoekmachine zoals Google te gebruiken. Ruim een kwart van de Belgen die winkelen in Nederland, raadpleegt geen bronnen (29%). Zo'n 24% geeft aan dat ze uit eigen ervaring al een en ander weet ('reeds bekend'). En 22% krijgt tips van vrienden, familie en kennissen.

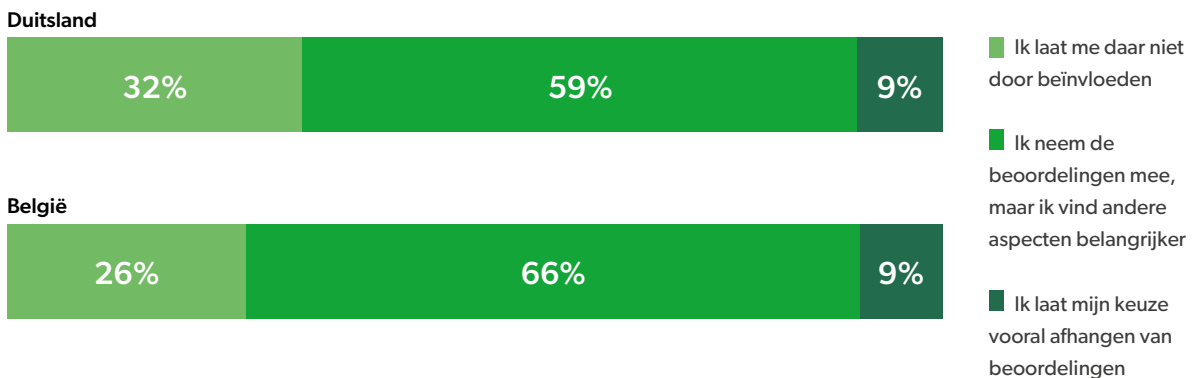
Invloed van reviews

Aandeel bezoekers dat websites met beoordelingen van andere reizigers raadpleegt



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Invloed van reviews bij keuze voor een vakantiebestemming en/of -accommodatie






















Basis: alle ondervraagden die websites met beoordelingen heeft geraadpleegd, Duitsland n=435, België n=279.

In Duitsland raadpleegde zo'n 6% van alle dagbezoekers een website met beoordelingen van andere reizigers, onder Belgische dagbezoekers is dit 7%. Een ruime meerderheid van deze dagbezoekers neemt de reviews van deze reizigers mee in hun bestemmingskeuze, maar nog altijd zijn andere aspecten belangrijker in de keuze. Dit aandeel is onder Belgische dagbezoekers nog iets hoger (66%) in vergelijking met de Duitsers (59%). Ongeveer een kwart van de Belgen en bijna een derde van de Duitsers laat zich niet door reviews beïnvloeden.

Informatiebronnen ter voorbereiding bezoek aan attracties

Gebruikte informatiebronnen ter voorbereiding op het bezoek aan een attractie of een ondernomen activiteit

| | | | |
|---|---|-----|-----|
| Vrienden/familie/kennissen/collega's |  | 22% | 22% |
| Uit ervaring/reeds bekend |  | 23% | 18% |
| Zoekmachine (bijv. google) |  | 24% | 20% |
| Social media |  | 13% | 10% |
| Website met beoordelingen van andere reizigers |  | 6% | 5% |
| Reis- en vrijetijdswbsites |  | 5% | 5% |
| Holland.com |  | 6% | 5% |
| Reisgids/folder/brochure |  | 5% | 5% |
| Artikel in tijdschrift, krant |  | 4% | 5% |
| Website van de attractie of locatie |  | 8% | 8% |
| Social travel-sites (Airbnb.nl, Getyourguide.com) |  | 3% | 4% |
| Reisbureau/touperator |  | 3% | 3% |
| Reisbeurs |  | 3% | 3% |
| Regionale verkeersbureaus |  | 3% | 3% |
| Rechtstreeks bij vervoersmaatschappij |  | 3% | 3% |
| Landelijk verkeersbureau |  | 3% | 3% |
| Bibliotheek/boek(handel) |  | 2% | 3% |
| Anders |  | 1% | 1% |
| Geen bronnen geraadpleegd |  | 21% | 26% |

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

 Duitsland
 België



Bij de voorbereiding van een bezoek aan een attractie in Nederland of op een activiteit die ze willen ondernemen oriënteert ongeveer acht op de tien Duitsers en Belgen zich vooraf. Dit is vergelijkbaar met de oriëntatie voor het gehele dagbezoek naar Nederland. Duitsers oriënteren zich vooral via een zoekmachine (24%), gevolgd door ervaringen van vrienden, familie of kennissen (22%). Ook varen ze vaak op eerdere ervaringen met Nederland (23%). Bij de Belgen ligt dit niet heel veel anders. Zij laten zich vooral informeren door familie, vrienden of kennissen (22%), gebruiken een zoekmachine (20%) of varen op eigen ervaringen (18%).

Deze informatiebronnen zijn veruit de meest gebruikte bronnen voor de oriëntatie op een bezoek aan een Nederlandse attractie of activiteiten die ze hier willen ondernemen.

Verschillen in leeftijd

Vanuit Duitse grensregio's

Duitse 50-plussers raadplegen minder vaak informatiebronnen ter oriëntatie op hun bezoek aan een Nederlandse attractie. Jongere leeftijdsgroepen noemen naast het gebruik van een zoekmachine, eigen ervaringen en informatie van anderen, relatief vaak social media (17%). Maar ook de website van de attractie wordt door deze groep relatief vaak gebruikt (10%).

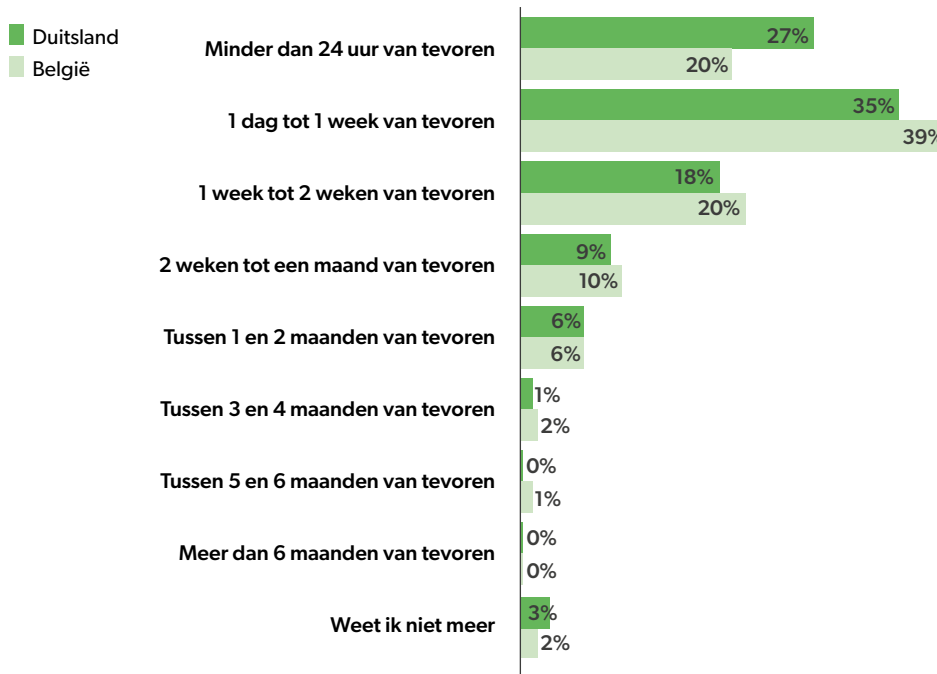
Vanuit Vlaanderen en Brussel

Opvallend is dat de groep 18-34-jarigen vaker een informatiebron raadpleegt ter voorbereiding dan de andere leeftijdsgroepen. Slechts 14% van de 18-34-jarigen raadpleegt geen informatiebron, onder de leeftijdsgroep 35-49 jaar is dit al 28% en onder de groep 50-plussers is dit zelfs 36%. Dit komt ook doordat deze laatste leeftijdsgroep vaker uitgaat van eigen ervaringen. De doelgroep 18-34-jarigen gebruikt vaker socialmediakanalen als informatiebron (14%) dan de andere leeftijdsgroepen (35-49 jaar: 10%, 50 jaar of ouder: 7%). Ook wordt door deze groep relatief vaak de website van de attractie geraadpleegd (11%).

Boeken

Plannen van dagbezoek

Hoe lang van tevoren wordt bezoek aan Nederland gepland?



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Een dagbezoek aan Nederland wordt kort van tevoren gepland. Bij ruim een kwart van de Duitse dagbezoekers en bij één op de vijf Belgische dagbezoekers is dit zelfs minder dan 24 uur van tevoren.

De meeste dagbezoeken worden een dag tot een week van tevoren gepland (Duitsers: 35%, Belgen: 39%). Dagbezoeken worden nauwelijks drie maanden of langer van tevoren gepland.

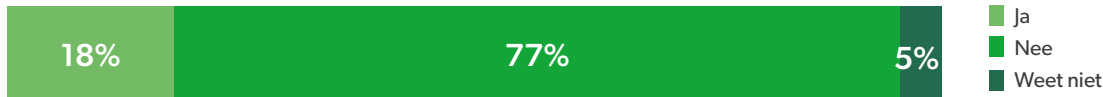
Bij de Duitse dagbezoekers is nauwelijks verschil te zien tussen de verschillende leeftijden. Bij de Belgische dagbezoekers valt op dat 50-plussers nog korter van tevoren hun dagtrip plannen dan de jongere leeftijdsgroepen. Zo'n 65% van de 50-plussers plant de trip een week van tevoren of korter, onder 18-34-jarigen is dit 54% en onder de leeftijdsgroep 35-49 jaar 57%. Bij de Belgische dagbezoekers is het daarnaast ook opvallend dat ze over het hele jaar kort van tevoren boeken, maar dat ze dit in de zomer nóg korter van tevoren doen.



Boeken van vervoer naar Nederland

Aandeel bezoekers dat voor vertrek het vervoer naar Nederland heeft geboekt

Duitsland



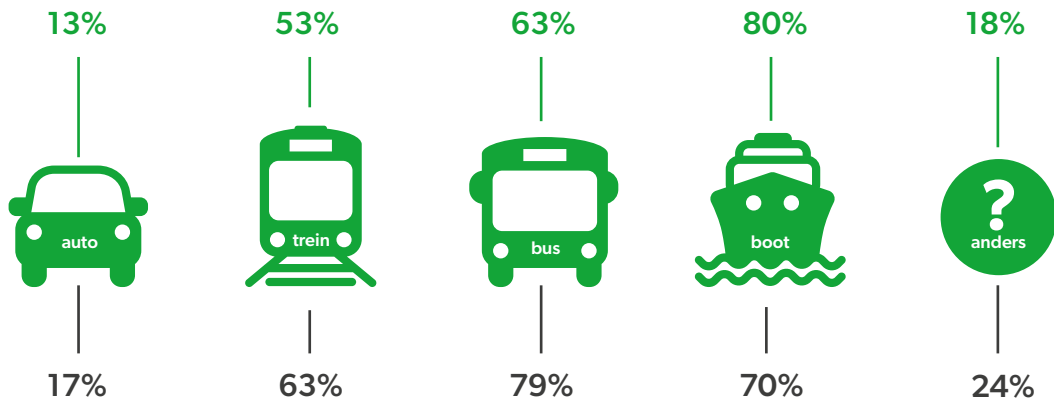
België



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Het merendeel van de dagbezoekers heeft voor vertrek geen vervoer geboekt of gereserveerd. Onder de Belgische dagbezoekers wordt dit wel vaker gedaan in vergelijking met de Duitse dagbezoekers. Ruim een kwart van de Belgische dagbezoekers heeft het vervoer gereserveerd of geboekt, onder Duitse dagbezoekers is dit 18%. Duitse dagbezoekers hebben voornamelijk een boeking of reservering gemaakt voor de auto (61%), gevolgd door de trein (28%). Bij de Belgen ligt dit net iets anders. Zo'n 48% heeft een boeking of reservering gemaakt voor de auto en 35% voor de trein.

Aandeel bezoekers dat voor vertrek het vervoer naar Nederland heeft geboekt per vervoersmiddel

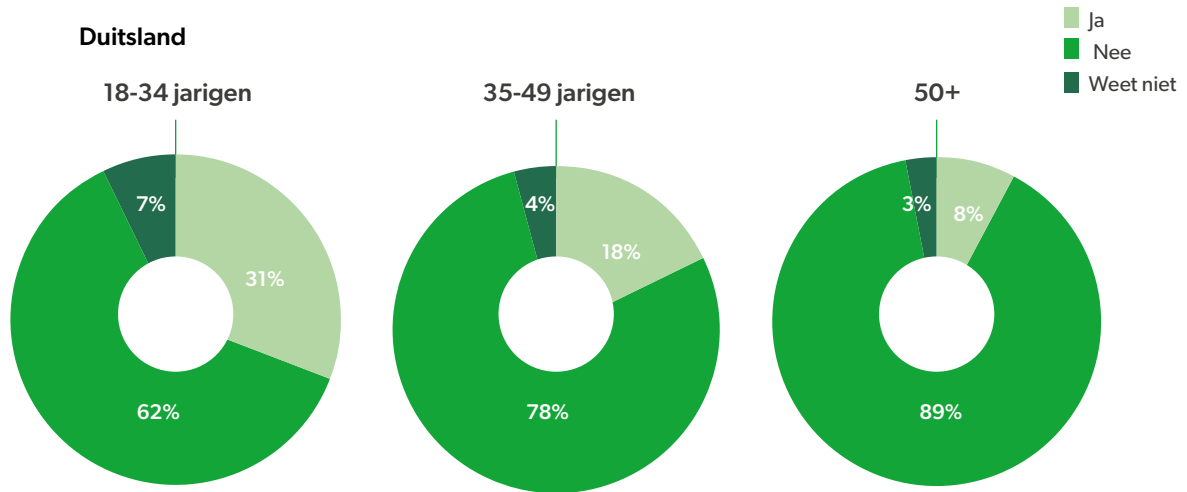


Basis: ondervraagden die een boeking voor vervoer hebben gemaakt, per vervoersmiddel:
 Duitsland: auto n=982, trein n=418, touringcar/bus n=70, boot of ferry n=52, anders n=32,
 België: auto n=613, trein n=388, touringcar/bus n=82, boot of ferry n=41, anders n=38.

Als bezoekers met de auto reizen, gaat het vaak om de eigen auto. Ongeveer 13% van de Duitsers en 17% van de Belgen reserveert of huurt van tevoren een auto. Bij een treinreis boekt ongeveer de helft van de Duitsers (53%) een ticket van tevoren. Bij de Belgen is twee derde van de treinreizen van tevoren gereserveerd (63%).

Verschillen in leeftijd

Aandeel bezoekers dat voor vertrek het vervoer naar Nederland heeft geboekt per leeftijdsgroepen

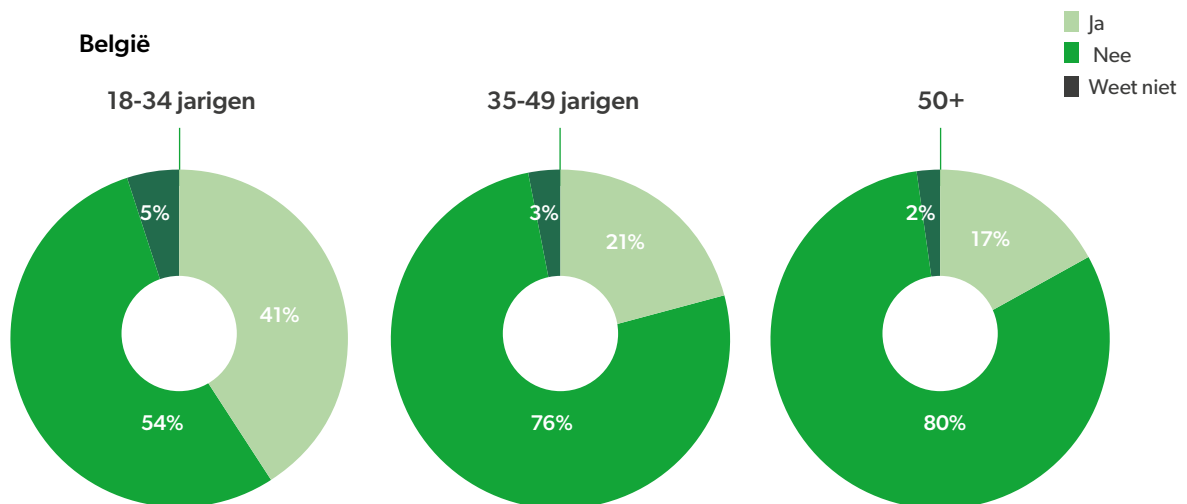


Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

Vanuit Duitse grensregio's

Bij Duitse dagbezoekers is het vooral de jongere doelgroep 18-34-jarigen, die vooraf het vervoer heeft geregeld (31%). Bij 50-plussers is dit aandeel het laagst (8%). Bij de Duitsers zien we verder geen verschillen in het vooraf boeken of reserveren van vervoer tussen de verschillende reisgezelschappen.

Aandeel bezoekers dat voor vertrek het vervoer naar Nederland heeft geboekt per leeftijdsgroepen



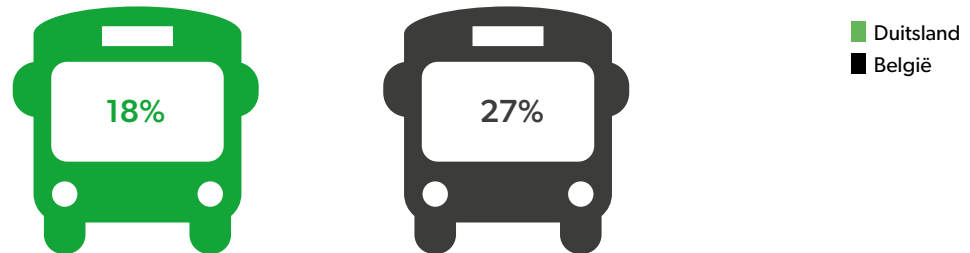
Basis: alle ondervraagden, n=3.145.



Vanuit Vlaanderen en Brussel

Onder Belgische dagbezoekers is hetzelfde patroon waarneembaar onder de verschillende leeftijdsgroepen. Alleen liggen hier de percentages die vooraf het vervoer hebben geboekt of gereserveerd in alle leeftijdsgroepen hoger dan bij de Duitsers. Belgische dagbezoekers tussen de 18-34 jaar regelen het vaakst hun vervoer vooraf. Daarnaast zien we dat vervoer vaker vooraf wordt geregeld als Belgische bezoekers met jonge kinderen reizen.

Aandeel bezoekers dat voor vertrek het vervoer naar Nederland heeft geboekt














Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Manier van boeken van het vervoer naar Nederland

| Manier van boeken | Duitsland (%) | België (%) |
|--|---------------|------------|
| Persoonlijk contact (bijv. met reisadviseur) | 37% | 25% |
| Internet | 35% | 43% |
| Telefonisch/videobellen | 19% | 20% |
| Email of tekstbericht | 5% | 4% |
| Andere manier | 2% | 5% |
| Weet niet | 1% | 2% |

Basis: alle ondervraagden die vervoer naar Nederland hebben geboekt, Duitsland n=1.554, België n=1.162.

Gebruikte instantie voor boeken van het vervoer naar Nederland

| | | | |
|---|--|-----|-----|
| Rechtstreeks bij auto-/motorverhuurbedrijf |  | 23% | 32% |
| Rechtstreeks bij spoorwegmaatschappij |  | 27% | 21% |
| Via een (online) reisbureau of reisorganisatie |  | 6% | 7% |
| Rechtstreeks bij camperverhuurbedrijf |  | 4% | 7% |
| Rechtstreeks bij busmaatschappij of touringcarbedrijf |  | 11% | 6% |
| Via een boekingswebsite |  | 4% | 5% |
| Rechtstreeks bij botenverhuurer/rederij of ferry maatschappij |  | 4% | 4% |
| Via een andere bemiddelaar |  | 2% | 3% |
| Via een (vakantie)veilingwebsite |  | 1% | 2% |
| Anders |  | 5% | 3% |
| Weet niet |  | 5% | 2% |

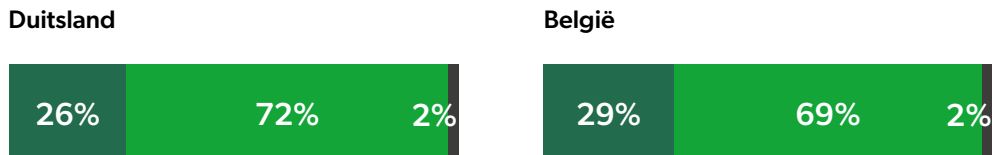
Basis: alle ondervraagden die vervoer naar Nederland hebben geboekt, Duitsland n=1.554, België n=1.162.

In de gevallen dat vervoer vooraf is geboekt, is dit vaak via internet gedaan (Duitsland 35%, België: 43%) of via persoonlijk contact (Duitsland 37%, België 25%). Het vervoer is vaak rechtstreeks bij de spoorwegmaatschappij of auto- of motorverhuurbedrijf geboekt. Bij Belgische dagbezoekers ligt het aandeel dat boekt bij een spoorwegmaatschappij iets hoger dan bij de Duitse dagbezoekers. Bij de Duitse dagbezoekers ligt juist de boeking bij een auto- of motorverhuurbedrijf hoger dan bij de Belgische dagbezoekers.



Kopen of reserveren van tickets voor bezienswaardigheden of attracties

Aandeel bezoekers dat van tevoren (voordat men in Nederland is) via internet of op een andere manier toegangskarten, tickets, kortingskarten, etc. voor bezienswaardigheden of attracties in Nederland heeft gekocht of gereserveerd



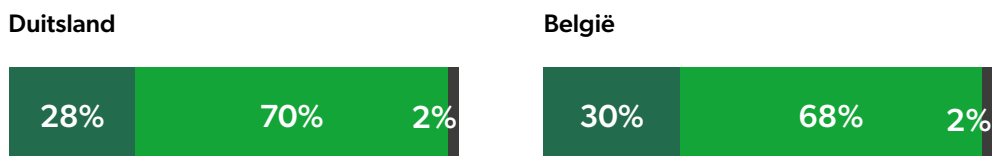
Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Ruim een kwart van de Duitse dagbezoekers heeft voorafgaand aan het bezoek aan Nederland toegangskarten, tickets of kortingskarten voor bezienswaardigheden of attracties gekocht of gereserveerd. Ongeveer 72% heeft dit (nog) niet gedaan. Bij de Belgische dagbezoekers heeft bijna drie op de tien bezoekers dit vooraf al geregeld, en een ruime meerderheid (nog) niet (69%).

Verschillen in leeftijd

De 18-34-jarigen kopen of reserveren vaker dan de andere leeftijdsgroepen vooraf een ticket voor een bezienswaardigheid of attractie, zowel Belgische (48%) als Duitse dagbezoekers (43%). Ook de leeftijdscategorie 35-49 jaar doet dit relatief vaak (België: 28%, Duitsland: 30%). Bij de 50-plussers liggen deze percentages lager (België: 12%, Duitsland: 10%).

Aandeel bezoekers dat tijdens het dagbezoek via internet of op een andere manier toegangskarten, tickets, kortingskarten, etc voor bezienswaardigheden/attracties in Nederland heeft gekocht of gereserveerd



Let op: het gaat hier niet om het kopen van kaartjes bij de kassa /entree van de bezochte attractie/bezienswaardigheid.

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Bijna drie op de tien Duitse en Belgische dagbezoekers heeft tijdens het bezoek aan Nederland toegangskarten, tickets of kortingskarten voor bezienswaardigheden of attracties gekocht of gereserveerd (dus niet aan de kassa).

Verschillen in leeftijd

De 18-34-jarigen kopen of reserveren vaker dan de andere leeftijdsgroepen vooraf een ticket voor een bezienswaardigheid of attractie, zowel Belgische (48%) als Duitse bezoekers (44%). Ook de leeftijdscategorie 35-49 jaar doet dit relatief vaak (België: 27%, Duitsland: 31%). Bij de 50-plussers liggen deze percentages lager (België: 15%, Duitsland: 14%).

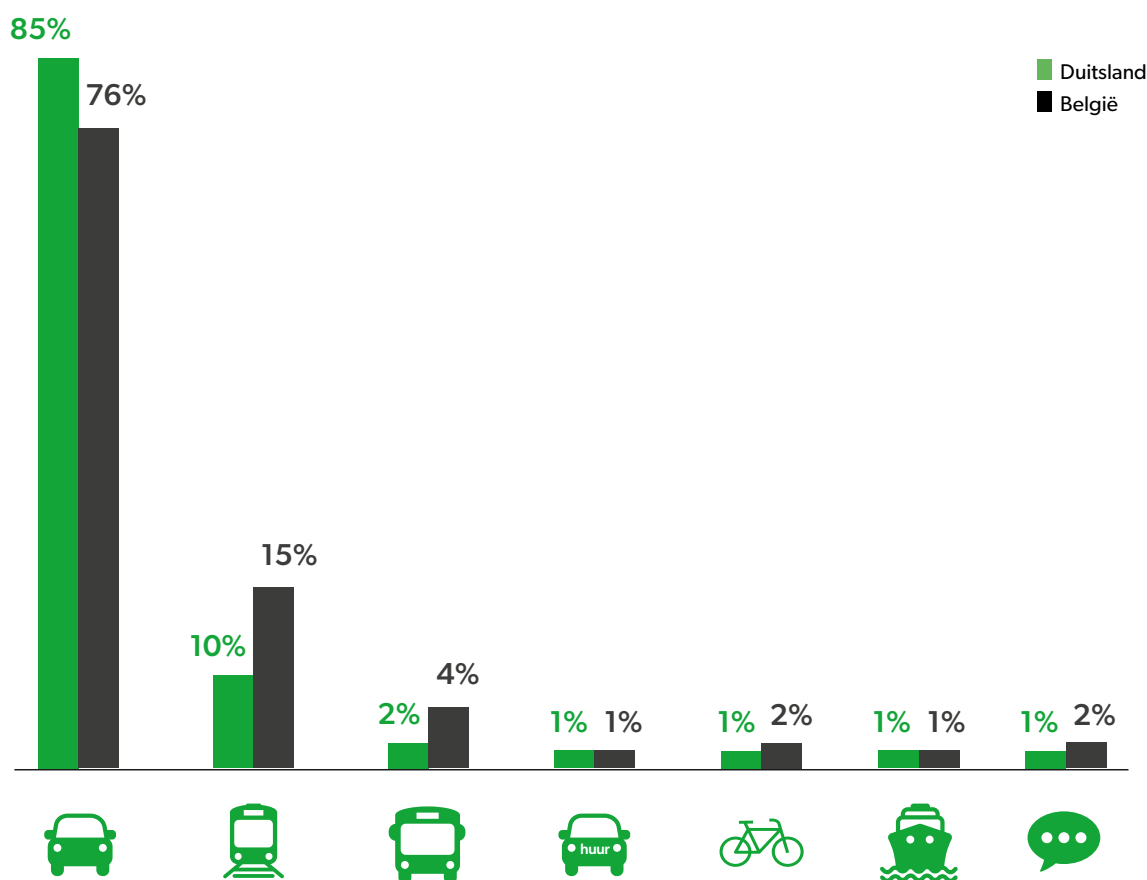






3.3 Reis naar Nederland

Gebruikt vervoersmiddel



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

De auto is nog altijd veruit het meest gebruikte vervoersmiddel om naar Nederland te reizen voor een dagbezoek. De trein wordt door Belgen vaker gebruikt (15%) dan door Duitse dagbezoekers (10%).

Verschillen per provincie

Vanuit Duitse grensregio's

Gemiddeld bezoekt 10% van de Duitse dagbezoekers Nederland met de trein. Noord-Brabant en Noord-Holland zijn de twee provincies die het meest met de trein worden bezocht (respectievelijk door 18% en 15%).

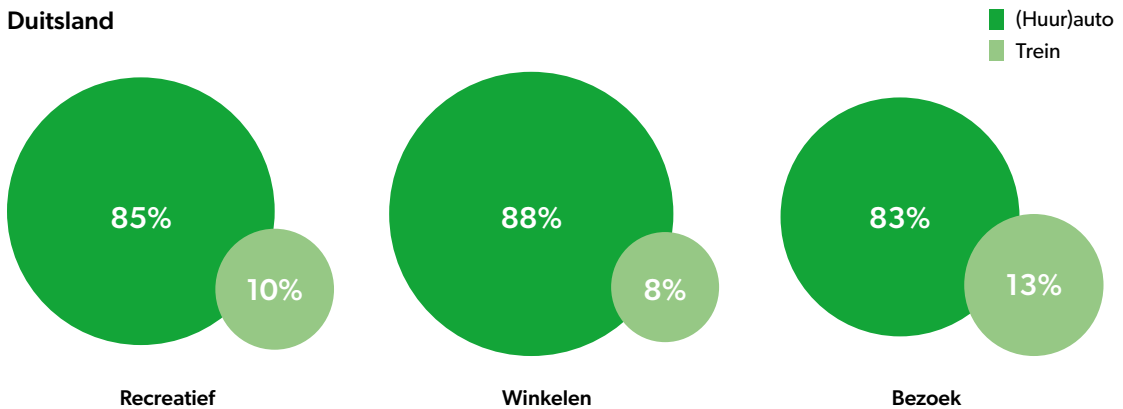
Vanuit Vlaanderen en Brussel

Vanuit België maakt gemiddeld 15% gebruik van de trein om naar ons land te reizen. Reizen per trein doen Belgen het meest naar Noord-Holland en Groningen, waar respectievelijk 33% en 31% van de dagbezoekers bij het laatste bezoek met de trein ging. Onder bezoekers aan Flevoland ligt het aandeel dat per auto reist ook wat lager, hier wordt relatief meer met de boot of ferry (9%) of met de motor (9%) naartoe gegaan.

Verschillen per type reis

Gebruikt vervoersmiddel per type reis

Duitsland

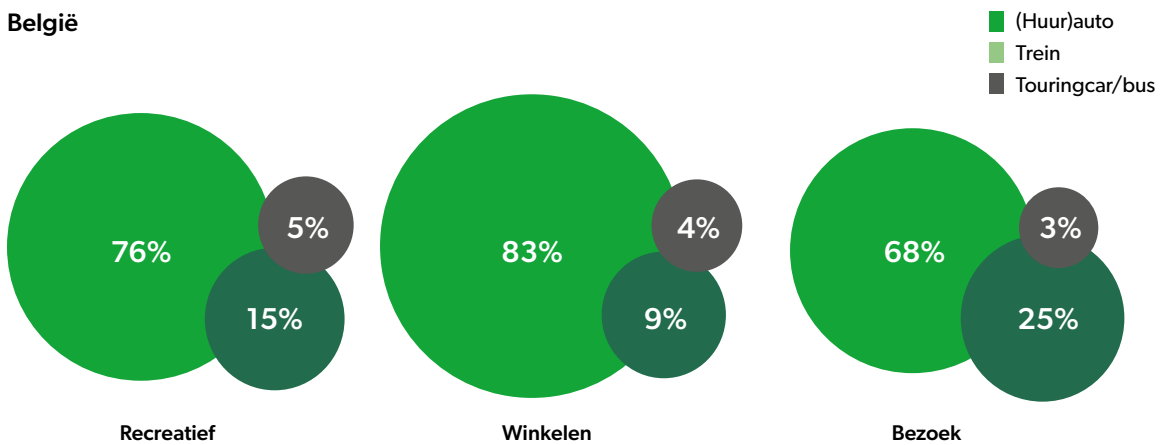


Basis: alle ondervraagden Duitsland per type reis: recreatief n=3.295, winkelen n=2.317, bezoek familie, vrienden of bekenden n=683.

Vanuit Duitse grensregio's

Voor bezoek aan familie, vrienden of bekenden pakken Duitse bezoekers iets vaker de trein dan bij andere bezoekredenen. Maar de auto wordt nog het meest gebruikt.

België



Basis: alle ondervraagden België per type reis: recreatief n=1.484, winkelen n=971, bezoek familie, vrienden of bekenden n=618.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Vanuit België wordt voor bezoek aan familie, vrienden of bekenden vaker de trein gepakt dan vanuit Duitsland: 25% neemt de trein om bekenden te bezoeken.



Verschillen in leeftijd en reisgezelschap

Vanuit Duitse grensregio's

Het gebruik van de trein als vervoersmiddel naar Nederland komt vaker voor onder de 18-34-jarigen (15%) dan onder de oudere leeftijdsgroepen (9% en 6%). Ook solo-reizigers (16%), vriendengroepen (12%) en groepen met collega's (18%) gebruiken iets vaker de trein als vervoersmiddel.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Ook bij dagbezoekers vanuit België wordt de trein iets vaker gebruikt door de jongeren dan door de ouderen. Al is het verschil hier minder duidelijk te zien: 18% onder de jongste leeftijdsgroep en 11% en 14% onder de oudere leeftijdsgroepen. Onder vriendengroepen is het gebruik van de trein 16%.

Uitsplitsing naar seizoenen

Het gebruikte vervoersmiddel voor de reis naar Nederland blijkt zowel onder Duitse als Belgische bezoekers niet zoveel uit te maken per seizoen.



3.4 Bezoekgedrag in Nederland

Wat doen dagbezoekers tijdens hun bezoek aan ons land?

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de ondernomen activiteiten, de belangrijkste activiteit tijdens het bezoek (vaak de bezoekredenen) en de meest bezochte plaatsen en attracties. Het is opvallend dat de ondervraagde bezoekers veel bestemmingen aanvinkten bij de vraag wat ze hier gedaan hebben en welke plaatsen, natuurgebieden, attracties en musea ze hebben bezocht. Het kan zijn dat bezoekers hier dachten aan alle keren dat ze in Nederland waren en daarbij de gebieden, attracties en musea aangaven die ze eerder wel eens bezochten (in plaats van alleen te kijken naar het laatste bezoek). Ook kan het zijn dat ze bij natuurgebieden soms de naam niet (meer) wisten van het gebied en dan een gebied aanvinkten zonder daar daadwerkelijk geweest te zijn. Bijvoorbeeld het Nationale Park De Hoge Veluwe, terwijl ze eigenlijk iets in de buurt van de Veluwe bezochten. Het is goed om dit in het achterhoofd te houden bij de interpretatie van de resultaten.

Ondernomen activiteiten en belangrijkste activiteit in Nederland

Ondernomen activiteiten tijdens een dagbezoek

| | | ■ Duitsland | ■ België |
|-----|---------------------------------------|-------------|---------------------------------------|
| 40% | Funshoppen/winkelen | 36% | Funshoppen/winkelen |
| 34% | Uit eten (ontbijt/lunch/diner) | 35% | Op terras zitten |
| 22% | Bezoek aan stad en/of dorp | 32% | Stadswandeling |
| 21% | Stadswandeling | 28% | Uit eten (ontbijt/lunchen/dineren) |
| 19% | Op terras zitten | 23% | Bezoek aan stad en/of dorp |
| 18% | Bezoek markten/braderieën | 21% | Wandelen in de natuur |
| 18% | Bezoek strand/duinen | 15% | Fietsen |
| 17% | Wandelen in de natuur | 13% | Bezoek museum/tentoonstelling |
| 16% | Fietsen | 11% | Bezoek stadspark |
| 11% | Bezoek stadspark | 11% | Bezoek strand/duinen |
| 11% | Zwemmen | 10% | Bezoek natuurgebied/bos |
| 10% | Bezoek attractiepark | 9% | Bezoek markten/braderieën |
| 9% | Bezoek museum/tentoonstelling | 8% | Bezoek attractiepark |
| 8% | Bezoek natuurgebied/bos | 8% | Bezoek bezienswaardige locaties |
| 8% | Tocht met rondvaartboot | 7% | Tocht met rondvaartboot |
| 8% | Bezoek dierentuin/safaripark | 7% | Uitgaan (club, disco, bar) |
| 8% | Bezoek bezienswaardige locaties | 6% | Zwemmen |
| 7% | Uitgaan (club, disco, bar) | 5% | Bezoek dierentuin/safaripark |
| 3% | Bezoek evenement | 5% | Bezoek evenement |
| 3% | Geen van deze | 3% | Bezoek festival |
| 3% | Watersport | 3% | Bezoek theater/schouwburg/bioscoop |
| 3% | Bezoek festival | 3% | Bezoek aan UNESCO Werelderfgoed |
| 2% | Bezoek beauty & wellness faciliteiten | 3% | Bezoek beauty & wellness faciliteiten |
| 2% | Bezoek theater/schouwburg/bioscoop | 3% | Watersport |
| 2% | Bezoek aan UNESCO Werelderfgoed | 3% | Geen van deze |
| 2% | Anders | 2% | Anders |

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145 (meerdere antwoorden mogelijk).















Voor ruim een derde van de dagbezoekers vormt winkelen en funshoppen een onderdeel van het dagbezoek. Bij zowel Duitse als Belgische dagbezoekers wordt deze activiteit het vaakst ondernomen tijdens een dagbezoek aan Nederland. Hoewel het voor Duitse bezoekers nog net wat vaker een onderdeel is.

Voor Duitse dagbezoekers volgt daarna 'uit eten' als belangrijke activiteit (34%), terwijl de Belgische dagbezoekers eerst nog 'op terras zitten' en een 'stadswandeling' noemen als vaak ondernomen activiteiten in Nederland. Gemiddeld ondernemen zowel Duitse als Belgische bezoekers circa drie verschillende activiteiten tijdens een dagbezoek aan Nederland.

Verhoudingsgewijs populaire activiteiten in Nederland per herkomstland

Activiteiten die vaker een onderdeel van een dagbezoek zijn:

| Bij Duitse dagbezoekers | Bij Belgische dagbezoekers |
|--|--|
|  Funshoppen/winkelen |  Op terras zitten |
|  Uit eten |  Stadswandeling |
|  Bezoek strand/duinen |  Wandelen in de natuur |
|  Bezoek markten/braderieën |  Bezoek museum/tentoonstelling |
|  Zwemmen |  Bezoek natuurgebied/bos |
|  Bezoek dierentuin/safaripark |  Bezoek evenement |

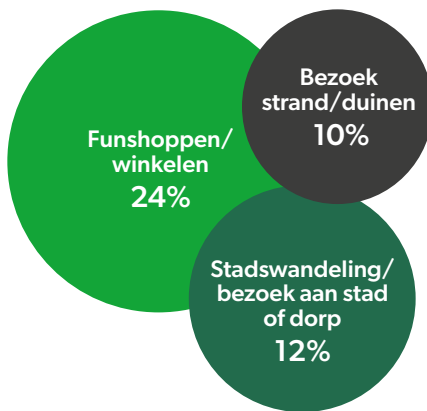
Duitse en Belgische dagbezoekers vullen hun dagbezoek aan Nederland op een andere manier in. Bij Duitse dagbezoekers komt funshoppen en winkelen, uit eten gaan in een restaurant of café, bezoek aan strand en duinen en aan markten sterker naar voren dan bij de Belgische dagbezoekers. Evenals zwemmen en het bezoek aan dierentuinen, activiteiten die Duitsers vaker ondernemen dan Belgen.

Bij Belgische gasten zijn winkelen en funshoppen ook populair en voor hen is op een terras zitten hiervan ook een belangrijk onderdeel, maar bij hen komen een cultuurbezoek en bezoek aan natuurgebieden sterker naar voren. Zij maken vaker een stadswandeling of een wandeling in de natuur. Ook bezoeken Belgische daggasten vaker een museum, natuurgebied of een evenement.

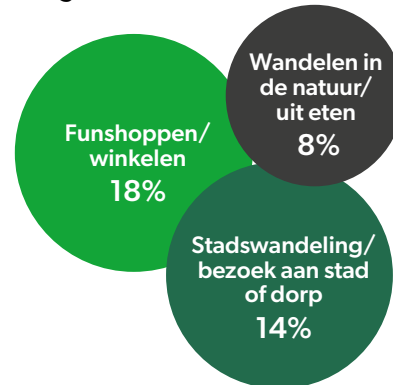


Top 3 belangrijkste activiteiten bij een dagbezoek

Duitsland



België



Als belangrijkste activiteit van een dagbezoek komt winkelen en funshoppen weer naar voren, ook hier weer sterker bij de Duitsers (24%) dan bij de Belgen (18%). Bij Duitse gasten volgt daarna het bezoek aan steden en dorpen, al dan niet met een stadswandeling en daarna een strandbezoek. Bij Belgen komt ook een bezoek aan steden en dorpen op de tweede plaats, al dan niet met een stadswandeling. Daarna volgen wandelen in de natuur en uit eten met allebei 8%.

Verschillen in bezoekgedrag

Verschillen per provincie

Vanuit Duitse grensregio's

In de provincies Friesland, Noord-Holland en Zeeland zijn bezoekers vanuit Duitsland het meest actief: men combineert vaker verschillende activiteiten met elkaar. In Friesland gaat het vaak om wandelen, fietsen, het strand bezoeken en zwemmen. In deze provincie zijn watersport en een tocht met de rondvaartboot in vergelijking met andere provincies vaak ondernomen activiteiten. Noord-Holland is een provincie voor veel verschillende activiteiten, zoals een bezoek aan het strand en een stadswandeling. Ook komt een tocht met de rondvaartboot, een bezoek aan een stadspark en aan een museum in deze provincie vaker voor. In Zeeland bezoeken gasten veelal het strand en de duinen en gaan ze zwemmen. Ook scoren op het terras zitten en fietsen hier hoger dan gemiddeld. Zuid-Holland is de provincie om naar het strand te gaan, 'op het terras te zitten' en uit eten te gaan. In Noord-Brabant gaan bezoekers meer dan in andere provincies naar een dierentuin, museum of theater. Ook evenementen en festivals worden in deze provincie vaker bezocht dan in andere provincies. In Utrecht ondernemen bezoekers veel verschillende activiteiten. In deze provincie wordt iets vaker een dierentuin, evenement of festival bezocht. De provincies Gelderland, Overijssel, Groningen en Limburg worden meer bezocht voor de markten, het funshoppen en om uit eten te gaan. Flevoland wordt meer bezocht vanwege een bezoek aan een attractiepark, Drenthe wordt meer bezocht om uit eten te gaan en om te wandelen in de natuur.



Vanuit Vlaanderen en Brussel

Belgische dagbezoekers vullen hun dagbezoek in met andere activiteiten dan Duitsers. Hoewel ook voor hen winkelen en funshoppen belangrijke activiteiten zijn, zitten ze vaker op het terras. Daarnaast maken ze vaker dan de Duitsers een stadswandeling of een wandeling in de natuur, brengen ze meer bezoeken aan een dorp of stad en gaan ze vaker naar een museum, natuurgebied of evenement. Dit is ook terug te zien in het bezoek aan de verschillende provincies.

In Limburg en Noord-Brabant gaan Belgische bezoekers vooral winkelen en uit eten, waarbij ze in Noord-Brabant vaker dan in andere provincies nog een attractiepark bezoeken. In Zeeland gaan ze graag uit eten en op het terras zitten, maar worden bezoekjes aan dorpen, steden en het strand vaker ondernomen, net als wandelen in de natuur. Noord-Holland leent zich voor veel verschillende activiteiten. Hier maken bezoekers graag een stadswandeling of brengen ze een bezoek aan een museum of een andere bezienswaardigheid. Bezoek aan een dorp of stad is hier een veel voorkomende activiteit, terwijl uit eten gaan, op het terras zitten en een rondje met de rondvaartboot ook niet vergeten wordt.

