



Den Haag

► **Onderzoeksrapport**

DSO/Programmamanagement, Strategie en Onderzoek

MONITOR TOERISME 2017



► **Onderzoeksrapport**

DSO/Programmamanagement, Strategie en Onderzoek

MONITOR TOERISME 2017



COLOFON

Uitgave
Gemeente Den Haag
DSO / Programmamanagement, Strategie en Onderzoek
oktober 2018

Afbeeldingen

De afbeeldingen in deze monitor zijn afkomstig uit de beeldbank van het Haags Gemeentearchief en Den Haag Marketing

Inlichtingen

DSO / Programmamanagement, Strategie en Onderzoek
Henk van Andel (070 35 35565 / henk.vanandel@denhaag.nl)
DSO / Economie
Judith van Delft (06-25775344/ judith.vandelft@denhaag.nl)

De Dienst Stedelijke Ontwikkeling aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid inzake het gebruik en toepassing van de gepresenteerde gegevens. Afwijkingen in absolute aantallen en % kunnen worden veroorzaakt door afronden. Bij gebruik van cijfers is bronvermelding verplicht.

INHOUDSOPGAVE

1	Toeristische sector	5
1.1.	Inleiding	5
1.2.	Trends en ontwikkelingen	7
1.3.	Toeristische gebieden in Den Haag	9
2	Bezoekers	13
2.1	Inleiding	13
2.2	Toeristisch bezoek	13
2.3	Verblijfsbezoek	17
3	Attracties en bioscopen	23
3.1	Inleiding	23
3.2	Aanbod attracties en bioscopen	24
3.3	Bezoekersaantallen attracties en bioscopen	24
4	Kunst en cultuur	27
4.1	Inleiding	27
4.2	Aanbod musea	27
4.3	Bezoekersaantallen musea	28
4.4	Aanbod theaters	29
4.5	Bezoekersaantallen theaters	29
5	Evenementen	31
5.1	Inleiding	31
5.2	Aanbod evenementen	31
5.3	Bezoekersaantallen evenementen	32
6	Zakelijke bezoeken	35
6.1	Inleiding	35
6.2	Aanbod congreslocaties	35
6.3	Ontwikkeling (bezoekers)aantallen congressen	35
7	Werkgelegenheid	37
7.1	Inleiding	37
7.2	Ontwikkeling directe werkgelegenheid toerisme	37
7.3	Ontwikkeling directe en indirecte werkgelegenheid toerisme	38
	Bijlage: begrippen en definities	39



Mondriaanjaar 2017, Stadhuis in Mondriaanstijl

1 TOERISTISCHE SECTOR

1.1 INLEIDING

Het toerisme bloeit. De toenemende welvaart en de opkomst van prijsvechters maakt reizen voor een steeds grotere groep consumenten over de hele wereld bereikbaar. Dit is terug te zien in het recordaantal van 4,1 miljard reizigers dat wereldwijd door luchtvaartmaatschappijen is vervoerd in 2017¹. Daarnaast gaan mensen ook vaker op vakantie, vaker uit eten en vaker naar attracties en musea. Dit leidt tot een groei in bestedingen en werkgelegenheid, maar ook tot een concurrentieslag om de kwalitatieve toerist; een toerist die veel besteedt en weinig overlast veroorzaakt.

De United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) voorspelt dat het wereldwijd aantal reizigers de komende jaren fors blijft toenemen. Toerisme zorgt wereldwijd voor 10% van het BBP en één op de 11 banen, waarmee de sector tegenwoordig net zo belangrijk is voor de wereldeconomie als de voedsel- of automobiellindustrie.²

Nederland profiteert fors van de wereldwijde groei van toeristen. In 2017 verbleven 42 miljoen gasten in een Nederlandse logiesaccommodatie. Dat is 9% meer dan in 2016, de grootste groei in ruim 10 jaar. Deze groei wordt voornamelijk gedragen door de 17,8 miljoen internationale gasten (+13%). Het aantal Nederlandse gasten nam toe naar 24,3 miljoen (+6%). De omvang van de toeristische bestedingen in de Nederlandse economie is met 6,9% gestegen naar een totaal van 82,1 miljard euro. Driekwart van deze groei is afkomstig van bestedingen van internationale toeristen, waarbij ook een toename van 11,5% zichtbaar is in het aantal overnachtingen. Nederlandse toeristen geven voornamelijk meer uit aan eten en drinken in de horeca tijdens toeristische bezoeken.

De afgelopen jaren profiteerde Den Haag ook fors van de groei van het toerisme. Het aantal verblijfsbezoekers groeide sinds 2013 met 33%. Wanneer gekeken wordt naar 2017, dan is een stijging zichtbaar van 15%. Er is in Den Haag voornamelijk een sterke groei zichtbaar in het aantal nationale verblijfsbezoekers (+20%) in tegenstelling tot voorgaande jaren. Deze groei in Nederlandse verblijfsbezoekers heeft waarschijnlijk te maken met het Mondriaanjaar, wat veel Nederlanders heeft verleid om een bezoek aan Den Haag te brengen in 2017. Landelijk groeide het aantal nationale verblijfsbezoekers slechts met 8%.³ Aanleiding voor het Mondriaanjaar was het 100-jarig bestaan van De Stijl. In het Gemeentemuseum is 's werelds grootste Mondriaancollectie te vinden en één van de grootste De Stijl collecties. Naast de tentoonstelling in het Gemeentemuseum werd de stad in

¹ International Air Transportation Association (IATA), 2018

² United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2018

³ Centraal Bureau voor Statistiek (CBS), 2018

Mondriaan-sfeer aangekleed. De deelnemende musea van het landelijke themajaar ontvingen in totaal 1.230.000 bezoekers (nationaal en internationaal) voor de tentoonstellingen. Bijna de helft van de bezoekers (535.000) kwam naar Den Haag. Hiervan kwamen 295.000 bezoekers speciaal voor de Mondriaantentoonstelling in het Gemeentemuseum.⁴

Belang toerisme voor Den Haag

Toerisme wordt steeds belangrijker voor steden. Bestedingen van bezoekers van buiten de stad zorgen niet alleen voor directe werkgelegenheid door bestedingen in winkels, attracties, horeca, etc. maar ook voor indirecte inkomsten en werkgelegenheid bij toeleveranciers en dienstverleners.

Daarnaast zorgt de afname van de beschikbare vrije tijd, een verschuiving in het bestedings- en consumptiegedrag en de toename van het besteedbaar inkomen ervoor dat de sector zich in snel tempo ontwikkelt en de bestedingen toenemen. Vakanties worden steeds betaalbaarder, vooral met het vliegtuig binnen Europa, waardoor het voor internationale bezoekers interessant is om een stedentrip te boeken. Uit recent onderzoek⁵ blijkt dat in de Haagse vrijetijdseconomie jaarlijks € 2,2 miljard omgaat, waar dit in 2012 nog € 2,0 miljard was. Door deze bestedingen dankt ruim één op de 10 Hagenaars zijn of haar baan direct of indirect aan de vrijetijdseconomie.

Naast economische voordelen draagt toerisme in Den Haag bij aan een aantrekkelijk leefklimaat voor bewoners door meer en betere winkels, horeca etc. Dit voorzieningenniveau is een stimulans voor bedrijven om zich in Den Haag te vestigen, omdat het voor werknemers een prettige werk- en leefomgeving creëert.

De monitor toerisme

De ontwikkelingen in de toeristische sector gaan snel. Om de ontwikkelingen goed te kunnen volgen, wordt deze Monitor Toerisme jaarlijks opgesteld. De monitor biedt inzicht in de trends die zich voordoen en in de ontwikkelingen van de sector. Met voorliggende rapportage wordt een breed spectrum van de vrijetijdseconomie cijfermatig in beeld gebracht. Hierbij gaat het om zowel dag- en verblijfsbezoeken als zakelijke bezoeken waarbij gebruik wordt gemaakt van leisure-voorzieningen. De rapportage brengt voor de periode 2013-2017 in beeld wat Den Haag te bieden heeft (aanbod), wat het gebruik van het aanbod is (bezoekersaantallen) en het belang van de sector voor de lokale economie en werkgelegenheid. Hoewel met de rapportage wordt getracht een zo volledig mogelijk beeld te schetsen van de ontwikkelingen, is deze niet uitputtend. De monitor bouwt voort op de in 2017 gepubliceerde Monitor Toerisme 2012-2016. Omdat de opzet en de steekproef van het Continue Vakantie Onderzoek (CVO) in 2017 ingrijpend zijn gewijzigd, is een trendbreuk ontstaan. Hierdoor zijn cijfers van dagbezoek niet goed vergelijkbaar met voorgaande jaren. Van dagbezoek wordt daarom het absolute aantal van 2017 getoond zonder vergelijking ten opzichte van voorgaande jaren.

⁴ NBTC-NIPO Research, *Bezoekers en bestedingen Mondriaan to Dutch design (2017)*

⁵ Bureau Economische Argumentatie, *Toerisme, de economische motor (2017)*

Afbakening

De focus van deze publicatie ligt op toerisme en leisure-voorzieningen met een regionale of landelijke aantrekkingskracht. Voorzieningen als zwembaden, golfbanen en (groen)voorzieningen in de openbare ruimte (parken, pleinen, monumenten, fiets- en wandelpaden, etc.) zijn niet opgenomen in deze publicatie maar dragen wel bij aan het toeristische aanbod. Daarnaast is detailhandel buiten beschouwing gelaten, ook al maakt een deel van de detailhandel nadrukkelijk onderdeel uit van het toeristische product. Periodiek verschijnt er over detailhandel namelijk een afzonderlijke detailhandelsmonitor, waarin de belangrijkste ontwikkelingen op dit gebied uitgebreid staan beschreven. Uiteraard vormt het winkelende publiek wel onderdeel van de bezoekers van Den Haag en de bestedingen die dit bezoek genereert. In hoofdstuk 2 wordt hier daarom nog kort op ingegaan.

1.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Naast de sterke (economische) groei van het toerisme en een toenemende concurrentie, zijn er enkele belangrijke trends en ontwikkelingen te onderscheiden in de productie en consumptie van vrije tijd. Hieronder worden enkele belangrijke trends en ontwikkelingen toegelicht.

