

Vergaderjaar 2012–2013

26 419

Toerisme en recreatie

Nr. 57

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 10 juli 2013

Tijdens het Algemeen Overleg over Gastvrijheidseconomie¹ d.d. 13 maart 2013 heb ik de volgende toezeggingen gedaan:

- de Kamer wordt voor zover mogelijk nader geïnformeerd over de samenstelling en de opbouw van de totale groep toeristen die naar Nederland komen, alsmede over de budgetten per categorie.
- ik zou bekijken in hoeverre de visumprocedures kunnen worden verbeterd/vergemakkelijkt via digitale wegen.
- de Kamer wordt voor de zomer nader geïnformeerd over de stand van zaken rond de ombudsfunctie in de praktijk.
- de Kamer wordt nader geïnformeerd over de pilot regelluwe zone in Zeeland.

Tevens is een motie aangenomen met het verzoek aan de regering, met de provincies, waterschappen, landschapsbeheer en anderen in overleg te treden en hen aan te sporen om de afspraak over het realiseren van 879 kilometer wandelpaden alsnog na te komen, met als streefdatum 1 januari 2016².

In het Wetgevingsoverleg Ondernemen van 17 december 2012 heeft de PVV gevraagd om de oneerlijke concurrentie tussen Nederlandse en Oost-Europese kermissen en circussen aan te pakken.

Al deze punten komen in deze brief aan de orde.

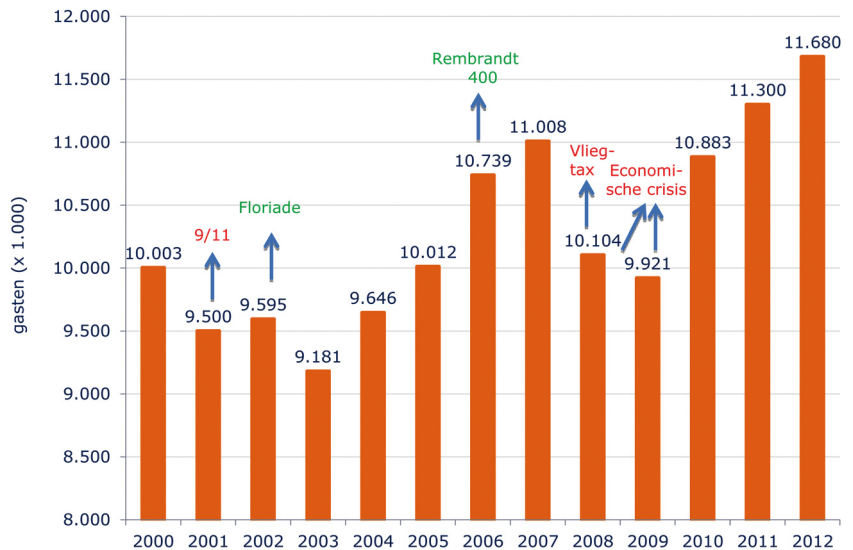
Inkomend toerisme

In 2012 hebben bijna 11,7 miljoen internationale reizigers een meerdaags bezoek aan Nederland gebracht en daarbij in totaal meer dan € 4,8 miljard uitgegeven.

¹ Kamerstuk 26 419, nr. 56

² Kamerstuk 26 419, nr. 55 4-4-2013

Ten opzichte van 2011 betekent dit een toename van het aantal buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties met 3%.



Bron: CBS

Gemiddeld genomen geeft de buitenlandse bezoeker per verblijf een bedrag uit van € 413 per persoon. Voor het overgrote deel komt de buitenlandse bezoeker naar ons land voor een shortbreak of vakantie. In 2012 kwam 69% van de gasten met een toeristisch motief (8,09 miljoen buitenlandse toeristen). 26% van de gasten overnachtte met een zakelijk motief in Nederland (3 miljoen buitenlandse zakenreizigers), waarvan circa 25% als gevolg van een vergadering of congres. De overige buitenlanders verblijven in Nederland vanwege een studie- of schoolreis, bezoek aan familie of vrienden (waar ze niet kunnen overnachten) of bezoek/deelname aan wedstrijden³.

Door de grote en groeiende internationale concurrentie blijft het noodzakelijk om de bestemming Nederland gericht te promoten onder potentiële reizigers, in zowel bestaande als opkomende markten. Op basis van marktonderzoek vertaalt het NBTC het merk Holland naar aansprekende verhalen en belevingen die aansluiten op de belangrijkste motivaties voor een bezoek aan Nederland van specifieke doelgroepen; de zogenaamde brand experiences. NBTC onderscheidt vier brand experiences gericht op de toeristische bezoeker en één brand experience gericht op de (georganiseerde) zakelijke reiziger. De hoeveelheid aankomsten, de gemiddelde besteding per persoon per verblijf en de totale bestedingen die deze vijf brand experiences vertegenwoordigen staan hieronder weergegeven⁴.