De overige provincies worden door Belgen minder vaak bezocht. Als men naar Drenthe gaat is het om te wandelen of te fietsen. De provincie is vaker bezocht voor een dagje wellness of een evenement in vergelijking met andere provincies. Flevoland wordt bezocht vanwege een attractiepark, dierentuin, museum en ook voor het strand en watersport. Friesland bezoeken Belgen vanwege dorpjes, steden en natuur. Watersport is wel een activiteit voor Belgen, maar wordt minder vaak gedaan dan een bezoek aan een dorp of stad. Gelderland wordt bezocht vanwege een tripje naar een dorp of stad en om te wandelen en te fietsen in de natuur.

In Groningen wandelen Belgen graag en bezoeken ze in de provincie een attractiepark, markt of museum. Bij Overijssel komt het funshoppen en winkelen naar voren als belangrijk onderdeel van een dagje uit, maar is ook hier een bezoek aan een dorp of stad populair. Utrecht springt er voor de Belgen niet echt uit als het gaat om specifieke activiteiten, ze ondernemen in de provincie veel verschillende activiteiten. In Zuid-Holland gaan Belgen graag uit eten, maken ze stadswandelingen, bezoeken ze een dorp of stad en gaan ze naar het strand.

Verschillen in leeftijd

Vanuit Duitse grensregio's

De twee oudere leeftijdsgroepen (35-49 jaar en 50 jaar en ouder) bezoeken vaker een stad of dorp, gaan vaker uit eten, bezoeken meer markten en braderieën en gaan vaker winkelen. De middelste leeftijdsgroep (35-49 jaar) bezoekt meer attracties, evenementen, musea, theaters en gaat vaker stappen. Maar de jongste leeftijdsgroep (18-34 jaar) onderneemt deze activiteiten nog net iets meer. Het uitgaan is met name iets voor de jongste leeftijdsgroep.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Een bezoek aan een stad of dorp wordt door alle Belgische leeftijdsgroepen ongeveer even vaak gedaan. Verder is een vergelijkbaar patroon te zien als bij de Duitse bezoekers. De twee oudere leeftijdsgroepen (35-49 jaar en 50 jaar en ouder) gaan vaker uit eten en gaan vaker winkelen. De middelste leeftijdsgroep (35-49 jaar) bezoekt vaker attracties, evenementen, musea, theaters en gaat vaker stappen. De jongste leeftijdsgroep (18-34 jaar) onderneemt deze activiteiten nog vaker (een duidelijker verschil dan bij de Duitse bezoekers). Het uitgaan is ook bij de Belgen met name iets voor de jongste leeftijdsgroep.



Verschillen in reisgezelschap

Vanuit Duitse grensregio's

Bezoek aan attractieparken en dierentuinen wordt vaak gedaan door reisgezelschappen met kinderen en/of ouders. Ook bezoek aan het strand is populair bij gezelschappen met kinderen. Funshoppen en winkelen, uit eten gaan en op een terras zitten wordt zowel in reisgezelschappen met partner als in gezelschappen met kinderen ongeveer even vaak ondernomen.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Onder de Belgische bezoekers is een duidelijker verschil in activiteiten per reisgezelschap. Hier zijn het met name de reizigers die samen met een partner komen, die gaan funshoppen en winkelen, uit eten gaan en op een terras zitten. Deze activiteiten komen minder vaak voor bij gezelschappen met kinderen. Zij bezoeken vaker een attractiepark, dierentuin, beauty- en wellnessfaciliteiten en evenementen of festivals.

Uitsplitsing naar seizoenen

Vanuit Duitse grensregio's

Activiteiten ondernemen is niet zo sterk seizoensafhankelijk; de meeste activiteiten worden het hele jaar door wel gedaan. Met uitzondering van zwemmen dat bezoekers meer in de zomer doen en het bezoek aan markten dat verhoudingsgewijs minder in de winter plaatsvindt.

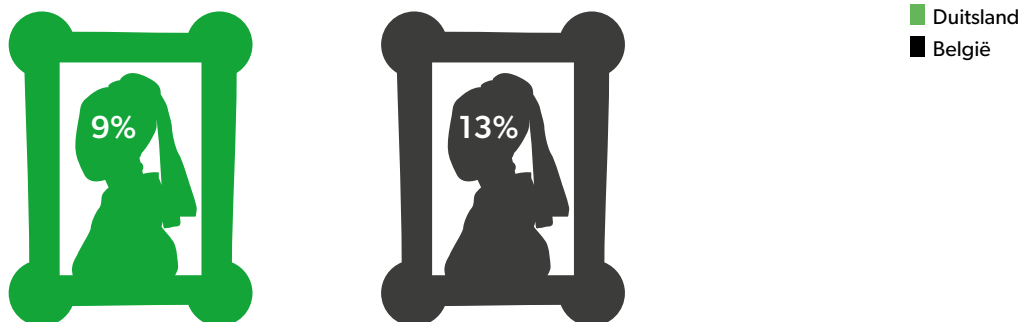
Vanuit Vlaanderen en Brussel

Onder Belgische bezoekers zijn duidelijker invloeden van seizoenen te zien. Zo is het bezoek aan markten met name populair in de herfst en winter (maanden oktober, november en december) en bezoeken aan een stad, dorp en bezienswaardigheden in de herfst. Het funshoppen en winkelen en uit eten gaan is het meest populair in de herfst en lente. In de winter zit de Belgische dagbezoeker minder op het terras dan in de andere seizoenen. Wandelen in de natuur wordt minder gedaan in de zomer, dan gaat men liever zwemmen.



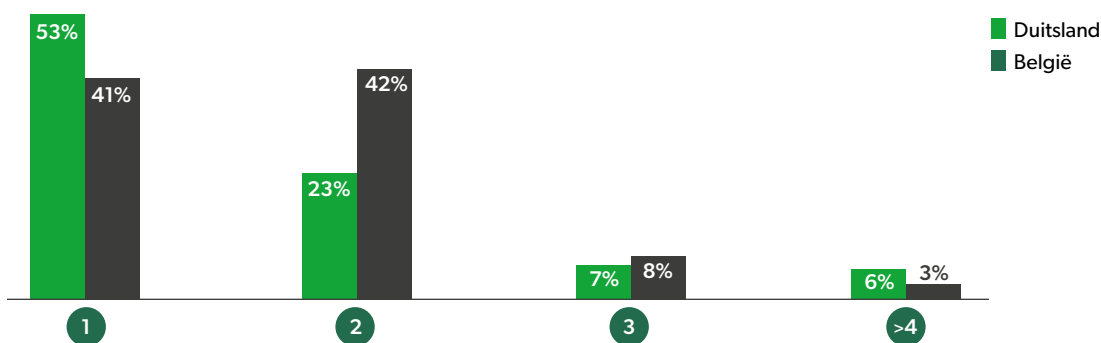
Bezoek aan musea

Aandeel bezoek musea en tentoonstellingen tijdens het dagbezoek



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Aantal bezochte musea en tentoonstellingen tijdens het dagbezoek



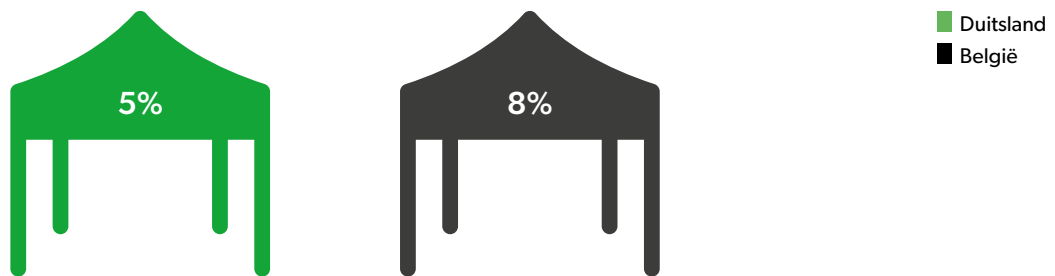
Basis: alle ondervraagden die een museum hebben bezocht, Duitsland n=579, België n=439.

Belgische dagbezoekers gaan vaker naar een museum (13%) dan Duitse bezoekers (9%). Ook bezoeken Belgen over het algemeen meer musea en tentoonstellingen tijdens een dagbezoek. Van de Duitsers bezoekt de helft (53%) één museum en gaat 23% naar twee musea. Bij de Belgen is het aandeel dat twee musea bezoekt aanzienlijk hoger. Van de Belgen bezoekt 41% één museum en 42% twee musea.



Bezoek aan evenementen

Aandeel bezoek evenementen/festivals tijdens het dagbezoek



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Soort evenementen/festivals bezocht tijdens het dagbezoek

| | | | |
|------------------------------|--|-----|-----|
| Muziek evenement/festival | | 50% | 49% |
| Cultureel evenement/festival | | 43% | 45% |
| Culinair evenement/festival | | 15% | 21% |
| Sport evenement | | 11% | 10% |
| Anders | | 2% | 11% |

Basis: alle ondervraagden die een evenement/festival hebben bezocht, Duitsland n=469, België n=363 (meerdere antwoorden mogelijk).

Van de Duitse bezoekers heeft 5% een evenement of festival in Nederland bezocht. Het gaat bij de helft van de bezoeken om een muziekevenement en bij vier op de tien bezoeken om een cultureel evenement.

Ook onder Belgische bezoekers zitten evenement- en festivalgangers: 8%. Ook bij hen gaat het meestal om een muziek- en cultureel evenement. Belgen gaan vaker naar een culinair evenement in Nederland dan Duitsers.



Bezoek aan natuurgebied en nationale parken

Aandeel bezoek natuur- en bosgebieden tijdens het dagbezoek



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Top 10 meest bezochte nationale parken tijdens het dagbezoek

| Duitsland | | België | | |
|-----------|------------------------------------|--------|--------------------------------------|-----|
| 1 | De Maasduinen | 15% | 1 De Hoge Veluwe | 16% |
| 2 | De Hoge Veluwe | 13% | 2 De Groote Peel | 13% |
| 3 | Duinen van Texel | 10% | 3 De Maasduinen | 11% |
| 4 | De Meinweg | 10% | 4 Hollandse Duinen | 10% |
| 5 | De Groote Peel | 8% | 5 De Biesbosch | 9% |
| 6 | Grenspark de Zoom-Kalmhoutse Heide | 7% | 6 Grenspark de Zoom-Kalmhoutse Heide | 8% |
| 7 | Hollandse Duinen | 7% | 7 Oosterschelde | 7% |
| 8 | De Biesbosch | 7% | 8 De Sallandse Heuvelrug | 6% |
| 9 | Oosterschelde | 6% | 9 Utrechtse Heuvelrug | 6% |
| 10 | De Loonse en Drunense duinen | 6 | 10 Duinen van Texel | 5% |

Basis: alle ondervraagden die een natuurgebied/bos hebben bezocht, Duitsland n=544, België n=305 (meerdere antwoorden mogelijk).



Natuurgebieden top 10



Een deel van de dagbezoekers gaat bij een dagbezoek (ook) naar een natuur- of bosgebied. Van de Duitse dagbezoekers gaat 8% naar een dergelijk gebied, bij de Belgische dagbezoekers is dat 10%. Duitsers bezoeken de nationale parken De Maasduinen, De Hoge Veluwe, Duinen van Texel en De Meinweg het meest; het zijn parken die (afgezien van de Duinen van Texel) dicht bij de grens met Duitsland liggen. Een vijfde van de natuurbezoekers (18%) bezoekt natuur buiten een nationaal park.

Vanuit België is Het Nationale Park De Hoge Veluwe het meest bezocht, daarna volgen twee parken die dicht bij de grens liggen: De Grootte Peel en De Maasduinen. Op de vierde plek staat het park Hollandse Duinen. Een vijfde van de natuurbezoekers (19%) bezoekt natuur buiten een nationaal park.



Bezoek aan UNESCO Werelderfgoed

Aandeel bezoek UNESCO Werelderfgoed tijdens het dagbezoek



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Bezoek aan UNESCO Werelderfgoedlocaties tijdens het dagbezoek



Basis: alle ondervraagden die een UNESCO Erfgoed hebben bezocht, Duitsland n=172, België n=139 (meerdere antwoorden mogelijk).

Een klein aandeel van de dagbezoekers heeft een bezoek gebracht aan een UNESCO Werelderfgoedlocatie en is zich daarvan bewust. Van de Duitse dagbezoekers heeft 2% een UNESCO Werelderfgoedlocatie in Nederland bezocht, bij de Belgische dagbezoekers is dat 3%. Niet altijd zijn bezoekers zich ervan bewust dat het om een UNESCO Werelderfgoedlocatie gaat. Zo zullen sommige bezoekers de grachtengordel in Amsterdam en de Waddenzee ook bezocht hebben, zonder dat ze zich bewust waren van het feit dat het om UNESCO Werelderfgoed ging.

Van de in totaal elf locaties binnen de grenzen van Nederland¹ zijn de grachtengordel van Amsterdam en de Hollandse Waterlinies het meest bezocht.

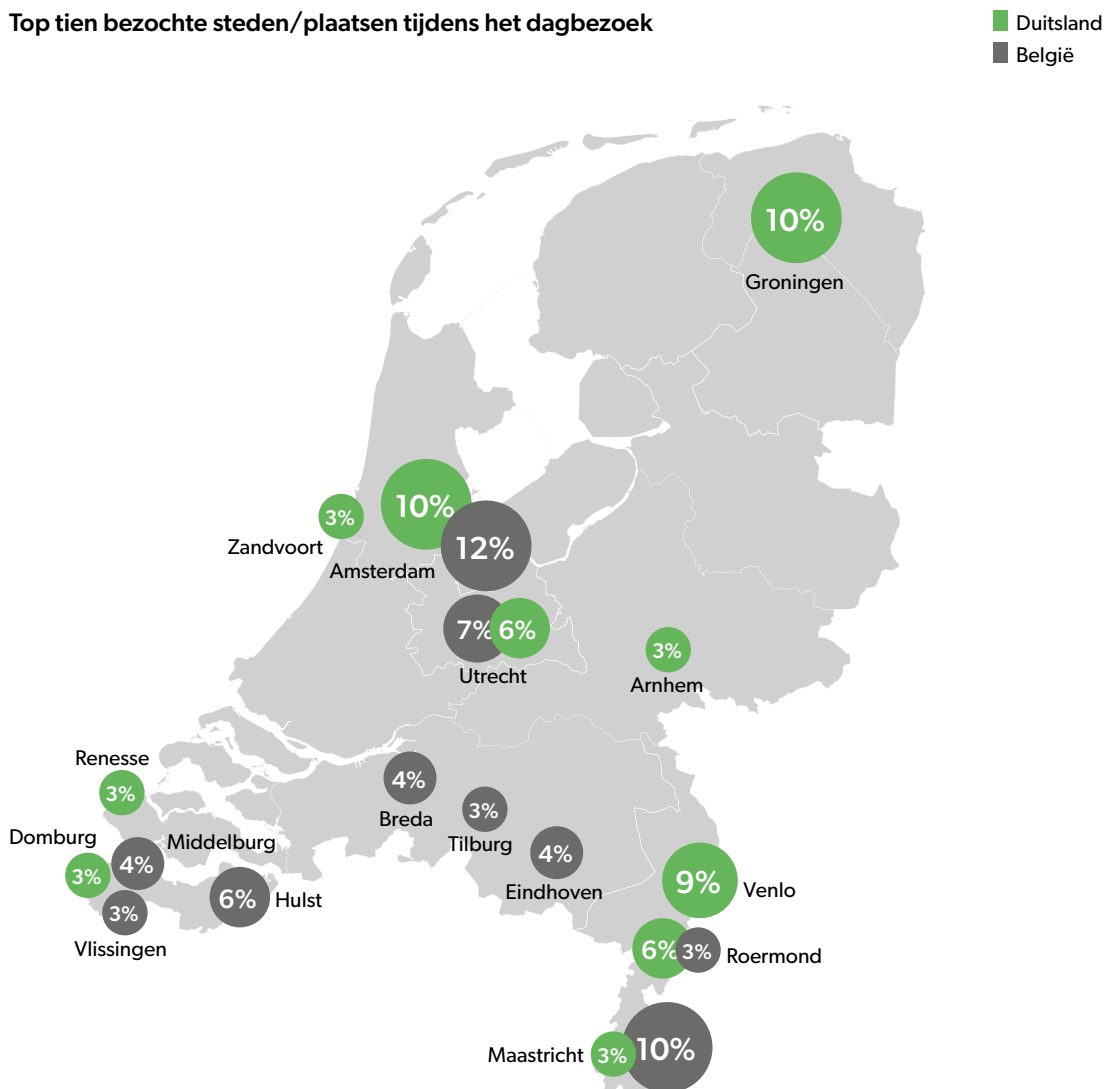
¹ De twaalfde locatie is Willemstad op Curaçao, deze locatie behoort wel tot het Nederlands Koninkrijk, maar bevindt zich buiten de grenzen van Nederland en is daarom buiten beschouwing gelaten.





Bezochte plaatsen

Top tien bezochte steden/plaatsen tijdens het dagbezoek



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

De stad Amsterdam wordt het meest bezocht door zowel Duitse bezoekers (10%) als Belgische gasten (12%). Amsterdam moet haar koppositie bij de Duitsers overigens wel delen met Groningen, dat ook door 10% van de bezoekers is aangedaan. Venlo en Roermond staan op plaats drie en vijf voor de Duitse bezoekers. Verder staan de steden Utrecht, Arnhem, Maastricht en drie kustplaatsen in de top tien (Zandvoort, Renesse en Domburg) voor Duitsland. Venlo, Roermond en Arnhem zijn vaker bezocht om te winkelen, terwijl Utrecht vaker bezocht is vanwege familie- of vriendenbezoek.

Bij de Belgen staan met name de zuidelijke steden in de top tien, met Maastricht op de tweede plek na Amsterdam. Op de derde positie staat Utrecht, daarna volgen Hulst en Middelburg in Zeeland, en Eindhoven en Breda in Noord-Brabant. Vlissingen staat op de achtste positie en de rij wordt afgesloten door Roermond en Tilburg. Maastricht en Roermond worden met name bezocht om te winkelen, terwijl Utrecht vaker bezocht is vanwege familie- of vriendenbezoek.



Bezochte attracties

Top tien bezochte attracties tijdens het dagbezoek

Duitsland

| | | |
|----|--------------------------|----|
| 1 | Strand Zeeland | 7% |
| 2 | Strand Noord-Holland | 7% |
| 3 | Designer Outlet Roermond | 5% |
| 4 | Van Gogh Museum | 3% |
| 5 | Anne Frank Huis | 3% |
| 6 | Groninger Museum | 3% |
| 7 | Forum Groningen | 2% |
| 8 | Burgers' Zoo | 2% |
| 9 | Utrechtse Heuvelrug | 2% |
| 10 | Markthal Rotterdam | 2% |

België

| | | |
|----|--------------------------|----|
| 1 | Strand Zeeland | 7% |
| 2 | Anne Frank Huis | 5% |
| 3 | Van Gogh Museum | 4% |
| 4 | Efteling | 3% |
| 5 | Rijksmuseum | 3% |
| 6 | Vondelpark | 3% |
| 7 | Strand Noord-Holland | 2% |
| 8 | Designer Outlet Roermond | 2% |
| 9 | Zeeuws Museum | 2% |
| 10 | Utrechtse Heuvelrug | 2% |

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Niet alle dagbezoekers bezochten tijdens hun dagbezoek een attractie uit de lijst van totaal 120 Nederlandse attracties (tien per provincie). Zowel vanuit Duitsland als vanuit België is bij bijna zes op de tien bezoeken een attractie uit de lijst bezocht. Voor Duitse bezoekers is het strand duidelijk favoriet: 7% ging naar het strand in Zeeland en 7% naar het strand in Noord-Holland. De Designer Outlet Roermond staat op de derde positie. Daarna volgen de musea het Van Gogh Museum, Anne Frank Huis en het Groninger Museum. Ook onder Belgische dagbezoekers scoort het strand in Zeeland hoog, het staat op de eerste plek als het gaat om vaak bezochte attracties tijdens een dagbezoek aan Nederland. Daarna komen twee van de grote musea van Amsterdam: het Anne Frank Huis en het Van Gogh Museum. Hierna volgen op plek vier, vijf en zes de Efteling, het Rijksmuseum en het Vondelpark in Amsterdam. Ook de stranden in Noord-Holland zijn populair; zij staan op plek zeven. De Belgische top tien wordt afgesloten door Designer Outlet Roermond, het Zeeuws Museum en de Utrechtse Heuvelrug.

Verschillen in leeftijd

Ouderen vanuit Duitsland bezoeken minder vaak een attractie dan de jongeren (45% van de ouderen bezoekt één van de 120 attracties versus 71% van de jongeren). Ook vanuit België zijn het meer de jongeren die attracties bezoeken dan de ouderen (44% van de ouderen bezoekt één van de 120 attracties versus 71% van de jongeren). Jongeren (18 t/m 34 jaar) bezoeken vaker een museum of een bezienswaardigheid.

Verschillen naar seizoenen

Het strand is niet alleen populair in de zomermaanden, maar ook in de andere maanden wordt het strand bezocht, zowel door gasten uit Duitsland als België.



3.5 Waardering bezoek

Ervaring bezoek aan Nederland

Aan de bezoekers hebben we gevraagd om ervaringen tijdens het bezoek in Nederland met ons te delen. We vroegen wat ze zouden vertellen aan een vriend, familielid of collega over hun bezoek. Hieronder een voorbeeld van een verhaal van een Duitse en Belgische dagbezoeker.

Voorbeeldverhaal Duitse dagbezoeker

Hi Tom,

Ik was laatst in Nederland en heb daar een leuke tijd gehad. Ik heb er een geweldige fietstocht gemaakt en heb ook gewandeld. Ook het eten was heerlijk. Het was fijn daar!



.....

.....

.....

Voorbeeldverhaal Belgische dagbezoeker

Hi Tom,

In Nederland zijn de mensen gastvrijer, vriendelijker en doen makkelijk een praatje. In een winkel voel je je welkom.



.....

.....

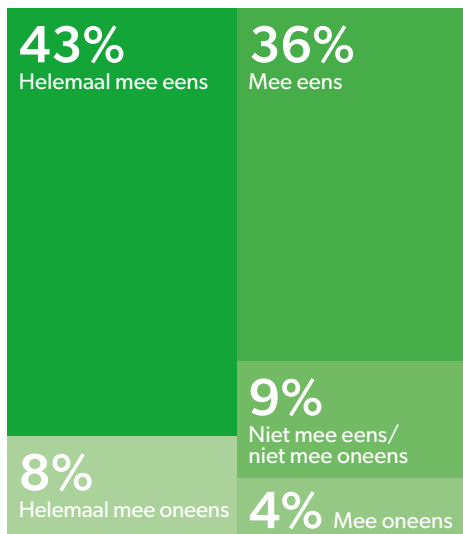
.....



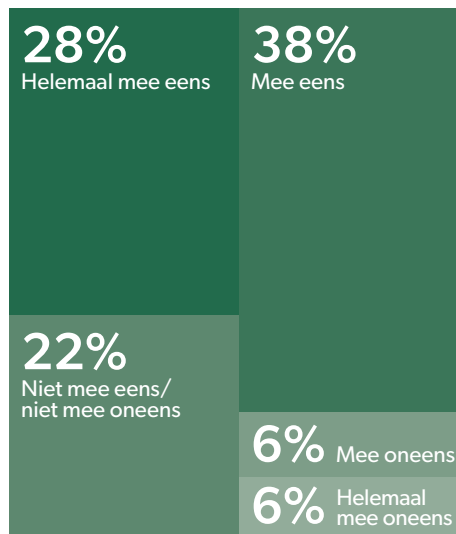
Duitsland

Mijn verhaal...

is positief



zou ik graag delen met anderen

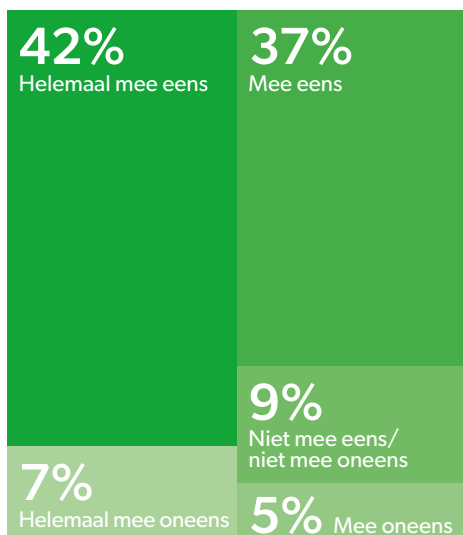


Basis: alle ondervraagden, n=6.367

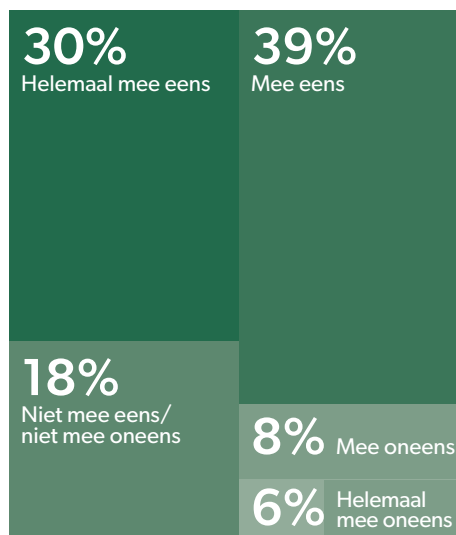
België

Mijn verhaal...

is positief



zou ik graag delen met anderen



Basis: alle ondervraagden, n=3.145

De verhalen die Duitse en Belgische dagbezoekers hebben verteld over het bezoek aan Nederland zijn vrijwel altijd positief (79%). Bij slechts iets meer dan één op de tien dagbezoekers is het verhaal dat ze vertellen negatief. Over het delen van hun verhaal aan anderen zijn de Duitsers iets minder enthousiast dan de Belgen. Overigens geeft nog steeds een meerderheid van de Duitsers (66%) aan het verhaal graag met anderen te delen. Bij de Belgen is dit 69%.



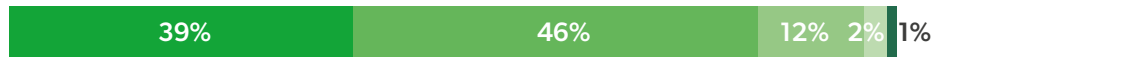
Waardering bezoek

Beoordeling bestemming Nederland in het algemeen

Duitsland



België



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

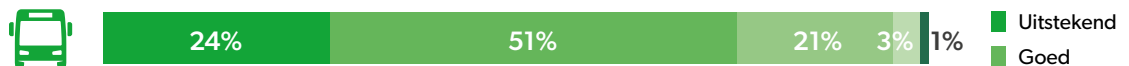
Zowel de Belgische als Duitse dagbezoekers zijn erg tevreden over de bestemming Nederland in het algemeen. Van de Duitse dagbezoekers beoordeelt 92% Nederland uitstekend en goed. Onder de Belgische dagbezoekers ligt dit aandeel op 85%. Slechts enkelen beoordelen Nederland als matig of slecht.

Over het algemeen zijn alle leeftijdsgroepen enthousiast over de bestemming Nederland. Opvallend is dat de 50-plussers net iets enthousiaster zijn dan de andere leeftijdsgroepen.

Waardering op verschillende aspecten

Duitsland

Kwaliteit openbaar vervoer



Kwaliteit van dienstverlening/service



Kwaliteit van bezienswaardigheden en (dag)attracties



Kwaliteit van de horeca



Basis: alle ondervraagden, n=6.367.



Waardering bezoek

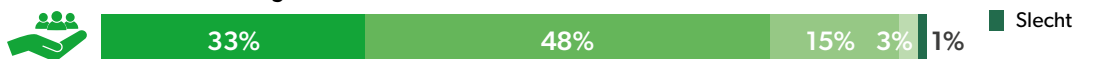
De Duitse dagbezoekers zijn over het algemeen zeer tevreden over de kwaliteit van het openbaar vervoer, de dienstverlening, bezienswaardigheden en de horeca. Als het gaat om de kwaliteit van het openbaar vervoer zijn er relatief veel dagbezoekers die de kwaliteit met een voldoende beoordelen, en minder vaak met goed of uitstekend. Ze zijn hier net wat minder enthousiast over in vergelijking met de andere aspecten. Overigens is nog steeds ruim driekwart van de bezoekers hier (zeer) tevreden over. De dagbezoekers zijn het meest enthousiast over de kwaliteit van de dienstverlening/service, op dit aspect is 89% (zeer) tevreden. Ondanks de hoge tevredenheid onder alle leeftijdsgroepen is het enthousiasme het meest aanwezig onder de leeftijdsgroep 35 tot en met 49 jaar.

België

Kwaliteit openbaar vervoer



Kwaliteit van dienstverlening/service



Kwaliteit van bezienswaardigheden en (dag)attracties



Kwaliteit van de horeca



Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

Voor de Belgische dagbezoekers geldt hetzelfde als bij de Duitse dagbezoekers. Over het algemeen zijn de Belgische bezoekers zeer tevreden over het bezoek aan Nederland op de verschillende aspecten. Ook hier is er, net als bij de Duitsers, iets minder enthousiasme over de kwaliteit van het openbaar vervoer (65%). Belgische dagbezoekers zijn het meest tevreden over de kwaliteit van de dienstverlening/service (81%) en de kwaliteit van de horeca (80%). Net als bij de Duitse dagbezoekers is de tevredenheid hoog onder alle leeftijdsgroepen. Overigens zie je bij de kwaliteit van het openbaar vervoer dat de 50-plussers iets minder enthousiast zijn dan de andere leeftijdsgroepen. Op de andere aspecten zijn de 50-plussers juist nog wat meer enthousiast dan de andere leeftijdsgroepen.





3.6 Herhaalbezoekintentie

Herhaalintentie: Nederland in de toekomst nogmaals bezoeken

Duitsland



België



- Zeker wel
- Waarschijnlijk wel
- Misschien
- Waarschijnlijk niet
- Zeker niet

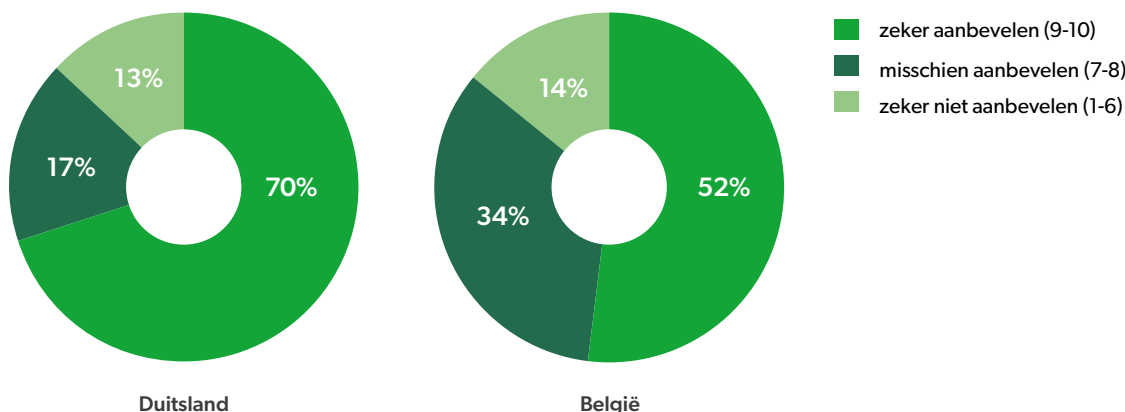
Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

De intentie om Nederland nogmaals te bezoeken is onder de Duitse én Belgische dagbezoekers erg hoog. Van de Duitse dagbezoekers geeft maar liefst 96% aan Nederland zeker wel of waarschijnlijk wel weer te bezoeken. Bij de Belgische dagbezoekers is dit 91%.

Als we kijken naar de verschillen in leeftijdsgroepen, zien we dat de intentie om Nederland nogmaals te bezoeken bij alle leeftijdsgroepen erg hoog is, zowel bij de Belgen als de Duitsers. Vooral onder de leeftijdsgroepen 35-49-jarigen en 50-plussers is het enthousiasme om weer naar Nederland te komen hoog.

Aanbevelen

Aanbevelen: waarschijnlijkheid waarmee een bezoek aan Nederland wordt aanbevolen aan een familielid, vriend of collega



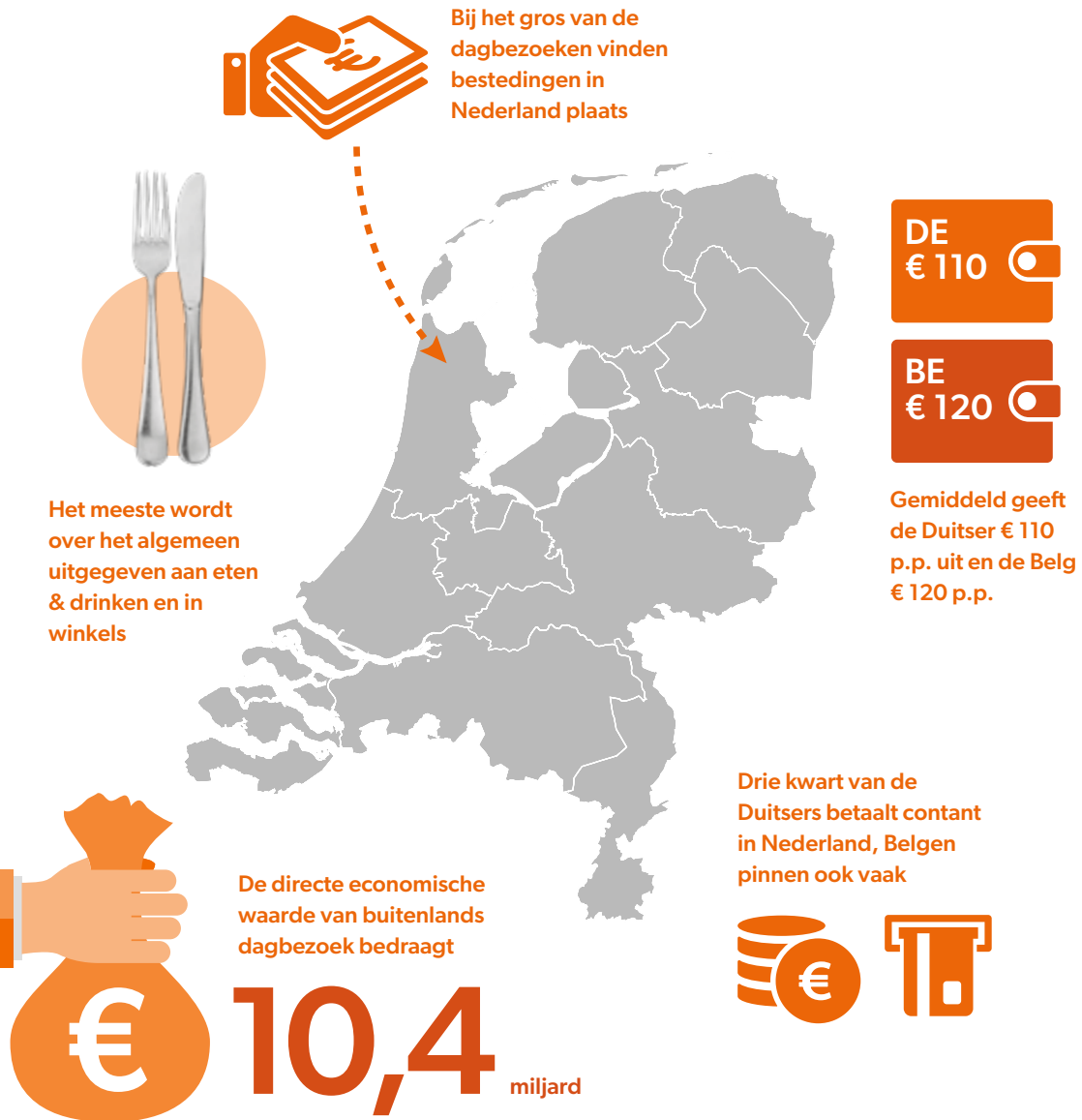
Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

De intentie om Nederland aan te bevelen aan familie, vrienden of collega's is onder zowel Duitse als Belgische dagbezoekers erg hoog. Van de Duitse dagbezoekers geeft 70% aan Nederland zeker aan te bevelen, onder de Belgische dagbezoekers is dit 52%. Belgen geven vaker een 7 of 8 op de schaal van 1 tot 10 bij de vraag hoe waarschijnlijk het is dat ze Nederland aanbevelen (34%). Bij de Duitsers ligt dat percentage op 17%.

4

De impact van buitenlands dagbezoek aan Nederland

Directe economische impact van het buitenlandse dagbezoek in 2022



Zoals we in hoofdstuk 1 al zagen is het volume aan jaarlijkse buitenlandse dagbezoeken aan Nederland indrukwekkend. Bij veel van deze bezoeken vinden er bestedingen in Nederland plaats. In dit hoofdstuk gaan we in op de impact van het buitenlands dagbezoek aan Nederland. We kwantificeren de economische impact en geven onder meer inzicht in wie gemiddeld genomen meer geld uitgeeft in Nederland: de Belg of de Duitser. Maar de impact van dagbezoek is breder dan enkel economisch gewin. Vooruitlopend op het verder in beeld brengen van de brede impact van buitenlands dagbezoek, beschrijven we alvast kwalitatieve componenten die hiermee samenhangen.

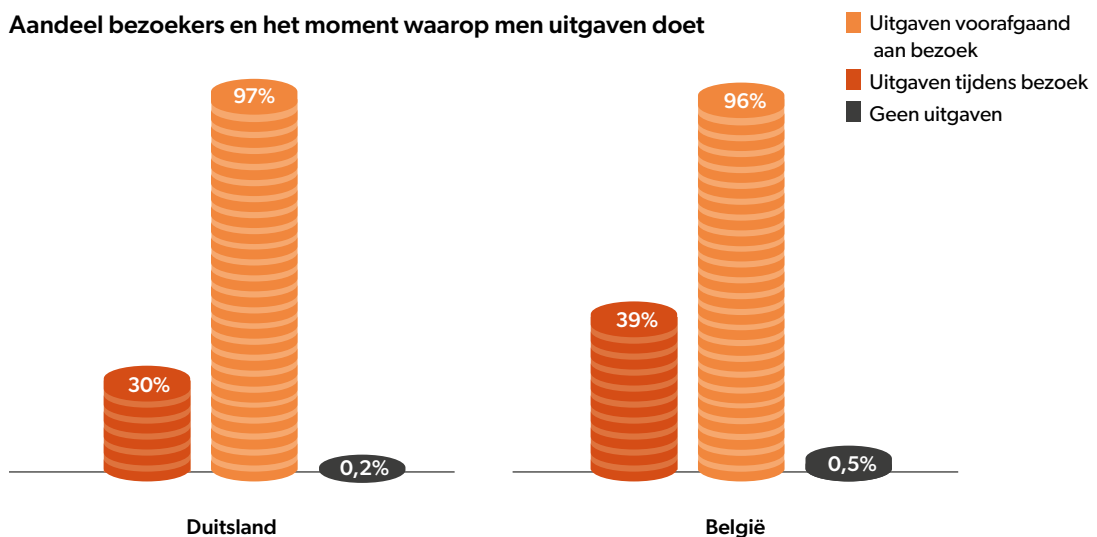
4.1 Economische impact van buitenlands dagbezoek

Uitgaven bij dagbezoeken

Respondenten zijn gevraagd naar hun uitgaven tijdens het laatste toeristisch-recreatieve dagbezoek aan Nederland. Belangrijk hierbij is om te benadrukken dat deze gegevens een indicatie geven van het uitgavenpatroon van buitenlandse dagbezoekers in Nederland. Het bleek, ook bij andere landelijke en regionale onderzoeken, dat respondenten het lastig vinden om uitspraken te doen over hun uitgaven. Zeker wanneer die ook nog in verschillende categorieën onderverdeeld zijn. Hierdoor bevatten de antwoorden veel uitschieters, die soms afwijkend hoog zijn. Zulke uitschieters hebben veel invloed op een gemiddelde, daarom is ervoor gekozen de 'mediaan' te hanteren. Een mediaan is het middelste getal van alle gegeven antwoorden van respondenten en wordt veel minder beïnvloed door de uitschieters. De mediaan geeft daarom een betere indicatie van het uitgavenpatroon. Een rechtstreekse vergelijking met het onderzoek in Duitsland uit 2015/2016 is hierdoor bij dit onderwerp nog minder goed mogelijk, in vergelijking met de andere onderwerpen in dit onderzoeksrapport.

Aandeel dagbezoeken met uitgaven

Aandeel bezoekers en het moment waarop men uitgaven doet









Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Bij nagenoeg alle buitenlandse dagbezoeken aan Nederland vinden er bestedingen plaats. Bij slechts circa 0,2% van de bezoeken geven Duitsers niets uit in Nederland. Voor België ligt dat percentage op 0,5% van alle bezoeken. Van de bezoekers die in Nederland geld uitgeven, gerelateerd aan hun dagbezoek, kunnen we de uitgaven uitsplitsen in twee categorieën: kosten die voorafgaand aan het bezoek zijn gemaakt, bijvoorbeeld de aanschaf van een ticket of entreebewijs of de reservering van vervoer, en de uitgaven die bezoekers tijdens hun bezoek in Nederland doen. Zoals uit bovenstaande figuur blijkt is dat laatste bij de meeste bezoeken het geval.

Bij drie van de tien Duitse bezoeken is sprake van het maken van kosten voorafgaand aan het bezoek, terwijl bij 97% van de Duitse bezoeken tijdens het bezoek uitgaven worden gedaan. Belgen maken in twee van de vijf bezoeken voorafgaand aan het bezoek al kosten en geven bij 96% van de bezoeken (ook) geld uit tijdens het bezoek in Nederland.

Gemiddelde uitgaven per dagbezoek

Gemiddelde uitgaven per persoon per dagbezoek

| | | Duitsland | België |
|--|--|-----------|--------|
| Vervoer naar Nederland |  | 23% | 25% |
| Eten en drinken |  | 27% | 34% |
| Excursies en toegangskaartjes voor attracties en bezienswaardigheden |  | 5% | 4% |
| Vervoer binnen Nederland (incl. brandstof en/of autohuur) |  | 9% | 8% |
| Winkelen, souvenirs |  | 36% | 28% |
| Totaal |  | €110 | €120 |

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

De Duitsers geven gemiddeld € 110 per persoon per dagbezoek uit. Het meeste geld wordt in winkels en aan souvenirs uitgegeven, namelijk gemiddeld € 40. Andere belangrijke uitgaven waren eten en drinken (€ 30) en het vervoer naar Nederland (€ 25). De gemiddelde uitgaven van Belgen per persoon per dagbezoek zijn over het algemeen wat hoger dan die van Duitsers, want ze geven gemiddeld per persoon per bezoek aan Nederland € 120 uit. Het meeste geld besteden Belgen gemiddeld genomen aan eten en drinken (€ 40), gevolgd door uitgaven in winkels en voor souvenirs (€ 34) en uitgaven voor het vervoer naar Nederland (€ 33).

Verschillen in gemiddelde uitgaven per persoon per dagbezoek naar bezoekmotief



Basis: alle ondervraagden Duitsland per type reis: recreatief n=3.295, winkelen n=2.317, familie, vrienden of bekenden n=683. België per type reis: recreatief n=1.484, winkelen n=971, familie, vrienden of bekenden n=618.

Bij zowel de Duitsers als de Belgen liggen de gemiddelde bestedingen per dagbezoek per persoon het laagst wanneer ze naar Nederland komen om te winkelen. De bestedingen zijn het hoogst als ze naar Nederland gaan met als doel om familie, vrienden of bekenden te bezoeken. Dat juist de bestedingen voor winkelen lager liggen, heeft er mee te maken dat dit type bezoeker geen tot nauwelijks uitgaven doet aan excursies, toegangkaartjes en vervoer binnen Nederland – ook al zijn de uitgaven in winkels wel bovengemiddeld in vergelijking met andere bezoeken. Verder geven ze gemiddeld minder uit aan eten en drinken dan andere typen bezoekers. Bezoekers die voor een bezoek aan familie, vrienden of bekenden komen, geven gemiddeld verreweg het meeste per persoon uit aan eten en drinken, en maken daarnaast behoorlijk wat kosten voor excursies, toegangskarten en vervoer (zowel náár als in Nederland).