Ontwikkelingen toerisme in Nederland

Toerisme wordt steeds belangrijker als economische sector. De bestedingen van toeristen zijn tegenwoordig in Nederland belangrijker dan de landbouw en de gas- en oliewinning bij elkaar. Het belang van toerisme is ook terug te zien in de banengroei. Het aantal banen in de toeristische sector groeide in 2017 met 3,8%. Dit is een sterkere groei dan de algemene banengroei van 2,1%.⁶

Het NBTC wil meer gebieden laten profiteren van de voordelen van toerisme door bezoekers over Nederland te spreiden door middel van zogeheten 'verhaallijnen'. Den Haag is onderdeel van drie van deze verhaallijnen: 'Mondriaan en De Stijl'-lijn, de 'Gouden Eeuw'-lijn en de 'Koninklijke' verhaallijn. Begin 2019 komt NBTC met een nationale visie op toerisme, die erop is gericht om bezoekers beter te spreiden, zodat de leefbaarheid in bepaalde drukke gebieden verbetert en andere gebieden meer profiteren van de voordelen van het toerisme.

Amsterdam ontving in 2017 6,8 miljoen internationale verblijfsbezoekers. Dit aantal is 13 keer zo groot als het aantal internationale verblijfsbezoekers in Den Haag. Daarom wordt in Amsterdam vol ingezet op regiospreiding om de groei van bezoekers in goede banen te leiden. Dat gebeurt door middel van marketing, maar ook door het toevoegen van nieuw aanbod. Begin 2018 is bijvoorbeeld de attractie 'This is Holland' geopend in Amsterdam-Noord. Gebieden buiten Amsterdam worden gepromoot, zoals de Keukenhof, Zaanse Schans, Muiderslot en (sinds de zomer van 2017) Den Haag.

⁶ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), 2018

Beleving en technologie worden steeds belangrijker

In de ervaring van bezoekers zijn nieuwe trends zichtbaar. Zo maakt luxueus reizen een grote verandering door. Deze groep bestaat nu slechts uit 7% van alle internationale reizen, maar is goed voor zo'n 20% van de totale toeristische bestedingen wereldwijd. Zij besteden zes keer zoveel als reguliere toeristen en maken gemiddeld 5,6 trips per jaar. Deze luxe consumenten en ook de millennials in het algemeen besteden nu meer aan belevingen dan aan producten. Hier vindt een verandering plaats van 'bezitten' naar 'beleven', waarbij zij op zoek zijn naar unieke, authentieke en persoonlijke ervaringen. Het kan dan gaan om een 'once in a lifetime experience' maar ook om een avond uit in een nieuw restaurant met vrienden en familie.⁷

Het toenemende toerisme en de globalisering leidt tot inwisselbare ervaringen, waar overal hetzelfde aanbod wordt geboden (denk aan ketenrestaurants, overal dezelfde hotelkamers e.d.) terwijl mensen juist bijzondere plekken willen ontdekken. Daarom is het belangrijk om in de stedelijke planning en ontwikkeling authenticiteit te behouden. Ook traditionele vormen van winkelen en museumbezoek veranderen, omdat mensen op zoek zijn naar een unieke beleving. Aanbieders zoeken naar mogelijkheden om de omzet te verhogen en de consument aan zich te verbinden. Hierdoor vervagen de traditionele grenzen tussen sectoren. Zo wordt divers aanbod steeds vaker in combinatie aangeboden om bezoekers meer te bieden en langer vast te houden (denk aan de combinatie van retail, dining en entertainment).

Een sleutelrol voor het personaliseren van de bezoekerservaring is weggelegd voor technologie. Nieuwe toepassingen zoals chatbots, robots en augmented, virtual en mixed reality zullen een belangrijke rol spelen in de toekomst van toerisme⁸. Technologie wordt al steeds vaker ingezet om de beleving te optimaliseren. Denk hierbij aan interactieve passpiegels in winkels en toepassingen van augmented reality in de horeca, zoals de app Foodstory, waarmee gerechten alvast geprojecteerd kunnen worden zodat de gasten precies en bij voorbaat weten wat zij gaan bestellen. Bij de inzet van technologie is het belangrijk om ook de authenticiteit te bewaken.

De strijd tussen steden om de kwaliteitstoerist

In de media verschijnen steeds vaker berichten over plekken waar overlast wordt ervaren door toerisme. Steden als Amsterdam, Barcelona en Venetië en staan voor de uitdaging om de leefbaarheid voor bewoners te verbeteren. Ervaren drukte heeft veel aspecten: enerzijds kan dit komen doordat bezoekers zich nauwelijks spreiden door de stad en de drukte zich concentreert op slechts enkele plekken, momenten op de dag of de periode in het jaar. Anderzijds kan het komen door het gedrag van de bezoekers zelf. De trend is dat steden zich dan ook steeds meer gaan richten op de kwaliteitstoerist, die weinig overlast veroorzaakt en relatief veel uitgeeft. Dit leidt tot een concurrentiestrijd tussen steden om de kwaliteitstoerist. Tot slot kan een

⁷ ITB World Travel Trend Report (2017-2018)

⁸ ITB World Travel Trend Report (2017-2018)

aspect van ervaren drukte ook de perceptie van bewoners zelf zijn. Een bewoner of regionale bezoeker die op straat een foto maakt met zijn telefoon kan worden aangezien voor een toerist, waardoor de omvang van het toerisme groter lijkt dan het in werkelijkheid is. Naast een focus op de kwaliteitstoerist zetten steden ook in op een betere spreiding van bezoekers in tijd (verdeeld over de dag, verdeeld over het jaar) en plaats (beter verdeeld over de stad of regio). Voor spreiding in plaats wordt steeds vaker gebruik gemaakt van technologische mogelijkheden, zodat bezoekersstromen kunnen worden beïnvloed.

1.3 TOERISTISCHE GEBIEDEN IN DEN HAAG

Den Haag heeft meerdere toeristische gebieden. Het Centrum, Scheveningen, de Internationale Zone en Kijkduin zijn toeristisch de belangrijkste. Den Haag zet actief in op versterking van deze gebieden, door clustering van voorzieningen die elkaar versterken. Daarnaast is er ruimte voor grootschalige voorzieningen aan de randen van de stad. Naast deze toeristische kerngebieden zijn er ook gebieden die steeds meer toeristische aantrekkingskracht krijgen onder specifieke doelgroepen. Zo ontstaan er in de Binckhorst regelmatig nieuwe (horeca)initiatieven en wordt ook de Haagse Markt steeds vaker ontdekt door toeristen.

KAART 1. TOERISTISCHE GEBIEDEN IN DEN HAAG



Centrum

De binnenstad van Den Haag is een belangrijk visitekaartje voor de stad en kent een zeer hoge dichtheid aan vrijetijdsvoorzieningen, zoals winkels, musea, theaters, horeca en bezienswaardigheden. Het centrum van Den Haag trekt jaarlijks in totaal 33-35 miljoen bezoekers. Enkele gebieden in het centrum spelen in toeristisch opzicht een belangrijke rol. Het Centraal Station en Hollands Spoor zijn belangrijke aankomstplekken met het openbaar vervoer. Daarnaast zijn de paleizen en het

Binnenhof van grote waarde voor het toerisme en is het Malieveld van belang omdat hier regelmatig allerlei grote evenementen plaatsvinden.

De binnenstad heeft diverse sfeergebieden die toeristisch aantrekkelijk zijn, zoals het Hofkwartier en China Town. Het gebied rond de Hofvijver en het Lange Voorhout vormt het Museumkwartier, waar diverse belangrijke musea zijn gevestigd zoals het Mauritshuis, het Haags Historisch Museum, de Gevangenpoort, Escher in het Paleis, Museum Bredius en de Galerij Willem V. De combinatie van een historische binnenstad, de koninklijke sfeer en het winkel- en museumaanbod maken de Haagse binnenstad uniek.



Centrum, 'Meisje met de Parel' in het Mauritshuis

Scheveningen

Scheveningen is sinds 1818 de eerste én grootste badplaats van Nederland en is uitgegroeid tot een multifunctioneel gebied waarin wonen, werken, winkelen, horeca en recreatie worden gecombineerd. Het gebied met het Kurhaus en de Pier als beeldbepalende gebouwen trekt jaarlijks miljoenen bezoekers uit binnen- en buitenland. Daarnaast zijn de vele attracties zoals het Circustheater, Holland Casino, Sea Life en museum Beelden aan Zee van grote waarde voor het gebied. Sinds de heropening van de Pier (2015), de komst van een nieuwe eigenaar van het Kurhaus en de geheel vernieuwde zuidelijke boulevard is een nieuwe dynamiek ontstaan in Scheveningen en een opwaartse lijn ingezet. De komende jaren worden bovendien de noord-boulevard en midden-boulevard vernieuwd en opent het Legoland Discovery Centre.

Het havengebied is een bijzondere locatie waar een grote ontwikkelingsopgave wordt uitgevoerd. Het is een gebied in opkomst. In Scheveningen-Haven ligt de focus op het versterken van de maritieme functie. De combinatie van wonen én

werken maakt het gebied interessant en aantrekkelijk. Het is een levendige plek, waar boten in en uit varen en laden en lossen. Een gebied waar stad, haven, duinen en zee samenkomen. Kortom, een aantrekkelijk decor voor bezoekers. De authentieke visserij en de onderscheidende water- en strandporten staan centraal in de toeristische profilering van Scheveningen-Haven en trekken bezoekers van buiten de stad. Scheveningen-Bad en -Haven trekken per jaar samen circa 13-14 miljoen bezoekers.



Scheveningen, Scheveningen-Haven

Kijkduin

Vergeleken met Scheveningen is Kijkduin een kleinschalige en rustige familiebadplaats, die jaarlijks circa 3 miljoen bezoekers trekt. Natuur, duinen, zee en strand, in combinatie met de horeca aan de boulevard, zijn hier de belangrijkste bezoekenmotieven. Scheveningen en Kijkduin maken sinds 2016 deel uit van het (toekomstige) Nationaal Park Hollandse Duinen, dat eind 2016 door het Nederlandse publiek als één van de mooiste natuurgebieden van Nederland is verkozen. Er zijn diverse wandel- en fietsroutes waaronder een rondwandeling langs o.a. landgoed Ockenburgh, de Zandmotor en de pluk- en heemtuintuin. Het nationaal park loopt straks van Hoek van Holland tot Langevelderslag bij Noordwijk. Afgelopen jaar zijn de voorbereidingen getroffen voor de grootschalige herontwikkeling. Kijkduin-Bad krijgt komende jaren een nieuw winkelcentrum, de boulevard wordt vernieuwd, het Atlantic Hotel wordt verbouwd, er komt een ondergrondse parkeergarage en er worden appartementen ontwikkeld.