	Creative City	Holland Highlights	Holland Naturally	Beach Life	Inspiring meetings
Aankomsten	2.391.000	1.542.000	1.607.000	1.433.000	614.000
Gemiddelde besteding p.p.p.v.	€ 471	€ 506	€ 218	€ 254	€ 692
Totale bestedingen in euro's	€ 1,13 miljard	€ 780 miljoen	€ 350 miljoen	€ 365 miljoen	€ 425 miljoen

³ Bovenstaande gegevens zijn gebaseerd op de Statistiek Logiesaccommodaties 2012 van CBS en het Onderzoek Inkomend Toerisme 2009 van NBTC. Laatstgenoemd onderzoek wordt momenteel herhaald; de resultaten komen in 2014 beschikbaar.

⁴ Bron: De bestedingen zijn gebaseerd op onderzoek uit 2009 (Statistiek Inkomend Toerisme (SIT)), de aantallen aankomsten uit 2012 (CBS cijfers).

In totaal is het aantal buitenlandse gasten dat in 2012 in Nederland overnachtte voor een van de vijf brand experiences 65 procent van de totale aankomsten van bijna 11,7 miljoen.

Aantallen en bestedingen doelgroepen per brand experience

NBTC bewerkt op basis van het Strategisch Marketing Plan 2012–2015 die landen en regio's die de meeste bezoekers en bestedingen voor Nederland genereren. Hieraan liggen criteria als groeipotentie, toegankelijkheid, volume en (co)investeringsbereidheid van partners ten grondslag.

Binnen de brand experiences richt NBTC zich op verschillende doelgroepen die ingedeeld zijn op basis van het lifestyle-segmentatiemodel. In dit segmentatiemodel worden consumenten niet alleen ingedeeld op basis van socio-demografische variabelen maar ook op basis van levensstijlen en reisbehoeften. In de toeristische marktwerking richt NBTC zich op de volgende doelgroepen (zie bijlage 1)⁵:

- o Mainstream
- o Traditionals
- o Upper Class
- o Postmoderns
- o Achievers

Er is daarbij sprake van een bezoekersmix die gericht is op optimalisatie van economische waarde. Sommige groepen zijn door hun omvang interessant, andere zijn wellicht kleiner in omvang, maar groter in bestedingen en om die reden een interessante doelgroep.

1. Creative City

Tot deze brand experience wordt het veelzijdige (culturele en trendy) Nederlandse stadsleven gerekend. Shoppen, wining & dining, cultuur en het beleven van de Nederlandse gezelligheid staan voorop, met als belangrijkste steden Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Den Haag en Maastricht. Het betreft in de meeste gevallen bezoekers die een korte vakantie ondernemen en verblijven in de stad.

Doelgroep	Aankomsten	Gemiddelde besteding per persoon per verblijf binnen deze brand experience*
Upper Class	776.000	€ 472
Postmoderns	559.000	€ 446
Achievers	432.000	€ 520
Totaal brand experience	2.391.000	€ 471

2. Holland Highlights

Binnen deze brand experience valt het veelzijdige en sterke Nederlandse aanbod van iconen als tulpen, molens en bekende schilders als Van Gogh, alsmede het culturele erfgoed uit de Gouden Eeuw en diverse klassieke locaties/attracties zoals de Zaanse Schans, het Rijksmuseum en de Keukenhof. Het betreft met name de bezienswaardigheden die interessant zijn voor reizigers die ons land voor de eerste keer bezoeken, op individuele basis of in groepsverband als onderdeel van een Europareis, met overnachtingen in drie- tot vijfsterrenhotels.

⁵ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer

Doelgroep	Aankomsten	Gemiddelde besteding per persoon per verblijf binnen deze brand experience*
Upper Class	641.000	€ 533
Totaal brand experience	1.542.000	€ 506

3. Holland Naturally

Deze brand experience heeft betrekking op genieten (ontspannen en actief zijn) in een natuurlijke omgeving (water, bossen, heide): fietsen, wandelen, dorpen en kleine steden ontdekken, eten en drinken. Meestal zijn het korte vakanties in voor- en najaar met een verblijf in hotels, de luxere bungalowparken, de betere bed & breakfasts of op een pleziervaartuig.