Verschillen per provincie

Gemiddelde uitgaven per persoon per dagbezoek per provincie

| | | | |
|---------------|-------|-------|-------------|
| Drenthe | € 113 | € 270 | ■ Duitsland |
| Flevoland | € 140 | € 270 | ■ België |
| Friesland | € 65 | € 200 | |
| Gelderland | € 90 | € 195 | |
| Groningen | € 90 | € 104 | |
| Limburg | € 125 | € 175 | |
| Noord-Brabant | € 175 | € 218 | |
| Noord-Holland | € 140 | € 185 | |
| Overijssel | € 108 | € 155 | |
| Utrecht | € 123 | € 61 | |
| Zeeland | € 120 | € 100 | |
| Zuid-Holland | € 90 | € 120 | |

Vanuit Duitse grensregio's

Bij een dagbezoek vanuit de Duitse grensregio's aan Noord-Holland liggen de gemiddelde bestedingen per persoon per bezoek het hoogst, en bij een bezoek aan de provincie Drenthe het laagst. Bij bezoeken aan bestemmingen in Drenthe zijn het vooral de vervoerskosten naar Nederland, bestedingen in winkels en uitgaven aan souvenirs, excursies en toegangskarten die beneden het gemiddelde uitkomen. Bij alle bestedingscategorieën bij bezoek aan Noord-Holland wordt door Duitsers bovengemiddeld besteed, behalve aan uitgaven in winkels en aan souvenirs.

Vanuit Vlaanderen en Brussel

Wanneer Belgen een dagbezoek aan Nederland brengen, liggen de gemiddelde bestedingen lager wanneer ze relatief dicht bij huis blijven of een bestemming in het zuiden van Nederland bezoeken. Wanneer ze een stuk verder reizen en bijvoorbeeld een dag naar Friesland gaan, liggen de gemiddelde bestedingen hoger. Een verklaring hiervoor is te vinden in de vervoerskosten. Daarnaast speelt mee dat hoe verder de reisafstand is, hoe unieker en langer de duur van het dagbezoek vaak is. Hierdoor doen ze over het algemeen meer uitgaven. Dichtbij huis kunnen bezoekers ook voor slechts een uurtje of een paar uurtjes de grens over gaan.

Verschillen in leeftijd

Zowel voor Duitse als Belgische dagbezoekers geldt dat de gemiddelde bestedingen over het algemeen afnemen met het vorderen van de leeftijd. De jongste leeftijdsgroep (18-34-jarigen) geeft bovengemiddeld veel per bezoek uit, terwijl 50-plussers minder dan gemiddeld besteden tijdens hun dagbezoek aan Nederland. Dit verschil in leeftijd kan bij de Duitse dagbezoekers deels verklaard worden door het feit dat jongeren (18-34-jarigen) hier vaker met een recreatief doel naartoe komen, terwijl 50-plussers vaker komen winkelen in Nederland.

Uitsplitsing naar seizoenen

Ook voor verschillen in de gemiddelde besteding per dagbezoek per seizoen zien we zowel in Duitsland als in België hetzelfde patroon. De gemiddelde bestedingen liggen het hoogst voor dagbezoeken die in de lente plaatsvinden, en gemiddeld genomen het laagst bij bezoeken in de zomer. Het verschil tussen de gemiddelde bestedingen per seizoen is onder Duitse bezoekers overigens wel wat minder groot dan onder Belgische bezoekers.

Betaalmethode tijdens bezoek

Gebruikte betaalmethoden tijdens het dagbezoek

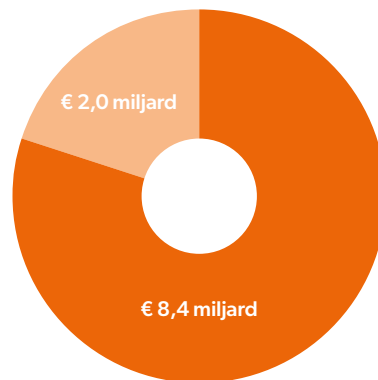


Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Bij meer dan drie kwart van de Duitse dagbezoeken waarbij uitgaven plaatsvinden, betalen Duitsers (gedeeltelijk) contant. Dit bevestigt het beeld dat Duitsers nog altijd graag contant betalen. Bij de Belgen zijn er twee betaalmethoden die het vaakst worden gebruikt: betalen met contant geld dat vanuit het thuisland is meegenomen (48%) en het gebruik van de pinpas (44%). Tot slot gebruiken Belgen vaker dan Duitsers een creditcard (bij 27% vs. 19% van de bezoeken waarbij betalingen plaatsvinden).

Directe economische waarde

Directe economische waarde van het dagbezoek



■ Duitsland
■ België

Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

In totaal brachten de Duitsers en Belgen 93,2 miljoen dagbezoeken aan Nederland in de periode oktober 2021-september 2022. Gezamenlijk besteedden zij toen € 10,4 miljard aan hun bezoek. Van deze bestedingen werd bijna € 8,4 miljard uitgegeven door de Duitse bezoekers en ruim € 2,0 miljard door de Belgische bezoekers. Zoals we eerder in dit hoofdstuk al zagen, wordt het merendeel van deze uitgaven tijdens het bezoek aan Nederland gedaan, en daarnaast nog een wat beperkter deel voorafgaand aan het bezoek (circa € 2,85 miljard van de in totaal € 10,4 miljard).

Niet alle bestedingen die samenhangen met het dagbezoek aan Nederland zullen volledig ten goede komen aan de Nederlandse economie. Zo zullen uitgaven voor vervoer bijvoorbeeld soms mede in Duitsland of België zelf gedaan worden. Bij specifieke bestemmingen in Nederland moeten we nog voorzichtiger omgaan met het toerekenen van bestedingen aan de lokale en regionale economie. Niet alle uitgaven zullen daadwerkelijk op de (hoofd)bestemming van het bezoek plaatsvinden, maar soms ook op andere plekken in Nederland die tijdens datzelfde bezoek worden aangedaan.

De uitgaven per persoon per bezoek liggen hoger voor Belgen dan voor Duitsers. De uitgaven liggen hoger bij familie, vrienden of bekenden dan bij bezoeken die in het teken staan van winkelen. De dagbezoeken van de leeftijdsgroep 18-34 jarigen zijn van relatief groot belang voor de economische impact.

4.2 Ecologische en sociaal-maatschappelijke impact

De impact van buitenlands dagbezoek op de bestemming Nederland is groter dan alleen de economische impact. We kunnen de ecologische impact van het bezoek later dit jaar kwantificeren aan de hand van de ecologische voetafdruk van buitenlandse dagbezoekers. Vooruitlopend daarop gaan we in op de mate waarin dagbezoekers bereid zijn om tijdens hun dagbezoek rekening te houden met duurzaamheid, bewuste keuzes te maken en meer te betalen voor een duurza(am)er bezoek aan Nederland. In het kader van de sociaal-maatschappelijke impact van buitenlands dagbezoek vroegen we tevens in hoeverre buitenlandse dagbezoekers drukte hebben ervaren tijdens hun bezoek aan Nederland.

Rol van duurzaamheid bij dagbezoek

Mate waarin dagbezoekers het eens of oneens zijn met stellingen over duurzaamheid

Duitsland

Ik ben bereid langer te reizen bij gebruik van een duurzaam vervoersmiddel



Ik ben bereid meer te betalen voor duurzaam reizen



Ik let erop dat het door mij ondernomen dagbezoek duurzaam is



Duurzaamheid speelt voor mij een belangrijke rol bij de door mij ondernomen vakantie(s)/bezoeken



Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

België

Ik ben bereid langer te reizen bij gebruik van een duurzaam vervoersmiddel



Ik ben bereid meer te betalen voor duurzaam reizen



Ik let erop dat het door mij ondernomen dagbezoek duurzaam is



Duurzaamheid speelt voor mij een belangrijke rol bij de door mij ondernomen vakantie(s)/bezoeken



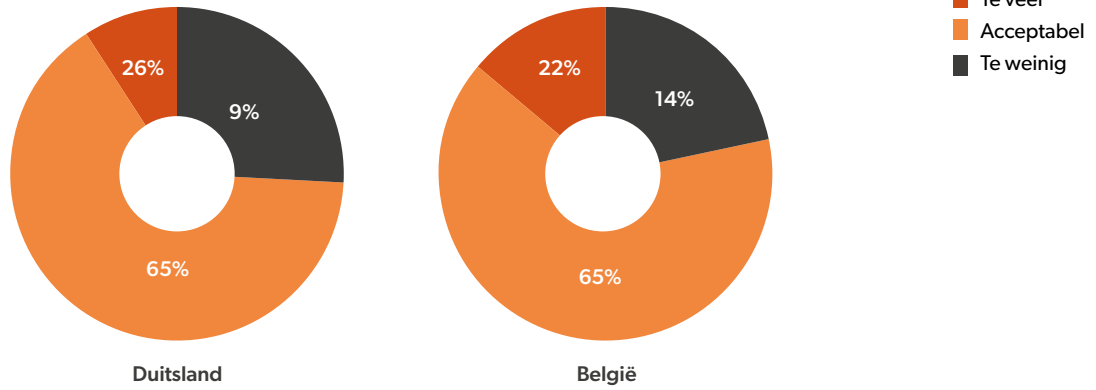
Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

Tussen de dagbezoekers uit Duitsland en België is er niet zo veel verschil in hoe ze over duurzaamheid denken. Ongeveer de helft reageert positief op de stellingen. De Belgen zijn wat kritischer als het gaat om kosten, zij zijn minder vaak bereid meer te betalen voor duurzaam reizen dan de Duitse bezoekers.

Ervaren drukte tijdens dagbezoek

Ervaring van de drukte tijdens het dagbezoek

Vraagstelling: waren er te veel, te weinig of een acceptabel aantal toeristen/bezoekers?



Basis: alle ondervraagden, Duitsland n=6.367, België n=3.145.

Ruim een kwart van de Duitse dagbezoekers en bijna een kwart van de Belgische dagbezoekers heeft drukte ervaren tijdens het bezoek aan Nederland. Een ruime meerderheid (65% van de Duitse en Belgische dagbezoekers) vond dit aantal acceptabel. Een relatief klein aandeel van de bezoekers geeft aan dat er best wat meer bezoekers mochten zijn. Het aantal werd als 'te weinig' ervaren (Duitse bezoekers: 9%, Belgische bezoekers 14%).

Naar leeftijd

Ervaring van de drukte naar leeftijd

Vraagstelling: waren er te veel, te weinig of een acceptabel aantal toeristen/bezoekers?

Duitsland

18-34 jarigen



35-49 jarigen



50+



Basis: alle ondervraagden, n=6.367.

België

18-34 jarigen



- Te veel
- Acceptabel
- Te weinig

35-49 jarigen



50+



Basis: alle ondervraagden, n=3.145.

Opvallend is dat vooral de jongere doelgroep (18-34-jarigen) drukte heeft ervaren (Duitsland: 37%, België: 34%). Bij de 50-plussers vond het merendeel de aantallen acceptabel (Duitsland 77%, België: 80%). Als je kijkt naar de seizoenen is het opvallend dat de Belgische dagbezoekers die in de herfst Nederland bezochten, het aantal toeristen vaker acceptabel vonden dan in de andere seizoenen. Opvallend is dat de zomer er niet uitspringt als te druk onder de Belgische bezoekers. Bij de Duitse bezoekers worden de zomer en lente relatief vaak als druk ervaren. Alhoewel de grootste groep de ervaren drukte acceptabel vindt.

Ervaring van de drukte per activiteit

Belgische en Duitse dagbezoekers ervaren de meeste drukte (te veel toeristen/bezoekers) als ze in Nederland komen winkelen of funshoppen.

Top drie activiteiten waarbij de meeste drukte wordt ervaren



Duitsland

- 1 Funshoppen/winkelen
- 2 Uit eten
- 3 Stadswandeling



België

- 1 Funshoppen/winkelen
- 2 Stadswandeling
- 3 Op terras zitten

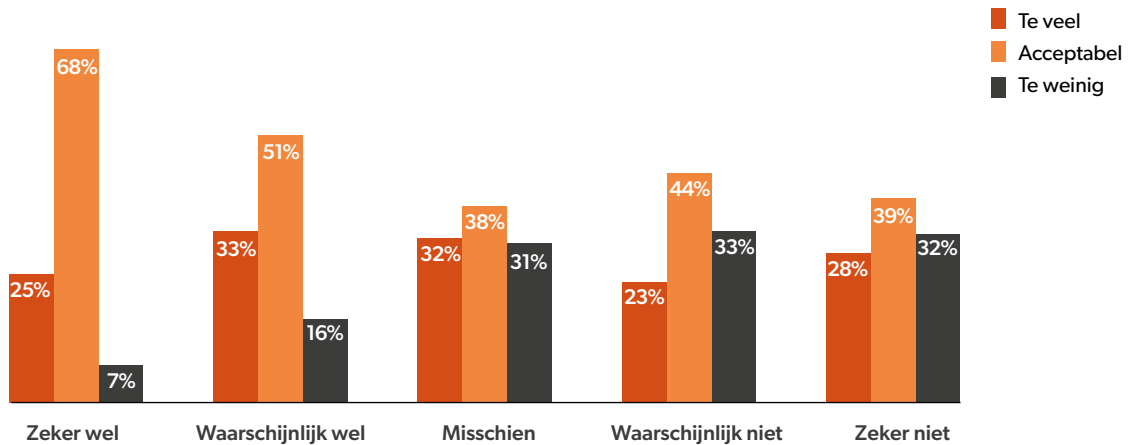


Ervaring van de drukte in relatie tot herhaalbezoekintentie

Van de Duitsers die een sterke intentie hebben om Nederland nogmaals te bezoeken ('zeker wel'), geeft de meerderheid aan dat er een acceptabel aantal toeristen en bezoekers was (68%). Een kwart vond dat er te veel toeristen en bezoekers waren (25%) en een relatief kleine groep vond dat er te weinig toeristen en bezoekers waren (7%). Verder is het opvallend dat de groepen die geen of een mindere herhaalintentie hebben ('misschien tot zeker niet'), in relatief hoge mate aangeven dat er te weinig toeristen en bezoekers waren.

Duitsland

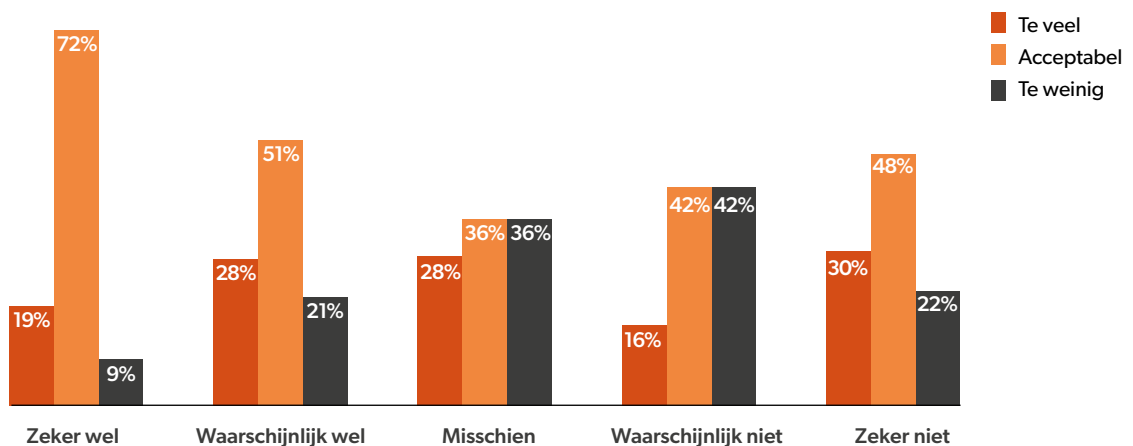
Herhaalintentie (zeker wel – zeker niet) vs. drukte (teveel – te weinig)



Onder Belgische dagbezoekers zien we vergelijkbare cijfers. Van de Belgen die een sterke intentie hebben om Nederland nogmaals te bezoeken ('zeker wel'), geeft de meerderheid aan dat er een acceptabel aantal toeristen en bezoekers was (72%). Een vijfde vond dat er te veel toeristen en bezoekers waren (19%) en een relatief kleine groep vond dat er te weinig toeristen en bezoekers waren (9%).

België

Herhaalintentie (zeker wel – zeker niet) vs. drukte (teveel – te weinig)



Meerdaagse bezoeken



5

**Aantal meerdaagse
bezoeken en de
ontwikkeling van
het inkomend
toerisme in de
afgelopen jaren**

5.1 Aantal verblijfsbezoeken

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) registreert door middel van de Statistiek Logies Accommodaties (SLA) al decennialang hoeveel buitenlandse verblijfs gasten Nederland bezoeken. Maar wie zijn deze bezoekers, waarom komen ze naar Nederland en wat doen ze als ze hier zijn? Ter beantwoording van deze en andere vragen is in het kader van het Onderzoek Inkomend Toerisme veel informatie verzameld over het verblijfsbezoek aan Nederland.

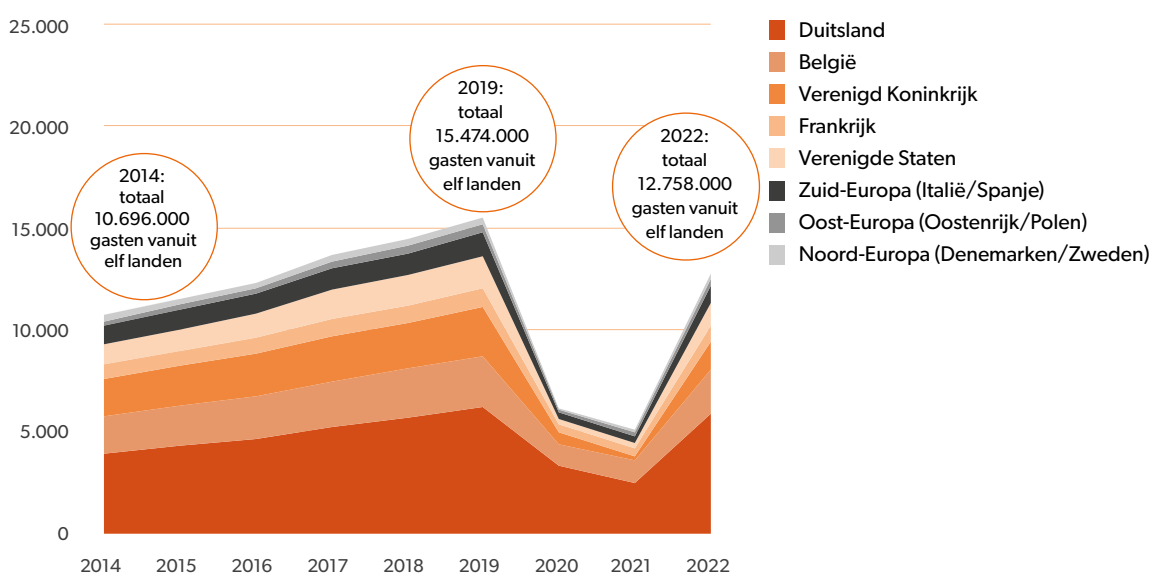
Onderzoek spitst zich toe op de elf belangrijkste herkomstlanden

Het onderzoek geeft inzicht in de kenmerken van verblijfsbezoeken en de customer journey vanuit de elf belangrijkste herkomstlanden: Duitsland, België, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje, Italië, Zweden, Denemarken, Polen, Oostenrijk en de Verenigde Staten. Voor dit onderzoek zijn de landen Spanje en Italië samengevoegd tot Zuid-Europa, de landen Zweden en Denemarken tot Noord-Europa en Polen en Oostenrijk tot Oost-Europa.

Onderzoek naar alle accommodatievormen

Het Onderzoek Inkomend Toerisme richt zich op alle accommodatie- en overnachtingsvormen. Dit is een verbreding van de onderzoeksgroep ten opzichte van de CBS-statistiek, die zich richt op buitenlandse bezoekers die minimaal één nacht doorbrengen op of in een hotel, pension, bed and breakfast, bungalowpark, camping of groepsaccommodatie. Vakanties op (eigen) boten, verblijven in een tweede huis, cruises en nieuwe opkomende vormen (zoals social travelling) tellen niet mee in de CBS-statistiek en ook bezoeken aan familie, vrienden of bekenden blijven in de CBS-statistiek buiten beschouwing. Het Onderzoek Inkomend Toerisme neemt al deze overnachtingsvormen wel mee en geeft daardoor een breder beeld van de verblijfsbezoeken.

Ontwikkeling aantal gasten vanuit elf herkomstlanden (x1000)

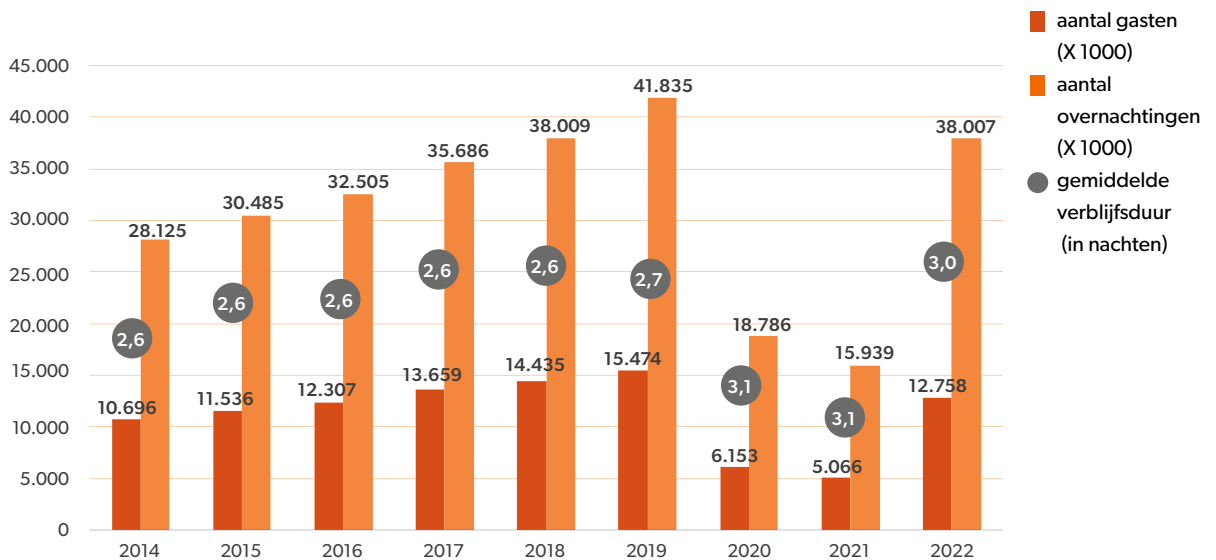


Bron: CBS Statistiek Logies Accommodaties

De CBS-statistiek geeft de ontwikkeling van het verblijfsbezoek door de jaren heen duidelijk weer. Het inkomend toerisme naar Nederland vanuit de elf belangrijkste herkomstlanden kende tot de coronapandemie een sterk stijgende trend. In 2014 ontvingen we in een jaar tijd in ons land ongeveer 10,7 miljoen verblijfsbezoekers uit deze elf landen (bron: CBS Statistiek Logiesaccommodaties). Vijf jaar later was dit toegenomen tot meer dan 15,5 miljoen. In bovenstaande grafiek is goed te zien dat de coronapandemie in de jaren daarna zorgde voor een flinke dip in het aantal bezoekers. In 2022 is het herstel zichtbaar en lag het aantal verblijfsbezoekers met 12,8 miljoen alweer boven het niveau van 2016.

Zoals uit de CBS-statistiek blijkt, komt maar liefst 71% van de bezoekers uit de vijf herkomstlanden Duitsland, België, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en de Verenigde Staten, waarbij de meeste bezoekers uit Duitsland komen. De bezoekersstroom vanuit dit land is bijna weer op het niveau van het laatste pre-coronajaar (2019). Ook de bezoekersstromen vanuit België, Verenigd Koninkrijk en Frankrijk herstellen zich.

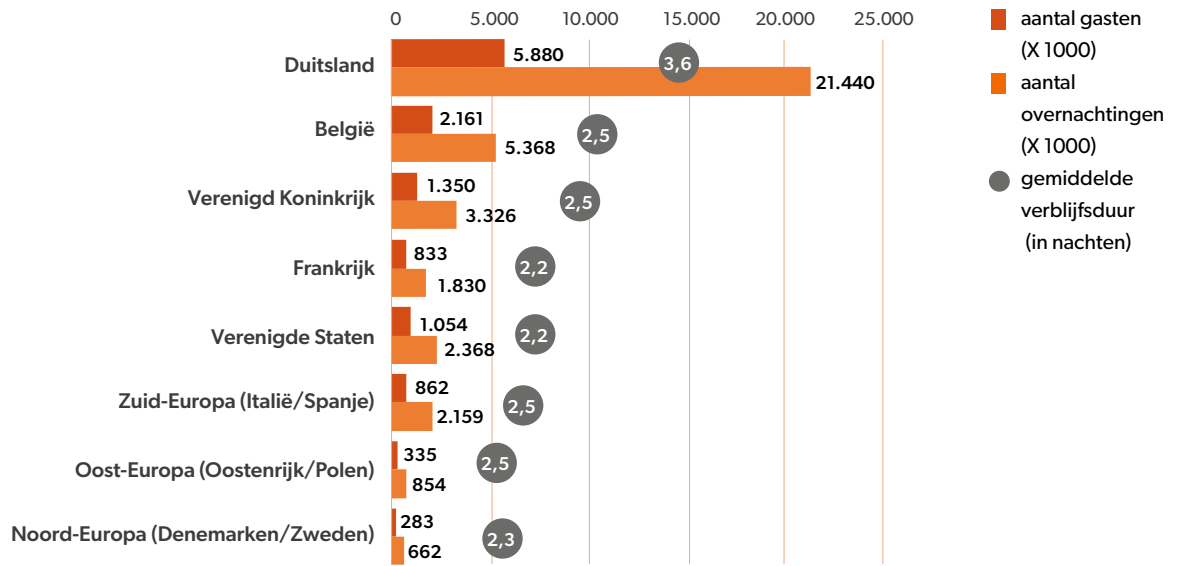
Ontwikkeling aantal gasten en overnachtingen in Nederland en gemiddelde verblijfsduur (in nachten) vanuit elf herkomstlanden



Bron: CBS Statistiek Logiesaccommodaties

De CBS-statistiek geeft ook inzicht in het aantal overnachtingen. In 2022 gaat het om 38,0 miljoen overnachtingen door 12,8 miljoen gasten. In de periode voor de coronapandemie waren de gasten gezamenlijk goed voor circa 2,6 keer zoveel overnachtingen. In de coronaperiode daalde het aantal gasten weliswaar sterk, maar ging het gemiddeld aantal overnachtingen van deze gasten wel omhoog. De 6,2 miljoen gasten in 2020 waren goed voor 18,8 miljoen overnachtingen: een gemiddelde verblijfsduur van 3,1 nachten per gast. Ook in het tweede coronajaar was de verblijfsduur langer dan voor de coronaperiode (gemiddeld 3,0 nachten per gast).

Aantal gasten en overnachtingen in Nederland en gemiddelde verblijfsduur (in nachten) in 2022 per land



Bron: CBS Statistiek Logies Accommodaties

De verblijfsduur van gasten uit dichtbijgelegen landen is langer dan die van gasten uit landen die verder weg liggen. Vanuit Duitsland is de gemiddelde verblijfsduur het langst: 3,6 nachten, gevolgd door België en het Verenigd Koninkrijk met 2,5 nachten.

Aantal verblijfsbezoeken volgens het Onderzoek Inkomend Toerisme

Het Onderzoek Inkomend Toerisme biedt niet alleen inzicht in de gastenaantallen in reguliere commerciële accommodaties die door de CBS-statistiek worden bijgehouden, maar ook de overnachtingen in andere accommodaties. Onder de reguliere commerciële accommodaties vallen de hotels, pensions, appartementen, bungalowparken, campings en groepsaccommodaties. Het Onderzoek Inkomend Toerisme geeft daarnaast ook inzicht in het aantal gasten dat overnachtte op of in een van een particulier gehuurde accommodatie (bijvoorbeeld via Airbnb), een boot, tweede woning, vaste standplaats op een camping of bungalowpark of woning van familie, vrienden of bekenden. Van alle ondervraagden verbleef in totaal 81% in een accommodatie uit de CBS-statistiek. De overige 19% verbleef in andere accommodaties. Toch kunnen we dit aandeel van 19% niet zomaar optellen bij het aantal gasten uit de CBS-statistiek. De CBS-statistiek houdt namelijk alle boekingen van alle gasten bij. Als een bezoeker tijdens zijn of haar verblijf in meer dan één accommodatie overnacht, wordt de bezoeker meerdere keren meegeteld (omdat dit meerdere boekingen zijn). Uit het Onderzoek Inkomend Toerisme is bekend hoe groot het aantal gasten is dat in één accommodatie overnacht en hoeveel gasten in meerdere accommodaties overnachten. Het blijkt dat 82% van de gasten in één accommodatie overnacht en 18% dus in meer dan één accommodatie. Met behulp van deze gegevens zijn de cijfers uit de CBS-statistiek naar beneden bijgesteld om te komen tot het aantal verblijfsbezoeken (in plaats van het aantal boekingen).

Omdat de correctie naar boven (bijtelling van de overnachtingen in niet-reguliere accommodaties) ongeveer gelijk is aan de correctie naar beneden (correctie voor bezoekers die in meerdere accommodaties verbleven) komen de bezoekersaantallen uit de CBS-statistiek ongeveer overeen met die uit het Onderzoek Inkomend Toerisme.

Op basis van het Onderzoek Inkomend Toerisme is het aantal verblijfsbezoeken aan Nederland vanuit de elf onderzochte landen 12.218.000 in 2022. Het gaat hier dus om verblijfsbezoeken voor vakantie/recreatie, bezoeken aan familie, vrienden of bekenden en zakelijke bezoekers (een bredere definitie dan die van de CBS-statistiek).

Definities volgens CBS-statistiek

De CBS-statistiek houdt de aantallen aankomsten bij van gasten naar nationaliteit in reguliere commerciële accommodaties.

Gasten

- Bezoekers die één of meer nachten achtereen verblijven in een logiesaccommodatie.
- Een gast die meer dan twee maanden aaneengesloten verblijft in een logiesaccommodatie, wordt als vaste gast aangemerkt en telt niet mee voor de statistiek.
- Asielzoekers en seizoenarbeiders worden niet als gast meegeteld, ook niet als ze korter dan twee maanden aaneengesloten verblijven in een logiesaccommodatie.
- Per maand worden de in die maand vertrokken gasten geteld, ongeacht in welke maand de gast aangekomen is.

- Het is mogelijk dat een persoon twee of meerdere malen in een maand in dezelfde accommodatie of in verschillende accommodaties als gast wordt geteld.

Logiesaccommodaties

Hotel, motel, pension, appartement met hoteldienstverlening, jeugdaccommodatie, bed en breakfast, kampeerterrein, huisjesterrein en groepsaccommodatie.

Overnachtingen

Alle nachten die gasten doorbrengen in een logiesaccommodatie.

Definitie verblijfsbezoek volgens Onderzoek Inkomend Toerisme

Onder verblijfsbezoek wordt in het Onderzoek Inkomend Toerisme verstaan: een bezoek van een buitenlandse bezoeker met minimaal één overnachting voor zakelijk bezoek, voor vakantie of voor bezoek aan familie, vrienden of bekenden. In het Onderzoek Inkomend Toerisme zijn alle accommodaties meegenomen, dus ook verblijven in of op een particulier gehuurde accommodatie (bijv. via Airbnb), boot, tweede woning, vaste standplaats op een camping of bungalowpark of woning van familie, vrienden of bekenden.

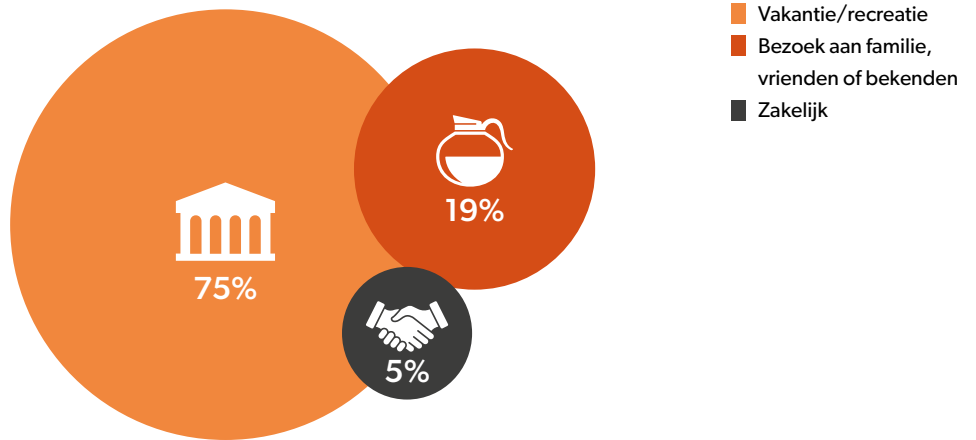
Aandelen naar ons land volgens Onderzoek Inkomend Toerisme:

Totaal 12,2 miljoen verblijfsbezoeken in één jaar tijd vanuit de 11 onderzochte herkomstlanden.

| | |
|----------------------------------|-----|
| Duitsland | 46% |
| België | 17% |
| Verenigd Koninkrijk | 9% |
| Frankrijk | 6% |
| Verenigde Staten | 8% |
| Zuid-Europa (Italië/Spanje) | 6% |
| Oost-Europa (Oostenrijk/Polen) | 6% |
| Noord-Europa (Denemarken/Zweden) | 2% |

5.2 Verblijfsbezoeken per type bezoek

Belangrijkste motief verblijfsbezoeken














Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Drie kwart van de verblijfsbezoeken aan ons land heeft vakantie/recreatie als motief. In totaal gaat het om 9.196.000 verblijfsbezoeken met een vakantie/recreatie motief. Het onderzoek biedt daarnaast inzicht in de groep die hier komt voor bezoek aan familie, vrienden of bekenden: dit geldt voor ongeveer twee op de tien bezoekers aan ons land (2.317.000 verblijfsbezoeken). Het percentage van zakelijke bezoekers is 5% (599.000 verblijfsbezoeken). Een klein percentage (1%) heeft nog een ander motief (106.000 verblijfsbezoeken).

5.3 Accommodatietypen van verblijfsbezoeken

Accommodatietypen van verblijfsbezoeken

| | | |
|--|--|------|
| Hotel/pension |  | 50% |
| Bed & Breakfast |  | 11% |
| Appartement |  | 9% |
| Bungalow(park) |  | 5% |
| Camping |  | 5% |
| Groepsaccommodatie |  | 1% |
| Van particulier gehuurde accommodatie (via bijv. Airbnb) |  | 7% |
| Boot |  | 1% |
| Tweede woning/vaste standplaats op camping/bungalowpark |  | 1% |
| Woning van familie/vrienden/bekenden |  | 10% |
| Anders |  | 0,5% |

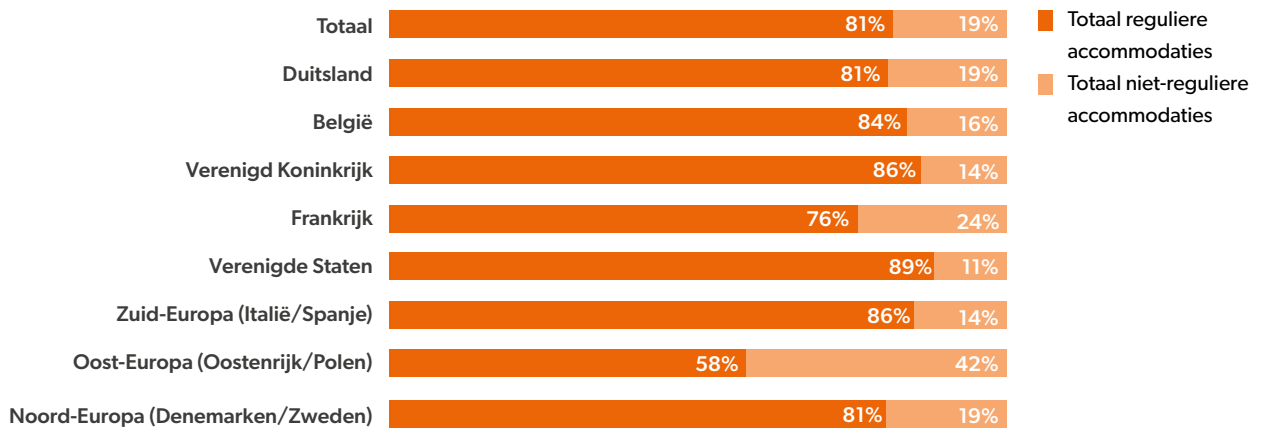
81% van de bezoekers verblijft in accommodaties meegeteld in Statistiek Logies Accommodaties (9.837.000 verblijfsbezoeken)

■ CBS accommodaties
■ niet-CBS accommodaties

Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Voor 81% van alle verblijfsbezoeken is een reguliere commerciële accommodatie het (hoofd) verblijf en voor 19% van de bezoeken is dit een andere accommodatie: een van een particulier gehuurde accommodatie (bijv. via Airbnb), boot, tweede woning, vaste standplaats op camping/bungalowpark of een woning van familie, vrienden of bekenden. Het aantal verblijfsbezoeken in een reguliere commerciële accommodatie is in totaal 9.989.000 en het aantal in andere accommodaties is in totaal 2.229.000 verblijfsbezoeken.

Reguliere versus niet-reguliere accommodatievormen naar land

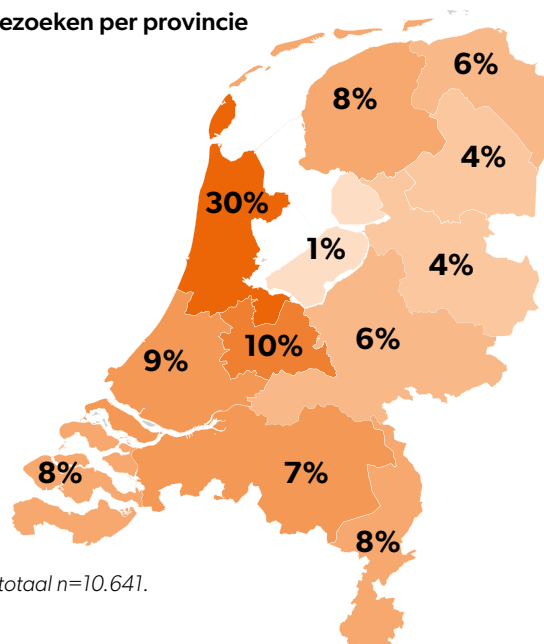


Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

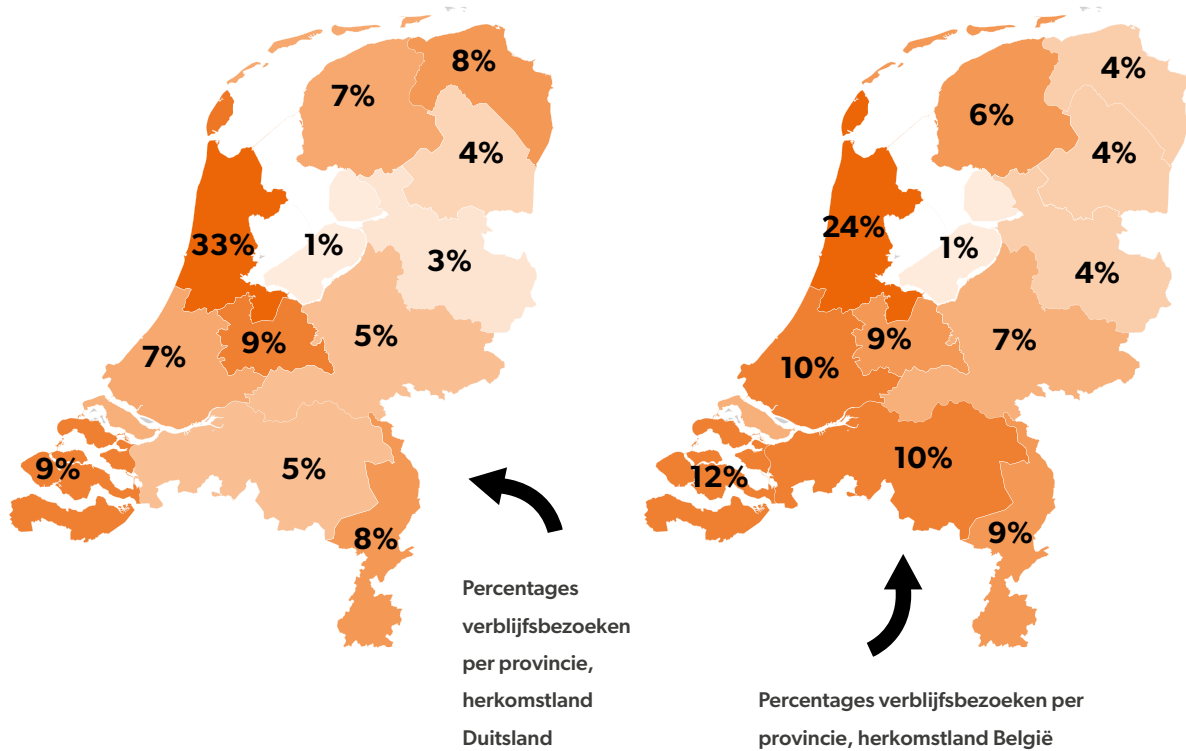
Het percentage van verblijfsbezoeken in reguliere commerciële accommodaties ligt voor de meeste herkomstlanden van bezoekers tussen 76% en 89%. Uitzondering is de regio Oost-Europa (bestaande uit de landen Polen en Oostenrijk), vanwaar bezoekers – met name vanuit Polen – veel overnachten in een woning van familie, vrienden of bekenden.

5.4 Aantal verblijfsbezoeken per provincie

Percentages verblijfsbezoeken per provincie



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641.



Basis: alle ondervraagden n=5.077.

Basis: alle ondervraagden n=1.893.

Ongeveer drie op de tien verblijfsbezoeken vindt plaats in de provincie Noord-Holland, die daarmee de belangrijkste bestemmingsprovincie is. Voor ruim drie kwart (77%) van de verblijfsbezoeken in deze provincie is Amsterdam de overnachtingsplaats. Daarna zijn de belangrijkste zes provincies: Utrecht (10%), Zuid-Holland (9%), Noord-Brabant (9%), Zeeland (8%), Limburg (8%) en Drenthe (8%).

Percentages verblijfsbezoeken per provincie, herkomstland Duitsland

Voor de Duitse verblijfsbezoekers is Noord-Holland veruit de meest geliefde bestemmingsprovincie: een derde van de bezoekers gaat naar deze provincie en kiest daarbij meestal voor Amsterdam als overnachtingsplaats (73%), terwijl 4% naar Zandvoort gaat. Vergeleken met Noord-Holland wordt Zeeland minder vaak als bestemming gekozen (9%).










Percentages verblijfsbezoeken per provincie, herkomstland België

Ook voor de Belgische verblijfsbezoekers is Noord-Holland de meest geliefde bestemmingsprovincie: een kwart van de bezoekers gaat naar deze provincie. Deze bezoekers kiezen eveneens meestal voor Amsterdam als overnachtingsplaats (80%); nog geen 1% kiest ervoor om in Zandvoort te overnachten.

Het verschil met de andere provincies is hier minder groot dan bij de Duitse bezoekers. Zeeland wordt door 12% als bestemmingsprovincie gekozen, Zuid-Holland en Noord-Brabant elk door 10%. Daarna volgen Utrecht en Limburg met elk 9%.