Kijkduin, impressie van de herontwikkeling

Internationale Zone

De Internationale Zone is hét visitekaartje van Den Haag als Internationale Stad van Vrede en Recht. Het gebied loopt van de Landscheidingsweg tot aan de Sportlaan en van het Statenkwartier tot aan de Archipelbuurt/het Willemspark. In de Internationale Zone staan belangrijke publiekstrekkers zoals het Vredespaleis, Omniversum, Madurodam, Museon, GEM/Fotomuseum en Gemeentemuseum. Door het gebied als Internationale Zone aan te duiden en als zodanig beter herkenbaar te maken wil Den Haag haar internationale karakter benadrukken. In het gebied bevinden zich diverse ambassades, een aantal belangrijke internationale organisaties en het World Forum. Het gebied beschikt over uitstekende congres- en vergaderlocaties en hotels.



Vredespaleis, Internationale Zone

2 BEZOEKERS

2.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk worden de ontwikkelingen in het bezoek aan Den Haag, de bestedingen en de ontwikkelingen ten opzichte van de andere G4 steden toegelicht. Ten aanzien van bezoekersaantallen wordt nadrukkelijk onderscheid gemaakt tussen *bezoekers* en *bezoeken*. Een individuele bezoeker kan een stad meerdere keren in een jaar bezoeken. Daarbij geldt dat hoe hoger de gemiddelde bezoekfrequentie is, hoe groter het aantal bezoeken. Verder wordt onderscheid gemaakt tussen *toeristisch bezoek* (2.2) en *verblijfsbezoek* (2.3).

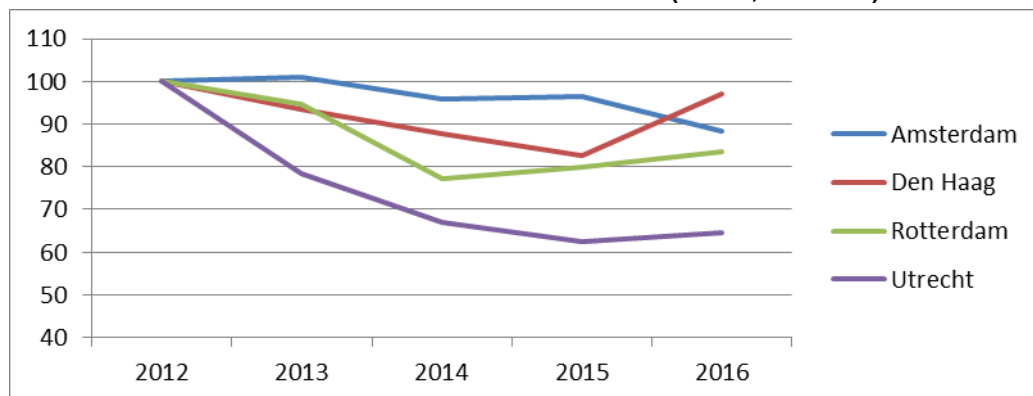
2.2 TOERISTISCH BEZOEK

In onderstaande tabellen en figuren staan de ontwikkelingen in het aantal unieke bezoekers en aantal bezoeken van de G4 steden weergegeven. Het gaat hier om Nederlandse bezoekers van steden met een toeristisch motief, dus exclusief familiebezoek en zakelijk bezoek.⁹ Omdat de methodiek van het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) in 2017 ingrijpend is gewijzigd, is een trendbreuk ontstaan waardoor de cijfers van 2017 niet goed met voorgaande jaren zijn te vergelijken. Daarom wordt de ontwikkeling in de periode 2012-2016 in een grafiek getoond met behulp van indexcijfers en worden de absolute cijfers alleen voor 2017 vermeld.

Bezoeken aan de G4

In de periode 2012-2015 daalde het aantal bezoeken aan steden flink. Deze trend was niet alleen merkbaar bij de G4, maar in vrijwel alle steden. De daling van het aantal bezoeken had te maken met de economische crisis en een verandering in het consumentengedrag. In 2016 was een kentering te zien. Opvallend is de sterke stijging van het aantal bezoeken dat Den Haag in 2016 heeft gehad. Daarmee werd de neerwaartse trend doorbroken. In Rotterdam en Utrecht was ook een lichte groei te zien in 2016.

FIGUUR 1. AANTAL BEZOEKEN AAN DE G4 IN 2012-2016 (INDEX, 2012=100)



Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

⁹ In 7% van alle bezoeken aan steden ging het om een meerdaags verblijf met overnachting (voor Den Haag 9%).

In 2017 is Den Haag 9 miljoen keer bezocht door Nederlanders met een toeristisch motief. De andere G4 steden werden vaker bezocht (zie tabel 1).

TABEL 1. AANTAL BEZOEKEN AAN DE G4 IN 2017 (X 1000)

Amsterdam	17.031
Den Haag	9.032
Rotterdam	13.542
Utrecht	10.943

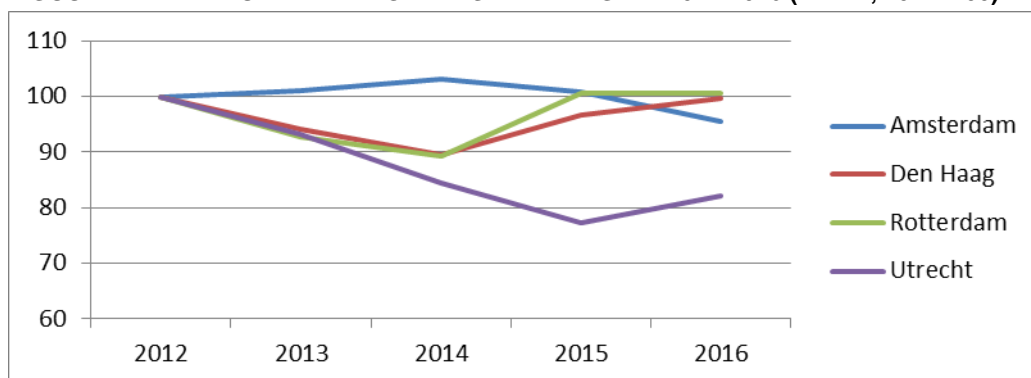
Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

Het centrum van Den Haag trekt de meeste bezoekers. In 2017 is het centrum 5,4 miljoen keer bezocht, Scheveningen 3,7 miljoen keer, Kijkduin 0,8 miljoen keer en overig Den Haag 1,8 miljoen keer. Het gaat hierbij alleen om nationale bezoekers van buiten Den Haag met een toeristisch motief.

Bezoekers aan de G4 steden

In de crisisjaren is het aantal unieke bezoekers aan de G4 steden over het algemeen ook wat afgenomen, maar sinds 2015 trekt het aantal weer aan. Amsterdam laat daarentegen een lichte daling zien.

FIGUUR 2. AANTAL UNIEKE BEZOEKERS AAN DE G4 IN 2012-2016 (INDEX, 2012=100)



Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

In 2017 trok Den Haag naar schatting 2,6 miljoen unieke bezoekers uit Nederland met een toeristisch motief. Dat is minder dan de andere G4 steden.

TABEL 2. AANTAL UNIEKE BEZOEKERS AAN DE G4 IN 2017 (X 1000)

Amsterdam	4.496
Den Haag	2.615
Rotterdam	3.296
Utrecht	3.206

Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

Van de G4 heeft Rotterdam verhoudingsgewijs de meeste bezoekers uit de eigen provincie (38%), gevolgd door Den Haag (36%), Amsterdam (21%) en Utrecht (15%).

De gemiddelde bezoekfrequentie van Nederlandse (toeristische) steden varieerde in 2017 van 2,5 (Maastricht) tot 4,3 (Zutphen). Den Haag scoort met een bezoekfrequentie van 3,5 rond het gemiddelde.

Ondernomen activiteiten en belangrijkste bezoekmotief

In onderstaande tabel staan de activiteiten die de bezoekers ondernomen hebben tijdens hun bezoek aan de G4 steden. Lunchen/dineren, op een terras zitten en winkelen voor plezier zijn in het algemeen de belangrijkste ondernomen activiteiten. Bezoekers van Den Haag bezoeken ook vaak het strand en de boulevard.

TABEL 3. ONDERNOMEN ACTIVITEITEN TIJDENS BEZOEK AAN DE G4 IN 2017

	Amsterdam	Den Haag	Rotterdam	Utrecht
Lunchen / dineren	57%	58%	57%	57%
Op terras zitten	23%	26%	20%	20%
Bezoek evenement	11%	7%	9%	16%
Bezoek museum	26%	18%	12%	13%
Bezoek aan een attractie	6%	7%	10%	2%
Bezoek theater / concert	15%	9%	8%	10%
Bezoek bioscoop	8%	9%	9%	5%
Uitgaan / nachtleven	6%	5%	5%	7%
Bezoek sportwedstrijd	3%	1%	5%	2%
Stadswandeling	21%	16%	18%	14%
Fietstocht	4%	2%	2%	2%
Boottocht	8%	0%	6%	2%
Winkelen voor plezier	33%	31%	48%	41%
Bezoek strand / boulevard	0%	34%	1%	0%
Geen van deze	3%	3%	3%	4%

Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

Winkelen voor plezier is nog steeds het belangrijkste bezoekmotief om een stad te bezoeken, maar het belang ervan neemt de laatste jaren verhoudingsgewijs af. In de meeste steden komt 30-50% van de bezoekers primair naar de stad om te winkelen. In Zoetermeer is dit percentage het hoogste (53%) en in Den Haag en Amsterdam het laagste (13%). Door het uitgebreide en gevarieerde vrijetijdsaanbod in de G4, is het belang van winkelen voor plezier verhoudingsgewijs lager dan bij andere Nederlandse steden. Tegelijkertijd is museumbezoek steeds vaker de primaire reden om een stad te bezoeken. In Den Haag doet deze trend zich ook voor: waar dit in 2012 nog bij 8% van de bezoekers als belangrijkste reden werd opgegeven, is dit in 2017 gestegen naar 13%. Dit is ook terug te zien in de bezoekersaantallen van diverse musea (tabel 14). Wat tevens opvalt is het hoge aandeel bezoek strand/boulevard in Den Haag. Dit is in 2017 goed voor circa 14% de belangrijkste reden voor een bezoek aan de stad.