Doelgroep	Aankomsten	Gemiddelde besteding per persoon per verblijf binnen deze brand experience*
Traditionals	506.000	€ 209
Upper Class	345.000	€ 235
Postmoderns	308.000	€ 220
Totaal brand experience	1.607.000	€ 218

4. Beach Life

Onder deze brand experience valt het gevarieerde en familievriendelijke aanbod langs de kust. Het draait om zee, strand, duinen en strandpaviljoens in combinatie met entertainment zoals attracties en steden achter de kust, zoals Madurodam, Duinrell en Neeltje Jans. Overnachtingen vinden plaats in bungalows, bed & breakfasts en hotels of op de camping.

Doelgroep	Aankomsten	Gemiddelde besteding per persoon per verblijf binnen deze brand experience*
Traditionals	567.000	€ 247
Mainstream	168.000	€ 223
Upper Class	238.000	€ 277
Totaal brand experience	1.433.000	€ 254

Vervoermiddel

Internationale verblijfsgasten komen overwegend met het vliegtuig of de auto naar Nederland. In totaal komt 43 procent met het vliegtuig (ruim 5 miljoen buitenlanders) en 41 procent met de eigen of een geleende auto. 6 Procent maakt gebruik van de trein om de Nederlandse grens te passeren. Bezoekers met een zakelijk motief reizen vaak per vliegtuig naar Nederland (72%). Bezoekers met een vakantiemotief komen vaker dan gemiddeld met de auto (48%). Iets minder dan een derde van deze groep arriveert in Nederland met het vliegtuig.

De volgende tabel maakt het verschil in de uitgaven inzichtelijk van buitenlanders die met een traditionele vliegtuigmaatschappij vliegen en zij die per low cost maatschappij reizen.

<i>Vervoer</i>	
Auto	€ 220
Vliegtuig	€ 547
Conventioneel	€ 592
Low cost	€ 392

De verschillen in gemiddelde uitgaven tussen conventionele luchtvaartmaatschappijen en low cost airlines kunnen bij vakantiegangers geheel verklaard worden uit de gemiddeld lagere ticketprijs. Er bestaat dus geen relatie tussen het type luchtvaartmaatschappij waarmee men naar Nederland komt en het uitgavenpatroon in Nederland.

Herkomstlanden

Circa 8 op de 10 buitenlandse toeristen die in Nederland verblijven zijn afkomstig uit Europa. Binnen Europa zijn Duitsland, Groot-Brittannië en België de belangrijkste herkomstmarkten. Genoemde buurlanden zijn goed voor 65% van alle Europese aankomsten. Zo'n 20% van de buitenlandse bezoekers aan ons land komt van buiten Europa. Amerika is daarbij het belangrijkste herkomstcontinent, met daarbinnen de Verenigde Staten als belangrijkste herkomstmarkt. De zogenaamde BRIC-landen laten de laatste jaren een flinke groei zien, al blijft hun aandeel met 5% binnen het totale inkomend toerisme nog altijd relatief bescheiden. Zie bijlage 2 met tabel van de ontwikkeling van het inkomend toerisme⁶.

Digitalisering van visumprocedure

Ik zou u zover mogelijk nader informeren in hoeverre de visumprocedures kunnen worden verbeterd/vergemakkelijkt via digitale wegen. Het Ministerie van Buitenlandse Zaken geeft met het programma E-dienstverlening invulling aan de modernisering van de diplomatie. Doel is het verbeteren van de dienstverlening aan burgers en bedrijven door het inzetten van digitale kanalen. Met dit programma wordt een begin gemaakt met de toepassing van elektronische dienstverlening bij onder meer visumverlening. Voor de realisatie van het programma E-dienstverlening is het nodig om het bestaande visuminformatiesysteem aan te passen. Daarbij is nadrukkelijk aandacht voor de beveiliging van de persoonsgegevens. Per 1 november start een pilot voor het online indienen van een aanvraag voor een Schengenvisum. Met het digitaal aanvragen van visa wordt zowel een efficiencywinst beoogd als een betere dienstverlening aan de klant. De afhandeling zal in die zin makkelijker worden dat de aanvrager online inzage heeft in de status van zijn aanvraag en goed voorbereid op een afspraak komt, zodat hij niet wordt teruggestuurd om ontbrekende bewijsstukken te regelen. Op termijn zal het ook mogelijk zijn om online te betalen en een afspraak te maken.

Motie ombudsman voor ondernemers

Ik zou u nader informeren over de stand van zaken rond de ombudsfunctie in de praktijk. In november 2011 heeft de Tweede Kamer door middel van een motie⁷ de Minister van Economische Zaken verzocht om het gesprek aan te gaan met de Nationale ombudsman over hoe er een aanspreekpunt voor ondernemers met klachten ingericht kan worden. Dit gesprek heeft plaatsgevonden en tevens is gekeken naar een aantal praktijkcasussen.