5.5 Aantal verblijfsbezoeken per soort vakantie

Verschillende soorten verblijfsbezoeken met vrijetijdsmotief

| |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| Totaal | 17% | 31% | 12% | 8% | 9% | 5% | 7% | 7% | 4% | |
| Duitsland | 24% | 30% | 12% | 5% | 7% | 5% | 7% | 7% | 3% | |
| België | 14% | 31% | 13% | 8% | 9% | 5% | 7% | 7% | 2% | |
| Verenigd Koninkrijk | 9% | 37% | 10% | 11% | 10% | 5% | 8% | 7% | 4% | |
| Frankrijk | 6% | 27% | 15% | 19% | 9% | 8% | 6% | 6% | 4% | |
| Verenigde Staten | 16% | 21% | 14% | 7% | 9% | 5% | 12% | 7% | 7% | |
| Zuid-Europa (Italië/ Spanje) | 4% | 39% | 10% | 7% | 10% | 5% | 5% | 7% | 3% | |
| Oost-Europa (Oostenrijk/Polen) | 7% | 30% | 8% | 7% | 24% | 5% | 4% | 7% | 5% | |
| Noord-Europa (Denemarken/Zweden) | 7% | 35% | 13% | 10% | 16% | 5% | 7% | 7% | 5% | |

-  Vakantie aan zee/kust
-  Stedenvakantie/ citytrip
-  Natuurvakantie
-  Cultuurvakantie
-  Bezoek aan of vakantie met familie, vrienden of bekenden
-  Actieve/sportieve vakantie
-  Vermaak
-  Ontspanning
-  Overig

Basis: verblijfsbezoeken met vakantie/recreatie als motief of bezoek aan familie, vrienden of bekenden.

Aantal ondervraagden: totaal n= 10.033, Duitsland n=4.864, België n=1.787, Verenigd Koninkrijk n=952, Frankrijk n=725, Verenigde Staten n=523, Zuid-Europa n=562, Oost-Europa n=375, Noord-Europa n=246.

Van alle niet-zakelijke bezoeken aan ons land is ongeveer een derde een stedenvakantie; 17% is een vakantie aan zee of de kust. Met name bij Duitse bezoekers is de strand- of kustvakantie populair, maar ook het percentage bezoekers uit de Verenigde Staten dat hiervoor naar ons land komt, is relatief hoog. De Franse bezoekers en bezoekers uit Zuid-Europa geven het vaakst aan dat hun vakantie een cultureel karakter heeft.



Douglas

BECCA

HOOG CATHARIJNE THE MALL

5.6 Reviews over het bezoek aan Nederland

Bezoeker uit Duitsland

“Strand sind einfach toll zum Sonnen oder lange Spaziergänge am Meer. Für mich persönlich gibt es nichts schöneres. Alle paar Kilometer gibt es eine Bar für einen Kaffee. Super!! Das Wetter ist natürlich so eine Sache: manchmal gut manchmal schlecht.”

Vertaling: “Stranden zijn gewoon geweldig om te zonnebaden of lange wandelingen aan zee te maken. Voor mij persoonlijk is er niets beters. Om de paar kilometer is er een bar voor een koffie. Super!!! Het weer is natuurlijk een dingetje: soms goed, soms slecht.”

Bezoeker uit Verenigd Koninkrijk

“It was a beautiful trip with a lot of sight seeing and affordable shopping.”

Vertaling: “Het was een mooie reis met veel sight seeing en betaalbaar winkelen.”

Bezoeker uit Italië

“Ho visitato di tutto, dal museo di Van Gogh, alla casa di Anna Frank. Ho visitato decine di coffee shop. Uno sballo assurdo, lo consiglio a tutti.”

Vertaling: “Ik bezocht alles, van het Van Gogh Museum tot het Anne Frank Huis. Ik bezocht tientallen coffee-shops. Een absurd hoogtepunt, ik raad het iedereen aan.”

Bezoeker uit Polen

“Gdy byłam w Holandii doświadczyłam niewiarygodnej życzliwości ze strony mieszkańców. Byli oni uprzejmi, pomocni. Podczas pobytu w tamtym kraju opona w moim samochodzie przebiła się i mieszkańcy pomogli mi ją wymienić. W Polsce mało to kogo ob.”

Vertaling: “Toen ik in Nederland was, ervoer ik een ongelooflijke vriendelijkheid van de lokale bevolking. Ze waren beleefd, behulpzaam. Ik had een lekke band met mijn auto toen ik daar was en de plaatselijke bevolking hielp me om hem te vervangen. In Polen doet bijna niemand dit.”

Bezoeker uit Zweden

“Jag besökte min vän i Nederländerna....det är ett väldigt vackert land fullt av liv och väldigt spännande. Det vackra landskapet och atmosfären, det är ett så välkommande land och fullt av liv.”

Vertaling: “Ik bezocht mijn vriend in Nederland het is een heel mooi land vol leven en heel opwindend. Het mooie landschap en de sfeer, het is zo’n gastvrij land en vol leven.”

Bezoeker uit Verenigde Staten

“Netherlands is such a beautiful country and very peaceful, a country you will ever want to be part of.”

Vertaling: “Nederland is zo’n mooi land en heel vredig, een land waar je ooit deel van wilt uitmaken.”

Van de bezoekers uit de verschillende landen horen we veel enthousiaste verhalen over ons land. Met name de vriendelijkheid van de mensen, de mooie natuur en musea komen terug in de verhalen, naast het eten en de gastvrijheid.

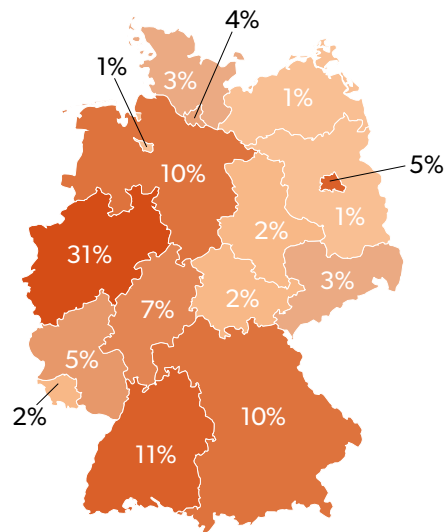
6

**Wie is de
buitenlandse
meerdaagse
bezoeker aan
Nederland?**

6.1 Sociaal-demografische kenmerken

Herkomst verblijfsbezoekers vanuit Duitsland

| | |
|------------------------|-----|
| Nordrhein-Westfalen | 31% |
| Baden-Württemberg | 11% |
| Niedersachsen | 10% |
| Bayern | 10% |
| Hessen | 7% |
| Berlin | 5% |
| Rheinland-Pfalz | 5% |
| Hamburg | 4% |
| Sachsen | 3% |
| Schleswig-Holstein | 3% |
| Saarland | 2% |
| Sachsen-Anhalt | 2% |
| Thüringen | 2% |
| Brandenburg | 1% |
| Mecklenburg-Vorpommern | 1% |
| Bremen | 1% |

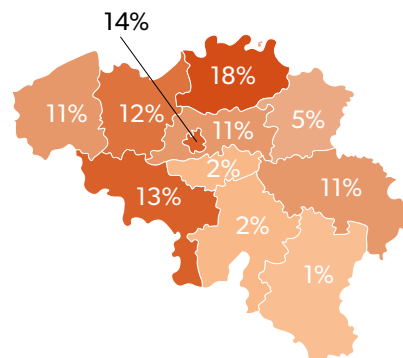


Basis: alle ondervraagden n=5.077.

Ongeveer een derde van de verblijfsbezoekers vanuit Duitsland komt uit Nordrhein-Westfalen, een deelstaat in het westen van Duitsland die grenst aan de drie Nederlandse provincies Limburg, Gelderland en Overijssel. Na Nordrhein-Westfalen volgen Baden-Württemberg, Niedersachsen en Bayern. Uit deze drie deelstaten komen elk circa 10% van de verblijfsbezoekers vanuit Duitsland.

Herkomst verblijfsbezoekers vanuit België

| | |
|-----------------|-----|
| Antwerpen | 18% |
| Brussel | 14% |
| Henegouwen | 13% |
| Oost-Vlaanderen | 12% |
| West-Vlaanderen | 11% |
| Vlaams-Brabant | 11% |
| Luik | 11% |
| Limburg | 5% |
| Waals-Brabant | 2% |
| Namen | 2% |
| Luxemburg | 1% |



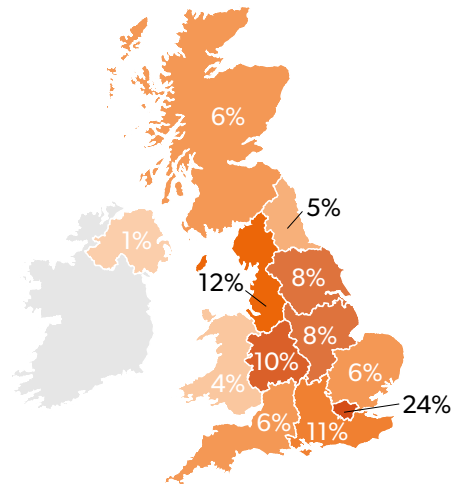
Basis: alle ondervraagden n=1.893.

Onder de bezoekers uit België is Antwerpen de provincie waarvandaan de meeste verblijfsbezoeken in Nederland worden doorgebracht (18%). Daarna volgen Brussel (14%) en Henegouwen (13%).

Wie is de buitenlandse meerdaagse bezoeker aan Nederland?

Herkomst verblijfsbezoekers vanuit het Verenigd Koninkrijk

| | |
|--------------------------|-----|
| London | 24% |
| North West | 12% |
| South East | 11% |
| West Midlands | 10% |
| Yorkshire and the Humber | 8% |
| East Midlands | 8% |
| South West | 6% |
| Scotland | 6% |
| East | 6% |
| North East | 5% |
| Wales | 4% |
| Northern Ireland | 1% |

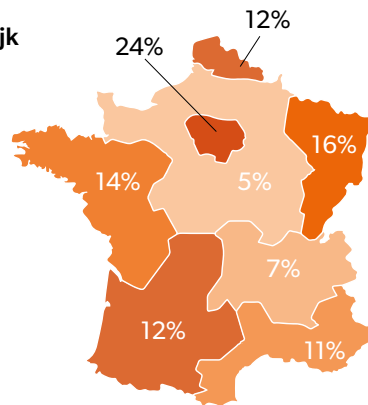


Basis: alle ondervraagden n=1.009.

Vanuit het Verenigd Koninkrijk komen de meeste verblijfsbezoekers naar Nederland uit de regio London (24%), gevolgd door North West (12%) en South East (11%).

Herkomst verblijfsbezoekers vanuit het Frankrijk

| | |
|----------------------------|-----|
| Région Parisienne | 24% |
| Est (Oost) | 16% |
| Ouest (West) | 14% |
| Nord (Noord) | 12% |
| Sud-Ouest (Zuid-West) | 12% |
| Méditerranée | 11% |
| Centre-Est (Centraal Oost) | 7% |
| Bassin Parisien | 5% |

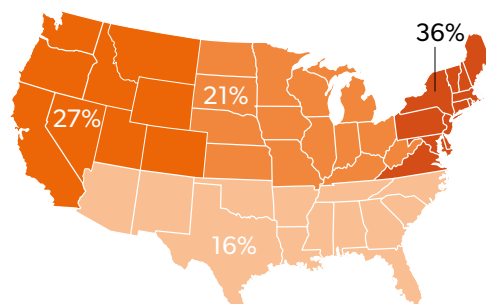


Basis: alle ondervraagden n=771.

Vanuit Frankrijk komen de meeste verblijfsbezoekers naar Nederland vanuit de 'regio Parijs' (24%), ook wel Île-de-France genoemd.

Herkomst verblijfsbezoekers vanuit de Verenigde Staten

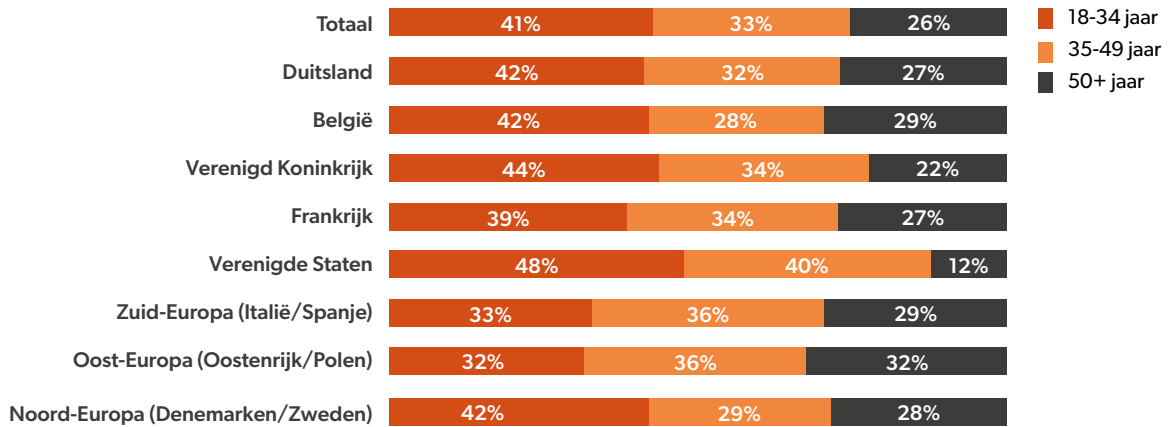
| | |
|-----------|-----|
| Northeast | 36% |
| West | 27% |
| Midwest | 21% |
| South | 16% |



Basis: alle ondervraagden n=605.

Vanuit de Verenigde Staten komen de meeste verblijfsbezoekers naar Nederland vanuit het Noordoosten (36%), gevolgd door het Westen (27%).

Leeftijdsgroepen verblijfsbezoekers vanuit herkomstlanden

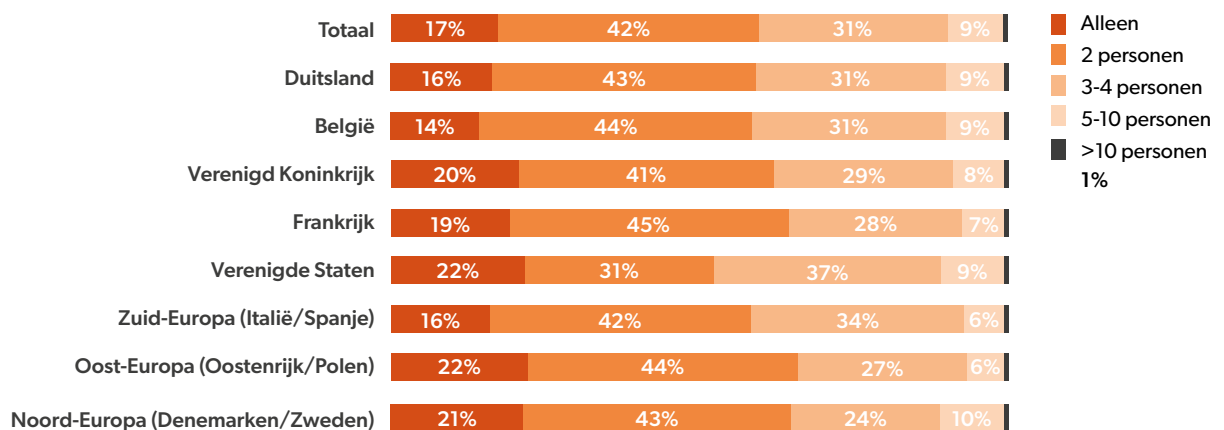


Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

De verblijfsbezoeker die naar Nederland komt is relatief jong. Gemiddeld 41% is 18 t/m 34 jaar en een kwart is 50 jaar of ouder. Bezoekers vanuit de Verenigde Staten zijn gemiddeld gezien nog jonger: hier is 48% 18 t/m 34 jaar en 12% 50 jaar of ouder. Vanuit Oost- en Zuid-Europa is de gemiddelde leeftijd wel wat hoger; vanuit deze gebieden is ongeveer een derde van de verblijfsbezoekers 50 jaar of ouder en ongeveer een derde 18 t/m 34 jaar.

6.2 Grootte en samenstelling reisgezelschap

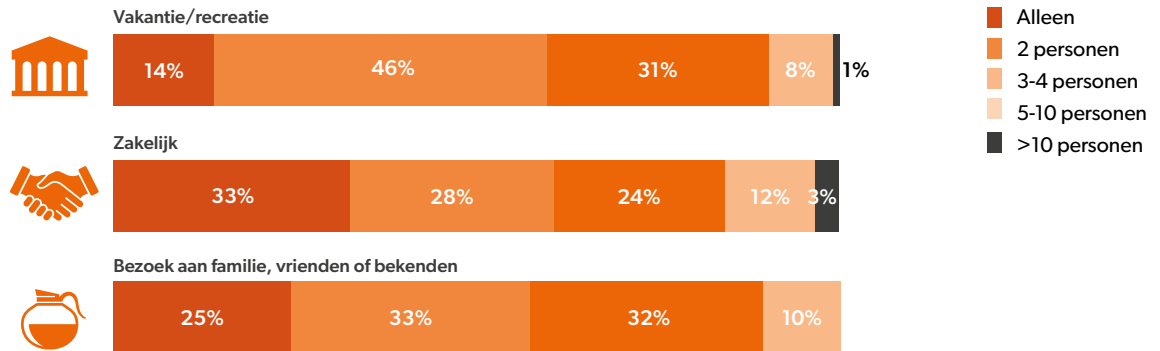
Aantal personen reisgezelschap per herkomstland



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Verblijfsbezoekers die naar Nederland komen zijn vaak met een reisgezelschap van twee personen (42% van de totale groep). Hierna volgen reisgezelschappen van drie tot vier personen (31%). Vanuit de Verenigde Staten komen reisgezelschappen van vijf tot tien personen relatief vaak voor (37%).

Grootte reisgezelschap per motief

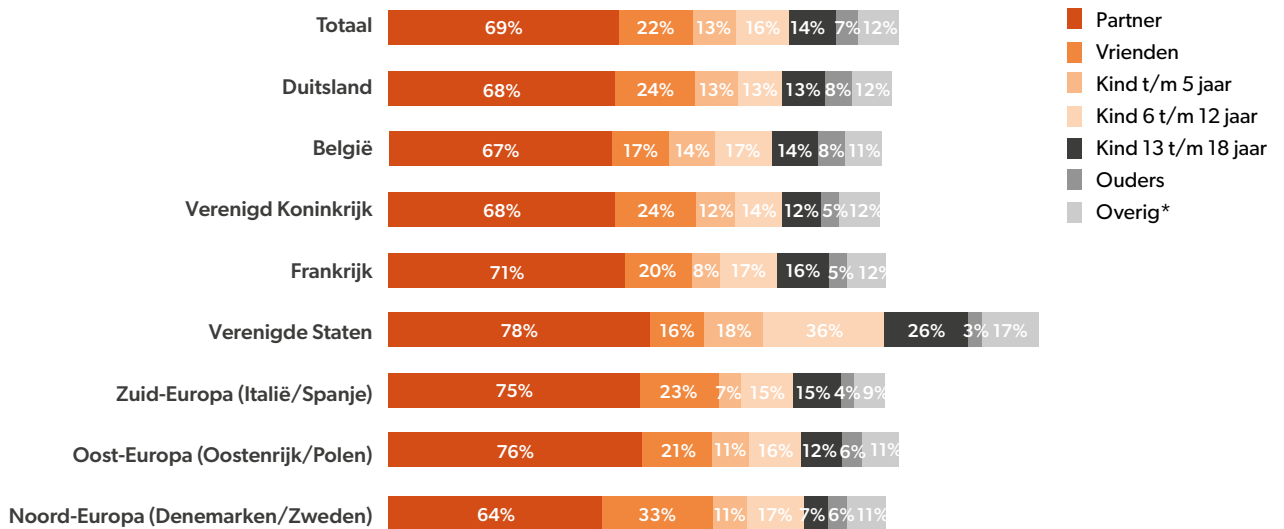


Basis: alle ondervraagden, vakantie/recreatie n=8.089, zakelijk n=528, bezoek familie, vrienden of bekenden n=1.944.

Reizigers met een zakelijk motief bezoeken Nederland relatief vaak alleen (33% van de zakelijke reizigers). Van de mensen die een bezoek brengen aan familie, vrienden of bekenden reist 25% alleen. Vakanties met een recreatief motief worden relatief veel ondernomen in een reisgezelschap van twee personen.

Samenstelling reisgezelschap

Vraag: wie maakte er, naast uzelf, deel uit van uw reisgezelschap? (meerdere antwoorden mogelijk)



Basis: alle ondervraagden excl. personen die alleen reisden, totaal n=8.877, Duitsland n=4.303, België n=1.601, Verenigd Koninkrijk n=801, Frankrijk n=631, Verenigde Staten n=483, Zuid-Europa n=502, Oost-Europa n=337, Noord-Europa n=219.

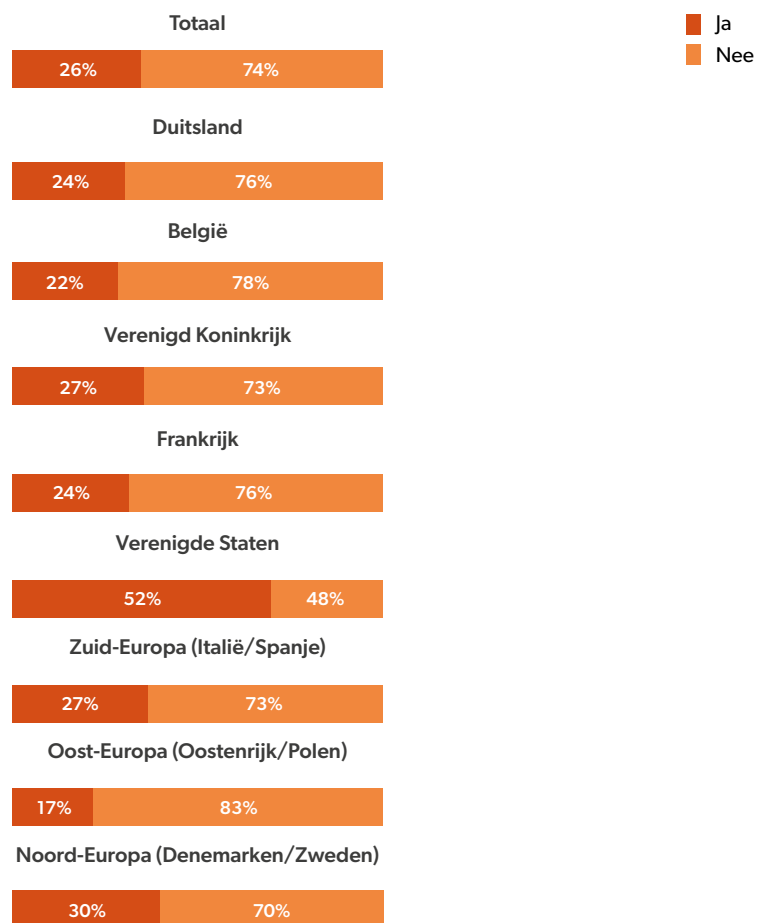
*Voor 'Overig' zijn meerdere antwoorden geclusterd: andere familieleden, collega's, verenigings-/club- of teamgenoten en anders.

Wie is de buitenlandse meerdaagse bezoeker aan Nederland?

Een reis naar Nederland wordt vaak ondernomen met (onder andere) de partner. In totaal geeft 68% van de ondervraagden (die niet alleen reizen) aan dat zijn of haar partner mee was op reis naar Nederland. Vanuit Noord-Europa komen mensen relatief vaak met vrienden naar Nederland (33%). Vanuit de Verenigde Staten is het reisgezelschap vaak relatief groter, waardoor er ook meer variatie kan bestaan in de samenstelling van dit gezelschap. Bezoekers uit de Verenigde Staten reizen relatief vaak met kinderen in de verschillende leeftijdscategorieën: 36% is op pad met kinderen in de leeftijd zes t/m twaalf jaar en 26% met kinderen in de leeftijd dertien t/m achttien jaar.

Percentage met georganiseerde groepsreis met reisbegeleiding

Vraag: heeft u Nederland bezocht als onderdeel van een georganiseerde groepsreis met reisbegeleiding?

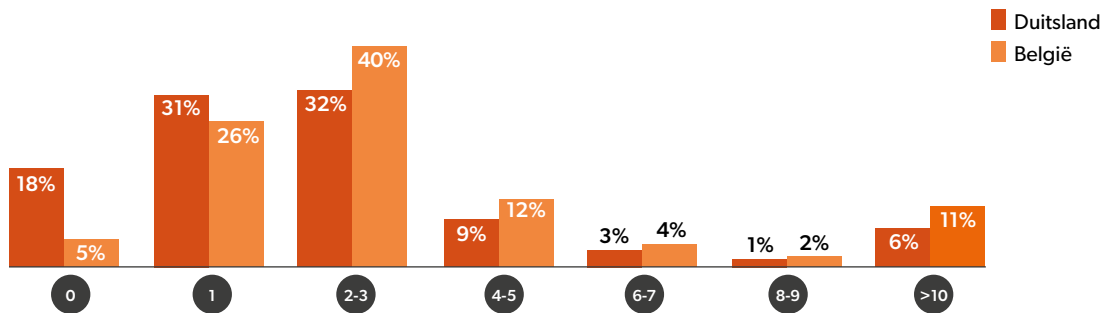


Basis: alle ondervraagden excl. zakelijk bezoek, totaal n=10.113, Duitsland n=4.894, België n=1.807, Verenigd Koninkrijk n=955, Frankrijk n=729, Verenigde Staten n=527, Zuid-Europa n=564, Oost-Europa n=386, Noord-Europa n=251.

Het percentage bezoekers met vakantie/recreatie motief of met als motief bezoek aan familie, vrienden of bekenden, dat Nederland bezoekt als onderdeel van een georganiseerde groepsreis is 26%. Dit percentage is het hoogst onder ondervraagden uit de Verenigde Staten (52%). Vanuit Oost-Europa is dit aandeel het kleinst (17%).

6.3 Aandeel frequente bezoekers

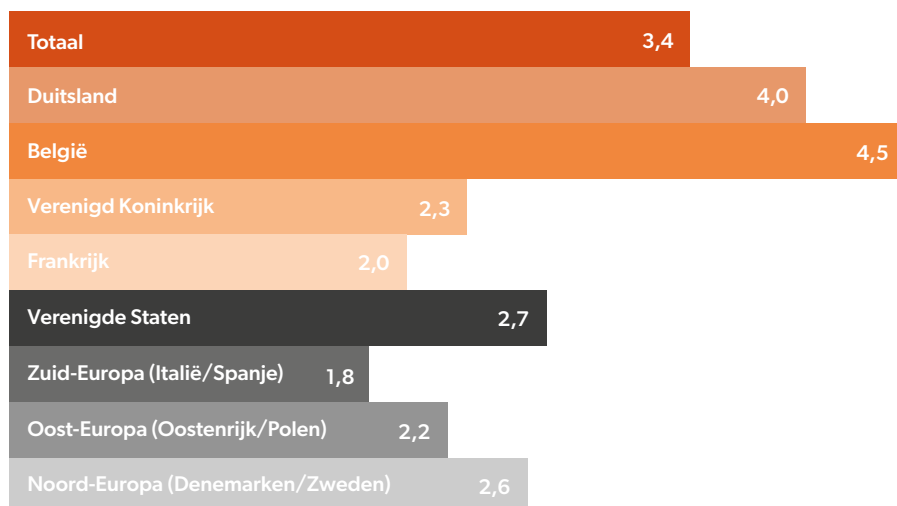
Aantal keer in Nederland geweest voor een dagbezoek (in de voorgaande drie jaar)



Basis: alle ondervraagden vanuit Duitsland n=5.077 en België n=1.893.

Alleen aan bezoekers vanuit Duitsland en België is gevraagd hoe vaak zij voor een dagbezoek (zonder overnachting) naar Nederland zijn gegaan in de voorgaande drie jaar. Vanuit Duitsland komt een derde van de bezoekers één keer in de drie jaar naar Nederland voor een dagbezoek en nog eens een derde doet dit twee tot drie keer in de drie jaar. Vanuit België komt de grootste groep circa twee tot drie keer per drie jaar een dag naar Nederland (40%). Daarnaast komt ongeveer een kwart van de Belgen ongeveer één keer per drie jaar naar Nederland voor een dagbezoek.

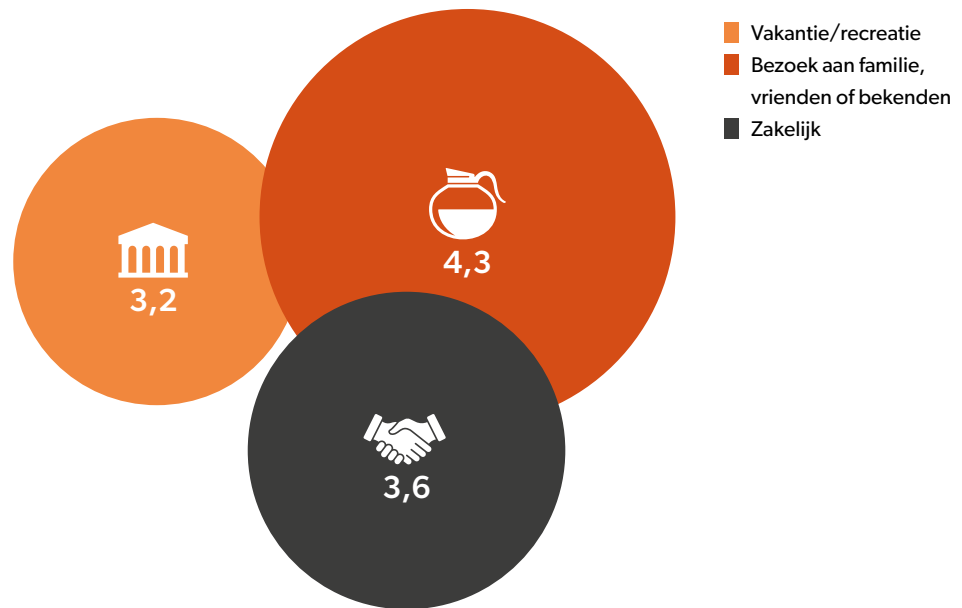
Gemiddeld aantal keer verblijfsbezoek in Nederland (met overnachting) in voorgaande vijf jaar per herkomstland



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

In de voorgaande vijf jaar brachten Belgen het vaakst een bezoek aan Nederland inclusief overnachting: gemiddeld 4,5 keer per persoon. Daarna volgt de Duitse verblijfsbezoeker met gemiddeld 4,0 keer. Dit cijfer is het laagst voor bezoekers vanuit Frankrijk en Zuid-Europa (respectievelijk 2,0 en 1,8).

Gemiddeld aantal keer verblijfsbezoek in Nederland (met overnachting) in voorgaande vijf jaar per motief



Basis: alle ondervraagden, vakantie/recreatie n=8.089, zakelijk n=528, bezoek aan familie, vrienden of bekenden n=1.944.

Het gemiddeld aantal keer dat verblijfsbezoekers in Nederland zijn, is het hoogst bij een bezoek aan familie, vrienden of bekenden (gemiddeld 4,3 keer). Daarna volgt het zakelijk verblijfsbezoek (gemiddeld 3,6 keer). Het gemiddeld aantal keer is het laagst bij vakantie/recreatie als motief, namelijk 3,2 keer.





7

Customer journey van de buitenlandse verblijfsbezoeker



7.1 Bezoekmotief

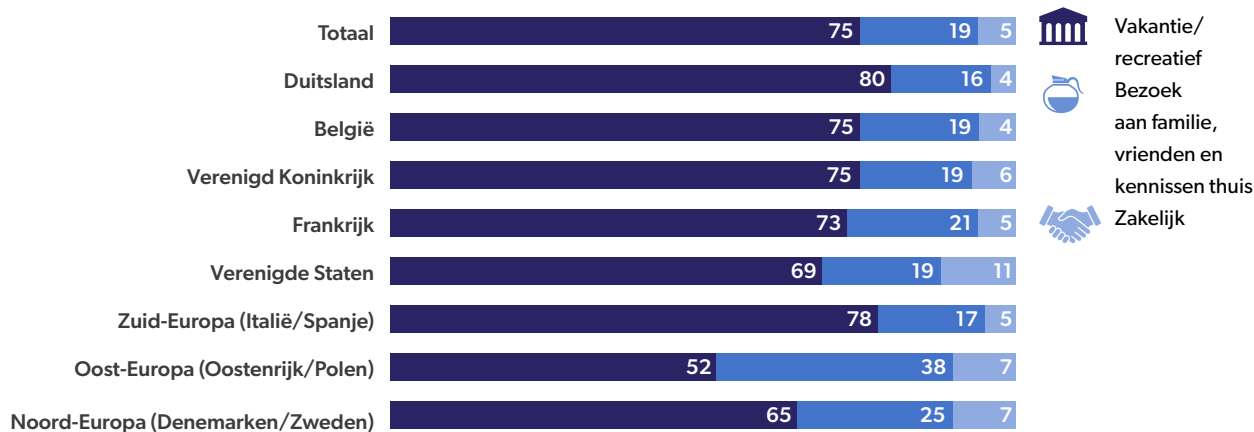
Belangrijkste motief voor verblijfsbezoek



Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Driekwart van de verblijfsbezoeken aan ons land is een bezoek met een vakantie/recreatie als motief. Van alle verblijfsbezoeken is een op de vijf een bezoek aan familie, vrienden of bekenden. In 5% van de verblijfsbezoeken gaat het om een zakelijk bezoek aan Nederland.

Belangrijkste motief verblijfsbezoeken per land in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.



Bezoekmotief

Bezoekers uit alle landen noemen vakantie/recreatie het vaakst als motief voor een verblijfsbezoek aan Nederland. Dit cijfer ligt voor bezoekers uit Oost-Europa (Oostenrijk/Polen) iets lager (52%). Relatief veel bezoekers uit deze landen komen voor een bezoek aan familie, vrienden of bekenden. Het aandeel zakelijk bezoek is het hoogst onder bezoekers vanuit de Verenigde Staten (11%).

Verschillen per provincie in %

| | Totaal | Drenthe | Flevoland | Friesland | Gelderland | Groningen | Limburg | Noord-Brabant | Noord-Holland | Overijssel | Utrecht | Zeeland | Zuid-Holland |
|---------------------|--------|---------|-----------|-----------|------------|-----------|---------|---------------|---------------|------------|---------|---------|--------------|
| Vakantie/recreatief | 75 | 77 | 72 | 73 | 75 | 72 | 71 | 74 | 78 | 72 | 71 | 83 | 75 |
| Bezoek aan familie | 19 | 16 | 24 | 19 | 20 | 22 | 24 | 19 | 17 | 25 | 21 | 12 | 20 |
| Zakelijk | 5 | 5 | 3 | 8 | 4 | 5 | 4 | 6 | 4 | 3 | 6 | 4 | 4 |

Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

De provincies Noord-Holland en Zeeland scoren het hoogst als het gaat om verblijfsbezoeken met vakantie/recreatie als motief, respectievelijk 78% en 83%. Naar Limburg en Overijssel wordt relatief vaak gereisd vanwege bezoek aan familie, vrienden of bekenden. Een kwart van de bezoekers aan deze provincies gaat naar familie, vrienden of bekenden (gemiddeld ligt dit op 19%). Vooral in Friesland en Utrecht ligt het percentage zakelijke bezoekers hoger dan gemiddeld.

Zakelijk bezoek

Belangrijkste reden zakelijk bezoek

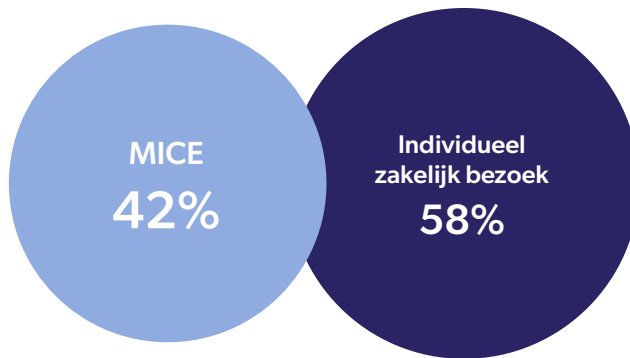
| | | |
|---|---|-----|
| Zakelijke bijeenkomst, vergadering of overleg |  | 46% |
| Uitvoeren van werkzaamheden |  | 15% |
| Cursus/training/opleiding |  | 13% |
| Beurs met meerdere aanbieders van producten/diensten (exhibition) |  | 11% |
| Congres ten behoeve van kennisuitwisseling (convention) |  | 9% |
| Mee als partner van een zakelijke reiziger |  | 4% |
| Een andere zakelijke reden |  | 2% |
| Als bemanningslid (bijv. vliegtuig, schip) |  | 0% |

Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, n=528.

Ongeveer de helft van de zakelijke bezoeken (46%) vindt plaats vanwege een zakelijke bijeenkomst, vergadering of overleg. 15% van de zakelijke bezoeken is vanwege het uitvoeren van werkzaamheden en 13% vanwege een cursus, training of opleiding.



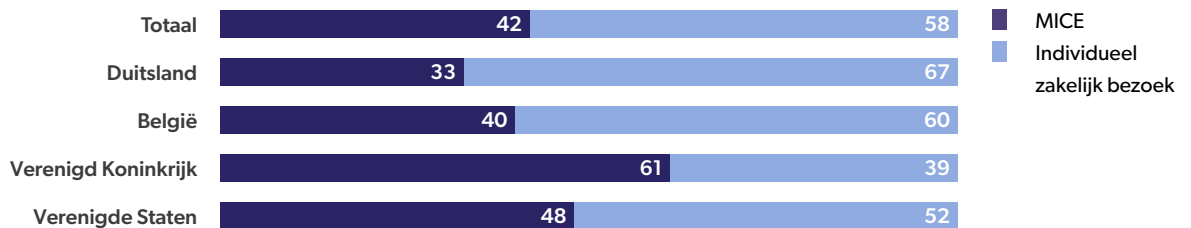
Soort zakelijk bezoek



Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, n=528.

Binnen de categorie zakelijk bezoek aan Nederland maken we onderscheid tussen individueel en georganiseerd zakelijk bezoek. Bij een georganiseerd zakelijk bezoek komen de bezoekers voor een zakelijke bijeenkomst, een incentive, een congres of een beurs naar Nederland. Dit type zakelijk bezoek wordt vaak aangeduid met de verzamelterm MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions). Reizigers die om een andere zakelijke reden naar Nederland komen vallen in de categorie 'individueel zakelijk bezoek'. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het uitvoeren van werkzaamheden, het volgen van een training of een bezoek aan het hoofdkantoor. Van de zakelijke bezoekers komt 42% naar Nederland vanwege MICE.

Soort zakelijk bezoek voor belangrijkste landen voor zakenreizen naar Nederland in %



Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, totaal n=528, Duitsland n=183, België n=86, Verenigd Koninkrijk n=54, Verenigde Staten n=78 (voor Frankrijk is de basis te laag om over te rapporteren).

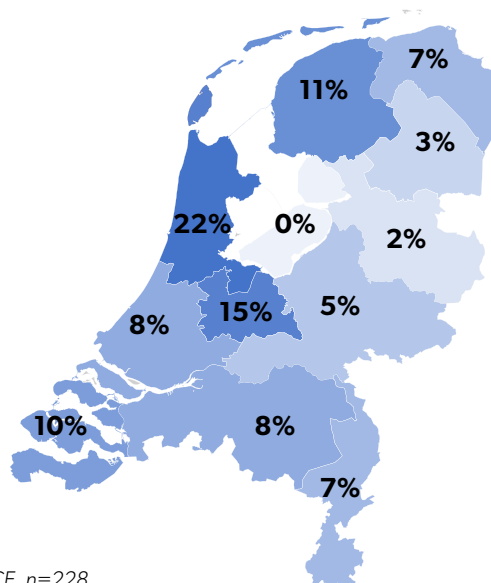
Binnen de elf onderzochte landen zijn Duitsland, België, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten de belangrijkste herkomstlanden van zakelijke bezoekers. Zakelijke bezoekers uit het Verenigd Koninkrijk komen het vaakst voor MICE.



Bestemmingsprovincies voor zakelijk bezoek

Segment MICE

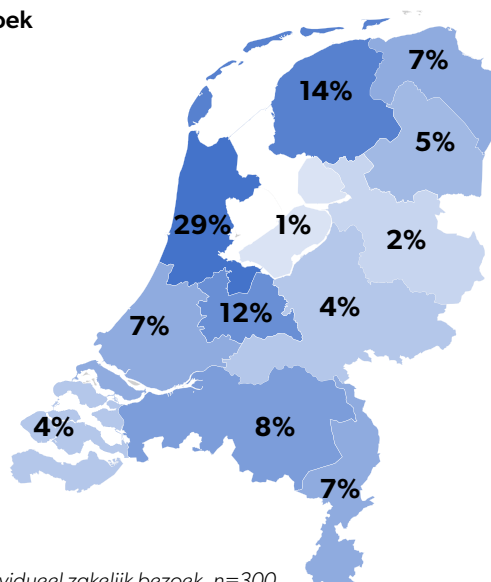
| | |
|---------------|-----|
| Noord-Holland | 22% |
| Utrecht | 15% |
| Friesland | 11% |
| Zeeland | 10% |
| Zuid-Holland | 8% |
| Noord-Brabant | 8% |
| Limburg | 7% |
| Groningen | 7% |
| Gelderland | 5% |
| Drenthe | 3% |
| Overijssel | 2% |
| Flevoland | 0% |



Basis: alle ondervraagden in segment MICE, n=228.

Segment Individueel zakelijk bezoek

| | |
|---------------|-----|
| Noord-Holland | 29% |
| Friesland | 14% |
| Utrecht | 12% |
| Noord-Brabant | 8% |
| Limburg | 7% |
| Groningen | 7% |
| Zuid-Holland | 7% |
| Drenthe | 5% |
| Zeeland | 4% |
| Gelderland | 4% |
| Overijssel | 2% |
| Flevoland | 1% |

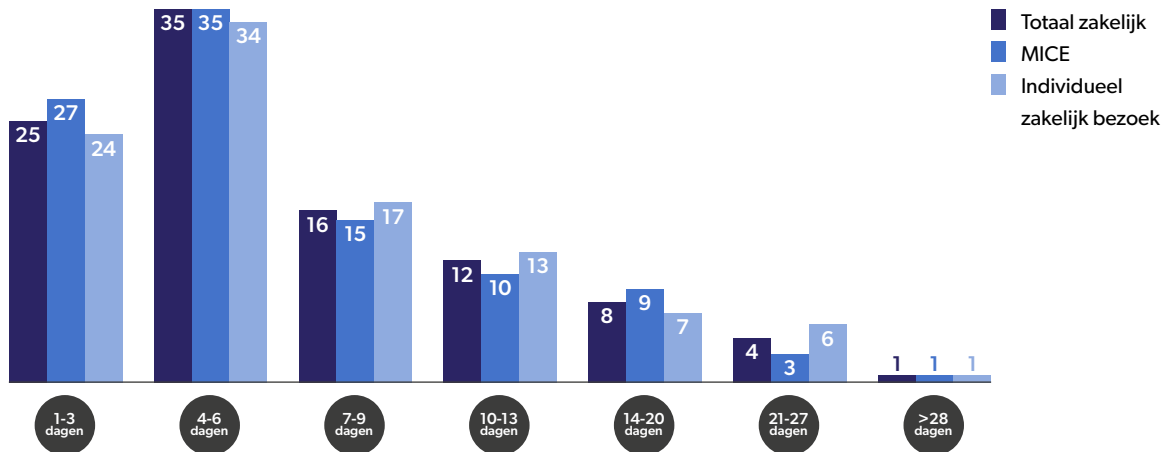


Basis: alle ondervraagden in segment individueel zakelijk bezoek, n=300.