TABEL 4. BELANGRIJKSTE BEZOEKMOTIEF G4 IN 2017

	Amsterdam	Den Haag	Rotterdam	Utrecht
Lunchen / dineren	12%	14%	14%	17%
Op terras zitten	2%	2%	2%	2%
Bezoek evenement	8%	5%	6%	13%
Bezoek museum	18%	13%	8%	9%
Bezoek aan een attractie	4%	4%	6%	1%
Bezoek theater / concert	12%	9%	7%	9%
Bezoek bioscoop	3%	5%	5%	3%
Uitgaan / nachtleven	3%	2%	2%	3%
Bezoek sportwedstrijd	2%	0%	4%	1%
Stadswandeling	5%	3%	4%	3%
Fietstocht	1%	1%	1%	1%
Boottocht	4%	0%	2%	1%
Winkelen voor plezier	13%	13%	25%	23%
Bezoek strand / boulevard	0%	14%	0%	0%
Geen belangrijkste reden	13%	15%	14%	13%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

Landelijk gezien komen de meeste bezoekers van Nederlandse steden met de auto (59%), gevolgd door de trein (26%). In Den Haag en Rotterdam is dat ook het geval. Amsterdam en Utrecht wijken van dit patroon af. Daar komen meer bezoekers met de trein naar toe dan met de auto.

Naar Den Haag komen vooral veel paren zonder kinderen (45%) en alleenstaanden (31%). In 18% van bezoekers betreft het een gezin met jonge kinderen (jongste kind jonger dan 12 jaar) en in 6% een gezin met oudere kinderen (jongste kind 13 t/m 17 jaar). De verschillen tussen de G4 zijn gering. Ten opzichte van andere steden trekt Den Haag iets meer alleenstaanden aan en iets minder gezinnen met oudere kinderen.

Bestedingen toeristisch bezoek

De economische ontwikkeling en de verandering in het consumentengedrag hebben ook effect gehad op de gemiddelde bestedingen van nationale bezoekers met toeristisch motief. In de periode 2012-2016 zijn deze met ca. 5% gedaald.

In 2017 wordt landelijk gezien gemiddeld € 51 per bezoek uitgegeven. Van dit bedrag wordt circa 42% uitgegeven in winkels, 35% in horeca gelegenheden, 14% aan entreegelden voor musea, theaters en attracties en 9% aan overige zaken. De gemiddelde bestedingen van bezoekers aan de G4 staan in onderstaande tabel weergegeven.

TABEL 5. GEMIDDELDE BESTEDINGEN TOERISTISCH BEZOEK AAN G4 IN 2017

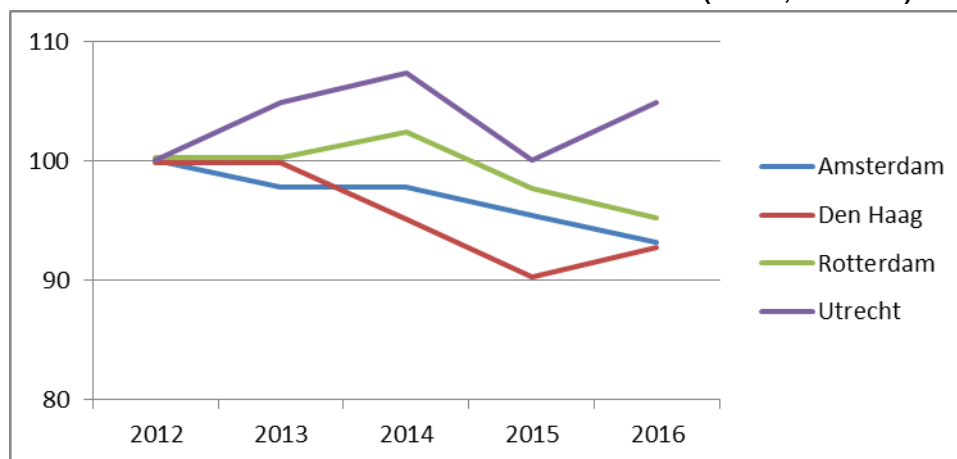
Amsterdam	€ 50
Den Haag	€ 47
Rotterdam	€ 52
Utrecht	€ 48

Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

De gemiddelde besteding hangt samen met het bezoekmotief: volgens het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) neemt de gemiddelde besteding toe als het percentage voor winkelen voor plezier als bezoekmotief toeneemt. Strandbezoek zorgt juist voor lagere gemiddelde besteding. Dit verklaart de iets lagere bestedingen in Den Haag ten opzichte van de andere G4 steden.

Den Haag bevindt zich in 2017 met € 47 per bezoek in de middenmoot van Nederlandse steden. Ter vergelijking: in Maastricht zijn de gemiddelde bestedingen per bezoek het hoogst (€ 73) en in Gouda het laagst (€ 31).¹⁰

De gemiddelde bestedingen van bezoekers van de G4 zijn in de periode 2012-2015 afgenomen. Deze trend heeft zich in 2016 in Amsterdam en Rotterdam voortgezet, maar in Den Haag en Utrecht namen de gemiddelde uitgaven weer iets toe.

FIGUUR 3. GEMIDDELDE BESTEDING IN DE G4 IN 2012-2016 (INDEX, 2012=100)

Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

2.3 VERBLIJFSBEZOEK

In onderstaande tabel staat het aantal gasten in de G4 steden in 2017 weergegeven en tussen haakjes het aantal gasten in 2013. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen gasten uit Nederland en het buitenland. In de kolom 'groei t.o.v. 2013' staat de procentuele stijging van het totale aantal gasten per stad.

Bij 'gasten' gaat het om personen die minimaal één nacht betaald in een stad verblijven. Het gaat niet om unieke gasten. Wanneer iemand in één jaar twee keer of meer een periode betaald verblijft, telt die als 'nieuwe' gast mee.

¹⁰ Maastricht heeft relatief meer meerdaagse bezoeken met overnachting waardoor de gemiddelde bestedingen hoger uitvallen.

TABEL 6. AANTAL GASTEN (X 1000) IN 2017 (EN 2013)

	Nederland	Buitenland	Totaal	Groei t.o.v. 2013
Amsterdam	1.477 (1.292)	6.784 (4.733)	8.260 (6.024)	37%
Den Haag	549 (441)	519 (365)	1.068 (805)	33%
Rotterdam	606 (390)	535 (406)	1.141 (796)	43%
Utrecht	205 (147)	255 (156)	460 (302)	52%

Bron: CBS

Het aantal gasten dat in Den Haag verblijft is de afgelopen vier jaar met 33% gestegen. De groei is iets kleiner dan in de andere G4 steden. Wanneer alleen het afgelopen jaar wordt gekeken, is Den Haag wel iets harder gegroeid (+15%) dan Amsterdam (+14%) en Rotterdam (+8%), maar minder sterk dan Utrecht (+30%).

De ene toerist is de andere niet

In de Kanskaart Toerisme¹¹ is helder uiteengezet voor welke doelgroepen Den Haag het meeste te bieden heeft en het meest kansrijk is. Toeristen uit België, Duitsland en Verenigd Koninkrijk vinden de stad aantrekkelijk door de combinatie van stad, strand en het koninklijke karakter. Van de Zuid-Europese landen zijn bezoekers uit Frankrijk, Italië en Spanje in het bijzonder geïnteresseerd in het culturele aanbod. Intercontinentaal geldt dit ook voor een specifieke groep uit Amerika. Voor de Nederlandse markt wordt gebruikt gemaakt van de leefstijlsegmentatie van Smart Agent¹², waarbij leefstijlen worden uitgedrukt in kleuren. De zogenoemde 'ondernemende volwassenen' (paars), 'stijlvolle en luxe ouderen' (blauw), 'creatieve en inspirerende volwassenen' (rood) en 'uitbundige gezinnen' (geel) zijn voor Den Haag het meest kansrijk.

Hoewel vaak wordt gecommuniceerd over aantallen toeristen, is de economische waarde uiteindelijk veel relevanter voor de stad. Nationale verblijfsbezoekers besteden volgens het NBTC bijvoorbeeld gemiddeld € 95 per dag, terwijl een internationale verblijfsbezoeker gemiddeld € 213 per dag besteedt. Per herkomstland is ook bekend wat de gemiddelde bestedingen zijn. Gemiddeld geeft een internationale verblijfsbezoeker tijdens het gehele bezoek € 726 uit, terwijl Amerikanen daar met een gemiddelde van circa € 1.200 per bezoek ver boven zitten.

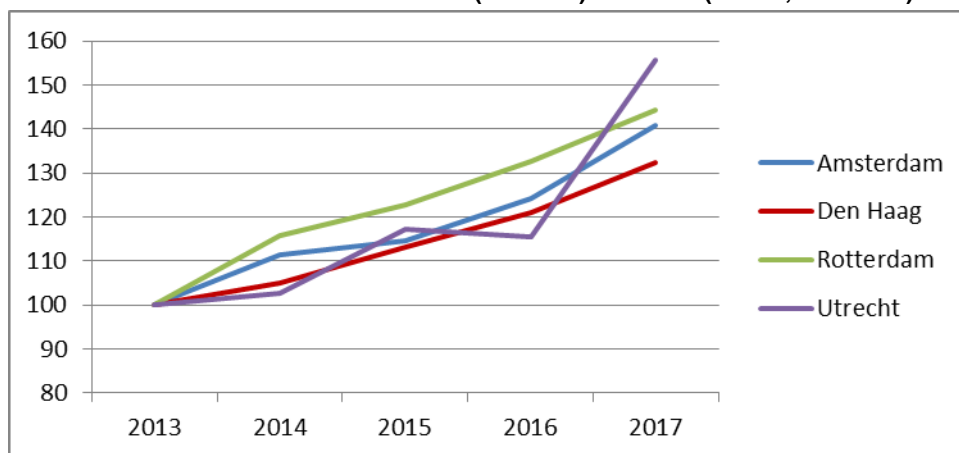
TABEL 7. OVERNACHTINGEN (X 1000) IN 2017 (EN 2013)

	Nederland	Buitenland	Totaal	Groei t.o.v. 2013
Amsterdam	2.464 (2.159)	13.394 (9.103)	15.858 (11.262)	41%
Den Haag	825 (697)	911 (615)	1.736 (1.312)	32%
Rotterdam	900 (598)	920 (662)	1.820 (1.260)	44%
Utrecht	306 (222)	413 (241)	719 (462)	56%

Bron: CBS

In bovenstaande tabel staat het aantal overnachtingen in de G4 steden weergegeven (inclusief zakelijk verblijf). Evenals het aantal gasten, is het aantal overnachtingen in de periode 2013-2017 in Den Haag minder hard gegroeid dan in de andere G4 steden. Kijken we alleen naar de groei in de afgelopen twee jaar, dan is de groei in Den Haag vergelijkbaar met die van Amsterdam en Rotterdam, alleen Utrecht laat dan een hogere groei zien.