⁶ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer

⁷ Kamerstuk 33 000 XIII, nr. 28 Motie van het lid Verhoeven c.s., Vergaderjaar 2011–2012

Conclusie is dat de Nationale ombudsman binnen zijn huidig mandaat reeds klachten van ondernemers kan afhandelen en dat ook doet. Samen met de RECRON, de Nationale ombudsman, en een drietal partijen (Antwoord voor Bedrijven, de Kamer van Koophandel en Actal), is verder gekeken hoe door middel van voorlichting aan zowel ondernemers als gemeenten enerzijds de afhandeling van klachten, maar ook anderzijds de samenwerking om daarmee klachten te voorkomen, beter kan verlopen. Voor nadere informatie verwijs ik u naar de bijlage 3 bij deze brief⁸.

Pilot Regelluwe zone

Ik zou u nader informeren over de pilot regelluwe zone in Zeeland. EZ start samen met de gemeente Schouwen-Duiveland deze zomer een pilot regelluwe zones waarin wordt onderzocht op welke wijze de doorlooptijden van procedures bij complexe trajecten bij bouwen op de grens tussen land en water kunnen worden verkort. De eerste fase wordt naar verwachting eind dit jaar afgerond. Naast de gemeente is Gastvrij Nederland bij deze pilot betrokken. Binnen deze pilot wordt met een regelluwe zone een aanpak beoogd om ander innovatief ruimtegebruik te faciliteren door middel van versoepeling van regels en procedures met het beoogd effect economische groei van de gastvrijheidseconomie en de regionale economie te bevorderen. Zie ook mijn antwoord over dit onderwerp in mijn brief «Kamervragen naar aanleiding van de program-mabrief Goed Geregeld» van 24 juni 2013.⁹

Wandelpaden

Voorts heeft de Kamer op 13 maart 2013 een motie aangenomen met het verzoek aan de regering, met de provincies, waterschappen, landschaps-beheer en anderen in overleg te treden en hen aan te sporen om de afspraak over het realiseren van 879 kilometer wandelpaden alsnog na te komen, met als streefdatum 1 januari 2016.¹⁰ Hierbij kan ik u medelen dat op 2 september 2013 een bijeenkomst zal plaatsvinden met gedeputeerden van de provincies over de gastvrijheids-economie. Hier zal ik bovengenoemde afspraak met de gedeputeerden bespreken.

Kermissen en circussen

In het Wetgevingsoverleg Ondernemen van 17 december jl. heeft de PVV gevraagd om de oneerlijke concurrentie tussen Nederlandse en Oost-Europese kermissen en circussen aan te pakken. In gesprekken met vertegenwoordigers van de kermisbranches BOVAK en NKB, het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en de Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA) is duidelijk geworden dat het zeer lastig is om de veiligheid van buitenlandse toestellen die op Nederlandse kermissen worden geplaatst te garanderen als daarvoor een certificaat ontbreekt waarmee de veiligheid is beoordeeld. In een brief aan de Tweede Kamer van 4 juli 2012 (Kamerstuk 33 000 XVI, nr. 191) heeft de Minister van VWS aangegeven dat zij via aanpassing van het Warenwet-besluit Attractie- en Speeltoestellen (WAS) de veiligheidseisen van buitenlandse en Nederlandse kermisexploitanten gelijk wil trekken, waardoor een level playing field ontstaat. Kern van het voorstel is om buitenlandse exploitanten die geen keuringscertificaat kunnen overleggen, te onderwerpen aan goedkeuring door een Nederlandse keuringsinstantie. De Minister van VWS heeft een daartoe strekkend

⁸ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer

⁹ Kamerstuk 29 362, nr. 219 3-7-2013

¹⁰ Kamerstuk 26 419, nr. 55 4-4-2013

wijzigingsvoorstel in voorbereiding waarover de Tweede Kamer naar verwachting rond de jaarwisseling wordt geïnformeerd.

De oneerlijke concurrentie in de circusbranche wordt met name veroorzaakt door onvoldoende toezicht op aanwezigheid van werkvergunningen, afdracht loonbelasting en dergelijke. Het probleem betreft een relatief beperkt aantal (veelal bij naam bekende) overtreiders. Met de Vereniging Nederlandse Circus Ondernemingen (VNCO) is afgesproken dat zij zelf vaker misstanden bij de betrokken organisaties gaat melden. Daarnaast zal de branche als een van de leden van de Stichting Evenementassistent het voorstel doen om vergunningverleners bij de beoordeling van een vergunningaanvraag rekening te laten houden met de reputatie van de ondernemer. Met de branchevereniging en de NVWA is afgesproken dat na de zomer een vervolgoverleg plaatsvindt om de voortgang te bespreken.

De Minister van Economische Zaken,
H.G.J. Kamp