Voor zowel het segment MICE als het segment individueel zakelijk bezoek is Noord-Holland de belangrijkste bestemmingsprovincie; respectievelijk 22% van de MICE-bezoeken en 29% van de individuele zakelijke bezoeken vindt plaats in de provincie Noord-Holland. Voor het segment MICE vinden daarna de meeste bezoeken plaats in de provincies Utrecht (15%), Friesland (11%) en Zeeland (10%). Ook voor het segment individueel zakelijk bezoek zijn Utrecht en Friesland belangrijke provincies, maar hier vinden de bezoeken vaker plaats in Friesland (14%) dan in Utrecht (12%). De vierde provincie in dit segment is Noord-Brabant, met 8%.



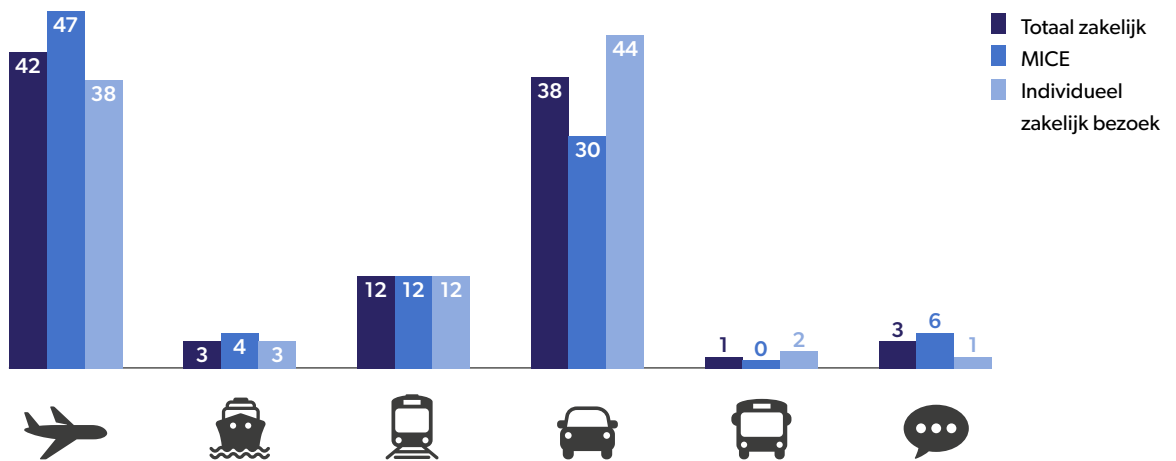
Verblijfsduur zakelijk bezoek in dagen in %



Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, totaal n=528, segment MICE n=228, segment individueel zakelijk bezoek n=300.

Zowel voor het segment MICE als voor het segment individueel zakelijk bezoek gaat het in de meeste gevallen om een kort verblijf: een shortbreak (1 t/m 3 dagen) of een midweek (4 t/m 6 dagen). Circa een kwart van de MICE-bezoekers (27%) komt voor een shortbreak en ongeveer een derde (35%) voor een midweek. Bij individuele zakelijke bezoeken liggen deze percentages iets lager (respectievelijk 24% en 34%). Dit type zakelijke bezoekers verblijft over het algemeen wat langer in Nederland.

Vervoersmiddel voor zakelijk bezoek in %



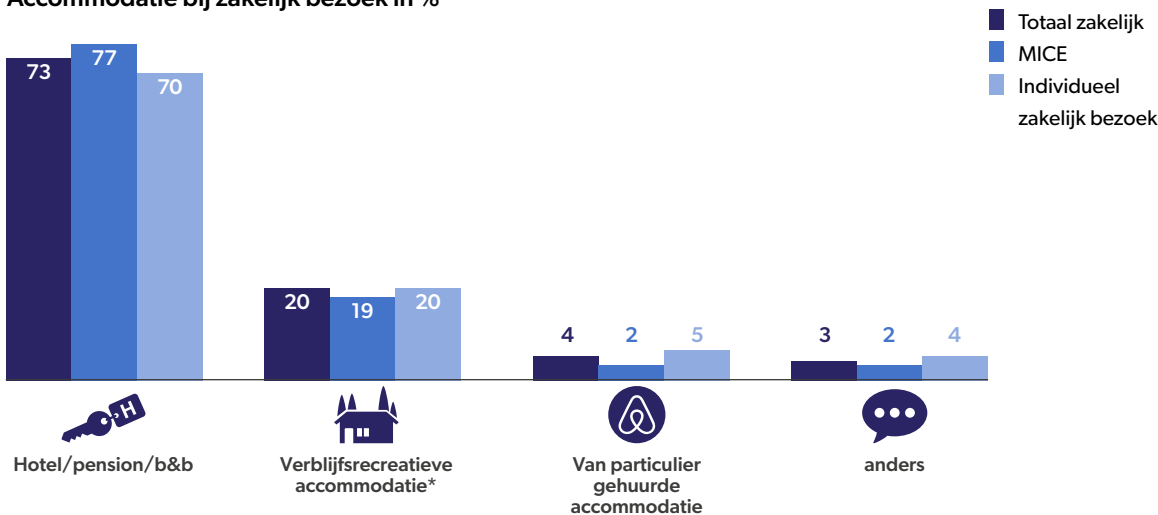
Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, totaal n=528, segment MICE n=228, segment individueel zakelijk bezoek n=300.



Bezoekmotief

Zakelijke bezoekers maken het meest gebruik van het vliegtuig en de auto voor hun reis naar Nederland. Voor het segment MICE is het vliegtuig het belangrijkste vervoersmiddel, terwijl in het segment individueel zakelijk bezoek de auto de voorkeur krijgt. Ongeveer 12% van de zakelijke reizigers komt per trein, dit aandeel is bij de segmenten MICE en individueel zakelijk bezoek gelijk.

Accommodatie bij zakelijk bezoek in %

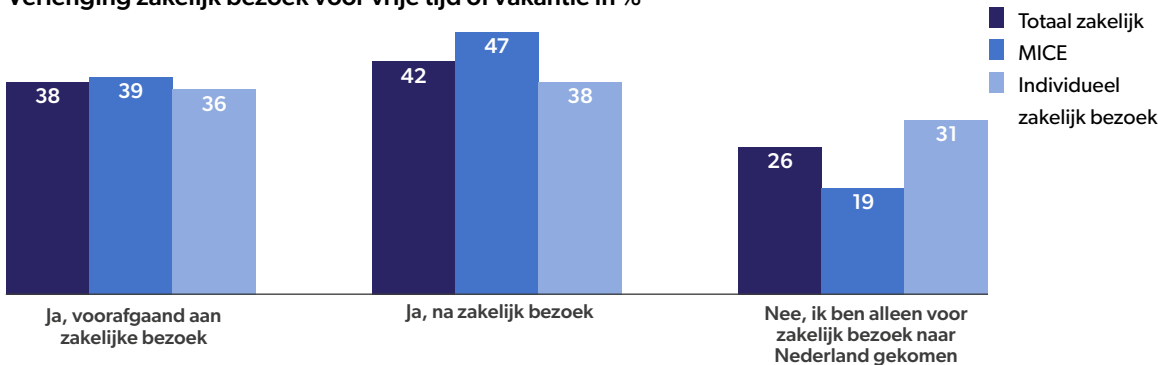


Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, totaal n=528, segment MICE n=228, segment individueel zakelijk bezoek n=300.

*Onder verblifsrecreatieve accommodaties vallen: appartement, bungalow(park), camping, groepsaccommodatie.

Voor zakelijke reizen wordt vooral gebruikgemaakt van hotels, pensions en bed and breakfasts. In één op de vijf gevallen verblijft een zakelijke reiziger in een andere verblifsrecreatieve accommodatie, zoals in een appartement of op een bungalowpark. Voor zakelijke reizen wordt nauwelijks gebruikgemaakt van accommodaties die van een particulier worden gehuurd (bijv. via Airbnb) of van andere mogelijkheden, zoals logeren bij familie, vrienden of bekenden.

Verlenging zakelijk bezoek voor vrije tijd of vakantie in %



Basis: alle ondervraagden met zakelijk motief, totaal n=528, segment MICE n=228, segment individueel zakelijk bezoek n=300. Meerdere antwoorden mogelijk, bezoekers kunnen zowel voorafgaand als na het bezoek de reis hebben verlengd.

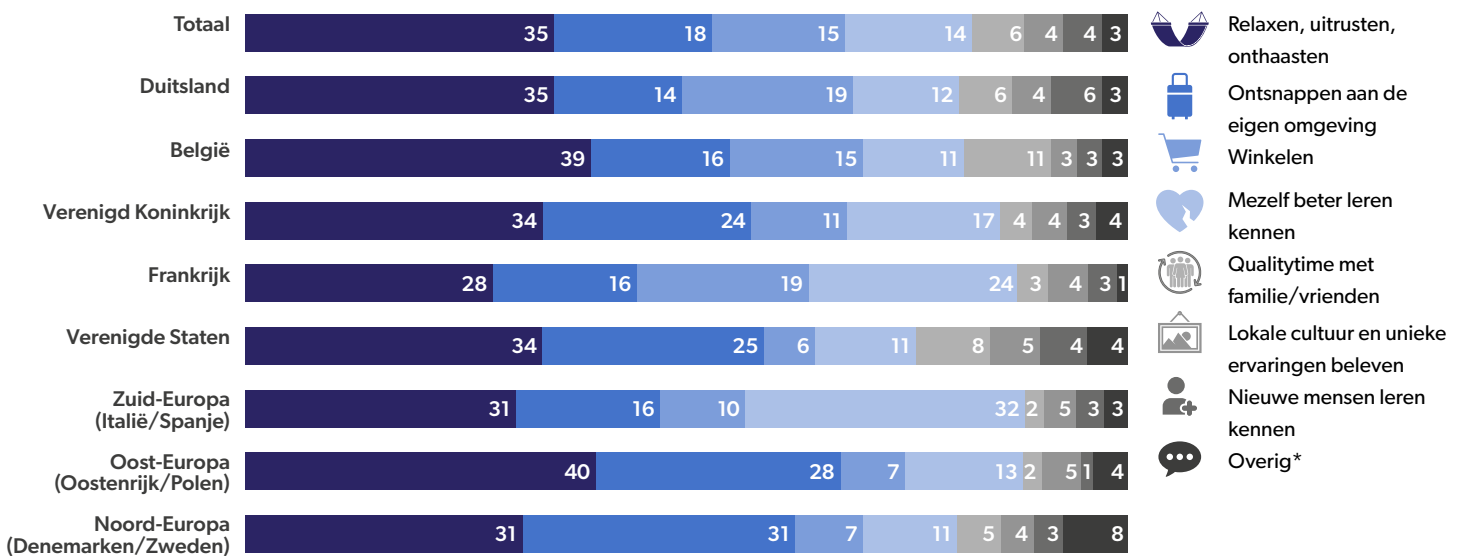


Driekwart van de ondervraagden met een zakelijk motief, geeft de reis voorafgaand aan of na het zakelijke bezoek te hebben verlengd voor vakantie of vrije tijd. In ongeveer de helft van deze gevallen is het vrijetijdsdeel voorafgaand aan het zakelijke bezoek en in ongeveer de helft aansluitend op het bezoek. Een klein deel (6%) verlengt het bezoek zowel vooraf als achteraf. Met name bezoekers vanuit de Verenigde Staten verlengen hun zakelijke reis (bij 87% van de zakelijke reizen).

Binnen het segment MICE komt het nog vaker voor dat bezoekers hun reis verlengen voor vakantie of vrije tijd: bij 81% van de bezoeken wordt de reis verlengd. In het segment MICE wordt de reis vaker achteraf verlengd dan vooraf.

Belangrijkste reden recreatief verblijfsbezoek

Belangrijkste reden recreatief verblijfsbezoek in %



Basis: alle ondervraagden met vakantie/recreatie als motief of bezoek aan familie, vrienden of bekenden, totaal n=10.113, Duitsland n=4.894, België n=1.807, Verenigd Koninkrijk n=955, Frankrijk n=729, Verenigde Staten n=527, Zuid-Europa n=564, Oost-Europa n=386, Noord-Europa n=251.





























*Overig is een samenvoeging van leren, educatie, fysieke en mentale vitaliteit, gezondheid verbeteren en geen van deze.



Bezoekmotief

'Relaxen, uitrusten, onthaasten' wordt door bezoekers uit alle landen het vaakst genoemd als belangrijkste reden voor een reis naar Nederland. Dit percentage is het hoogst voor België en Oost-Europa (Oostenrijk/Polen). Bezoekers uit Zuid-Europa (Italië/Spanje) noemen naast 'relaxen, uitrusten en onthaasten' even vaak het 'ontdekken van de lokale cultuur en het beleven van unieke ervaringen' als belangrijkste reden voor een reis naar ons land.

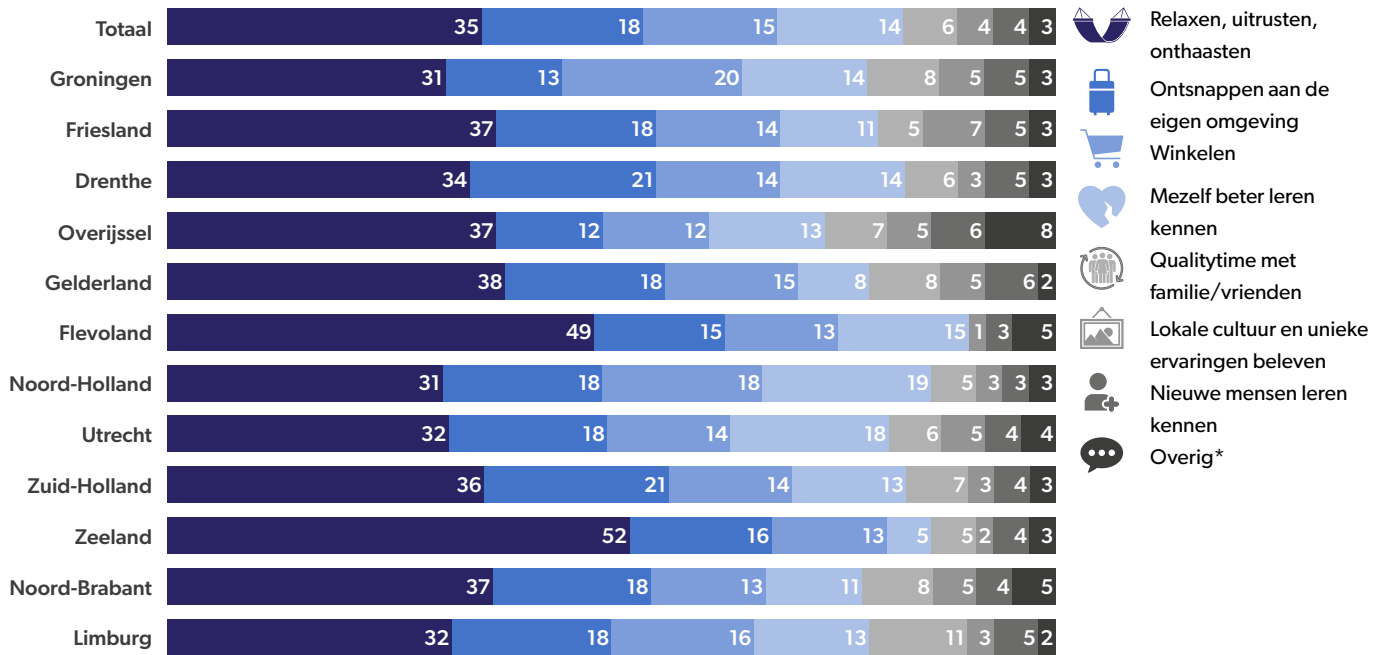
Top 3 belangrijkste reden voor recreatief verblijfsbezoek per land

| | | | |
|---|--|--|--|
| Totaal |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (35%) |  2 quality time met familie/vrienden (18%) |  3 ontsnappen aan de eigen omgeving (15%) |
| Duitsland |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (35%) |  2 ontsnappen aan de eigen omgeving (19%) |  3 quality time met familie/vrienden (14%) |
| België |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (39%) |  2 quality time met familie/vrienden (16%) |  3 ontsnappen aan de eigen omgeving (15%) |
| Verenigd Koninkrijk |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (34%) |  2 quality time met familie/vrienden (24%) |  3 lokale cultuur en unieke ervaringen beleven (17%) |
| Frankrijk |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (28%) |  2 lokale cultuur en unieke ervaringen beleven (24%) |  3 ontsnappen aan de eigen omgeving (19%) |
| Verenigde Staten |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (34%) |  2 quality time met familie/vrienden (25%) |  3 lokale cultuur en unieke ervaringen beleven (11%) |
| Zuid-Europa (Italië/Spanje) |  1 lokale cultuur en unieke ervaringen beleven (32%) |  2 relaxen, uitrusten, onthaasten (31%) |  3 quality time met familie/vrienden (16%) |
| Oost-Europa (Oostenrijk/Polen) |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (40%) |  2 quality time met familie/vrienden (28%) |  3 lokale cultuur en unieke ervaringen beleven (13%) |
| Noord-Europa (Denemarken/Zweden) |  1 relaxen, uitrusten, onthaasten (31%) /  qualitytime met familie/vrienden (31%) |  2 lokale cultuur en unieke ervaringen beleven (11%) |  3 ontsnappen aan eigen omgeving (7%) |

Basis: alle ondervraagden met vakantie/recreatie als motief of bezoek aan familie, vrienden of bekenden, totaal n=10.113, Duitsland n=4.894, België n=1.807, Verenigd Koninkrijk n=955, Frankrijk n=729, Verenigde Staten n=527, Zuid-Europa n=564, Oost-Europa n=386, Noord-Europa n=251.



Belangrijkste reden recreatief verblijfsbezoek per provincie



Basis: alle ondervraagden met vakantie/recreatie als motief of bezoek aan familie, vrienden of bekenden, totaal n=10.113.

*Overig is samenvoeging van leren, educatie, fysieke en mentale vitaliteit, gezondheid verbeteren en geen van deze.

Zeeland en Flevoland zijn typische bestemmingen waar bezoekers heen gaan met als reden relaxen, uitrusten, onthaasten, terwijl Noord-Holland en Utrecht iets vaker worden bezocht vanwege het ontdekken van de lokale cultuur en het beleven van unieke ervaringen. Bezoekers gaan relatief vaak naar de provincie Limburg om er te winkelen. Verder blijkt de maand december bij uitstek de maand voor quality time met familie, vrienden of bekenden.

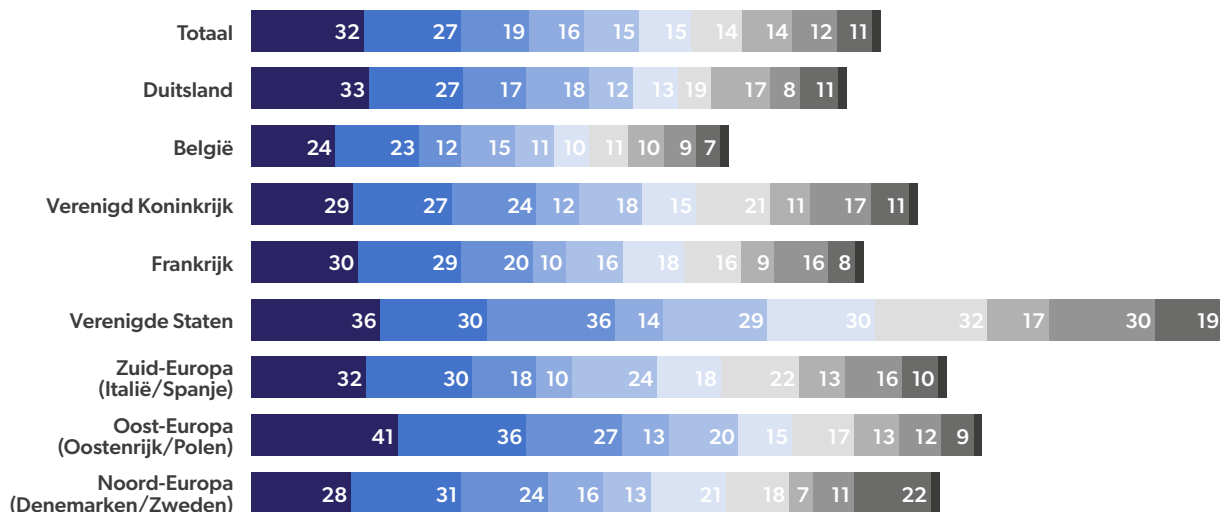


7.2 Oriënteren en boeken

Oriëntatie

Informatiebronnen ter voorbereiding bezoek aan Nederland

Meest gebruikte informatiebronnen ter voorbereiding op het bezoek aan Nederland (meerdere antwoorden mogelijk) in %



Zoekmachine (bijv. Google)



Vrienden/familie/etc



Social media



Uit ervaring/reeds bekend



Reis- en vrijetijds websites



Reisgids/brochure



Website met beoordelingen van anderen



Rechtstreeks bij accommodatie



Social travelsites (bijv. Airbnb)



Holland.com



Geen

Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Zoekmachines (zoals Google) en familie, vrienden, etc. zijn de belangrijkste informatiebronnen die geraadpleegd worden ter voorbereiding op een verblijfsbezoek aan Nederland. Daarna volgen social media. In de Verenigde Staten worden relatief veel verschillende bronnen naast elkaar gebruikt ter voorbereiding. Bezoekers uit België raadplegen minder bronnen en zeggen het vaakst geen bronnen te gebruiken (10%).

Beoordelingen van andere reizigers

De rol van beoordelingen van anderen bij keuze voor vakantiebestemming en/of accommodatie

| | Totaal | Duitsland | België | Verenigd Koninkrijk | Frankrijk | Verenigde Staten | Zuid-Europa (Italië/ Spanje) | Oost-Europa (Italië/ Spanje) | Noord Europa (Italië/ Spanje) |
|--------------------------|--------|-----------|--------|---------------------|-----------|------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Zeer bepalend | 18% | 7% | 10% | 17% | 15% | 51% | 14% | 4% | 32% |
| Enigzins bepalend | 69% | 71% | 76% | 77% | 76% | 45% | 79% | 83% | 56% |
| Niet bepalend | 13% | 23% | 14% | 6% | 9% | 4% | 7% | 13% | 11% |

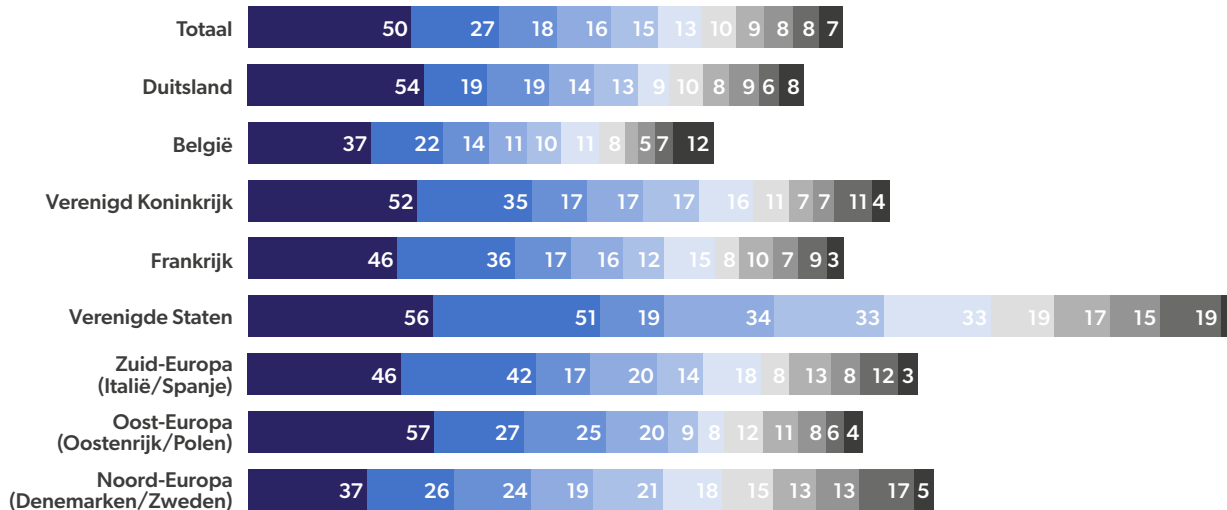
Basis: alle ondervraagden die websites met beoordelingen hebben geraadpleegd, totaal n=1.482, Duitsland n=474, België n=231, Verenigd Koninkrijk n=201, Frankrijk n=127, Verenigde Staten n=200, Zuid-Europa n=130, Oost-Europa n=65, Noord-Europa n=54.

Over het algemeen nemen bezoekers die websites met beoordelingen hebben geraadpleegd, de beoordelingen van andere reizigers mee in hun keuze, maar wegen andere aspecten zwaarder. In totaal geeft ongeveer één op de vijf respondenten in deze groep aan de keuze vooral te laten afhangen van beoordelingen van anderen (18%). In de Verenigde Staten geldt dit voor een opvallend grote groep: 51% vindt de beoordeling van andere reizigers erg belangrijk. In Oost-Europa en Duitsland is binnen deze groep het percentage mensen dat de beoordeling zeer belangrijk vindt het laagst (respectievelijk 4% en 7%).



Informatiebronnen gebruikt ter voorbereiding bezoek attractie of ondernomen activiteit

Meest gebruikte informatiebronnen ter voorbereiding op het bezoek aan een attractie of ondernomen activiteit (meerdere antwoorden mogelijk) in %



Basis: alle ondervraagden die een activiteit hebben ondernomen in Nederland, totaal n=10.529, Duitsland n=5.024, België n=1.862, Verenigd Koninkrijk n=995, Frankrijk n=767, Verenigde Staten n=604, Zuid-Europa n=593, Oost-Europa n=413, Noord-Europa n=271.

Ook ter voorbereiding op een bezoek aan een attractie of een andere ondernomen activiteit zijn zoekmachines zoals Google de meest geraadpleegde informatiebronnen. In totaal maakt gemiddeld de helft van de verblijfsbezoekers hier gebruik van. Daarnaast worden relatief vaak websites met beoordelingen van andere reizigers gebruikt, net als informatie van vrienden, familie, etc. en social media. De Amerikanen binnen deze groep maken wederom gebruik van veel verschillende bronnen, net als bij de algemene voorbereiding op een verblijfsbezoek aan Nederland.

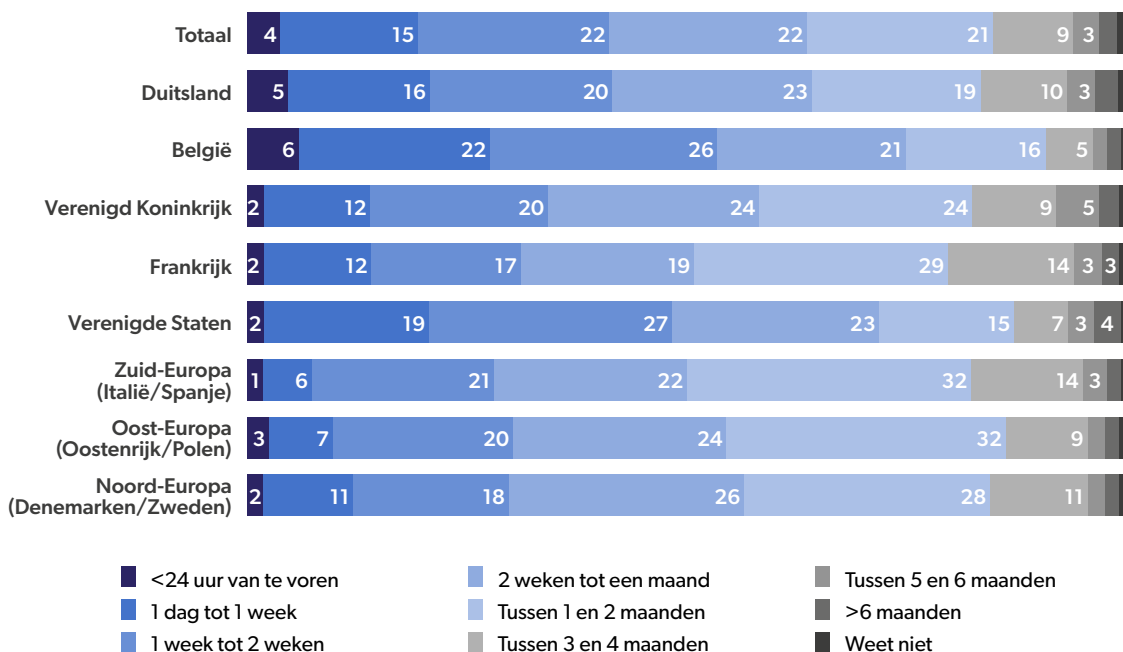




Boeken

Het plannen van bezoek aan Nederland

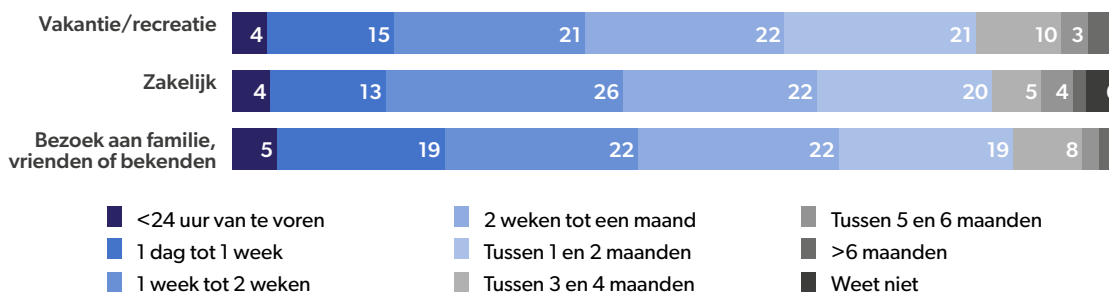
Plannen van het bezoek aan Nederland per land in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Gemiddeld gezien plannen verblijfsbezoekers hun bezoek aan Nederland relatief kort van tevoren. Ruim 60% van de verblijfsbezoekers boekt het verblijf tussen één week en twee maanden van tevoren. De onzekere factoren zoals corona, de oorlog in Oekraïne en/of inflatie kunnen invloed hebben gehad op het hoge aandeel verblijfsbezoekers die kort van tevoren plannen.

Plannen van het bezoek aan Nederland per motief in %



Basis: alle ondervraagden, vakantie/recreatie n=8.089, zakelijk n=528, bezoek aan familie, vrienden of bekenden n=1.944.

Kijkend naar de verschillende reismotieven valt op dat een bezoek aan familie, vrienden of bekenden korter van tevoren wordt gepland dan de overige twee motieven.

Gepland bezoek aan Nederland met pakketreis

Aan de bezoekers met een vrijetijdsmotief (vakantie, recreatie, bezoek aan familie, vrienden of bekenden) is gevraagd of het verblijfsbezoek aan Nederland onderdeel was van een pakketreis. Bij een pakketreis wordt vooraf aan één reis- of boekingsorganisatie een totaalbedrag betaald voor een combinatie van onderdelen zoals vervoer, verblijf en dergelijke.

Aandeel pakketreis naar Nederland

| | Totaal | Duitsland | België | Verenigd Koninkrijk | Frankrijk | Verenigde Staten | Zuid-Europa (Italië/ Spanje) | Oost-Europa (Italië/ Spanje) | Noord Europa (Italië/ Spanje) |
|------------------|--------|-----------|--------|---------------------|-----------|------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Ja | 37% | 32% | 29% | 48% | 33% | 71% | 47% | 33% | 42% |
| Nee | 60% | 64% | 67% | 50% | 66% | 27% | 51% | 64% | 51% |
| Weet niet | 3% | 4% | 4% | 3% | 1% | 2% | 2% | 3% | 7% |

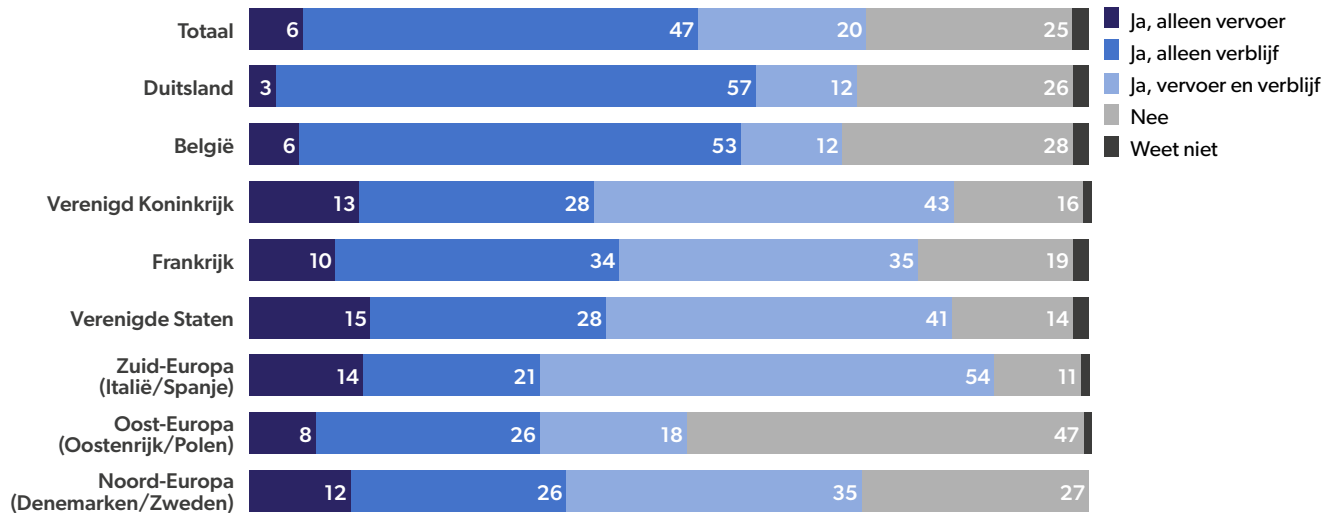
Basis: alle ondervraagden excl. zakelijk motief, Totaal n=10.113, Duitsland n=4.894, België n=1.807, Verenigd Koninkrijk n=955, Frankrijk n=729, Verenigde Staten n=527, Zuid-Europa n=564, Oost-Europa n=386, Noord-Europa n=251.

Gemiddeld gezien komt 37% van de niet-zakelijke bezoekers middels een pakketreis naar Nederland. Dit percentage is vooral hoog onder bezoekers vanuit de Verenigde Staten, namelijk 71%. Daarna volgen het Verenigd Koninkrijk en Zuid-Europa met respectievelijk 48% en 47% van de bezoekers die gebruikmaken van een pakketreis.



Gepland bezoek aan Nederland zonder pakketreis

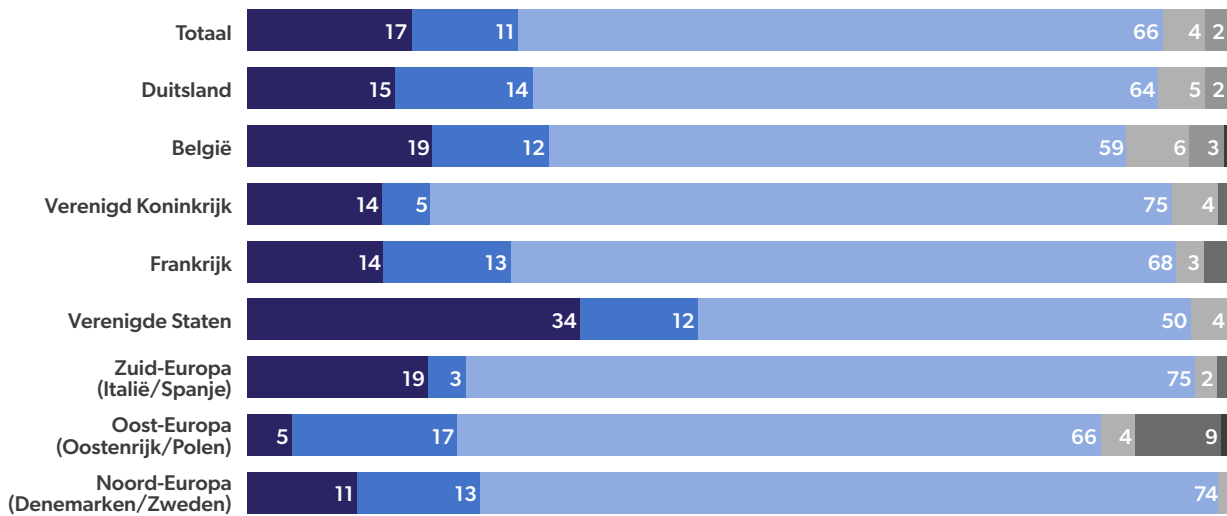
Vervoer naar of verblijf in Nederland vooraf geboekt/gereserveerd (geen pakketreis) in %



Basis: ondervraagden (excl. zakelijk motief) die geen pakketreis hebben geboekt, totaal n=5.725, Duitsland n=2.967, België n=1.103, Verenigd Koninkrijk n=444, Frankrijk n=466, Verenigde Staten n=124, Zuid-Europa n=276, Oost-Europa n=236, Noord-Europa n=109.

Van de niet-zakelijke verblijfsbezoekers die geen pakketreis boeken, reserveert bijna de helft alleen het verblijf vooraf (47%) en 6% alleen het vervoer. Één op de vijf (20%) boekt zowel het vervoer als verblijf vooraf. Een kwart (25%) boekt geen verblijf en geen vervoer. Dit kan voorkomen wanneer bezoekers bijvoorbeeld met hun eigen auto naar Nederland reizen en vervolgens bij familie, vrienden of bekenden verblijven. Het kan ook zijn dat het verblijf ter plaatse wordt geregeld. Vanuit Oost-Europa gaat dit om een behoorlijk grote groep (47%). Het percentage bezoekers dat vooraf zowel verblijf als vervoer boekt is binnen deze groep het kleinst onder reizigers vanuit Duitsland en België (beide landen 12%). Vanuit Zuid-Europa wordt juist wel vaak zowel verblijf als vervoer geboekt (54%).

Manier van boeken/reserveren van het vervoer naar Nederland (geen pakketreis) in %



Persoonlijk contact



Telefonisch/videobellen



Internet



E-mail of tekstbericht



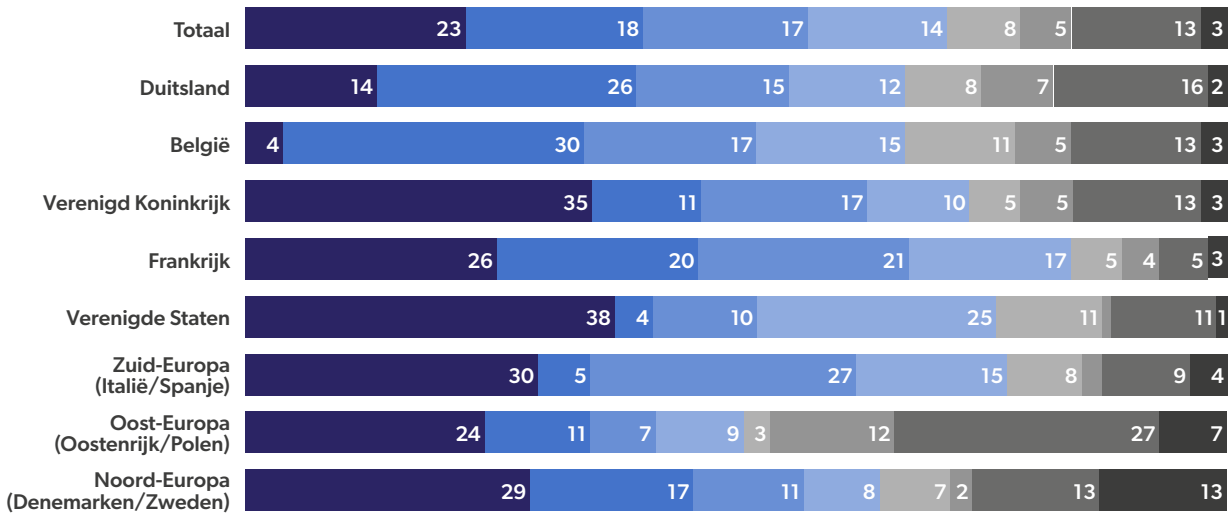
Andere manier



Weet niet

Basis: alle ondervraagden die vervoer naar Nederland hebben geboekt (exclusief personen die een pakketreis hebben geboekt), totaal n=1.954, Duitsland n=573, België n=312, Verenigd Koninkrijk n=294, Frankrijk n=244, Verenigde Staten n=143, Zuid-Europa n=209, Oost-Europa n=108, Noord-Europa n=71.

Verblijfsbezoekers die geen pakketreis boeken, maar wel hun vervoer naar Nederland vooraf regelen, boeken dit vervoer vooral via internet (gemiddeld 66%). Op de tweede plaats staat via persoonlijk contact, bijvoorbeeld bij een reisbureau of reisadviseur (gemiddeld 17%), gevolgd door via telefonisch contact (gemiddeld 11%). Voor bezoekers uit de Verenigde Staten is het percentage via persoonlijk contact aanzienlijk hoger dan voor bezoekers uit andere landen.


Boekings-/reserveringsinstantie van het vervoer naar Nederland (geen pakketreis) in %

Rechtstreeks bij luchtvaartmaatschappij

Rechtstreeks bij spoorwegmaatschappij

Boekingswebsite

Rechtstreeks bij auto-/motorverhuurbedrijf

Reisbureau of reisorganisatie

Rechtstreeks bij busmaatschappij

Overig*

Weet niet

Basis: alle ondervraagden die vervoer naar Nederland hebben geboekt (exclusief personen die een pakketreis hebben geboekt), totaal n=1.954, Duitsland n=573, België n=312, Verenigd Koninkrijk n=294, Frankrijk n=244, Verenigde Staten n=143, Zuid-Europa n=209, Oost-Europa n=108, Noord-Europa n=71.

* Voor 'Overig' zijn meerdere antwoorden geclusterd: rechtstreeks bij botenverhuurder/rederij of ferrymaatschappij, rechtstreeks bij camperverhuurbedrijf, via een andere bemiddelaar, via een (vakantie) veilingwebsite en anders.

Verblijfsbezoekers die geen pakketreis boeken, maar wel hun vervoer naar Nederland vooraf regelen, boeken dit vaak (rechtstreeks) bij een luchtvaartmaatschappij (23%). Vanuit Duitsland en België wordt het vervoer relatief vaak (rechtstreeks) vooraf geboekt bij een spoorwegmaatschappij (respectievelijk 26% en 30%).