¹¹ RIS 266027 bijlage Kanskaart Toerisme¹² Bron: Smart Agent 2012

FIGUUR 4. AANTAL OVERNACHTINGEN (TOTAAL) IN DE G4 (INDEX, 2013=100)

Bron: CBS

In de G4 steden is de gemiddelde verblijfsduur van gasten in de periode 2013-2017 nauwelijks veranderd. In Amsterdam ligt het gemiddelde in 2017 op 1,92 nachten (was 1,87), in Den Haag op 1,63 (was 1,63), in Rotterdam op 1,60 (was 1,58) en in Utrecht op 1,56 (was 1,53).

TABEL 8. AANTAL GASTEN NAAR BELANGRIJKSTE HERKOMSTLANDEN IN DEN HAAG IN 2013-2017 (X 1000)

	2013	2014	2015	2016	2017	Groei t.o.v. 2013
Duitsland	76	97	121	159	181	138%
Verenigd-Koninkrijk	52	62	68	56	63	21%
België	31	37	43	46	50	61%
Verenigde Staten	26	30	38	31	31	19%
Frankrijk	17	19	20	19	22	29%
Spanje	14	15	13	12	12	-14%
Italië	9	8	11	11	12	33%
Overig Buitenland	140	149	154	139	148	6%
Totaal	365	417	468	473	519	42%

Bron: CBS

Den Haag ontvangt traditioneel vooral bezoekers uit Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk, de zogenoemde 'dichtbij landen'. Het zijn bezoekers uit Europa die in de meeste gevallen al meerdere keren in Nederland zijn geweest. Deze groep gasten is de laatste vijf jaar flink gegroeid. De VS is met 31.000 bezoekers ook een belangrijk doelland voor Den Haag buiten Europa. De Amerikaanse bezoekers zijn met name geïnteresseerd in het culturele aanbod (Escher, Vermeer en Mondriaan).

De belangrijkste wijzigingen ten opzichte van 2016 zijn de toename van het aantal Duitse gasten (+14%) en Britse gasten (+13%).

Ontwikkeling accommodaties

In onderstaande tabel staat het aantal accommodaties (hotels, pensions en jeugdaccommodaties) en bedden van de G4 steden weergegeven in 2017 en (tussen haakjes) 2013.

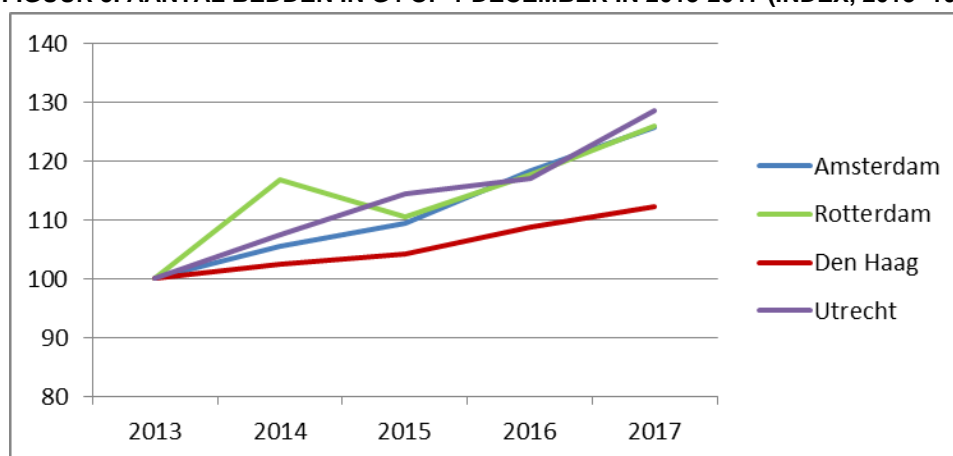
TABEL 9. ACCOMMODATIES EN BEDDEN IN G4 OP 1 DECEMBER 2017 (EN 2013)

	Accommodaties	Groei t.o.v. 2013	Bedden	Groei t.o.v. 2013
Amsterdam	474 (423)	12%	69.277 (55.084)	26%
Den Haag	63 (63)	0%	9.220 (8.220)	12%
Rotterdam	74 (69)	7%	10.123 (8.034)	26%
Utrecht	33 (28)	18%	3.936 (3.062)	29%

Bron: CBS

In tegenstelling tot de andere G4 steden is het aantal accommodaties in Den Haag tussen 2013 en 2017 niet gegroeid. Het aantal bedden is in die periode wel gegroeid (+12%), maar minder hard dan in de andere G4 steden. Met name de ontwikkeling van Utrecht is opvallend. In vier jaar tijd groeide het aantal accommodaties met 18% en het aantal bedden met 29%. Verder valt op dat het aantal bedden in de meeste steden sneller groeit dan het aantal accommodaties, wat betekent dat de gemiddelde schaalgrootte toeneemt. De opkomst van Airbnb is hierbij buiten beeld gelaten.

FIGUUR 5. AANTAL BEDDEN IN G4 OP 1 DECEMBER IN 2013-2017 (INDEX, 2013=100)



Bron: CBS

Bezettingsgraad en prijzen hotels

In onderstaande tabel staat de bezettingsgraad van hotels in de G4 weergegeven.

TABEL 10. BEZETTINGSGRAAD VAN HOTELS IN DE G4 (2013-2017)

	2013	2014	2015	2016	2017	Groei t.o.v. 2013
Amsterdam	80%	81%	81%	83%	85%	+6%
Den Haag	62%	67%	68%	74%	74%	+19%
Rotterdam	63%	63%	64%	70%	73%	+16%
Utrecht	70%	69%	71%	71%	72%	+3%

Bron: Horwath

De bezettingsgraad van hotels is de laatste jaren het meest toegenomen in Den Haag. De groei van het aantal overnachtingen en de beperktere groei van het aantal beschikbare bedden lijken de bezettingsgraad op te drijven. In Amsterdam en Utrecht is de bezettingsgraad relatief stabiel.

In onderstaande tabel zijn de gemiddelde hotelkamerprijzen weergegeven.

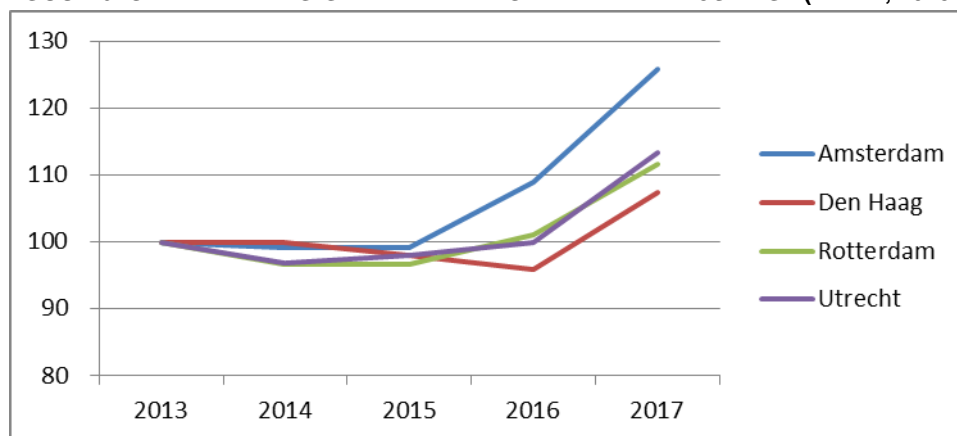
TABEL 11. GEMIDDELDE HOTELKAMERPRIJS IN EURO'S G4 (2013-2017)

	2013	2014	2015	2016	2017	Groei t.o.v. 2013
Amsterdam	€ 124	€ 123	€ 123	€ 135	€ 156	+26%
Den Haag	€ 95	€ 95	€ 93	€ 91	€ 102	+7%
Rotterdam	€ 89	€ 86	€ 86	€ 90	€ 100	+12%
Utrecht	€ 95	€ 92	€ 93	€ 95	€ 107	+13%

Bron: Horwath

Van de G4 steden is in Amsterdam de gemiddelde kamerprijs fors gestegen. De sterke groei van het toerisme en de hoge bezettingsgraad drijft de prijzen in de Amsterdamse hotels op. In de andere steden was de prijs in de periode 2013-2016 redelijk stabiel, maar het afgelopen jaar zijn ze met ruim 10% gestegen. De gemiddelde kamerprijzen in Den Haag in 2017 zijn vergelijkbaar met die van Rotterdam en Utrecht.

FIGUUR 6. ONTWIKKELING GEMIDDELDE HOTELKAMERPRIJS IN G4 (INDEX, 2013=100)



Bron: Horwath

Overige accommodaties

In Den Haag verblijven veruit de meeste verblijfsbezoekers in hotels. Naast hotels wordt door zakelijke bezoekers en leisure-bezoekers ook overnacht in o.a. hostels, het vakantiepark in Kijkduin en via verhuursites als Airbnb. Voor Airbnb geldt dat het aantal kamers dat in Den Haag wordt aangeboden de laatste jaren is toegenomen.¹³

¹³ Volgens een onderzoek van Hotelschool The Hague (2017) is er in 2016 ruim 31.000 keer een Haagse kamer/woning geboekt via Airbnb. De gemiddelde verblijfsduur was naar schatting 4,1 nachten en de gemiddelde groepsgrootte was 2,5 personen.



Mondriaanjaar 2017, Bezoekers op de Mondriaantrap op de Grote Marktstraat

3

ATTRACTIES EN BIOSCOPEN

3.1 INLEIDING

Door de groei van het toerisme en de vrijetijdseconomie neemt de attractiedichtheid verder toe. Dit leidt tot nieuw aanbod en snelle vernieuwing in het aanbod. Deze trends zijn ook zichtbaar in Den Haag. In 2017 is het toeristische aanbod uitgebreid met een zip-line op de Pier, een koninklijke wandelroute door de binnenstad en een hop-on hop-of bus. Madurodam is bezig met uitbreiden en Legoland wordt momenteel gebouwd en opent begin 2019 zijn deuren. Daarnaast is het zogeheten Oranjehotel bezig met de bouw en inrichting van een herinneringscentrum voor de gebeurtenissen in de Tweede Wereldoorlog achter de gevangenismuur aan de Van Alkemadelaan. Naast attracties is ook beweging te zien in de bioscoopmarkt. Het aantal bezoekers van bioscopen neemt vrijwel ieder jaar toe, wat leidt tot een toename en verbetering van het aanbod.