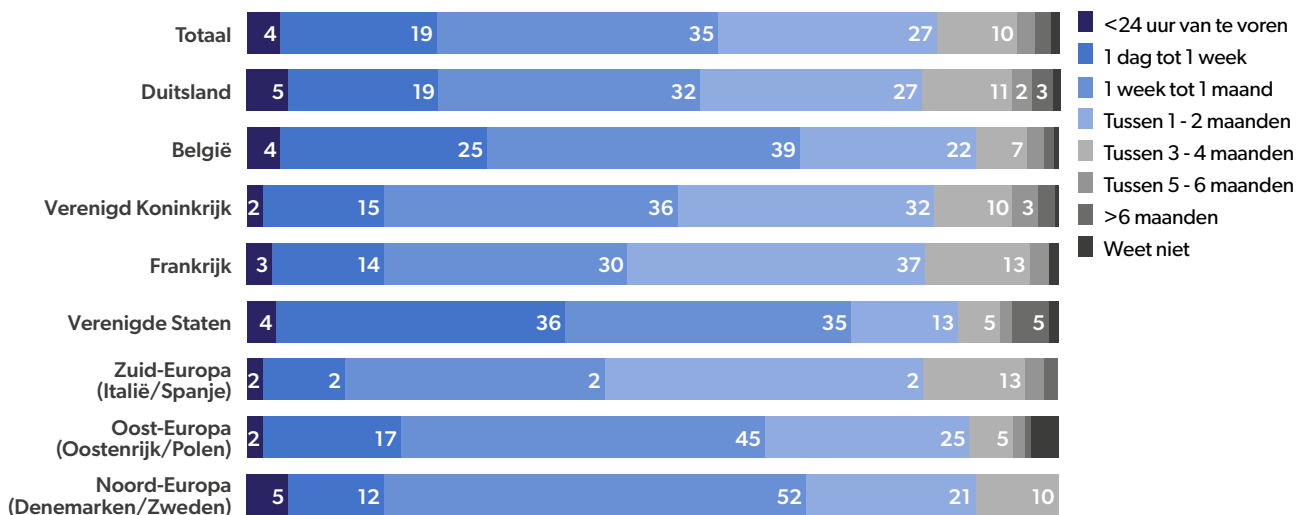
Accommodatie gereserveerd na vertrek van huis (voor aankomst in Nederland) in %

| | Totaal | Duitsland | België | Verenigd Koninkrijk | Frankrijk | Verenigde Staten | Zuid-Europa (Italië/Spanje) | Oost-Europa (Italië/Spanje) | Noord-Europa (Italië/Spanje) |
|------------------|--------|-----------|--------|---------------------|-----------|------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Ja | 22% | 17% | 20% | 35% | 19% | 75% | 13% | 14% | 43% |
| Nee | 76% | 81% | 77% | 63% | 81% | 24% | 86% | 85% | 52% |
| Weet niet | 2% | 2% | 4% | 2% | 0% | 1% | 1% | 1% | 6% |

Basis: alle ondervraagden die voor vertrek nog geen verblijf geboekt hebben (niet in pakketreis en niet als losse boeking), totaal n=1.894, Duitsland n=915, België n=412, Verenigd Koninkrijk n=146, Frankrijk n=137, Verenigde Staten n=62, Zuid-Europa n=73, Oost-Europa n=111, Noord-Europa n=38.

Ongeveer een vijfde van de personen die voor vertrek nog geen accommodatie heeft geboekt (dus niet in een pakketreis en ook niet als losse boeking), reserveert een accommodatie onderweg (dus na vertrek van huis en voor aankomst in Nederland). Onder bezoekers uit de Verenigde Staten is dit aandeel flink hoger, namelijk 75%. Ook voor mensen uit Noord-Europa en het Verenigd Koninkrijk is dit percentage hoger dan voor mensen uit de overige landen (respectievelijk 43% en 35%).

Periode reserveren/boeken verblijf in Nederland (geen pakketreis) in %



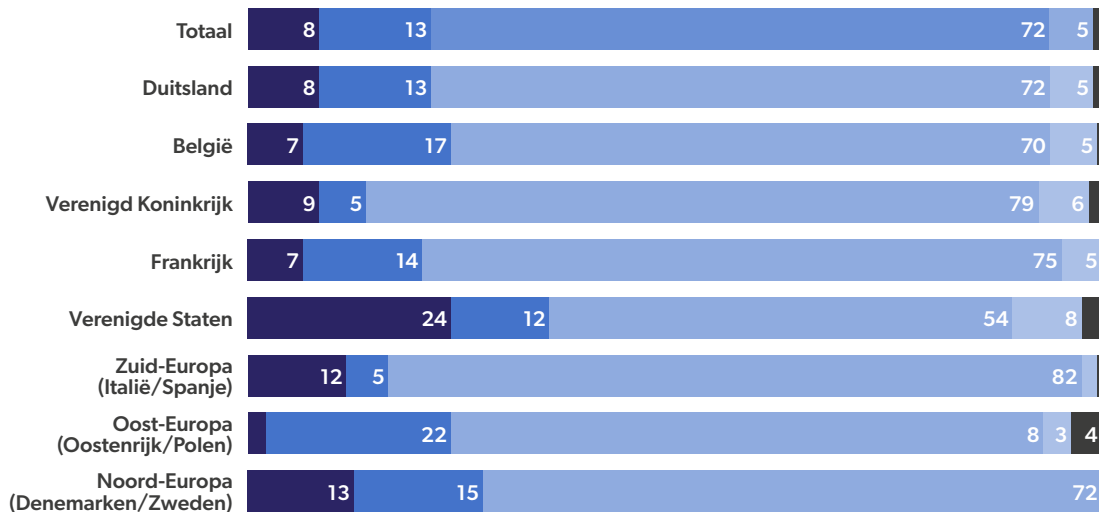
Basis: alle ondervraagden die voorafgaand aan aankomst in Nederland een verblijf/accommodatie hebben geboekt (excl. pakketreizen), totaal n=4.322, Duitsland n=2.231, België n=798, Verenigd Koninkrijk n=363, Frankrijk n=355, Verenigde Staten n=110, Zuid-Europa n=220, Oost-Europa n=151, Noord-Europa n=94.



Het verblijf in Nederland is door bezoekers die geen pakketreis boeken het vaakst een week tot een maand van tevoren geboekt/gereserveerd (gemiddeld 34%). Daarna wordt het vaakst tussen één en twee maanden van tevoren gereserveerd (gemiddeld 26%). Vanuit de Verenigde Staten komt het vaker voor dat er korter van tevoren wordt geboekt (tot één week van tevoren 34%).

Manier van boeken/reserveren van het verblijf in Nederland

Manier van boeken/reserveren van het verblijf naar Nederland (geen pakketreis) in %



Persoonlijk contact



Telefonisch/videobellen



Internet



E-mail of tekstbericht

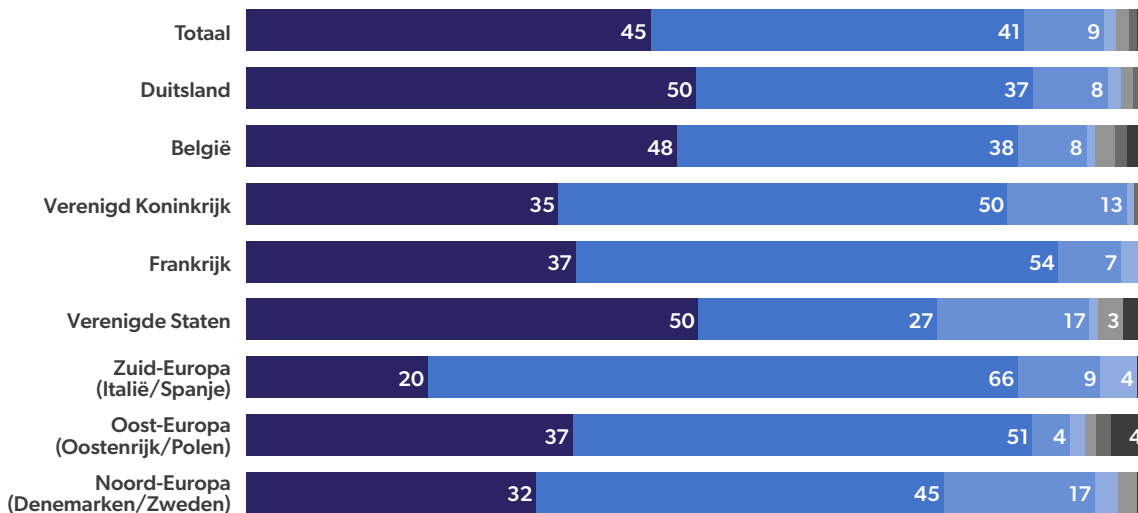


Andere manier

Basis: alle ondervraagden die voorafgaand aan aankomst in Nederland een verblijf/accommodatie hebben geboekt (excl. pakketreizen), totaal n=4.322, Duitsland n=2.231, België n=798, Verenigd Koninkrijk n=363, Frankrijk n=355, Verenigde Staten n=110, Zuid-Europa n=220, Oost-Europa n=151, Noord-Europa n=94.

De meeste boekingen voor verblijf (excl. pakketreizen) worden via internet gedaan (gemiddeld 72%). Alleen bij de Amerikanen ligt dit aandeel een stuk lager; 54% boekt via internet en daarnaast 24% via persoonlijk contact. Ook vanuit Zuid-Europa en Noord-Europa wordt relatief veel via persoonlijk contact geboekt (respectievelijk 12% en 13%).

Instantie voor het boeken/reserveren van het verblijf in Nederland in %



Rechtstreeks bij de accommodatie



Veilingwebsite



Boekingwebsite



Anders



Reisbureau of reisorganisatie



Weet niet



Andere bemiddelende organisatie

Basis: alle ondervraagden die voorafgaand aan aankomst in Nederland een verblijf/accommodatie hebben geboekt (excl. pakketreizen), totaal n=4.322, Duitsland n=2.231, België n=798, Verenigd Koninkrijk n=363, Frankrijk n=355, Verenigde Staten n=110, Zuid-Europa n=220, Oost-Europa n=151, Noord-Europa n=94.

Verblijfsbezoekers die geen pakketreis boeken, maar wel hun verblijf in Nederland vooraf regelen, boeken dit verblijf vooral rechtstreeks bij de accommodatie, gemiddeld 45%. Daarna volgen boekingen via boekingwebsites (gemiddeld 41%). Daarnaast boeken Amerikanen en Noord-Europeanen die geen pakketreis boeken, maar wel hun verblijf van tevoren regelen, in relatief hoge mate via een reisbureau/reisorganisatie.



Vooraf boeken/reserveren van toegangskarten, tickets en kortingskarten voor bezienswaardigheden/attracties in Nederland

| | Totaal | Duitsland | België | Verenigd Koninkrijk | Frankrijk | Verenigde Staten | Zuid-Europa (Italië/Spanje) | Oost-Europa (Italië/Spanje) | Noord Europa (Italië/Spanje) |
|------------------|--------|-----------|--------|---------------------|-----------|------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Ja | 39% | 34% | 34% | 40% | 42% | 71% | 47% | 35% | 36% |
| Nee | 59% | 64% | 63% | 56% | 56% | 26% | 50% | 63% | 60% |
| Weet niet | 2% | 2% | 3% | 4% | 2% | 3% | 3% | 2% | 4% |

Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Over het algemeen koopt of reserveert 39% van de verblijfsbezoekers voor aankomst in Nederland tickets voor bezienswaardigheden/attracties. Vanuit de Verenigde Staten gebeurt dit in (veel) hogere mate; 71% van de Amerikanen regelt voor aankomst in Nederland al tickets.

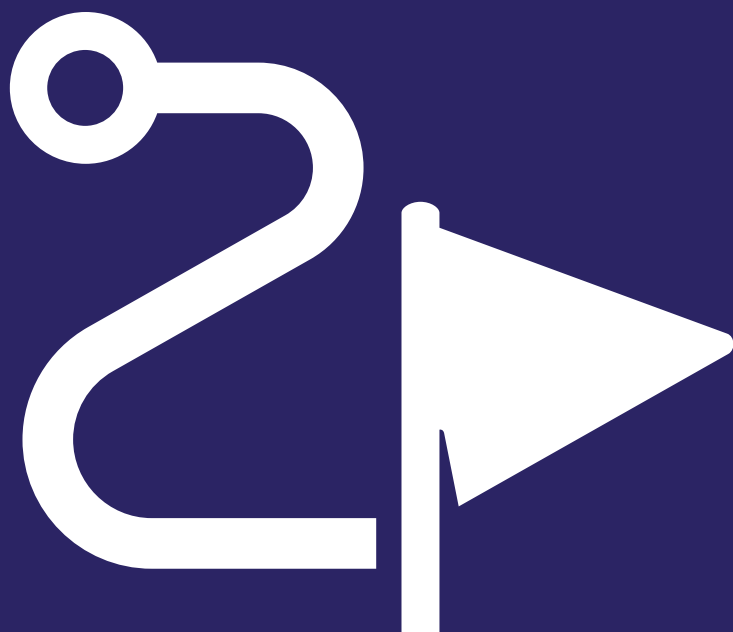
Boeken/reserveren van toegangskarten, tickets en kortingskarten voor bezienswaardigheden/attracties tijdens verblijf in Nederland

| | Totaal | Duitsland | België | Verenigd Koninkrijk | Frankrijk | Verenigde Staten | Zuid-Europa (Italië/Spanje) | Oost-Europa (Italië/Spanje) | Noord Europa (Italië/Spanje) |
|------------------|--------|-----------|--------|---------------------|-----------|------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Ja | 50% | 46% | 41% | 52% | 56% | 80% | 62% | 43% | 49% |
| Nee | 48% | 52% | 56% | 45% | 42% | 18% | 36% | 55% | 45% |
| Weet niet | 2% | 2% | 3% | 3% | 1% | 2% | 2% | 2% | 6% |

Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

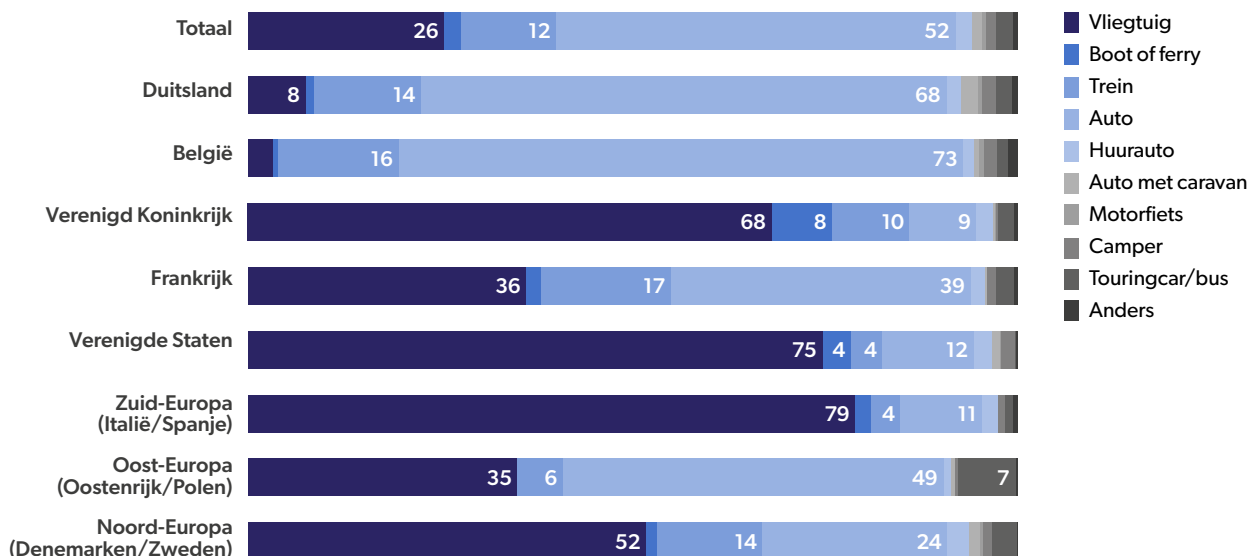
Tijdens het bezoek aan Nederland reserveert of koopt gemiddeld de helft van de verblijfsbezoekers tickets voor bezienswaardigheden/attracties. Voor bezoekers uit de Verenigde Staten ligt dit percentage beduidend hoger, namelijk 80%.

Het is hierbij van belang te vermelden dat het om tickets gaat die bijvoorbeeld vooraf via internet worden gereserveerd of gekocht, en dus niet om tickets die bij de kassa/entree worden gekocht.



7.3 Vervoer naar Nederland

Gebruikt vervoermiddel naar Nederland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273

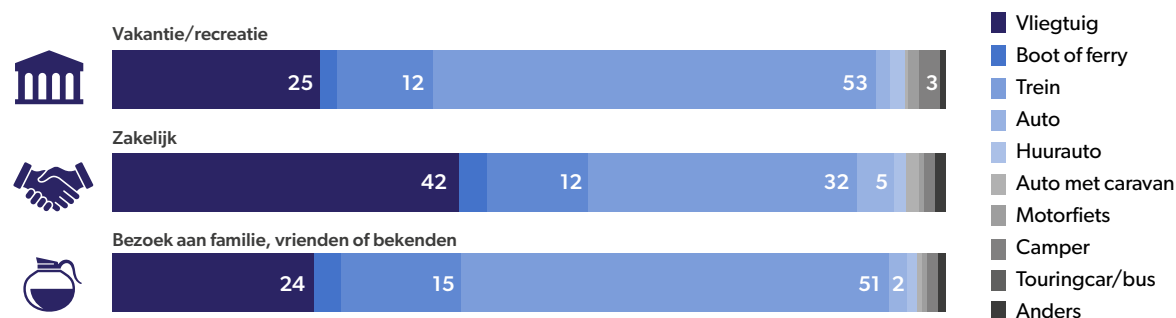
*Voor 'Overig' zijn meerdere antwoorden geclusterd: te voet, met de fiets/bromfiets of met een ander vervoermiddel.

Het meest gebruikte vervoermiddel om naar Nederland te gaan, is de auto. In totaal wordt voor meer dan de helft van de bezoeken een (huur)auto (met of zonder caravan) gebruikt (55%). Ongeveer een kwart van de bezoekers komt met het vliegtuig naar Nederland. Het vliegtuig wordt met name gebruikt door overzeese reizigers vanuit het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten, maar ook vaak door Zuid-Europeanen. Vanuit Oost-Europa wordt de auto vaker gebruikt dan het vliegtuig.

In totaal gebruikt 12% van de ondervraagden de trein als vervoermiddel naar Nederland. Vergeleken met bezoekers uit andere landen reizen bezoekers vanuit Frankrijk en België het vaakst met de trein naar Nederland.

De jongste twee leeftijdsgroepen (18 t/m 34 jaar en 35 t/m 49 jaar) reizen vaker met het vliegtuig naar Nederland dan de ouderen (50-plussers). De ouderen gaan vaker met de auto naar Nederland. Daarnaast reizen 18 t/m 34-jarigen vaker met de trein naar Nederland dan 35-plussers.

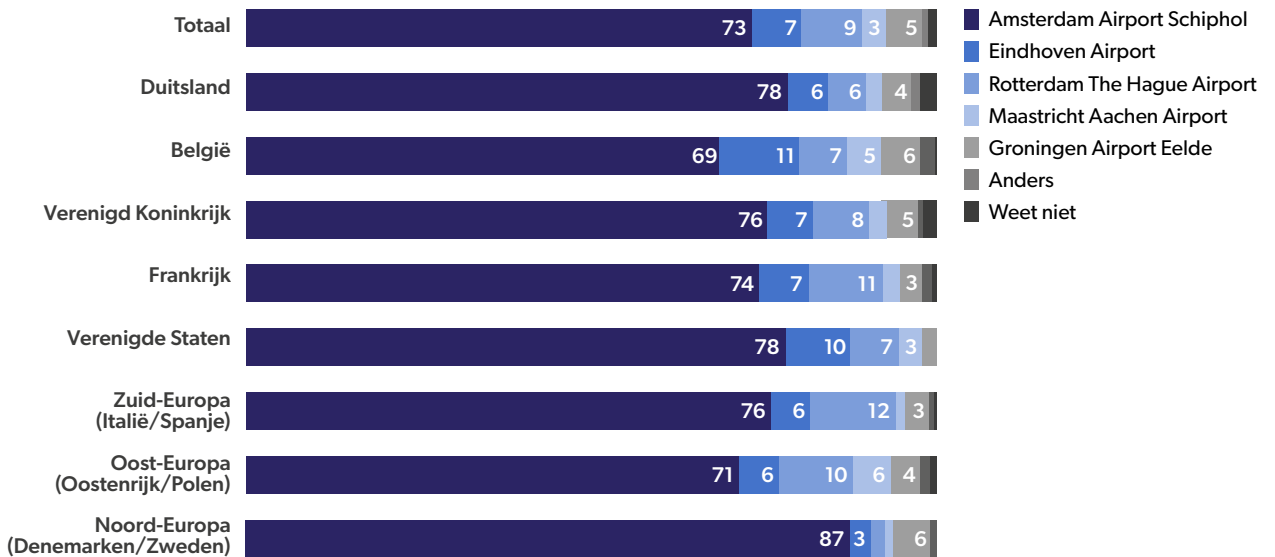
Gebruikt vervoermiddel naar Nederland naar motief in %



Basis: alle ondervraagden, vakantie/recreatie n=8.089, zakelijk n=528, bezoek aan familie, vrienden of bekenden n=1.944.

Van de recreatieve reizigers komt het merendeel met de auto naar Nederland. Dit percentage is vergelijkbaar voor een bezoek aan familie, vrienden of bekenden. Bezoekers met een zakelijk motief pakken echter vaker het vliegtuig en minder vaak de auto.

Aankomst op luchthaven in Nederland

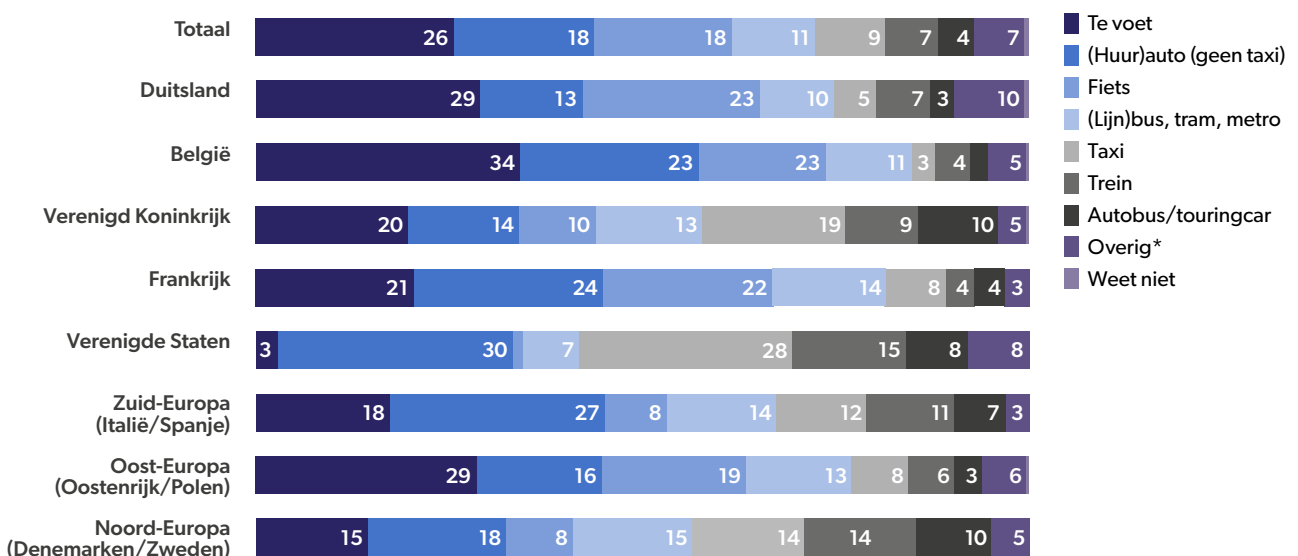


Basis: alle ondervraagden die met vliegtuig naar Nederland reizen, totaal n=2.676, Duitsland n=352, België n=86, Verenigd Koninkrijk n=703, Frankrijk n=292, Verenigde Staten n=466, Zuid-Europa n=475, Oost-Europa n=160, Noord-Europa n=142.

Driekwart (73%) van de bezoekers die met het vliegtuig aankomen in Nederland vanuit bovenstaande landen en regio's, landen op Schiphol. Van de overige luchthavens zijn Rotterdam (9%) en Eindhoven (7%) de meest gebruikte. Belgen vliegen het minst vaak via Schiphol en Noord-Europeanen juist het meest.

Gebruikte vervoermiddelen tijdens verblijf

Meest gebruikte vervoermiddel tijdens een verblijf in Nederland



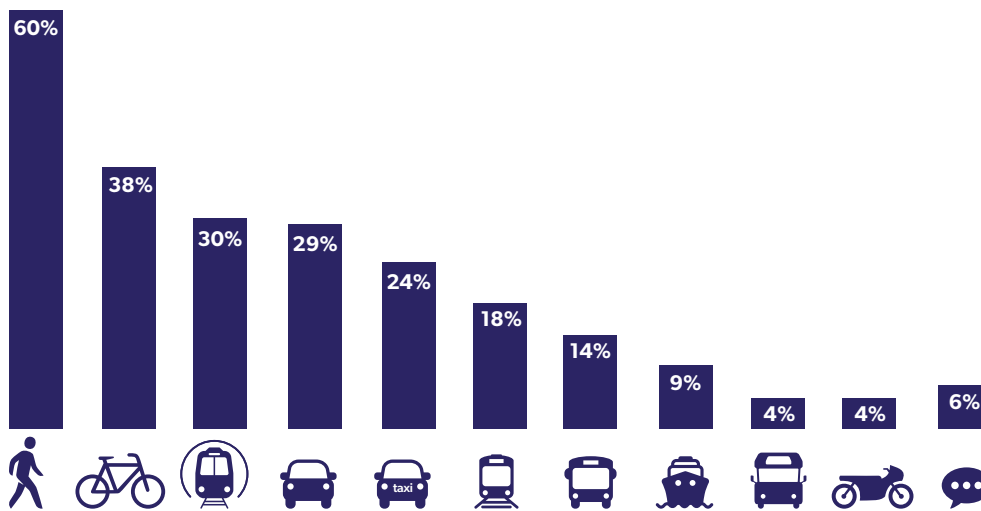


Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

* Voor 'overig' zijn meerdere antwoorden geclusterd: camper, boot, motor en anders.

Verblijfsbezoekers die eenmaal in Nederland zijn, verkennen het land relatief vaak te voet: 26% geeft aan zich vooral lopend te verplaatsen in Nederland. De Belgen, Duitsers en Oost-Europeanen gaan vaker dan gemiddeld te voet. Over het geheel genomen worden de auto en fiets evenveel genoemd als meest gebruikte vervoermiddel (beide 18%). De fiets wordt relatief vaak gebruikt door de Duitse en Franse verblijfsbezoekers. Amerikanen maken vaker gebruik van (huur)auto's en taxi's.

Alle gebruikte vervoersmiddelen tijdens een verblijf in Nederland



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641.

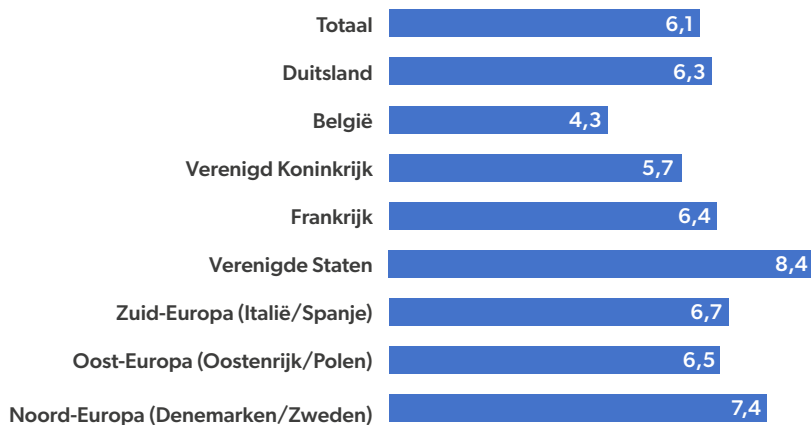
In totaal gebruiken zes op de tien verblijfsbezoekers aan zich te voet te verplaatsen in Nederland, al dan niet in combinatie met andere vervoersmiddelen. Ook de fiets wordt door de verblijfsbezoekers vaak gebruikt: bijna vier op de tien bezoekers gebruiken op enig moment de fiets als vervoersmiddel. Daarnaast verplaatsen bezoekers zich met het openbaar vervoer binnen Nederland: drie op de tien gebruiken de bus, tram of metro en bijna twee op de tien de trein.



7.4 Verblijf in Nederland

Duur van een verblijf

Gemiddeld aantal nachten in Nederland bij verblijfsbezoek

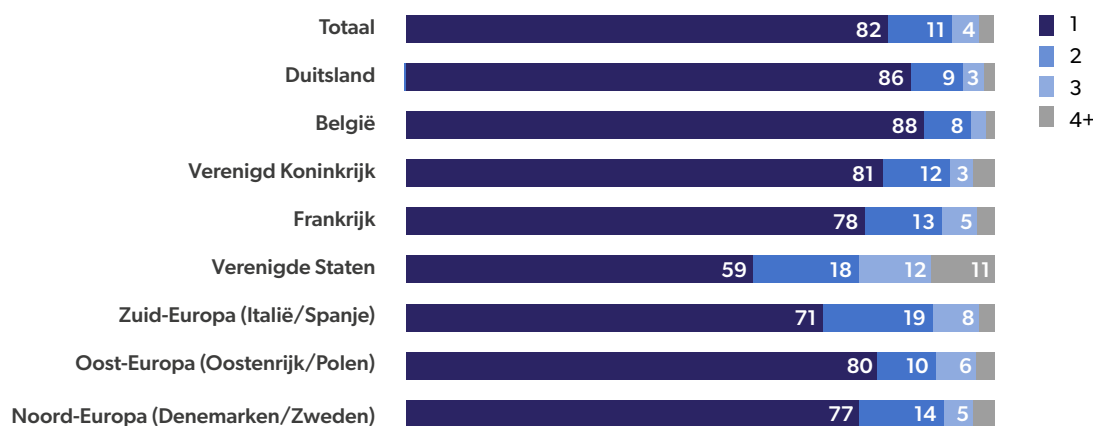


Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

De gemiddelde duur van een verblijf in Nederland van bezoekers uit de elf onderzochte landen is ongeveer zes nachten. Voor bezoekers uit de Verenigde Staten en Noord-Europa is de gemiddelde verblijfsduur langer dan gemiddeld. Belgen blijven als enigen van deze landen gemiddeld minder dan vijf nachten. Jongeren blijven over het algemeen iets langer in Nederland dan ouderen: gemiddeld blijven 18 t/m 34-jarigen 6,6 nachten, 35 t/m 49-jarigen 6,3 nachten en 50-plussers 5,2 nachten. Bezoekers die op een boot of in een tweede woning verblijven, blijven langer dan gemiddeld: 7,5 nachten. Bij reguliere accommodaties (hotels, pensions, appartementen, bed and breakfasts, campings en groepsaccommodaties) is de gemiddelde verblijfsduur 6,1 nachten, terwijl deze bij van particulieren gehuurde accommodaties (bijv. via Airbnb) op 6,3 nachten ligt. Een verblijf bij familie, vrienden of bekenden duurt gemiddeld 5,9 nachten.

Aantal accommodaties in Nederland

Aantal accommodaties waarin is overnacht



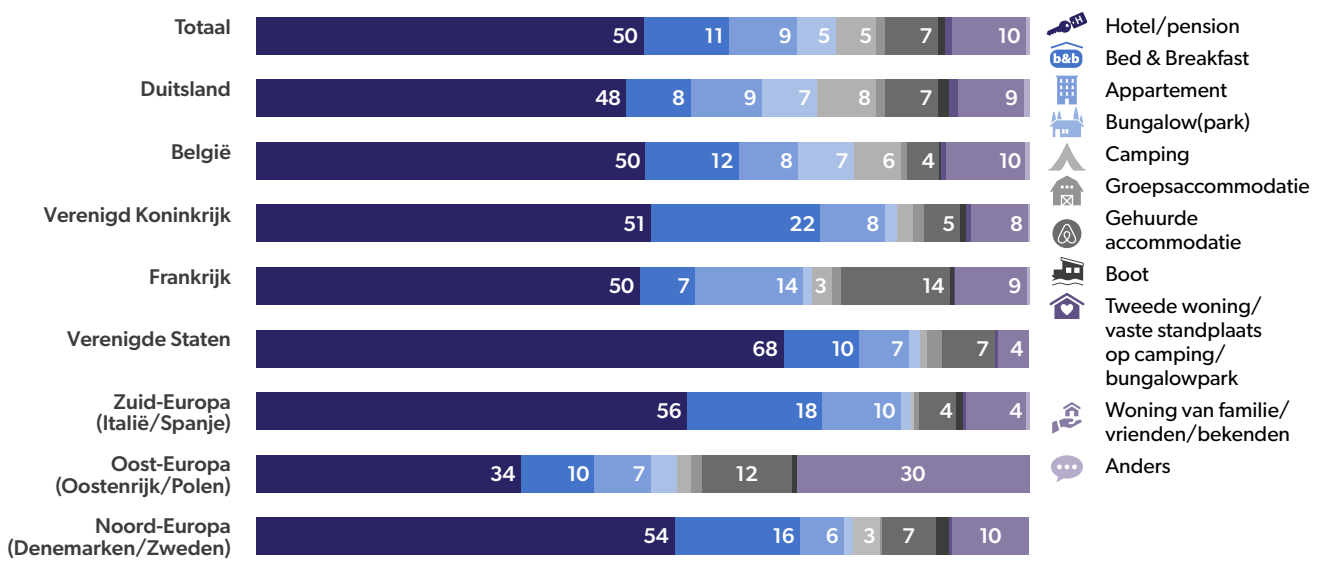
Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.



Over het algemeen overnachten bezoekers tijdens een verblijf in Nederland in één accommodatie (in totaal gemiddeld 82%). Voor bezoekers vanuit de Verenigde Staten ligt het percentage dat in één accommodatie overnacht echter een stuk lager (59%). Deze bezoekers overnachten vaker op meerdere plekken (in 11% van de gevallen zelfs in vier of meer accommodaties). Ook voor bezoekers vanuit Zuid-Europa ligt het aantal accommodaties hoger dan gemiddeld. Van de Zuid-Europeanen overnacht 71% in één accommodatie en 29% dus in twee accommodaties of meer.

Type accommodatie in Nederland

Accommodatievormen per land in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Een hotel/pension is het meest gekozen type accommodatie voor een verblijf in Nederland (gemiddeld 50%). Bij Amerikanen ligt het percentage hotelverblijven flink hoger dan bij de overige landen. Bezoekers vanuit Oost-Europa (met name Polen) overnachten vaker dan andere bezoekers in een woning van familie, vrienden of bekenden. Van particulieren gehuurde accommodaties zijn het meest populair bij bezoekers vanuit Frankrijk en Oost-Europa. Hotels zijn favoriete overnachtingsplekken in Noord-Holland (56%) en Utrecht (54%), terwijl in Gelderland en Zeeland relatief vaak wordt gekozen voor een overnachting op een camping (beide 13%). In Flevoland en Zeeland worden vaker bungalowparken geboekt dan in andere provincies (respectievelijk 11% en 13%).





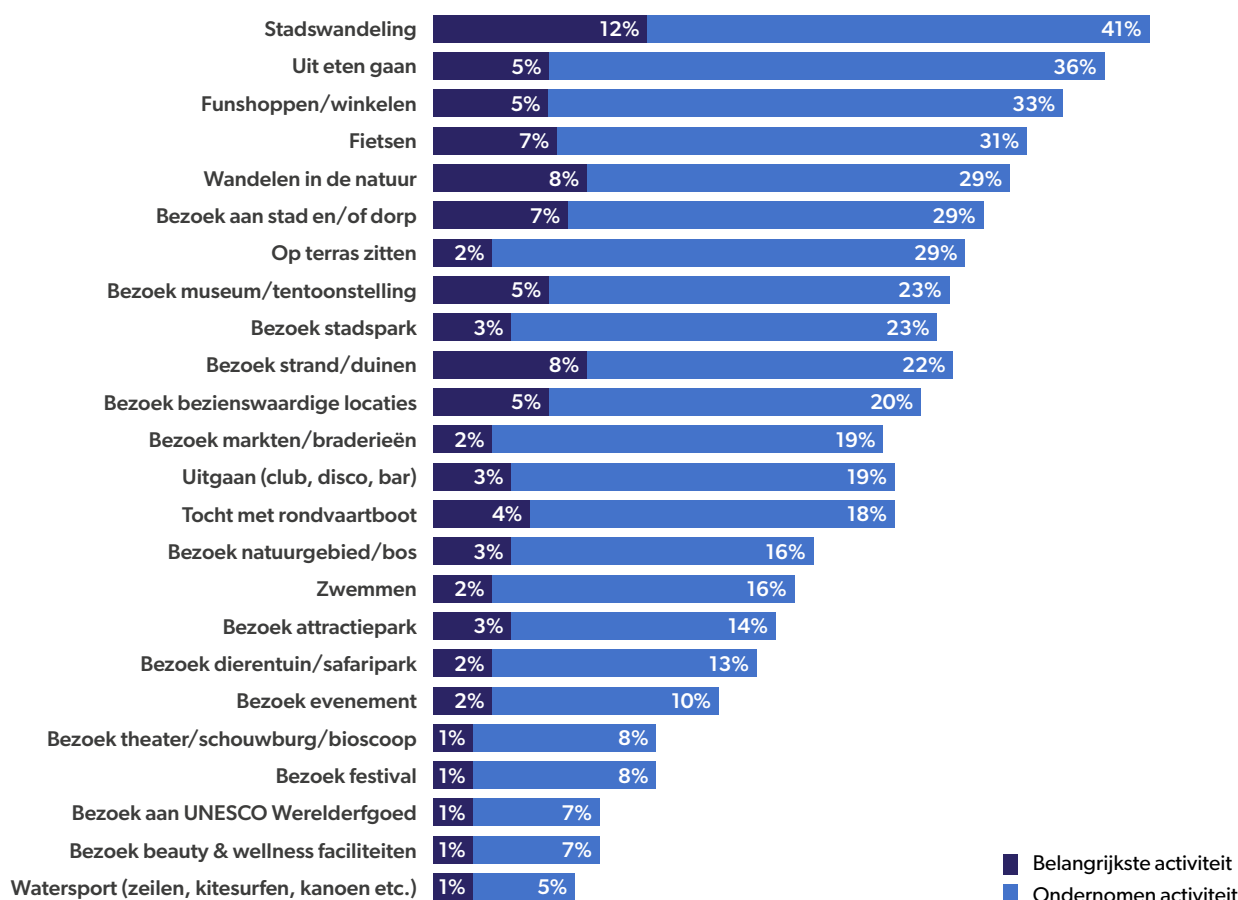


7.5 Bezoekgedrag in Nederland

Ondernomen activiteiten en belangrijkste activiteit in Nederland

Een stadswandeling maken, uit eten gaan en winkelen zijn de drie meest ondernomen activiteiten tijdens een verblijf in ons land, drie 'stadse' activiteiten. Deze worden gevolgd door activiteiten die ook meer buiten de steden worden ondernomen: fietsen, bezoek aan een stad of dorp en wandelen in de natuur. Een stadswandeling wordt in meer dan één op de tien gevallen als belangrijkste activiteit gezien bij een bezoek aan ons land. Daarna volgen de drie eerder genoemde activiteiten in het buitengebied. Opvallend is het belang van het strand/de duinen als ondernomen activiteit. Relatief vaak (in 8% van de gevallen) wordt dit genoemd als de belangrijkste reden voor het bezoek.

Ondernomen activiteiten in Nederland



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.



Wanneer we de vijf meest ondernomen activiteiten door bezoekers uit de verschillende herkomstgebieden bekijken, dan valt op dat bezoek aan het strand vooral onder Duitsers populair is, terwijl bij Belgen 'op het terras zitten' in de top vijf staat. Fransen brengen relatief vaak een bezoek aan een theater of schouwburg, eventueel in combinatie met een stadswandeling en funshoppen. Amerikanen wandelen graag in de stad of in de natuur en ook bij Zuid-Europeanen staat een bezoek aan een museum of tentoonstelling in de top vijf van meest ondernomen activiteiten.

Top 5 activiteiten naar herkomstland

| | Duitsland | België | Frankrijk | Verenigd Koninkrijk |
|---|--------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| 1 | Uit eten gaan (39%) | Stadswandeling (44%) | Stadswandeling (53%) | Stadswandeling (43%) |
| 2 | Fietsen (36%) | Op terras zitten (35%) | Funshoppen/ winkelen (43%) | Funshoppen/ winkelen (35%) |
| 3 | Stadswandeling (34%) | Funshoppen/ winkelen (33%) | Bezoek aan stad en/ of dorp (41%) | Uit eten gaan (34%) |
| 4 | Bezoek strand/ duinen (29%) | Uit eten gaan (31%) | Uit eten gaan (38%) | Wandelen in de natuur (30%) |
| 5 | Wandelen in de natuur (29%) | Bezoek aan stad en/ of dorp (31%) | Fietsen (38%) | Bezoek stadspark (29%) |

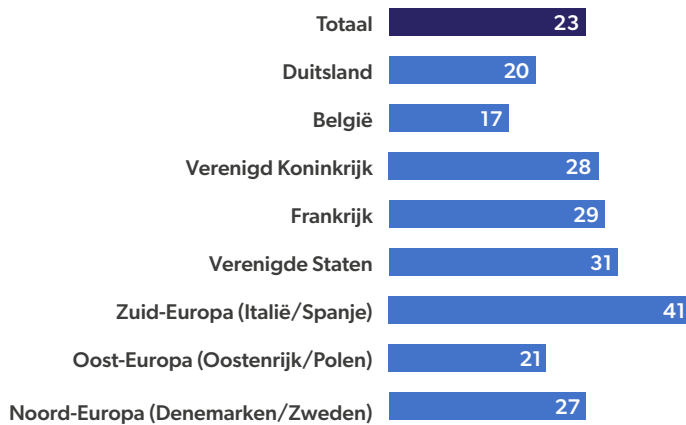
| | Verenigde Staten | Zuid-Europa (Italië/Spanje) | Oost-Europa (Oostenrijk/Polen) | Noord-Europa (Denemarken/Zweden) |
|---|--------------------------------|---|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Funshoppen/ winkelen (42%) | Stadswandeling (55%) | Stadswandeling (56%) | Stadswandeling (49%) |
| 2 | Stadswandeling (39%) | Uit eten gaan (43%) | Funshoppen/ winkelen (42%) | Funshoppen/ winkelen (37%) |
| 3 | Bezoek stadspark (36%) | Funshoppen/ winkelen (41%) | Bezoek aan stad en/ of dorp (38%) | Wandelen in de natuur (33%) |
| 4 | Wandelen in de natuur (36%) | Bezoek museum/ tentoonstelling (41%) | Fietsen (35%) | Uit eten gaan (32%) |
| 5 | Uit eten gaan (33%) | Bezoek aan stad en/ of dorp (41%) | Bezoek stadspark (34%) | Bezoek stadspark (29%) |



Bezoek aan musea

Bijna een kwart van de bezoekers geeft aan een museum te bezoeken tijdens hun verblijf in Nederland. Met name onder bezoekers uit Zuid-Europa (41%), de Verenigde Staten (31%) en Frankrijk (29%) is museumbezoek in trek.

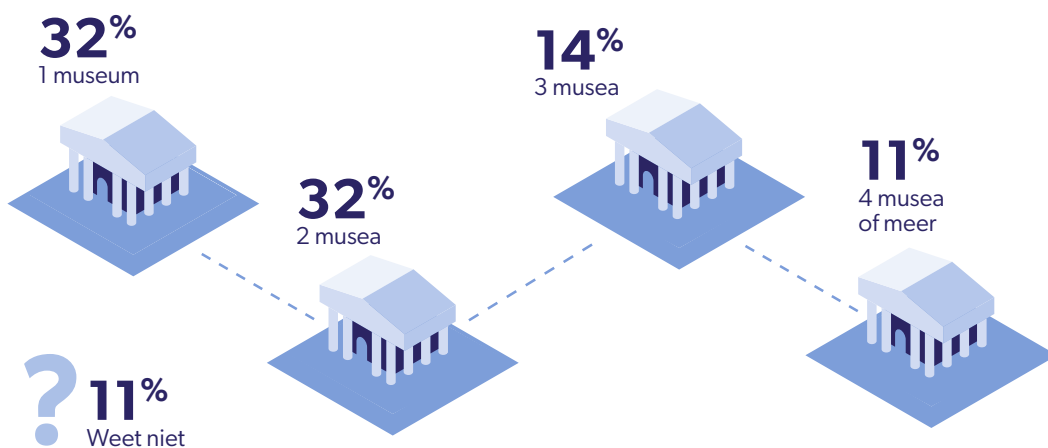
Aandeel bezoek musea en tentoonstellingen in Nederland naar herkomstland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal $n=10.641$, Duitsland $n=5.077$, België $n=1.893$, Verenigd Koninkrijk $n=1.009$, Frankrijk $n=771$, Verenigde Staten $n=605$, Zuid-Europa $n=594$, Oost-Europa $n=419$, Noord-Europa $n=273$.

Ongeveer twee derde van de museumbezoekers bezoekt tijdens hun verblijf meerdere musea en/of tentoonstellingen. In één op de drie gevallen wordt slechts één museum of tentoonstelling bezocht. Gemiddeld gaan de museumbezoekers naar 2,6 musea en/of tentoonstellingen tijdens hun verblijf in Nederland. Onder Duitse museumbezoekers ligt dit aantal het hoogst (gemiddeld 3,4).

Aantal bezochte musea/tentoonstellingen tijdens het bezoek aan Nederland



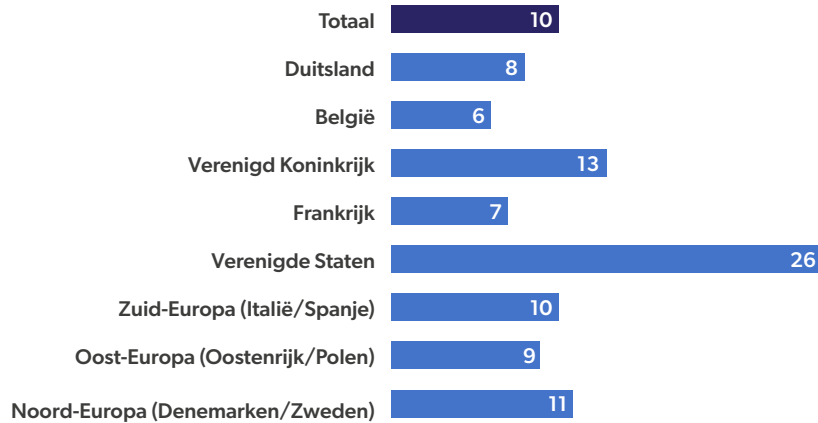
Basis: totaal museumbezoekers, $n=2.408$.



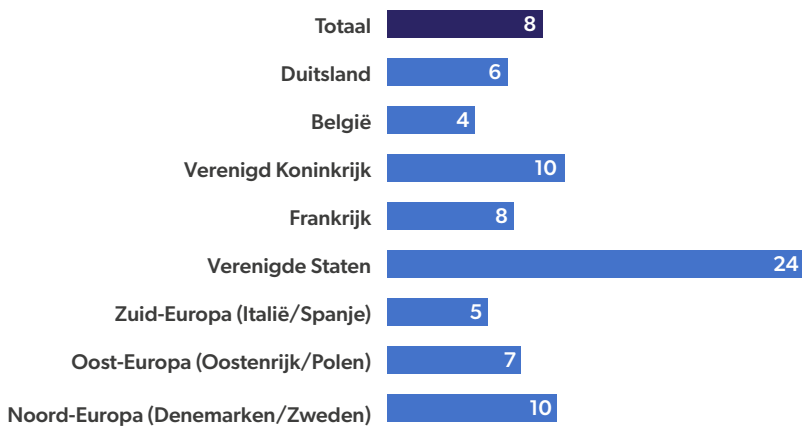
Bezoek aan evenementen

Bij gemiddeld één op de tien verblijfsbezoeken in Nederland wordt een evenement bezocht en in 8% van de gevallen een festival. Met name onder Amerikanen en Britten is een bezoek aan evenementen of festivals relatief populair.

Aandeel bezoek evenementen in Nederland naar herkomstland in %



Aandeel bezoek festivals in Nederland naar herkomstland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.



Tijdens een verblijf kunnen bezoekers naar meerdere (soorten) evenementen gaan. Over het algemeen zijn muziekevenementen het meest in trek. Bijna drie op de vijf evenementen- en festivalbezoekers gaan naar eigen zeggen naar een muziekevenement/-festival. In de helft van de gevallen is dit een cultureel evenement of festival en in bijna een derde van de gevallen een culinair evenement of festival. Een relatief klein deel van de evenementenbezoekers gaat naar een sportevenement.

Type evenement/festival bezocht tijdens het bezoek aan Nederland

Opvallend is dat relatief veel Amerikanen meerdere culturele en muzikale evenementen of festivals bezoeken.

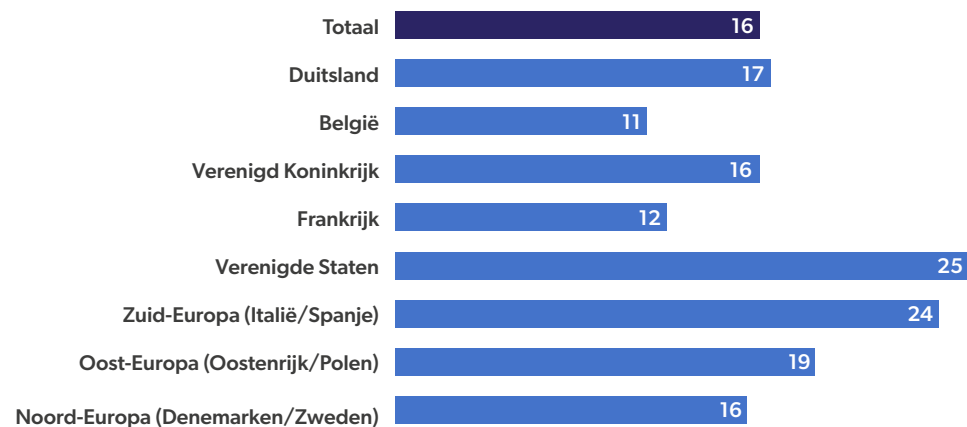


Basis: totaal evenementenbezoekers, n=1.718.

Bezoek aan natuurgebied en nationale parken

Veel bezoekers aan ons land gaan wandelen in de natuur (29%). Van de bezoekers gaat in totaal 16% naar een natuurgebied of bos. Dit gebeurt vooral veel door Amerikanen (25%) en Zuid-Europeanen (24%).

Bezoek natuur- en bosgebieden in Nederland tijdens verblijf in %



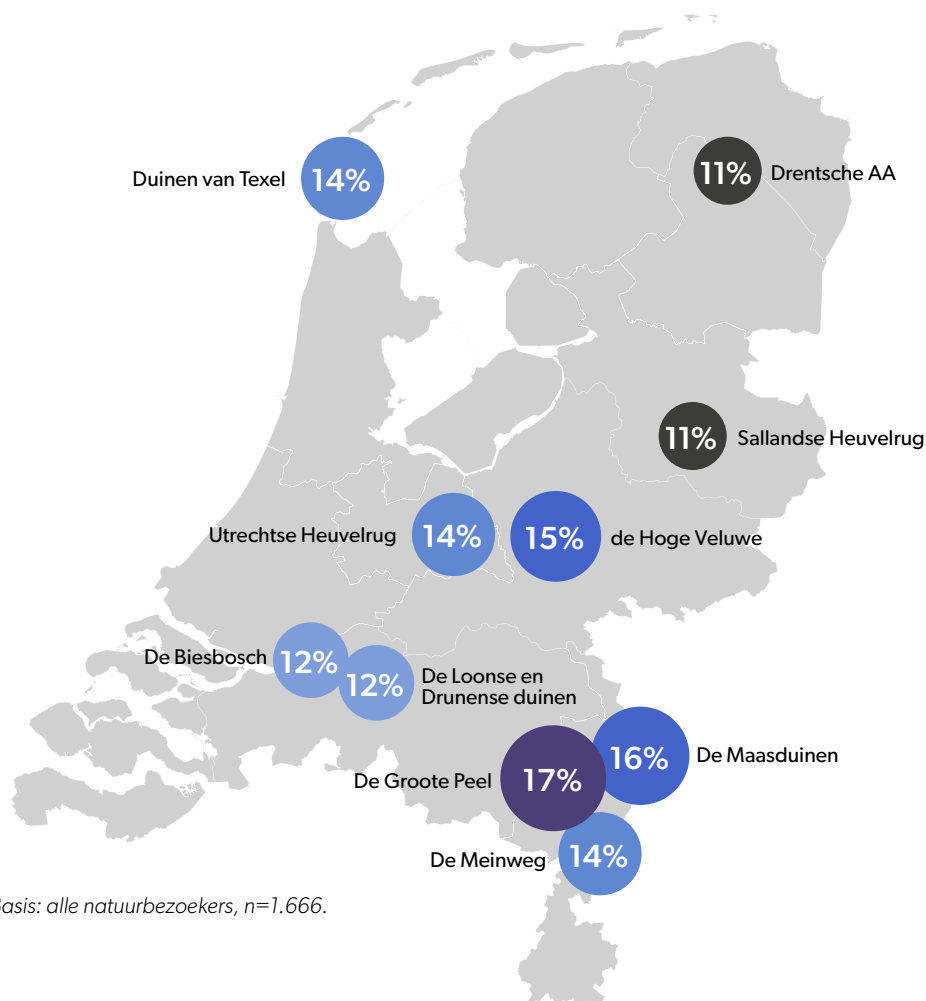
Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.



Bezoekgedrag

Aan alle natuurbezoekers is gevraagd of zij nationale parken bezocht hebben tijdens hun verblijf in Nederland en zo ja, welke. Van alle in totaal 22 nationale parken die de verblijfsbezoekers zijn voorgelegd, staan in de figuur hieronder de tien meest bezochte nationale parken. De Groote Peel (op de grens van Brabant en Limburg) wordt het vaakst bezocht, gevolgd door de Maasduinen (in Noord-Limburg). Daarna volgen twee centraal gelegen nationale parken: De Hoge Veluwe (in Gelderland) en de Utrechtse Heuvelrug (in Utrecht). De top vijf wordt afgesloten door een nationaal park uit Noord-Nederland: de Duinen van Texel.

Top 10 meest bezochte nationale parken in Nederland tijdens het bezoek aan Nederland

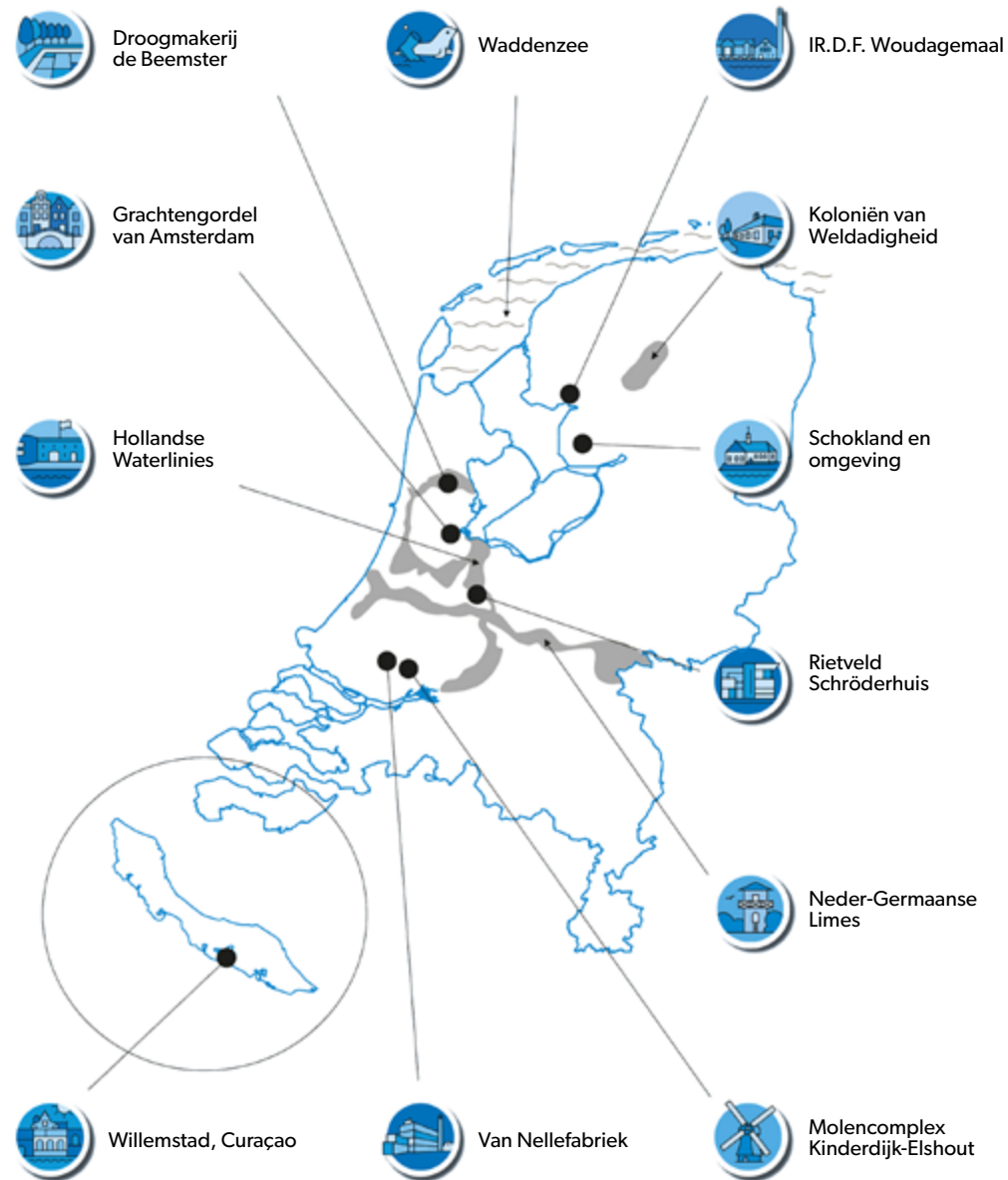


Basis: alle natuurbezoekers, n=1.666.



Bezoek aan UNESCO Werelderfgoed

In het Koninkrijk der Nederlanden bevinden zich twaalf UNESCO-werelderfgoederen (zie afbeelding), waarvan er elf in Nederland liggen en één in Caraïbisch Nederland. Van de verblijfgasten bezoekt 7% één van de elf werelderfgoederen in Nederland.

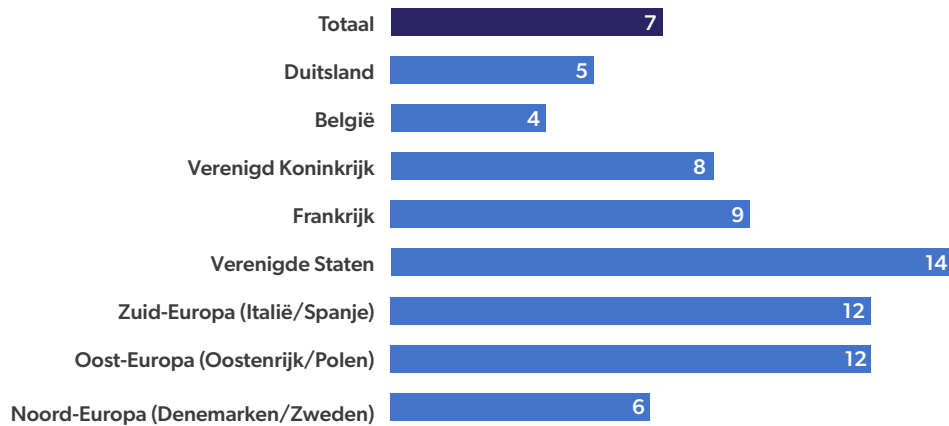


Bron: Stichting Werelderfgoed Nederland via werelderfgoed.nl.



Bovengemiddeld veel bezoekers vanuit de Verenigde Staten, Zuid-Europa en Oost-Europa brengen een bezoek aan een van de werelderfgoedlocaties.

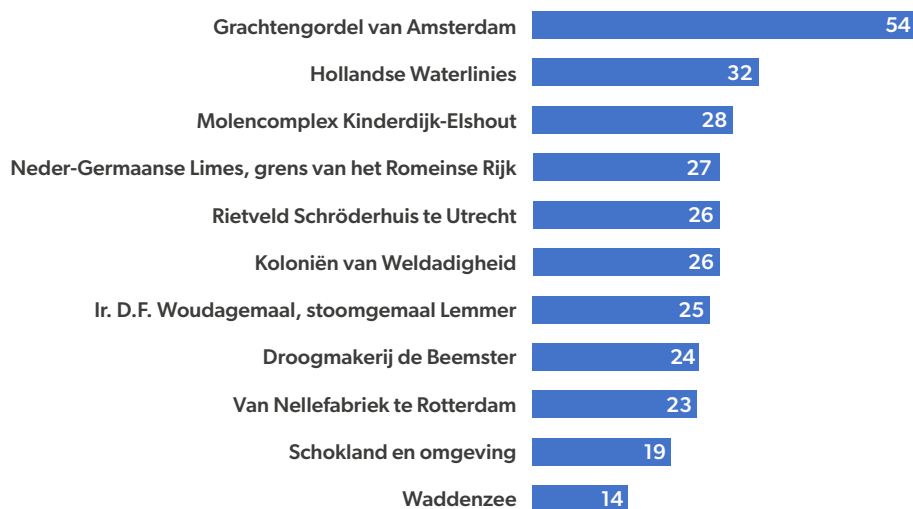
Aandeel bezoek UNESCO-Werelderfgoed in Nederland tijdens bezoek in Nederland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Aan de erfgoedbezoekers is gevraagd welke locaties ze bezocht hebben. Opvallend is dat deze bezoekers gemiddeld drie locaties hebben bezocht tijdens hun verblijf. Veruit het meest bezochte werelderfgoed is de grachtengordel van Amsterdam, meer dan de helft van de werelderfgoedbezoekers gaat daar naartoe (54%). Bijna één op de drie bezoekers gaat naar de Hollandse Waterlinies en 28% bezoekt het molencomplex Kinderdijk-Elshout.

Aandeel bezoek aan de elf UNESCO Werelderfgoed-locaties in Nederland in %



Basis: alle UNESCO-werelderfgoedbezoekers, n=740.

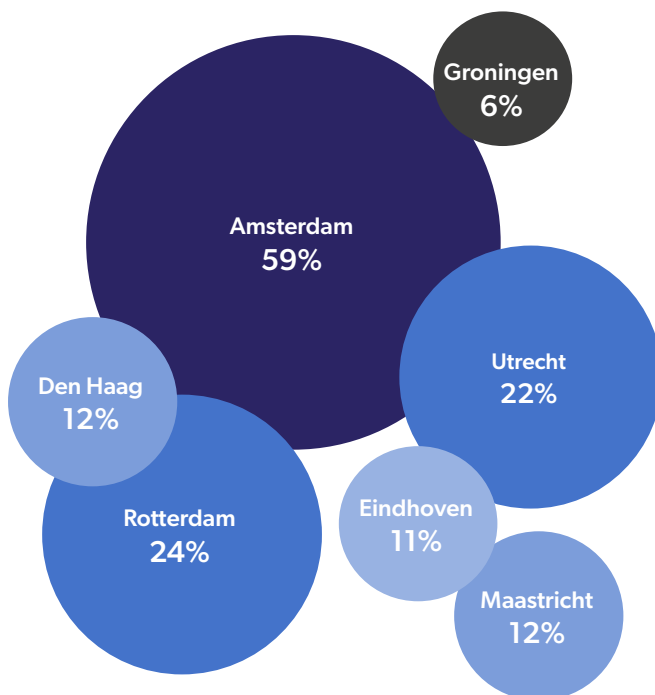


Bezochte plaatsen

Aan de buitenlandse verblijfsbezoekers is gevraagd welke Nederlandse steden en plaatsen ze bezocht hebben tijdens hun verblijf in Nederland. Hierbij is eerst gekeken naar de verblijfsprovincie, en vervolgens is een lijstje met steden/plaatsen van de desbetreffende provincie voorgelegd. De zeven grote steden Amsterdam, Rotterdam, Eindhoven, Groningen, Maastricht, Utrecht en Den Haag zijn standaard uitgevraagd.

Het is niet verwonderlijk dat Amsterdam, de hoofdstad van Nederland, het meest bezocht wordt door internationale verblijfsbezoekers. Maar liefst drie op de vijf bezoekers gaan naar Amsterdam tijdens een verblijf in ons land. Bijna een kwart bezoekt Rotterdam, gevolgd door Utrecht (22%).

Bezoek aan de zeven grote steden tijdens een verblijf in Nederland



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273

Amsterdam wordt bovengemiddeld vaak bezocht door Britse verblijfsbezoekers (69%), Franse verblijfsbezoekers (75%) en Noord-, Zuid- en Oost-Europese bezoekers (resp. 72%, 76%, 67%).



Top 5 bezochte steden/plaatsen in Nederland tijdens buitenlands bezoek per provincie

| Friesland | Groningen | Drenthe | Overijssel | Gelderland | Flevoland |
|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| Amsterdam (53%) | Groningen (45%) | Amsterdam (61%) | Amsterdam (46%) | Amsterdam (40%) | Amsterdam (48%) |
| Rotterdam (25%) | Amsterdam (43%) | Rotterdam (26%) | Rotterdam (22%) | Rotterdam (24%) | Rotterdam (21%) |
| Utrecht (21%) | Rotterdam (22%) | Utrecht (19%) | Utrecht (21%) | Utrecht (21%) | Utrecht (20%) |
| Maastricht (12%) | Utrecht (17%) | Den Haag (13%) | Eindhoven (16%) | Maastricht (13%) | Lelystad (17%) |
| Eindhoven (12%) | Den Haag (13%) | Eindhoven (12%) | Maastricht (15%) | Den Haag (12%) | Almere (12%) |

| Utrecht | Noord-Holland | Zuid-Holland | Zeeland | Noord-Brabant | Limburg |
|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Utrecht (68%) | Amsterdam (85%) | Amsterdam (54%) | Amsterdam (33%) | Amsterdam (46%) | Amsterdam (46%) |
| Amsterdam (55%) | Rotterdam (20%) | Rotterdam (44%) | Middelburg (21%) | Eindhoven (22%) | Maastricht (34%) |
| Rotterdam (24%) | Utrecht (15%) | Den Haag (31%) | Rotterdam (17%) | Utrecht (21%) | Rotterdam (21%) |
| Den Haag (14%) | Den Haag (10%) | Utrecht (16%) | Domburg (15%) | Rotterdam (21%) | Utrecht (17%) |
| Eindhoven (14%) | Eindhoven (7%) | Maastricht (12%) | Vlissingen (13%) | Maastricht (12%) | Eindhoven (12%) |

Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Friesland n=836, Groningen n=634, Drenthe n=482, Overijssel n=411, Gelderland n=571, Flevoland n=80, Utrecht n=1.127, Limburg n=872, Noord-Brabant n=741, Noord-Holland n=3.147, Zeeland n=743, Zuid-Holland n=997.

Als we kijken naar de provincie waar bezoekers verblijven, is Amsterdam meestal de meest bezochte stad tijdens het verblijf in Nederland. Uitzondering zijn bezoekers die verblijven in de provincies Utrecht en Groningen. In Groningen is de stad Groningen logischerwijs het meest bezocht en verblijfgasten in de provincie Utrecht gaan het meest naar de stad Utrecht.



Bezochte attracties

Tot slot hebben we de ondervraagden een lijst met attracties voorgelegd, op basis van de verblijfsprovincie van de respondent, met de vraag of ze deze bezocht hebben.

In vijf van de twaalf verblijfsprovincies is een museum de meest bezochte attractie in de desbetreffende provincie. In Flevoland, Overijssel en Zeeland worden natuurparken/natuurgebieden het meest bezocht. In Noord-Brabant en Limburg trekken attractieparken de Efteling en Toverland de meeste bezoekers. Verblijfsbezoekers in de provincie Zuid-Holland gaan het vaakst naar de Markthal in Rotterdam.

Top vijf van bezochte attracties per provincie

| Friesland | Groningen | Drenthe | Overijssel | Gelderland | Flevoland |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|--|-------------------------------------|--------------------------------|
| Friesmuseum (39%) | Groninger museum (54%) | Drenths Museum (37%) | Nationaal park Weerribben-Wieden (30%) | Burgers' Zoo (30%) | Natuurpark Lelystad (31%) |
| Waddenzee (28%) | Forum Groningen (27%) | WILDLANDS adventure Zoo Emmen (29%) | Attractiepark Slagharen (22%) | Nationale Park de Hoge Veluwe (28%) | Batavialand (30%) |
| Friese meren (27%) | Nationaal park Lauwersmeer (21%) | Nationaal Park Dwingelderveld (23%) | Rijksmuseum Twenthe (20%) | Paleis Het Loo (19%) | Oostvaardersplassen (30%) |
| Nationaal park de Alde Feanen (24%) | Vesting Bourtange (14%) | Boomkroonpad (22%) | Museum Fundatie (17%) | Nederlands Openluchtmuseum (18%) | Walibi Holland (29%) |
| Aquazoo Leeuwarden (17%) | Martinitoren (13%) | Nationaal Gevangensmuseum (20%) | Avonturenpark Hellendoorn (14%) | Kröller-Müller Museum (17%) | Luchvaartmuseum Aviadome (29%) |
| Utrecht | Noord-Holland | Zuid-Holland | Zeeland | Noord-Brabant | Limburg |
| Centraal museum (43%) | Van Gogh Museum (45%) | Markthal (21%) | Strand (54%) | Efteling (23%) | Toverland (20%) |
| Utrechtse Heuvelrug (30%) | Anne Frank huis (36%) | Museum Boijmans Van Beuningen (16%) | Zeeuws museum (18%) | Nationaal park De Biesbosch (18%) | Grotten in Valkenburg (18%) |
| Spoorwegmuseum (23%) | Strand van Noord-Holland (32%) | Nationaal park De Biesbosch (16%) | Berkenhof Tropical Zoo (17%) | Safaripark Beekse Bergen (16%) | Kasteeltuinen Arcen (17%) |
| Ouwehands Dierenpark (18%) | Rijksmuseum (20%) | Diergaarde Blijdorp (15%) | Watersnoodmuseum (15%) | Sint-Janskathedraal (14%) | Kasteel Hoensbroek (16%) |
| Kasteel de Haar (17%) | Nationaal Park Zuid-Kennemerland (15%) | Keukenhof (10%) | Nationaal park Oosterschelde (13%) | Kasteel Heeswijk (14%) | Labyrint Drielandpunt (14%) |

Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Friesland n=836, Groningen n=634, Drenthe n=482, Overijssel n=411, Gelderland n=571, Flevoland n=80, Utrecht n=1.127, Limburg n=872, Noord-Brabant n=741, Noord-Holland n=3.147, Zeeland n=743, Zuid-Holland n=997.



7.6 Waardering bezoek

Ervaring bezoek aan Nederland

Over het algemeen kijken bezoekers terug op een fijn verblijf in Nederland. De verhalen die mensen vertellen over hun bezoek aan ons land zijn in 85% van de gevallen positief. Met name de Fransen, Engelsen, Italianen en Amerikanen zijn positief (meer dan 90%).

Bijna acht op de tien bezoekers willen hun verhaal ook graag delen met anderen (78% is het daar (helemaal) mee eens). Het zijn vooral de Engelsen, Fransen en Amerikanen die hun verhaal graag delen met anderen. Hieronder staat een impressie van de verhalen van bezoekers uit de verschillende herkomstlanden.



85%



6%



9%

“Tres beau pays ou le velo est roi”

Bezoeker uit België
Vertaling: “Heel mooi land waar de fiets koning is.”

“Séjour agréable et reposant, séjour enrichissant par les visites des musées, lieux et personnes. Gastronomie succulente”

Bezoeker uit Frankrijk
Vertaling: “Een aangenaam en ontspannen verblijf, verrijkt door bezoeken aan musea, plaatsen en mensen. Heerlijk eten.”

“País bonito, colorido, limpio, con muchas cosas que visitar, buena comida”

Bezoeker uit Spanje
Vertaling: “Mooi land, kleurrijk, schoon, veel te bezoeken, lekker eten.”

“Wir hatten eine tolle Zeit bei unserem Besuch. Das Essen ist großartig und die Menschen sind sehr freundlich”

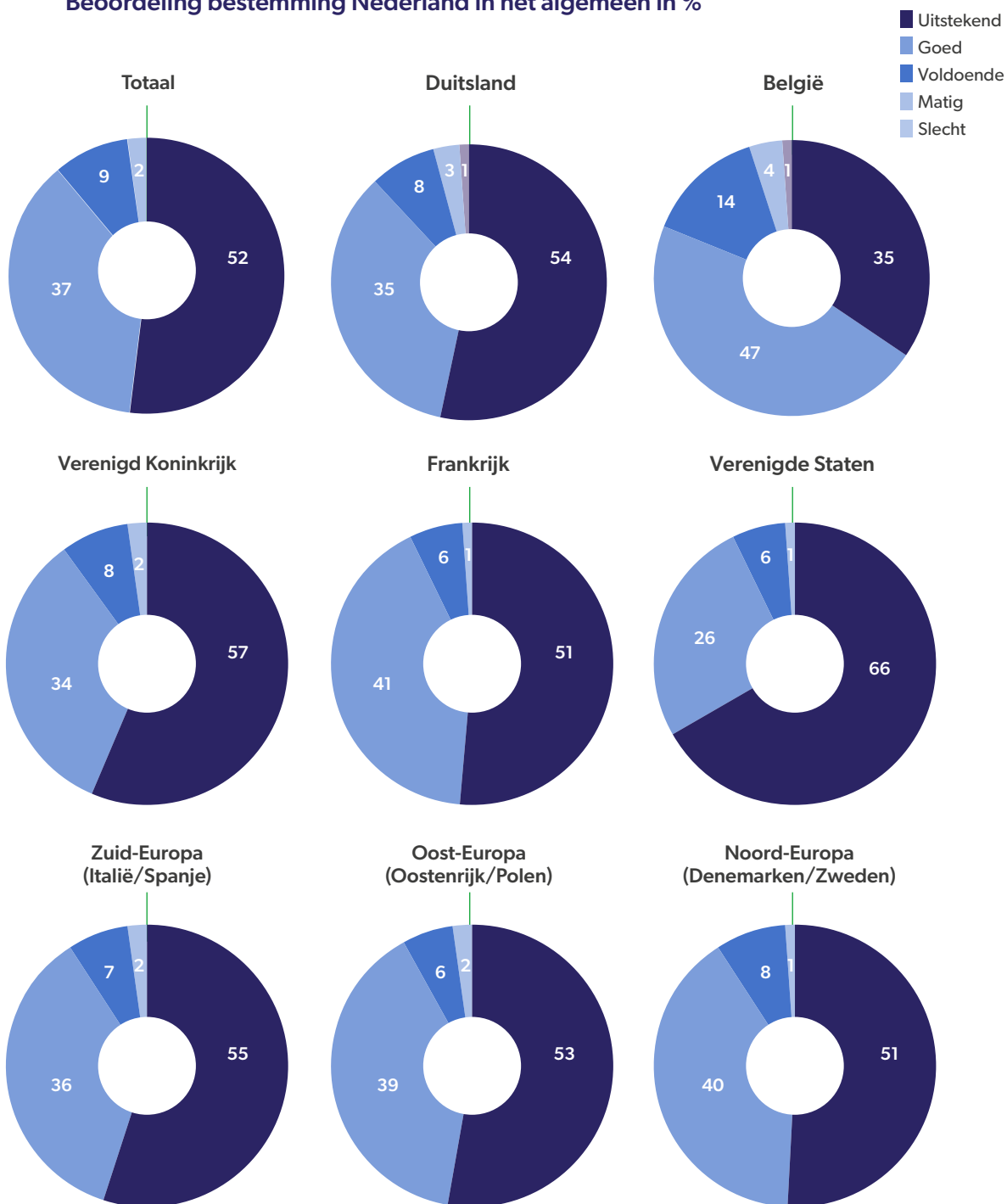
Bezoeker uit Oostenrijk
Vertaling: “We hadden een geweldige tijd tijdens ons bezoek. Het eten is geweldig en de mensen zijn erg vriendelijk.”

“Experience new culture, eat good food and visit some friends was one of the many things we enjoyed”

Bezoeker uit Denemarken
Vertaling: “Nieuwe cultuur ervaren, lekker eten en vrienden bezoeken waren dingen waar we van genoten hebben.”



Beoordeling bestemming Nederland in het algemeen in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Een bezoek aan ons land wordt positief beoordeeld. Bijna negen op de tien bezoekers uit de elf herkomstlanden beoordeelt het bezoek in het algemeen met goed of uitstekend. Voor Belgen ligt dit percentage iets lager dan gemiddeld (82% beoordelen ons land met uitstekend of goed). Slechts een enkeling geeft een slechte beoordeling aan zijn of haar bezoek aan Nederland.

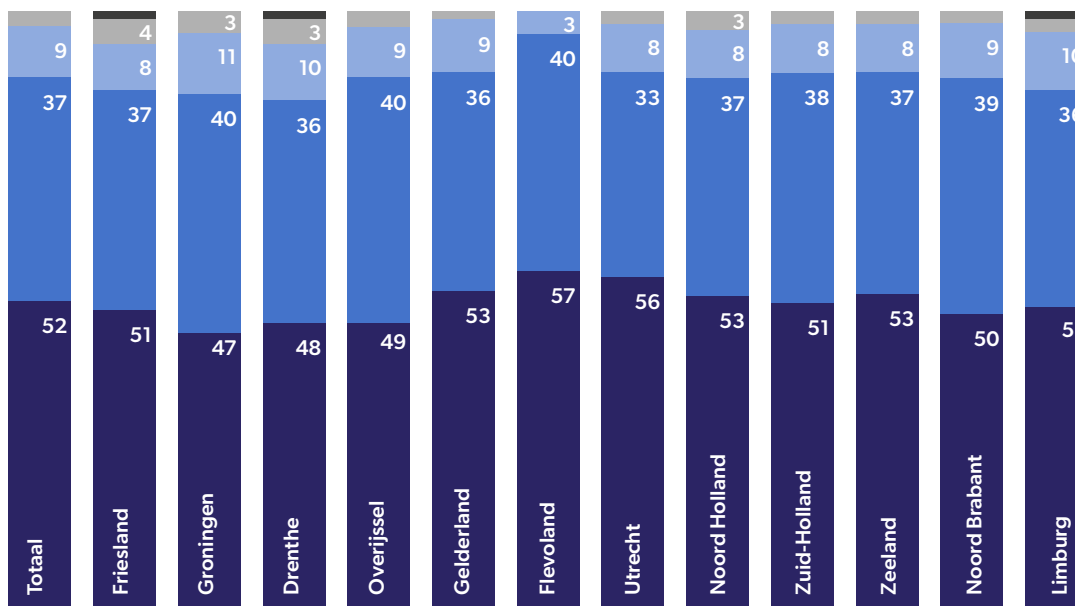




Waardering bezoek

De algemene beoordeling van ons land is nauwelijks afhankelijk van de provincie waarin men verbleef. Voor alle provincies geldt dat ruim acht op de tien bezoekers Nederland als uitstekend/goed beoordeelt.

Beoordeling Nederland naar provincie waarin wordt verbleven

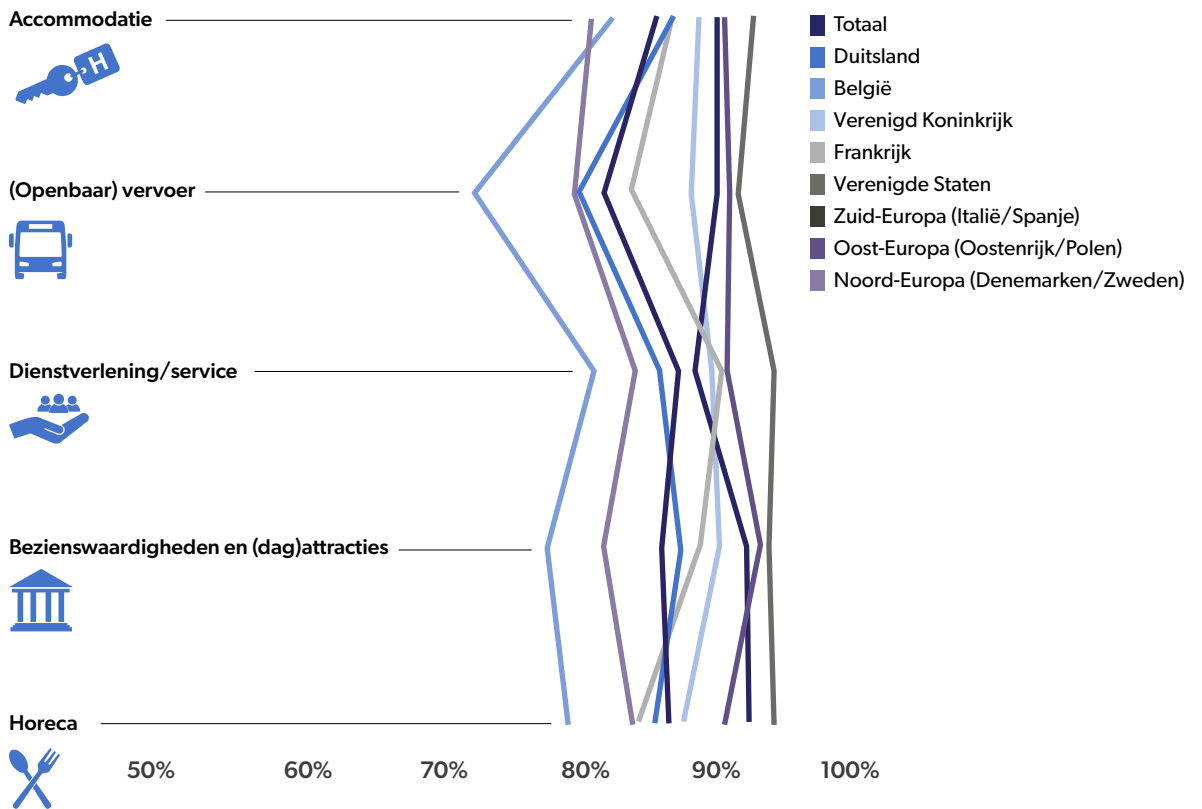


- Uitstekend
- Goed
- Voldoende
- Matig
- Slecht

Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Friesland n=836, Groningen n=634, Drenthe n=482, Overijssel n=411, Gelderland n=571, Flevoland n=80, Utrecht n=1.127, Limburg n=872, Noord-Brabant n=741, Noord-Holland n=3.147, Zeeland n=743, Zuid-Holland n=997.



Waardering op verschillende aspecten



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=27.3.

Wanneer we kijken naar de beoordeling van het bezoek op verschillende aspecten, dan valt op dat de bezienswaardigheden/(dag)attracties gemiddeld de hoogste beoordeling krijgen (88% vindt deze goed of uitstekend) en het (openbaar) vervoer het laagste scoort (83% vindt dit goed of uitstekend). Wederom zijn er verschillen naar land, waarbij Belgen net wat kritischer zijn over alle onderdelen van de reis, en bezoekers uit de Verenigde Staten het meest positief.

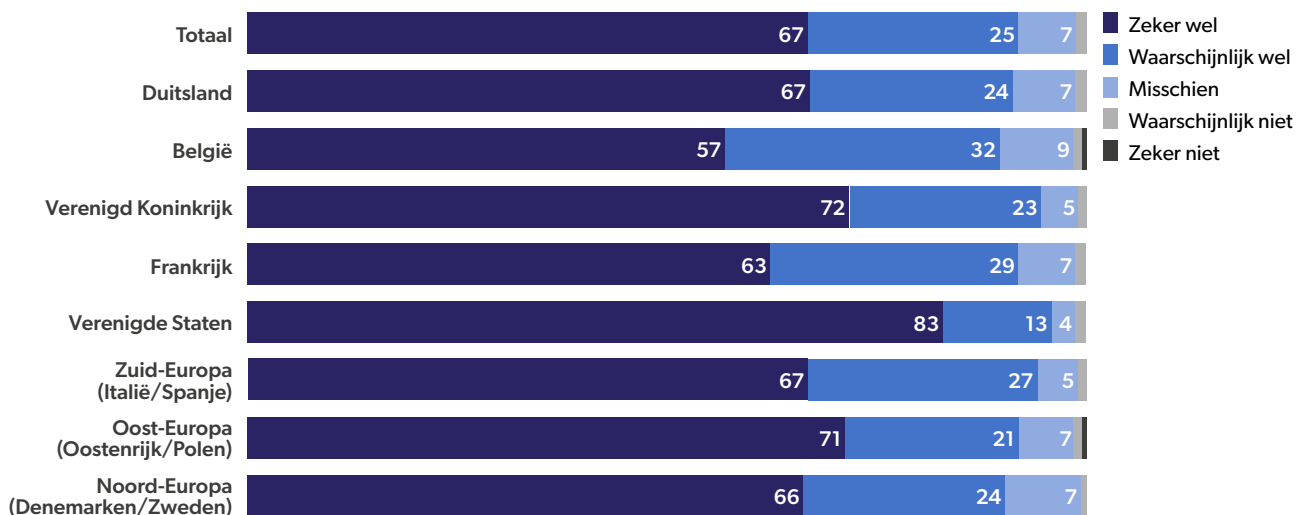




7.7 Herhaalbezoekintentie

Aan bezoekers aan ons land werd gevraagd of ze van plan zijn ons land in de toekomst nogmaals te bezoeken. Daarop reageren de bezoekers overwegend positief. Maar liefst twee op de drie bezoekers zeggen ons land zeker opnieuw te zullen bezoeken en nog eens een kwart geeft aan dat waarschijnlijk te zullen doen. Amerikanen, Britten en inwoners van Zuid-Europa zijn daarbij wat positiever dan de Noord-Europeanen, Belgen en Fransen.

Herhaalintentie: Nederland in de toekomst nogmaals bezoeken



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

8

Impact van buitenlands verblijfsbezoek aan Nederland

De vele buitenlandse gasten die jaarlijks in ons land verblijven, geven natuurlijk geld uit in ons land. In dit hoofdstuk gaan we in op de impact van het buitenlands verblijfsbezoek aan Nederland. We kwantificeren de economische impact en geven onder meer inzicht in wie gemiddeld genomen een hoger uitgavenpatroon heeft. Overigens komen niet alle uitgaven van buitenlandse bezoekers altijd allemaal ten goede van de Nederlandse economie, want wanneer bezoekers met een buitenlandse luchtvaartmaatschappij vliegen, in een accommodatie van een internationale keten verblijven of bij een organisatie als Expedia boeken, komt een deel van de inkomsten in buitenlandse handen terecht.

Buitenlandse bezoekers hebben daarnaast niet alleen een economische impact. Ook ecologische en sociaal-maatschappelijke aspecten zijn onderdeel van de algehele impact van bezoek. Vooruitlopend op een nadere beschrijving van de algehele impact beschrijven we alvast kwalitatieve componenten die hiermee samenhangen. Later dit jaar brengen we ook een nader rapport uit over de CO₂-voetafdruk van het buitenlands bezoek.

8.1 Economische impact

De vele bezoekers uit de elf onderzochte landen die in 2022 in ons land verbleven gaven in totaal ruim 7,7 miljard euro uit aan hun bezoek aan Nederland. Waar gaven zij het meeste geld aan uit? En zijn er verbanden te leggen tussen de hoogte van de bestedingen en het land van herkomst of het bezoekmotief? Aan de hand van de resultaten van het Onderzoek Inkomend Toerisme geven we in deze paragraaf antwoord op deze vragen.