Best bezochte attracties in Nederland

In onderstaande tabel is een overzicht te zien van de best bezochte attractieparken, dierentuinen en musea van Nederland. Het overzicht is gebaseerd op de top 50 attracties die het NBTC jaarlijks opstelt. De Haagse attracties in de top 50 zijn expliciet vermeld (cursief).

TABEL 12. TOP 10 ATTRACTIES, DIERENTUINEN EN MUSEA IN 2017

Rangnr.	Attractie	Aantal bezoekers (x 1.000)	Plaats
1	De Efteling	5.187	Kaatsheuvel
2	Lovers Canal Cruises	2.283	Amsterdam
3	Van Gogh Museum	2.555	Amsterdam
4	Zaanse Schans	2.219	Zaandam
5	Rijksmuseum Amsterdam	2.160	Amsterdam
6	<i>De Uithof</i>	1.490	<i>Den Haag</i>
7	Stromma Rondvaart	1.470	Amsterdam
8	Diergaarde Blijdorp	1.459	Rotterdam
9	Natura Artis Magistra	1.412	Amsterdam
10	Keukenhof	1.400	Lisse
22	<i>Madurodam</i>	<i>723</i>	<i>Den Haag</i>
31	<i>Gemeentemuseum/GEM</i>	<i>420</i>	<i>Den Haag</i>
43	<i>Mauritshuis</i>	<i>415</i>	<i>Den Haag</i>

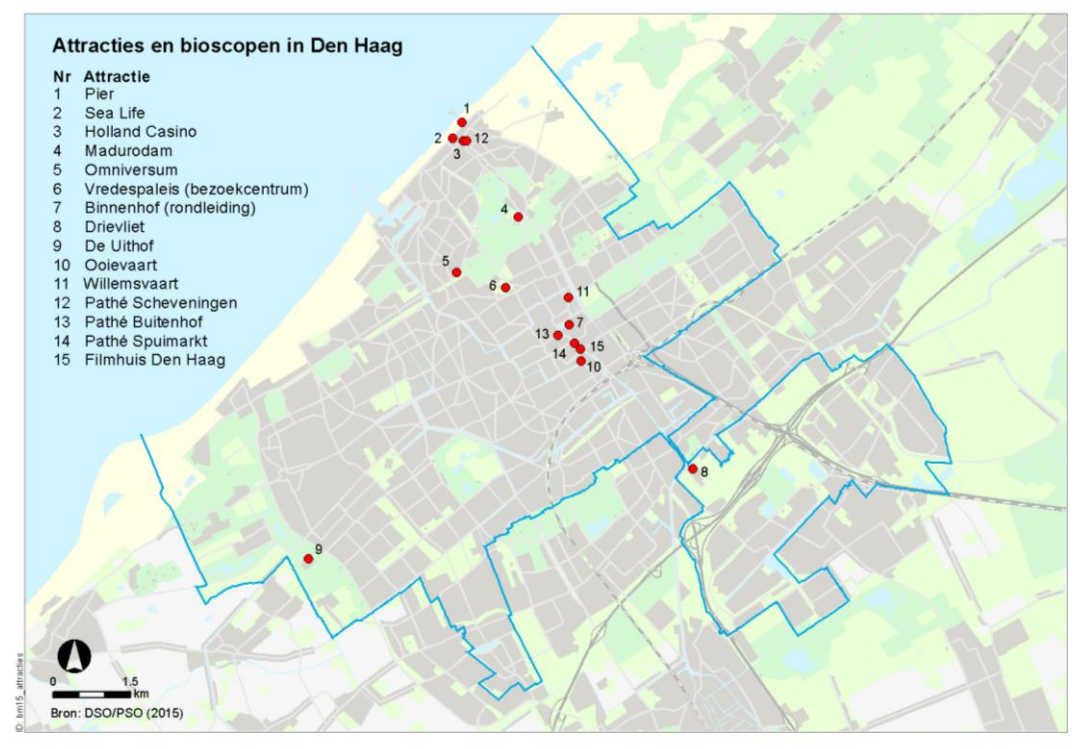
Bron: NBTC (Top 50 dagattracties 2017)

In de top 50 van attracties, dierentuinen en musea staan vier aanbieders uit Den Haag: De Uithof, Madurodam, het Gemeentemuseum/GEM en het Mauritshuis. Ten opzichte van 2016 zijn alle vier gestegen in de ranglijst. Ze stonden in 2016 respectievelijk op de 9^e, 23^e, 45^e en 46^e plaats. Vooral het Gemeentemuseum/GEM heeft dus een grote sprong voorwaarts gemaakt.

3.2 AANBOD ATTRACTIES EN BIOSCOPEN

Den Haag heeft een breed aanbod van attracties en bezienswaardigheden die (inter)nationale bezoekers trekken, zoals o.a. het Vredespaleis, het Binnenhof, het Mauritshuis, Escher in het Paleis, het Gemeentemuseum/GEM, Madurodam en Sea Life. De attracties zijn voornamelijk te vinden in het Centrum en Scheveningen. Daarnaast staan er nog twee attracties, de Uithof en Drievliet, in de periferie van Den Haag (zie kaart 2). In Den Haag zijn er momenteel vier bioscopen: Pathé Scheveningen, Pathé Buitenhof, Pathé Spuimarkt en Filmhuis Den Haag.

KAART 2. ATTRACTIES EN BIOSCOPEN IN DEN HAAG



3.3 BEZOEKERSAANTALLEN ATTRACTIES EN BIOSCOPEN

In tabel 13 staan de bezoekersaantallen van de belangrijkste attracties en bioscopen van Den Haag. De aantallen van Sealife en Drievliet zijn niet opgenomen, omdat deze niet openbaar worden gemaakt.

Opvallend is dat de bioscopen en attracties in Scheveningen na enkele moeizame jaren weer meer bezoekers mogen verwelkomen. De opwaartse lijn in bezoekersaantallen zette ook in 2017 verder door. Met name de Pier trekt veel bezoekers. Ook Madurodam en Omniversum hebben in 2017 weer meer bezoekers dan in voorgaande jaren getrokken. Verder trekken het bezoekerscentrum van het Vredespaleis en de rondleidingen in het Binnenhof (van ProDemos) ook veel bezoekers.

TABEL 13. BEZOEKERSAANTALLEN ATTRACTIES EN BIOSCOPEN (X1000) 2013-2017

Attractie	2013	2014	2015	2016	2017	Groei tov 2016
De Pier	NB	-	1000	2000	2.500	+25%
De Uithof	1.100	1.287	NB	1.389	1490	+7%
Madurodam	685	654	650	630	723	+15%
Holland Casino	577	564	576	603	NB	NB
Omniversum	286	285	263	246	266	+8%
Binnenhof (rondleiding)	142	158	167	175	174	-1%
Vredespaleis (bezoekcentrum)	82	113	127	NB	140	NB
Ooievaart	38	38	38	38	NB	NB
Willemsvaart	4	5	7	8	NB	NB
Pathé Scheveningen	465	414	436	476	444	-7%
Pathé Buitenhof	439	447	435	450	453	+1%
Pathé Spuimarkt	1.103	1.043	1.059	1.080	1.199	+11%
Filmhuis Den Haag	156	172	175	170	185	+9%

Bron: Opgave instellingen. NB=niet bekend



Bezoekers bewonderen Nederland in het klein in Madurodam



Gemeentemuseum, Victory Boogie Woogie

4 KUNST EN CULTUUR

4.1 INLEIDING

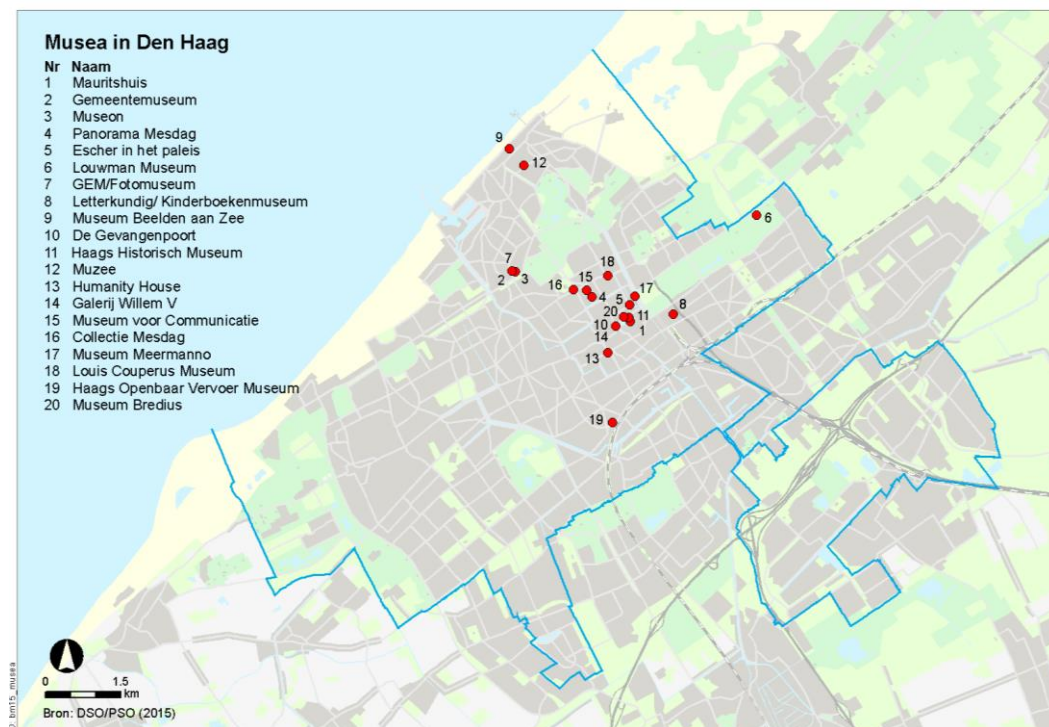
De culturele sector wordt steeds belangrijker voor het toeristische aanbod van steden. Met name musea zorgen voor een grote aantrekkelijkheid en kunnen zorgen voor meer bezoekers. Voor internationale toeristen is het rijke culturele aanbod van Den Haag een belangrijke reden voor een bezoek.

De culturele sector moet, net als veel andere aanbieders in de toeristische sector, het aanbod regelmatig vernieuwen om bezoekers te trekken. Ook tijdelijk aanbod wordt steeds belangrijker.

4.2 AANBOD MUSEA

Den Haag heeft een rijk en gevarieerd aanbod van (inter)nationaal bekende musea, waaronder het Mauritshuis, het Gemeentemuseum, Escher in het Paleis en Panorama Mesdag. De musea zijn vooral gevestigd in het centrum van Den Haag en in de Internationale Zone.