Respondenten zijn gevraagd naar hun uitgaven voor aan en tijdens hun laatste verblijf in Nederland. Het is hierbij van belang om te benadrukken dat deze gegevens een indicatie geven van het uitgavenpatroon van buitenlandse bezoekers in Nederland. Het bleek, net als bij andere landelijke en regionale onderzoeken, dat respondenten het lastig vinden om uitspraken te doen over hun uitgaven. Dit geldt des te meer wanneer die ook nog in verschillende categorieën onderverdeeld zijn. Hierdoor bevatten de antwoorden veel uitschieters, die soms afwijkend hoog zijn. Omdat zulke uitschieters grote invloed hebben op het gemiddelde is ervoor gekozen de 'mediaan' te hanteren als gemiddelde. Een mediaan is het middelste getal van alle gegeven antwoorden van respondenten en wordt veel minder beïnvloed door de uitschieters. De mediaan geeft daarom een betere indicatie van het gemiddelde uitgavenpatroon. Door de toepassing van de mediaan in dit onderzoek is een één op één vergelijking met de resultaten van het Onderzoek Inkomend Toerisme 2014 op het vlak van bestedingen niet mogelijk.

Directe economische waarde

Totale bestedingen 2022 van verblijfsbezoekers uit de elf belangrijkste herkomstmarkten

Totale bestedingen:



In 2022 besteedden de verblijfsbezoekers uit de elf onderzochte landen/regio's in totaal ruim 7,7 miljard euro aan hun bezoek aan ons land.

Uitgaven per categorie

Uitgaven verblijfsbezoeken per categorie (bedragen in miljoenen euro's, aandeel binnen de totale bestedingen)

| | | |
|------------------------------------|---|-----|
| Vervoer naar Nederland € 1.564 |  | 20% |
| Overnachtingen € 1.760 |  | 23% |
| Eten en drinken € 1.936 |  | 25% |
| Excursies en toegangkaartjes € 822 |  | 11% |
| Vervoer binnen Nederland € 689 |  | 9% |
| Winkelen, souvenirs € 662 |  | 9% |
| Beurs/congres € 22 |  | 0% |
| Overig € 285 |  | 4% |

Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Van de ruim 7,7 miljard euro die buitenlandse bezoekers in 2022 uitgaven in relatie tot hun verblijf in Nederland had het grootste deel (1,9 miljard euro) betrekking op horeca-uitgaven (eten en drinken). Accommodatiekosten kwamen op de tweede plaats met 1,8 miljard euro, gevolgd door kosten voor vervoer naar Nederland (1,6 miljard euro). Deze drie categorieën zijn samen goed voor twee derde van alle bestedingen.

Gemiddelde uitgaven per persoon

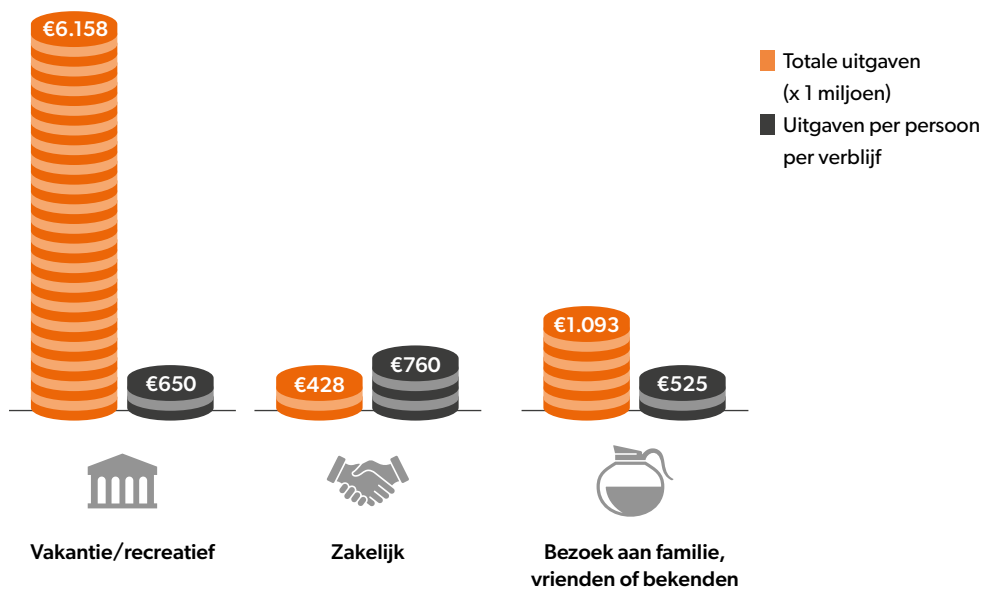
Totale bestedingen en gemiddelde uitgaven per persoon

| | Totale uitgaven (x 1 miljoen) in € | Uitgaven per persoon per verblijf in € |
|----------------------------------|------------------------------------|--|
| Duitsland | 3.248 | 617 |
| België | 824 | 429 |
| Verenigd Koninkrijk | 705 | 715 |
| Frankrijk | 502 | 657 |
| Verenigde Staten | 1.286 | 1.425 |
| Zuid-Europa (Italië/Spanje) | 565 | 835 |
| Oost-Europa (Oostenrijk/Polen) | 445 | 820 |
| Noord-Europa (Denemarken/Zweden) | 164 | 870 |
| Totaal | 7.740 | 635 |

Basis: alle ondervraagden, n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Gemiddeld geeft een buitenlandse bezoeker 635 euro uit aan de reis naar en het verblijf in Nederland. Daarbij bestaan vanzelfsprekend verschillen in bezoekmotief, land van herkomst en accommodatie. Bezoekers vanuit de Verenigde Staten besteden gemiddeld genomen het meest. De belangrijkste verklaring hiervoor is dat zij hogere vervoerskosten hebben omdat zij een intercontinentale reis naar Nederland maken, maar ook tijdens het verblijf geeft deze groep meer uit. De gemiddelde besteding per persoon per verblijf ligt het laagst voor bezoekers uit ons zuidelijke buurland België. Zij zijn het minste kwijt aan vervoer (zowel naar als in Nederland) en hebben ook lagere accommodatiekosten. Dat komt voornamelijk doordat zij het kortst in Nederland verblijven, waardoor ze minder overnachtingen hoeven te betalen. Uitgedrukt in totale bestedingen levert het bezoek van Duitsers het meeste op: ruim 3,2 miljard euro. Daarna volgen Amerikanen (ruim 1,3 miljard euro) en Belgen (ruim 820 miljoen).

Totale uitgaven en gemiddelde uitgaven per persoon naar motief



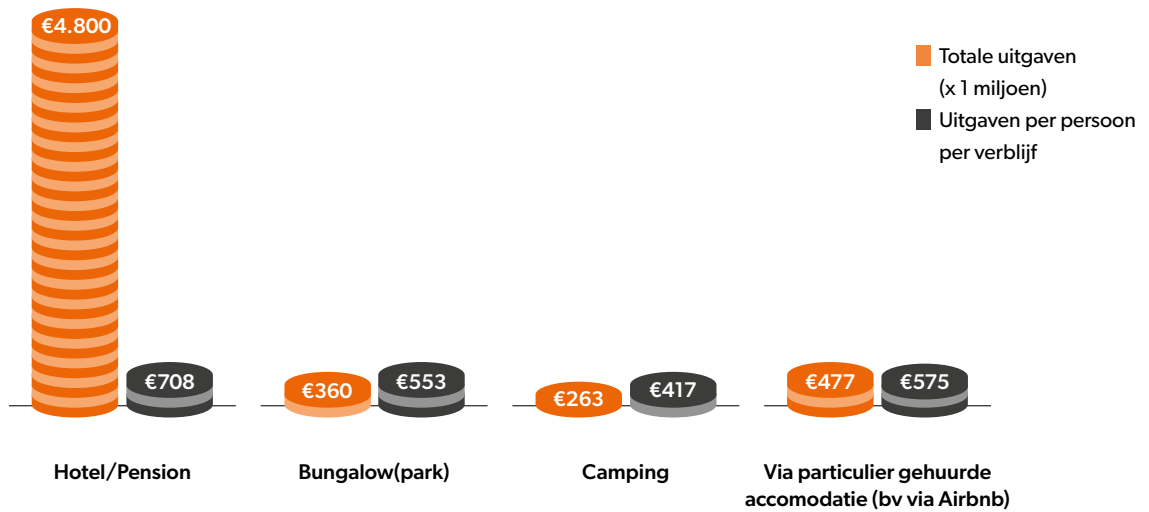
Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, vakantie/recreatie n=8.089, zakelijk n=528, bezoek aan familie, vrienden of bekenden n=1.944.

Zoals we hiervoor al zagen, is voor de meeste buitenlandse bezoekers vakantie/recreatie het motief om naar Nederland te komen. Gemiddeld geven deze vakantiegangers per verblijf 650 euro uit aan hun bezoek aan Nederland.

Zakelijke bezoekers besteden over het algemeen meer per verblijf dan vakantiegangers. De bestedingen per verblijf liggen voor deze groep gemiddeld op 760 euro. Dat zakelijke bezoekers meer uitgeven is omdat hun vervoerskosten over het algemeen hoger zijn, zowel voor het vervoer naar Nederland als binnen Nederland.

Buitenlandse bezoekers die in Nederland verblijven met als motief bezoek aan familie, vrienden of bekenden zijn gemiddeld 525 euro per verblijf kwijt. Voor bezoekers in dit segment zijn niet alleen de accommodatiekosten gemiddeld lager (omdat ze vaker bij familie, vrienden of bekenden zullen overnachten), maar vallen ook hun vervoerskosten naar Nederland lager uit dan gemiddeld. Ook aan eten en drinken besteden ze over het algemeen minder dan de andere bezoekers.

Uitgaven naar soort accommodatie



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, hotel/pension n=5.348, bungalow(park) n=537, camping n=563, via particulier gehuurde accommodatie (bijv. via Airbnb) n=745.

Ruim de helft van de buitenlandse bezoekers verblijft in een hotel. De gemiddelde besteding per verblijf binnen deze groep is bovengemiddeld (708 euro). Dit komt niet alleen doordat de gemiddelde overnachtingsprijs in hotels veelal hoger is dan die van andere verblijfsvormen. Buitenlandse bezoekers die in een hotel verblijven, geven ook meer uit aan andere zaken tijdens hun verblijf.



9999

Marjolien

9999

Havensted

9999

Tragen ohne

9999

Meine Säulen

9999

Havens

9999

Xandra 12

9999

Menno

9999

Familie Pl

9999

Los

9999

Rich

9999

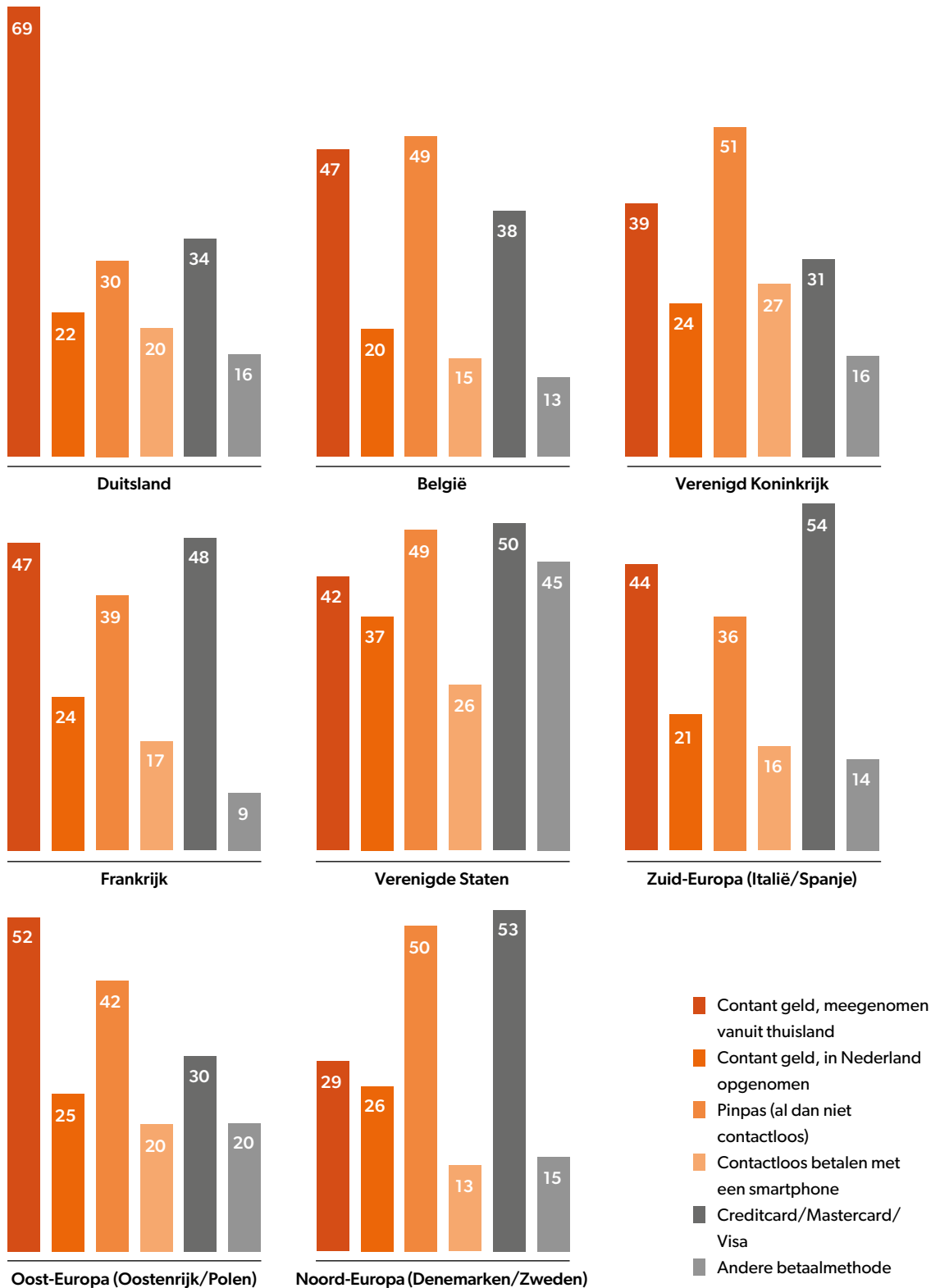
P

9999

bi

Betaalmethode tijdens bezoek

Gebruikte betaalmethoden tijdens het verblijf in Nederland (meerdere antwoorden mogelijk)



Basis: alle ondervraagden, n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Impact

In het onderzoek is gevraagd welke betaalmiddelen de bezoekers gebruikt hebben tijdens hun verblijf in ons land. Over het algemeen gebruiken bezoekers meer dan één soort betaalmiddel. Van de bezoekers uit de elf onderzochte landen betalen Duitsers verreweg het vaakst contant, meestal met geld dat ze al vanaf huis hebben meegenomen. Britten en Noord-Europeanen zijn de bezoekers die in Nederland het vaakst met hun pinpas afrekenen. Amerikanen en Britten betalen daarnaast bovengemiddeld vaak contactloos middels hun smartphone. Zuid- en Noord-Europeanen lopen voorop met het betalen met creditcard. Oost-Europeanen en Britten doen dit het minst vaak. Amerikanen gebruiken ook nog vaak een andere betaalmethode, zoals een app voor mobiel bankieren en/of online betalen (zoals Paypal) voor hun betalingen in Nederland. Mede daardoor gebruiken ze ook de grootste mix aan betaalmethoden om hun uitgaven in Nederland te doen.

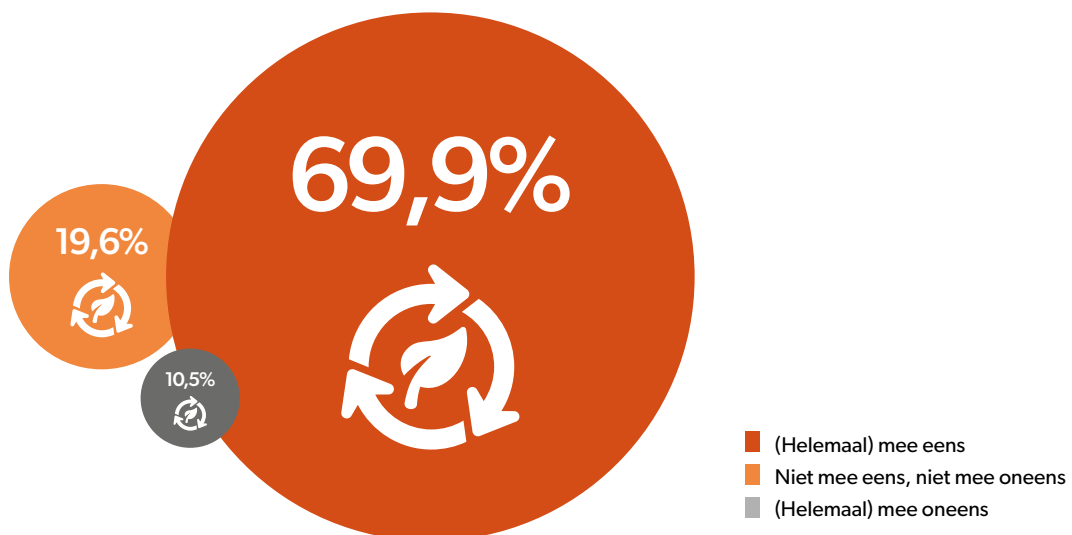
8.2 Ecologische impact

De ecologische impact van reizen is tegenwoordig een veelbesproken onderwerp. In ons onderzoek besteden we hier ook aandacht aan. Zo kunnen we de CO₂-voetafdruk van internationale verblijfs gasten naar ons land in kaart brengen. Die analyse vindt nog plaats en wordt op een later moment aan dit rapport toegevoegd. Daarnaast hebben we in het onderzoek verschillende stellingen opgenomen over duurzaamheid, al dan niet in relatie tot een verblijf in Nederland.

Rol van duurzaamheid

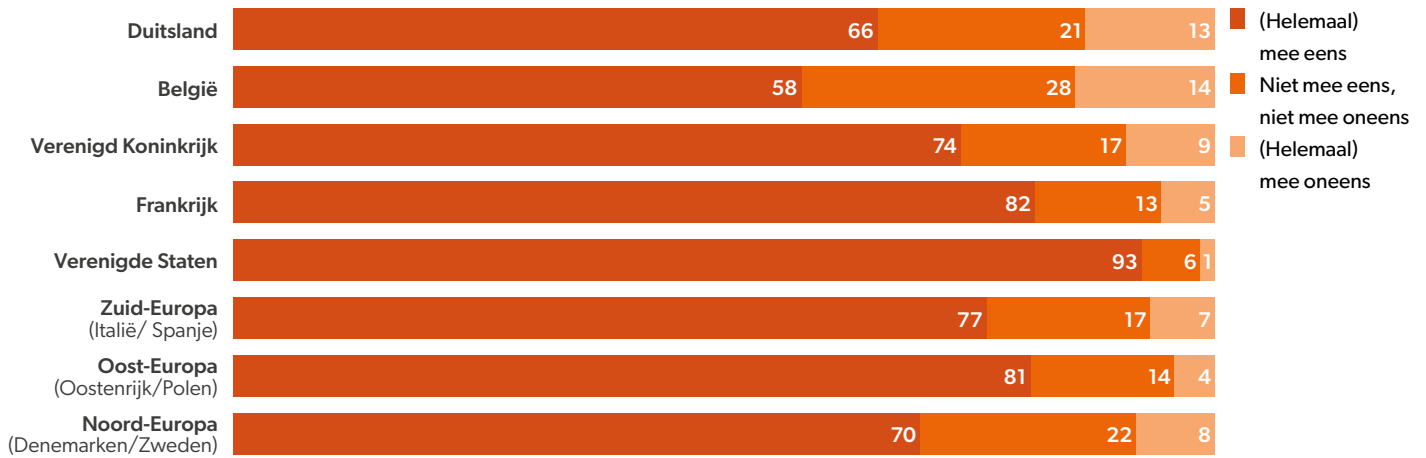
Duurzaamheid speelt over het algemeen een belangrijke rol voor de bezoekers aan ons land. Zeven op de tien bezoekers geven aan dat dit een belangrijke factor was bij de ondernomen vakantie(s)/bezoeken. Voor ongeveer één op de tien speelt duurzaamheid geen belangrijke rol.

Stelling: duurzaamheid speelt voor mij een belangrijke rol bij de door mij ondernomen vakantie(s)/bezoeken



Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Stelling: duurzaamheid speelt voor mij een belangrijke rol bij de door mij ondernomen vakantie(s)/bezoeken, naar herkomstland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Er zijn hierbij wel duidelijke verschillen tussen de bezoekers uit de verschillende herkomstlanden. Zo geven veel meer Amerikanen aan dat duurzaamheid een belangrijke rol speelt (93%) dan bijvoorbeeld Belgen (58%) en Duitsers (66%).

Mate waarin bezoekers het eens of oneens zijn met stellingen over duurzaamheid in %

Ik denk bewust na over de impact van mijn reizen op het klimaat



Ik let erop dat het door mij ondernomen bezoek duurzaam is



Ik ben bereid om langer te reizen met een duurzaam vervoermiddel



Ik ben bereid meer te betalen voor duurzaam reizen



Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Bezoekers aan ons land zijn zich in hoge mate bewust van de impact van reizen op het klimaat. Van alle ondervraagden is 68% het (helemaal) eens met de stelling dat ze hier bewust over nadenken. Ook hier laten Amerikanen de hoogste score zien (89% is het er -helemaal-mee eens) en zeggen Belgen minder vaak dat ze zich bezighouden met de impact van reizen op het klimaat. Bijna zes op de tien Belgen zijn het (helemaal) eens met deze stelling. We hebben bezoekers gevraagd of ze bereid zouden zijn om langer te reizen met een duurzaam vervoermiddel en of ze bereid zouden zijn om meer te betalen voor duurzaam reizen. Er zijn net wat meer mensen bereid om langer te reizen dan om meer te betalen voor duurzaam reizen, maar over het algemeen zijn de ondervraagden over beide keuzes positief gestemd.

Ranking van belangrijkste begrippen met betrekking tot duurzaamheid en vakanties in een land als Nederland (maximaal 5 antwoorden mogelijk)

| | | | |
|----|---|---|-----|
| 1 | Behoud van natuurgebieden en plant- en diersoorten |  | 37% |
| 2 | Behouden lokale cultuur en erfgoed |  | 35% |
| 3 | Reduceren van afval |  | 32% |
| 4 | Goede werk- en leefomstandigheden voor de lokale bevolking |  | 28% |
| 5 | Geen overlast voor de lokale bevolking |  | 28% |
| 6 | Tegengaan luchtverontreiniging |  | 25% |
| 7 | Niet veel te veel bezoekers op de bestemming |  | 24% |
| 8 | 'Iets' terug doen voor de samenleving |  | 22% |
| 9 | Verminderen broeikasgassen-uitstoot |  | 19% |
| 10 | Zoveel mogelijk gebruik maken van lokale en biologische producten |  | 19% |
| 11 | Toenemend gebruik van duurzame energie |  | 19% |
| 12 | Geen of zo min mogelijk voedselverspilling |  | 16% |

Basis: alle ondervraagden, n=10.641.

Naast de genoemde stellingen hebben we de bezoekers gevraagd aan te geven welke (maximaal 5) aspecten van duurzaamheid in relatie tot vakanties in Nederland zij vooral belangrijk vinden. In de lijst is het percentage bezoekers opgenomen dat een bepaald aspect in hun top 5 heeft geplaatst. Bijna twee op de vijf ondervraagden (37%) vinden behoud van natuurgebieden en plant- en diersoorten belangrijk. Direct gevolgd door behoud van de lokale cultuur en het erfgoed (35%). Het reduceren van afval wordt door ongeveer één op de drie ondervraagden als belangrijk ervaren. Opvallend is dat daarna een tweetal begrippen volgt dat zich meer richt op de sociaal-maatschappelijke impact van toerisme.

8.3 Sociaal-maatschappelijke impact

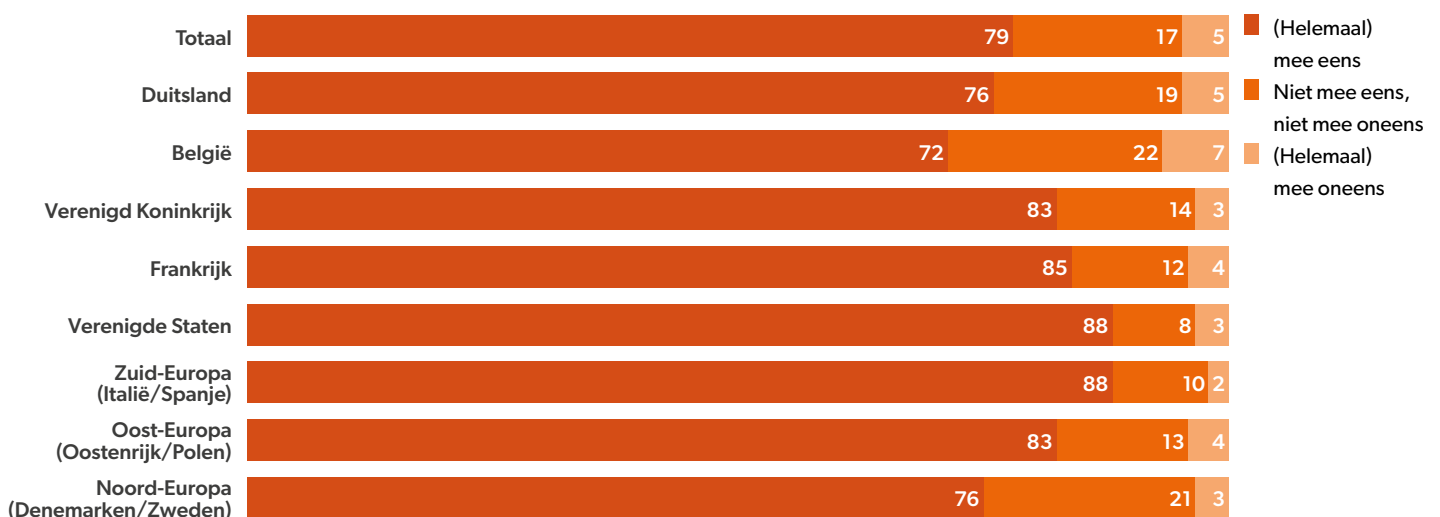
Dat buitenlandse bezoekers economisch van waarde zijn voor een bestemming is duidelijk. En dat bezoekers een ecologische voetafdruk achterlaten is eveneens bekend. Maar wat is de sociaal-maatschappelijke impact van een bezoek aan Nederland? Hoewel daar geen simpel antwoord op te geven is, lichten we in dit rapport wel een paar zaken toe die hiermee verband houden vanuit het oogpunt van de bezoekers. Hoe ervaren zij de drukte in ons land? Zoeken ze de drukte op of juist niet? Hoe verspreiden de bezoekers zich over ons land? En in hoeverre hechten ze belang aan onderling begrip en vinden ze het belangrijk dat mensen in staat zijn om zich in anderen te verplaatsen? Hebben ze oog voor de lokale bevolking op de bestemming?

Aandacht voor de lokale bevolking

Om die vraag maar gelijk te beantwoorden: ja, bijna acht op de tien bezoekers zeggen oog te hebben voor de lokale bevolking op de bestemming.

Stelling: ik heb oog voor de lokale bevolking op mijn bestemming

Resultaten naar herkomstland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Bezoekers uit de Verenigde Staten en Zuid-Europese landen zeggen vaker hier oog voor te hebben dan bezoekers uit België en Noord-Europese landen.

Stelling: Ik denk dat het belangrijk is dat mensen in staat zijn om zich in anderen te verplaatsen

Resultaten naar motief van het bezoek in %



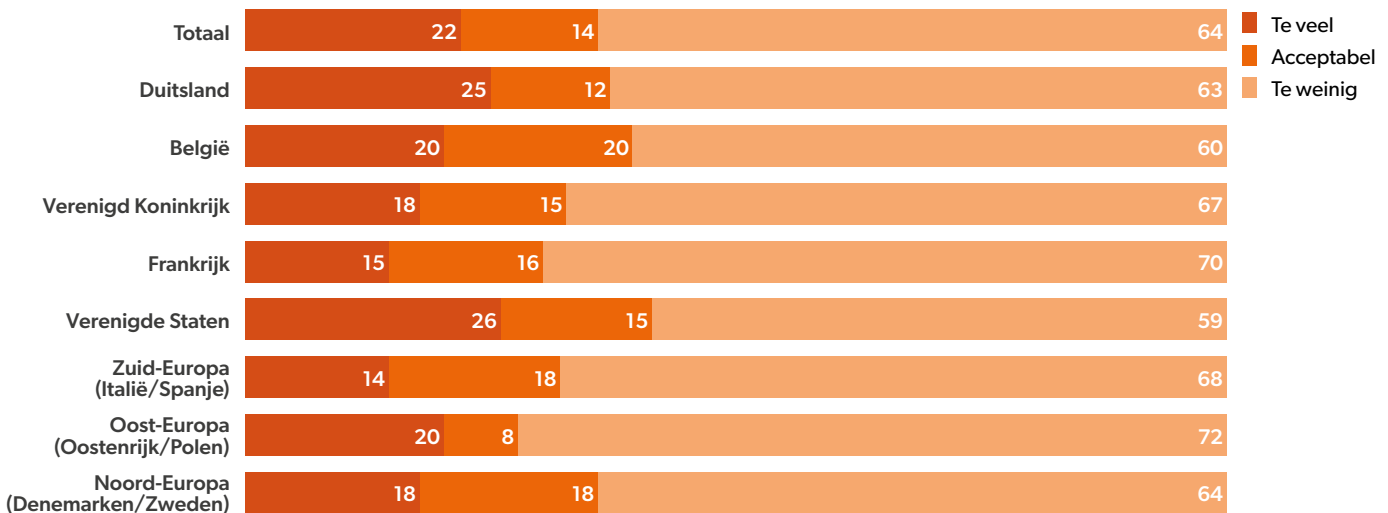
Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, vakantie/recreatie n=8.089, zakelijk n=528, bezoek aan familie, vrienden of bekenden n=1.944.

Bezoekers vinden het niet alleen belangrijk om oog te hebben voor de lokale bevolking, maar gemiddeld 82% vindt het daarbij ook belangrijk dat mensen in staat zijn zich te verplaatsen in anderen. Onder zakelijke bezoekers ligt dat percentage net wat lager dan onder de vakantiegangers of familiebezoekers in ons land.

Ervaren drukte

Zijn er te veel, te weinig of een acceptabel aantal toeristen/bezoekers in de ogen van andere bezoekers?

Ervaren drukte tijdens het bezoek aan Nederland in %



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

Op sommige plekken in Nederland zijn er uitdagingen door drukte van bezoekers. Dit is veelal lokaal en tijdelijk van aard, maar kan toch veel negatieve gevoelens oproepen bij onder meer de bewoners. Voor dit onderzoek hebben we bezoekers gevraagd of zij drukte hebben ervaren tijdens hun bezoek aan Nederland. Belangrijk is hierbij op te merken dat dit onderzoek plaatsvond in 2022, een jaar waarin het aantal internationale gasten in ons land nog achterbleef bij het pre-coronajaar 2019. Gemiddeld geeft 22% van alle bezoekers aan dat er te veel toeristen/bezoekers waren tijdens hun verblijf. 14% vindt de drukte acceptabel. Hoewel de meerderheid nog wel ruimte ziet voor meer bezoekers, kan de drukte voor een deel van de gasten toch reden zijn voor negatieve associaties met hun bezoek aan ons land. Met name Amerikanen en Duitsers ervaren drukte.

Mate waarin bezoekers het eens of oneens zijn met stellingen over rust en drukte in %

Ik houd van een rustige, natuurlijke omgeving



Basis: alle ondervraagden, totaal n=10.641, Duitsland n=5.077, België n=1.893, Verenigd Koninkrijk n=1.009, Frankrijk n=771, Verenigde Staten n=605, Zuid-Europa n=594, Oost-Europa n=419, Noord-Europa n=273.

We hebben de ondervraagden nog een drietal stellingen voorgelegd die te maken hebben met rust en drukte. Opvallend is dat er aan de ene kant veel waardering is voor een rustige, natuurlijke omgeving. Dat is iets waar vier op de vijf ondervraagden van houden. Aan de andere kant geeft toch nog 56% van de ondervraagden aan een voorkeur te hebben voor levendige en bruisende plekken. Het zal vermoedelijk afhangen van de situatie en locatie waar de voorkeur ter plekke naar uitgaat: rust of levendigheid. Maar dit hangt ook samen met het type bezoeker. Zo geven zakenreizigers net wat vaker de voorkeur aan een levendige plek (62%) dan vakantiegangers (55%). Ook opvallend veel Amerikanen houden van bruisende plekken (84%). Maar liefst 70% van alle bezoekers is tijdens het verblijf in een ander land vooral geïnteresseerd in de minder bekende plekken. Het is zeker niet zo dat alleen maar naar de bekende attracties wordt gekeken.



Onderzoeks- verantwoording

Dit rapport is het resultaat van twee onderzoeken: het Onderzoek Inkomend Dagbezoek 2021/2022 (OID) en het Onderzoek Inkomend Toerisme 2022 (OIT). Naast deze twee onderzoeken, waarin gegevens werden verzameld over het buitenlands dag- of verblijfsbezoek aan ons land, is ook een zogenaamd 'screeningsonderzoek' uitgevoerd. Doel hiervan was inzicht te krijgen in de participatiegraad en de achtergrondgegevens van bezoekers aan ons land (leeftijd, geslacht en herkomstregio). Met behulp van de resultaten uit het screeningsonderzoek werden de resultaten uit het hoofdonderzoek gewogen naar representatieve verhoudingen en werd het aantal bezoekers berekend.

Hierna staan de belangrijkste aspecten van de twee onderzoeken en het screeningsonderzoek beschreven.

Onderzoek Inkomend Dagbezoek (OID) 2021-2022

Doel

Diepgaand en actueel inzicht verkrijgen in het profiel en de customer journey van buitenlandse toeristen die Nederland bezoeken zonder overnachting.

Onderzoekspopulatie

Gasten uit Duitsland en België die met een toeristisch motief een bezoek aan Nederland hebben gebracht, waarbij geen gebruik is gemaakt van een accommodatie ter overnachting.

Selectievraag

Bent u in de afgelopen 14 dagen in Nederland geweest voor een verblijf van één dag? *Het gaat hier om een bezoek aan Nederland in uw vrije tijd zonder overnachting. Denk bijvoorbeeld aan een stedenbezoek, bezoek aan een natuurgebied, een bezoek aan een attractie of evenement of om te winkelen.*

Methode

Online vragenlijst na afloop van het bezoek, met gebruik van online panels. Het onderzoek is uitgevoerd door het onderzoeksbureau DVJ.

Totaal aantal ondervraagden

n=9.512 afgeronde vragenlijsten onder buitenlandse dagbezoekers.

Herkomstlanden

De respondenten kwamen uit deze buurregio's:

- Duitsland: Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen
- België: Vlaanderen en Brussels Hoofdstedelijk gewest

Vragenlijst

Aspecten van de customer journey: oriëntatie, boeking, reis, verblijf, ondernomen activiteiten en verder bezoekgedrag in Nederland, impact, waardering en profiel. De volledige vragenlijst is op te vragen. Geschatte tijd voor het invullen van de vragenlijst: ongeveer 12 minuten.

Onderzoekperiode

Oktober 2021 tot en met 15 oktober 2022
De reisperiode was van oktober 2021 t/m september 2022 (omdat we 14 dagen terug vragen).

Aantal ondervraagden per land

- Duitsland n=6.367 (ca. 2/3 deel)
- België n=3.145 (ca. 1/3 deel)

Weging en ophoging:

De resultaten uit het onderzoek zijn per herkomstland gewogen naar juiste verhoudingen in leeftijd, geslacht en herkomstregio van dagbezoekers aan Nederland. De weegcijfers zijn verkregen uit een screeningsonderzoek dat tegelijkertijd met het hoofdonderzoek heeft plaatsgevonden. Aantallen zijn opgehoogd naar werkelijke aantallen dagbezoeken voor de periode van 1 jaar (oktober 2021 t/m september 2022).

Inzichten:

Op landelijk en provinciaal niveau:

- inzicht in de customer journey en het profiel van buitenlandse dagbezoekers;
- inzicht in de (economische) impact van het inkomend dagbezoek;
- percentages van diverse soorten dagbezoekers;
- inzicht in de verhouding dag- versus verblijfsbezoek vanuit Duitsland en België (in combinatie met het OIT).

Onderzoeksoopzet Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) 2022

Doel

Diepgaand en actueel inzicht verkrijgen in het profiel en de customer journey van buitenlandse gasten die Nederland bezoeken met één of meer overnachtingen.

Onderzoekspopulatie

Buitenlandse gasten die met vakantie/recreatie als motief of om een zakelijke reden een bezoek aan Nederland hebben gebracht en daarbij minimaal 1 nacht in Nederland hebben overnacht in een geregistreerde verblijfsaccommodatie, in een van een particulier gehuurde accommodatie, op een boot, bij familie, vrienden of kennissen of in een tweede woning.

De doelgroep werd onderverdeeld in de volgende 4 categorieën:

1. vakantie/recreatie;
2. zakelijk;
3. bezoek aan familie, vrienden en bekenden;
4. anders.

Selectievraag

Bent u in de afgelopen 30 dagen in Nederland geweest voor een verblijf van meer dan één dag?

Methode

Online vragenlijst na afloop van het bezoek, met gebruik van online panels. Het onderzoek is uitgevoerd door het onderzoeksbureau DVJ.

Totaal aantal ondervraagden

In totaal ruim 10.000 afgeronde vragenlijsten onder buitenlandse gasten (n=10.641).

Herkomstlanden

1. Duitsland
2. België
3. Verenigd Koninkrijk
4. Frankrijk
5. Verenigde Staten
6. Italië
7. Spanje
8. Oostenrijk
9. Polen
10. Denemarken
11. Zweden

Vragenlijst

Aspecten uit de customer journey: oriëntatie, boeking, reis, verblijf, ondernomen activiteiten en verder bezoekgedrag in Nederland, impact, waardering + profiel. Geschatte tijd voor het invullen van de vragenlijst ongeveer 15 minuten.

Veldwerkperiode

Oktober 2021 tot en met januari 2023.

Opstart in fases

Het onderzoek is per land in fases opgestart in verband met coronamaatregelen en andere ontwikkelingen in de wereld (bijvoorbeeld de oorlog in Oekraïne).

Duitsland, België: start eind oktober 2021

Veldwerk: nov 2021 t/m nov 2022

Reisperiode: okt 2021 t/m okt 2022

Frankrijk, Verenigd Koninkrijk, Spanje, Italië:

Veldwerk: april 2022 t/m jan 2023

Reisperiode: maart t/m december 2022

Zweden, Denemarken, Polen, Oostenrijk:

Veldwerk: mei 2022 t/m jan 2023

Reisperiode: april t/m december 2022

Verenigde Staten:

Veldwerk: juni 2022 t/m jan 2023

Reisperiode: mei t/m december 2022

Vaststellen targets per land

Op basis van cijfers van de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS werden per maand targets vastgesteld. Het onderzoek volgde daardoor de golfbeweging van de bezoekers (in de zomermaanden meer gasten, in het laagseizoen minder).

Aantal ondervraagden per herkomstland

- Duitsland n=5.077
- België n=1.893
- Verenigd Koninkrijk n=1.009
- Frankrijk n=771
- Verenigde Staten n=605
- Zuid-Europa (Italië en Spanje) n=594
- Oost-Europa (Oostenrijk en Polen) n=419
- Noord-Europa (Denemarken en Zweden) n=273

Weging en ophoging:

De resultaten uit de onderzoeken zijn per herkomstland gewogen naar juiste verhoudingen voor leeftijd, geslacht en herkomstregio van verblijfsbezoekers aan Nederland (op basis van de gegevens die bekend zijn uit de screeningsvragenlijst).

Voor de ophoging naar de werkelijke aantallen verblijfsbezoeken is gebruikgemaakt van de gegevens uit de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het CBS. Eerst werd een correctie uitgevoerd op de SLA-cijfers. Hierin werden alle boekingen meegeteld, ook als het ging om één onafgebroken verblijf in Nederland waarbij verschillende accommodaties werden geboekt. Uit het Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) is bekend dat er bij 18% van de verblijfsbezoeken twee of meer accommodaties zijn geboekt voor één verblijf. De SLA-cijfers zijn op basis van deze gegevens naar beneden bijgesteld. Vervolgens vond een correctie plaats vanwege het feit dat de SLA alleen gegevens verzamelt van commerciële accommodaties

(hotel, pension, bed and breakfast, appartement, bungalow, camping, groepsaccommodatie). In het OIT zijn ook verblijven in van particulieren gehuurde accommodaties, tweede woningen en verblijven bij familie, vrienden of bekenden meegenomen. Uit het onderzoek weten we dat 81% van de verblijfsbezoeken in een reguliere commerciële accommodatie is overnacht en 19% dus in een andere accommodatie. Door de correctie en ophoging komen de verblijfsbezoeken uit het OIT ongeveer op dezelfde aantallen uit als de SLA (iets lager).

Inzichten:

Op landelijk en provinciaal niveau:

- inzicht in de customer journey en het profiel van de buitenlandse verblijfsbezoekers;
- inzicht in de (economische) impact van het inkomend toerisme;
- percentages diverse soorten verblijfsbezoekers;
- inzicht in de verhouding dag- versus verblijfsbezoek vanuit Duitsland en België (in combinatie met het OID).

Nationaal Representatieve Screening voor OIT en OID 2021-2022

Om de resultaten uit Onderzoek Inkomend Toerisme (OIT) en Onderzoek Inkomend Dagbezoek (OID) te kunnen wegen naar representatieve verhoudingen en te kunnen ophogen naar werkelijke aantallen bezoeken, is gedurende de hele veldwerkperiode van OIT en OID een screening uitgevoerd. In elk land is periodiek een nationaal representatieve steekproef gehouden. In het kader van de representatieve steekproef wordt gevraagd of mensen de voorafgaande 14 dagen in Nederland zijn geweest voor een dagbezoek en/of in de voorafgaande 30 dagen in Nederland zijn geweest voor een verblijf van langer dan één dag. De gegevens over leeftijd, geslacht en herkomstregio worden bewaard.

Doel

Gegevens om de resultaten van het hoofdonderzoek OID en OIT te kunnen wegen.

Onderzoekspopulatie

Inwoners van het betreffende land, 18+.

Methode

Voor Duitsland en België is wekelijks (en later 2-wekelijks) in een screeningsonderzoek de vraag gesteld of men in de afgelopen 15 dagen (voor dagbezoek) of 30 dagen (voor verblijfsbezoek) Nederland heeft bezocht voor een dag- of verblijfsbezoek. Voor de andere landen heeft dit maandelijks plaatsgevonden. De steekproeven zijn nationaal representatieve steekproeven per land, de vragenlijst was een online vragenlijst. De steekproeven zijn nationaal representatief op de dimensies geslacht, leeftijd en regio.

Vragenlijst

Naast de achtergrondvragen (leeftijd, geslacht en regio) twee vragen:

- bent u in de afgelopen 14 dagen in Nederland geweest voor een verblijf van één dag? (alleen gesteld in Duitsland en België);
- bent u in de afgelopen 30 dagen in Nederland geweest voor een verblijf van meer dan één dag?

Herkomstlanden

Alle landen uit waar het OID en OIT werden gehouden.

Periode

Tegelijk met OID en OIT.

Steekproeven per land

Duitsland n=500 per meting
België n=400 per meting
Verenigd Koninkrijk n=300 per meting
Frankrijk n=300 per meting
Verenigde Staten n=300 per meting
Italië n=300 per meting
Spanje n=300 per meting
Polen n=300 per meting
Oostenrijk n=300 per meting
Zweden n=300 per meting
Denemarken n=300 per meting

Output

De resultaten van de screening zijn gebruikt voor de weging en ophoging naar werkelijke aantallen dag- en verblijfsbezoekers.

Output:

- verhoudingen voor de weegvariabelen geslacht, leeftijd en regio per land en per week/maand (voor de weging);
- de participatiegraad onder de inwoners van het land die een dagbezoek of verblijfsbezoek aan Nederland hebben gebracht in de afgelopen periode (voor de ophoging).