KAART 3. MUSEA IN DEN HAAG



4.3. BEZOEKERSAANTALLEN MUSEA

In onderstaande tabel staan de bezoekersaantallen van de grootste musea van Den Haag weergegeven. Daarbij is tevens het groeipercentage ten opzichte van 2013 opgenomen, indien bekend.

TABEL 14. BEZOEKERSAANTALLEN MUSEA (X1000) 2013-2017

Museum	2013	2014	2015	2016	2017	Groei tov. 2013
Mauritshuis	-	331	500	414	420	-
Gemeentemuseum	303	323	442	359	417	+38%
Museon	188	185	231	210	230	+22%
Louwman Museum	95	105	138	152	160	+68%
Escher in het Paleis	123	131	144	141	150	+22%
Panorama Mesdag	125	140	183	146	145	+16%
Letterkundig/ Kinderboeken museum	NB	53	65	67	101	NB
Museum Beelden aan Zee	69	69	61	79	97	+41%
De Gevangenpoort	52	55	55	57	63	+21%
GEM/Fotomuseum	51	48	99	41	54	+6%
Haags Historisch Museum	42	45	48	43	47	+12%
Humanity House	25	30	34	42	41	+64%
Muzee	32	31	35	36	40	+25%
Gallerij Willem V	23	29	27	28	29	+26%
Museum Meermanno	21	23	22	29	NB	NB
Collectie Mesdag	9	8	16	12	16	+78%
Museum Bredius	8	16	10	8	11	+38%
Museum voor Communicatie	6	8	16	10	*	NB

Bron: Opgave instellingen en jaarverslagen. NB=niet bekend * deel van het jaar gesloten wegens verbouwing

Het aantal bezoeken aan de grotere Haagse musea is in de afgelopen vijf jaar over het algemeen flink toegenomen, terwijl de kleinere musea de bezoekersaantallen minder makkelijk handhaven. Dit komt vooral doordat de grotere musea veel tijdelijke tentoonstellingen hebben, waardoor herhaalbezoek wordt gestimuleerd en urgentie wordt gecreëerd om naar het museum te komen. Toch is er in 2017 ook bij de kleinere musea een lichte groei van het aantal bezoekers te zien.

Na een topjaar in 2015 heeft het Mauritshuis in 2016 en 2017 iets minder bezoekers getrokken. In 2015 had het Mauritshuis diverse tijdelijke tentoonstellingen, zoals 'The Frick Collection', 'Kunstschaten uit de Gouden Eeuw' en 'Selfies uit de Gouden Eeuw', die veel bezoekers trokken. Het aantal bezoekers in 2016 en 2017 ligt echter nog steeds ruim boven het aantal van voor de verbouwing (254.000 in 2011).

Ook het Gemeentemuseum en GEM/Fotomuseum hadden in 2015 een topjaar. Het recordaantal bezoekers van het Gemeentemuseum en GEM/Fotomuseum in 2015 werd onder meer bereikt dankzij 35 tijdelijke tentoonstellingen, waaronder van Mark Rothko en Anton Corbijn. In 2017 nam het aantal bezoekers weer ruim toe, mede dankzij de Mondriaan-tentoonstelling.

Verder beleefde Panorama Mesdag een recordjaar in 2015, dat volledig in het teken stond van de honderdste sterfdag van zeeschilder en verzamelaar Hendrik Willem Mesdag. De Mesdag Collectie trok in 2017 16.000 bezoekers. Dat aantal overstijgt zelfs het aantal bezoekers van het succesvolle Mesdagjaar in 2015.

Het Literatuur- en kinderboekenmuseum laat in 2017 een mooie groei zien.

Een aantal kleinere musea zoals Museum Bredius, Gallerij Willem V, het Haags Historisch Museum en Museum de Gevangenpoort trekken in vergelijking met 2013 ook meer bezoekers.

4.4 AANBOD THEATERS

Het Haagse cultuuraanbod bevat naast de musea diverse activiteiten op het terrein van de podiumkunsten. Grote podia in de stad zijn onder meer het Circustheater, het World Forum Theater, de Koninklijke Schouwburg en het Paard van Troje. In 2015 zijn de Dr. Anton Philipszaal en het Lucent Danstheater gesloten voor sloop en nieuwbouw en daarvoor in de plaats is het tijdelijke Zuiderstrandtheater in Scheveningen geopend.

KAART 4. THEATERS IN DEN HAAG



4.5 BEZOEKERSAANTALLEN THEATERS

In tabel 15 staan de bezoekersaantallen van de grootste theaters van Den Haag weergegeven. Het AFAS Circustheater, het grootste theater van Den Haag, is niet in de tabel opgenomen, omdat het geen cijfers publiceert.¹⁴

¹⁴ In 2012 trok het ca. 550.000 bezoekers.

TABEL 15. BEZOEKERSAANTALLEN THEATERS (X1000) 2013-2017

Theater	2013	2014	2015	2016	2017	Groei tov 2013
Paard van Troje	101	97	103	120	190	+88%
Koninklijke Schouwburg	89	94	103	107	92	+3%
Zuiderstrandtheater	-	-	52*	108	127	NB
Lucent Danstheater	66	71	38*	0**	0**	NB
Theater aan het Spui	28	32	36	37	25	-11%
Nationaal Toneel	28	30	NB	30	28	0%
Korzo	30	22	31	37	35	+17%
Diligentia	32	27	31	32	32	0%
Dr. Anton Philipszaal	50	64	27*	0**	0**	NB
Appeltheater	11	28	17	21	0**	NB
Pepijn	11	10	12	12	12	+9%
Nieuwe Kerk	8	8	11	15	13	+63%

Bron: DHIC/opgave instellingen * deel van het jaar in gebruik ** niet meer in gebruik

Het Paard van Troje en Zuiderstrandtheater hebben de afgelopen jaren een flinke groei doorgemaakt in het aantal bezoekers. 2017 is voor beide theaters een topjaar. Het Zuiderstrandtheater trok in 2016 al meer bezoekers dan De Anton Philipszaal en het Lucent Danstheater samen in 2014, het laatste jaar dat beide theaters het gehele jaar nog open waren.

Verder valt de teruggang van het aantal bezoekers bij de Koninklijke Schouwburg en het Theater aan het Spui op. Dit heeft deels te maken met de fusie van de theaters en een andere registratie van het aantal bezoekers.¹⁵

¹⁵ Het gaat om onderscheid tussen betalende en niet-betalende bezoekers (bv. scholieren).

5 EVENEMENTEN

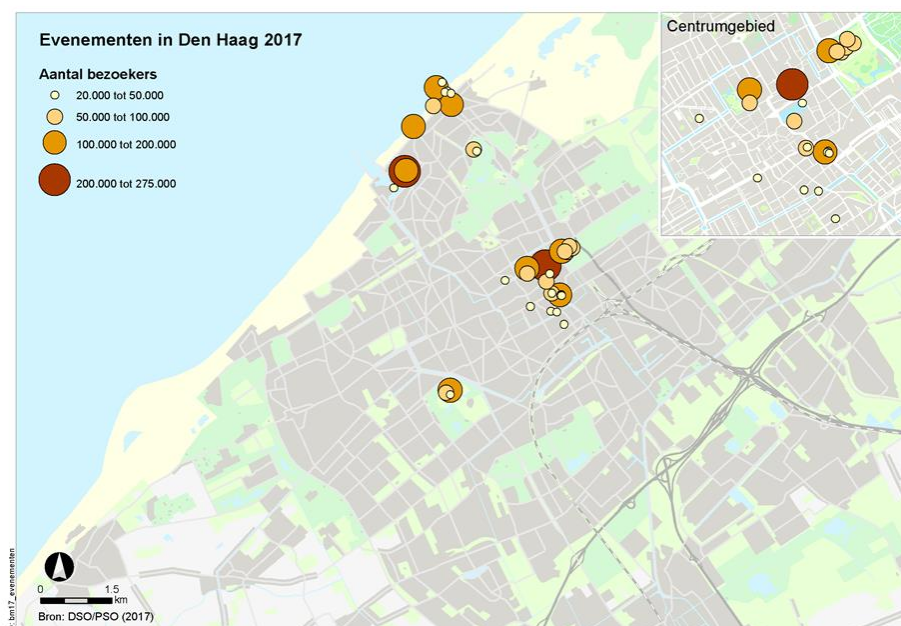
5.1 INLEIDING

In Den Haag worden jaarlijks diverse grootschalige publieksevenementen georganiseerd. Het doel van grootschalige evenementen is om Den Haag te positioneren, de lokale economie te stimuleren en een prettig leef- en verblijfsklimaat voor bewoners en bezoekers te creëren. De doelgroepen en (inter)nationale of regionale aantrekkingskracht zijn per evenement verschillend.

5.2 AANBOD EVENEMENTEN

Het aanbod in evenementen in Den Haag is divers. Van muziekevenementen als The Life I Live en Parkpop, tot sportevenementen zoals de City-Pier-City (CPC) en de Red Bull Knock Out. De meeste evenementen zijn jaarlijks terugkerend op een aantal na zoals het WK Hockey (2014), WK Beachvolleybal (2015), de pitstop van de Volvo Ocean Race (2015) en de Olympic Experience (2016). Ook zijn er enkele thema-events die aansluiten bij het imago van de stad. De uitbreiding van The Life I Live Festival op Koningsnacht met een festival op Koningsdag, sluit aan bij het imago van Den Haag als koninklijke stad. Als onderdeel van het programma 'Have a Royal Winter' worden sinds 2015 het Cool Event in Scheveningen en de Royal Christmas Fair in de binnenstad georganiseerd om meer bezoekers naar Den Haag te trekken gedurende de wintermaanden. Ook viert Den Haag sinds 2017, als Stad aan Zee, de opening van het zomerse strandseizoen met het BonFire Beach Fest. Grootschalige publieksevenementen vinden met name plaats in de stadsdelen Centrum, Scheveningen, Escamp en Haagse Hout. In onderstaande afbeelding is dit weergegeven.

KAART 5. GROOTSCHALIGE PUBLIEKSEVENEMENTEN 2017



5.3 BEZOEKERSAANTALLEN EVENEMENTEN

In tabel 16 op de volgende pagina zijn de bezoekersaantallen van (grootschalige) evenementen in de periode 2013-2017 weergegeven. Deze bezoekersaantallen zijn gebaseerd op gegevens van de evenementenorganisatoren zelf.¹⁶ Doordat bezoekersaantallen sterk worden beïnvloed door het weer, is in onderstaande tabel niet de mutatie in procenten, maar het gemiddelde aantal bezoekers van de afgelopen jaren opgenomen. Indien het bezoekersaantal niet bekend is staat dit met 'NB' aangegeven en als het evenement niet heeft plaatsgevonden is geen bezoekersaantal ingevuld. Evenementen die gemiddeld minder dan 25.000 bezoekers trekken of waar geen cijfers van bekend zijn, zijn buiten beschouwing gelaten.

Bezoekersaantallen van evenementen kunnen sterk fluctueren door weersinvloeden. Zo hadden bijvoorbeeld het Internationaal Vuurwerk Festival Scheveningen in 2014 en het The Life I Live Festival en Vlaggetjesdag in 2016 lagere bezoekersaantallen door het slechte weer. Ondanks dat de bezoekersaantallen fluctueren, kunnen aan de hand van het bovenstaande meerjarige overzicht enkele trends worden benoemd. Wat opvalt is dat twee winterevenementen, de Royal Christmas Fair en het Cool Event een duidelijke groei laten zien. Ook Jazz in de Gracht vertoont een stijgende lijn.



City Pier City loop 2017

¹⁶ In raadsmededeling RIS299123 van 14 februari jl. is aangegeven dat het vaststellen van bezoekersaantallen van met name gratis evenementen bijna niet mogelijk is. Het blijven schattingen en die kennen soms grote marges. In overleg met een aantal andere steden en experts wordt daarom onderzocht of hiervoor een methodiek ontwikkeld kan worden.

TABEL 16. BEZOEKERSAANTALLEN (GROOTSCHALIGE) EVENEMENTEN (x1000) 2013-2017

Evenement	2013	2014	2015	2016	2017	Gemid. groei
Internationaal Vuurwerk Festival Scheveningen	310	180	400	350	330	314
Antiek- curiosa- en boekenmarkt	275	NB	NB	NB	NB	275
Parkpop	250	190	225	275	200	228
Vlaggetjesdag Scheveningen	240	250	180	170	250	218
City-Pier-City Loop	200	200	200	240	242	216
WK Hockey 2014	-	200	-	-	-	200
Den Haag Sculptuur / Den Haag onder de hemel	NB	150	223	-	-	187
The Life I Live Koningsnacht	200	190	200	125	185	180
Intocht Sinterklaas	200	150	170	180	190	178
Volvo Ocean Race festival	-	-	150	-	-	150
Cool Event	-	-	120	130	150	133
Uit-festival	NB	NB	NB	NB	110	110
Royal Christmas Fair	-	-	45	100	170	105
Shopping Night	100	100	100	120	100	104
Olympic Experience	-	-	-	103	-	103
Nederlandse Veteranendag	85	90	97	100	90	92
The Life I Live Koningsdag	-	-	-	-	90	90
Tong Tong Fair	100	100	89	78	83	90
Konings Kermis Den Haag	100	100	NB	NB	18	73
Prinsjesdag	70	75	75	NB	70	73
Red Bull Knock Out	-	-	70	70	-	70
Bevrijdingsfestival	45	56	60	70	60	58
WK Beachvolley 2015	-	-	50	-	-	50
BonFire Beach Fest	-	-	-	-	50	50
Jazz in de Gracht	13	19	50	65	100	49
De Parade	54	38	44	48	NB	46
North Sea Regatta	NB	43	NB	NB	NB	43
Embassy Festival	-	-	-	35	50	43
Milan Interculturele Manifestatie	60	15	NB	NB	NB	38
Festival Classique	36	28	37	42	43	37
Vliegerfeest Scheveningen	50	35	35	NB	15	34
Pro FreeStyle The Hague	-	-	39	30	18	29
Nieuwjaarsduik	40	25	25	NB	20	28
PopHotSpot festival/Sniester	20	35	20	30	32	27
Night at the Park	-	15	30	30	30	26

Bron: Den Haag Marketing/opgave instellingen



World Forum, Nuclear Security Summit 2014

6 ZAKELIJKE BEZOEKEN

6.1 INLEIDING

Congressen zorgen voor een grote economische spin-off voor Den Haag. Hoewel de belangrijkste reden van bezoek voor congresbezoekers aan werk gerelateerd is, maken congresbezoekers wel gebruik van vrijetijdsvoorzieningen.

Congresbezoekers besteden relatief veel geld in de stad, wat een impuls geeft aan de Haagse economie en werkgelegenheid. Een gemiddelde besteding voor een zakelijk verblijf is in totaal € 1035,- (incl. vervoer en verblijf).¹⁷ 32% van de zakelijke bezoekers in Nederland komt voor een specifiek congres.

6.2 AANBOD CONGRESLOCATIES

De belangrijkste congreslocatie in Den Haag is het World Forum, waar de grootste internationale congressen van Den Haag worden gehouden. In 2014 vond hier bijvoorbeeld de Nuclear Security Summit (NSS) plaats en in 2015 de Global Conference on Cyberspace. Andere veel gebruikte congreslocaties zijn onder meer de Fokkerterminal en het Kurhaus en diverse hotels.

6.3 ONTWIKKELING (BEZOEKERS)AANTALLEN CONGRESSEN

In onderstaande tabel staat de ontwikkeling van het aantal congressen, het aantal deelnemers en de gemiddelde duur in Den Haag weergegeven voor de periode 2013-2017. Het aantal 'deelnemersdagen' is het aantal dagen dat een congres duurt vermenigvuldigd met het aantal deelnemers.

TABEL 17. CONGRESSEN IN DEN HAAG (2013-2017)

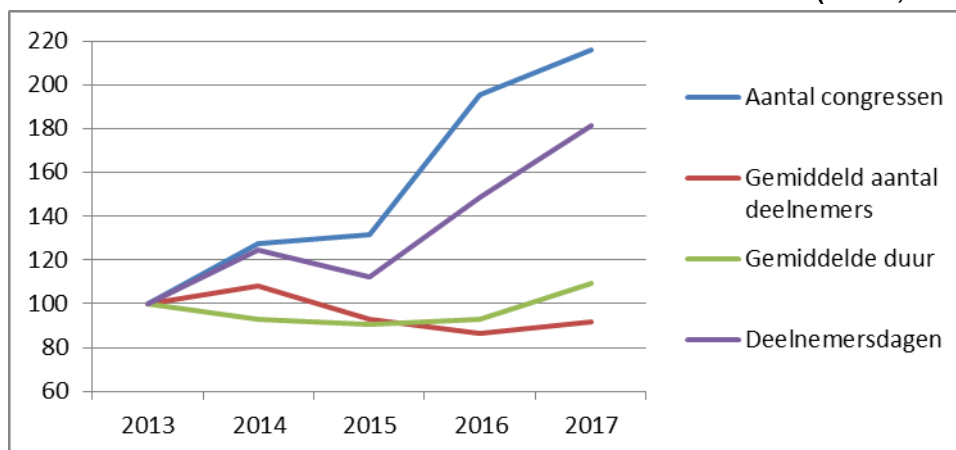
	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal congressen	69	88	91	135	149
Gemiddeld aantal deelnemers	323	350	300	279	296
Gemiddelde duur	4,2	3,9	3,8	3,9	4,6
Deelnemersdagen	98.765	123.298	110.701	146.657	179.009

Bron: NBTC

De laatste 3 jaar is het aantal congressen dat in Den Haag wordt georganiseerd sterk toegenomen. Dit is ook terug te zien in het aantal deelnemersdagen, dat ten opzichte van 2013 met ruim 80% is toegenomen (zie figuur 7).

¹⁷ Bron: Toerisme in perspectief, NBTC, 2018

FIGUUR 7. ONTWIKKELING CONGRESSEN IN DEN HAAG IN 2013-2017 (INDEX, 2013=100)



Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO)

In 2017 vonden er 149 congressen plaats in Den Haag, met gemiddeld 296 deelnemers. De drie belangrijkste congressen waren het 39th Congress of the European Society of Clinical Nutrition and Metabolism (vier dagen met 1500 deelnemers), het International Baccalaureate AEM Regional Conference (drie dagen met 1450 deelnemers) en het 12th International Conference on Low Vision (vier dagen met 650 deelnemers).

In 2016 waren er minder congressen (91), maar het gemiddeld aantal deelnemers was iets hoger (300). De gemiddelde verblijfsduur nam wel flink toe, van 3,9 dagen naar 4,6 dagen. Dit heeft erin geresulteerd dat het aantal deelnemersdagen sterk toenam van circa 146.700 naar 179.000 (+22%).

7 WERKGELEGENHEID

7.1 INLEIDING

Toeristen uit binnen- en buitenland brengen veel geld naar de stad en zorgen met hun bestedingen voor omzet en werkgelegenheid bij onder andere Haagse winkels, attracties, restaurants en hotels. Naast deze bestedingen zorgen toeristen ook indirect voor omzet en werkgelegenheid bij alle toeleveranciers en verleners van diensten als transport, accountancy, catering, bouw en installatie, et cetera. Daarmee zijn veel Haagse bedrijven direct of indirect (deels) afhankelijk van toerisme. In paragraaf 7.2 is de directe werkgelegenheid inzichtelijk gemaakt en in 7.3 wordt de totale werkgelegenheid door toerisme toegelicht.

7.2 ONTWIKKELING DIRECTE WERKGELEGENHEID TOERISME

In onderstaande tabel staat de ontwikkeling van het aantal banen in Den Haag weergegeven in de periode 2013-2017. Het betreft hier de directe werkgelegenheid in de toeristische sectoren zoals horeca, recreatie en sport. Indirecte banen door toerisme, zoals extra banen in de detailhandel of bij leveranciers worden hierin niet meegenomen.

TABEL 18. WERKGELEGENHEID IN DEN HAAG PER SECTOR (2013-2017)

	2013	2014	2015	2016	2017	Groei tov 2013
Aantal banen in Den Haag	263.680	263.870	267.520	271.990	273.720	3,8%
<i>Waaronder:</i>						
Logiesverstrekking	1.370	1.430	1.510	1.500	1.540	12,4%
Eet- en drinkgelegenheden	9.420	9.700	10.080	10.160	10.440	10,8%
Sport en recreatie	1.820	1.820	1.890	1.860	2.030	11,5%
Kunst	3.920	3.970	3.820	3.990	4.260	8,7%
Musea, culturele uitleencentra, openbare archieven e.d.	1.510	1.430	1.430	1.430	1.380	-8,6%

Bron: Werkgelegenheidsregister Haaglanden

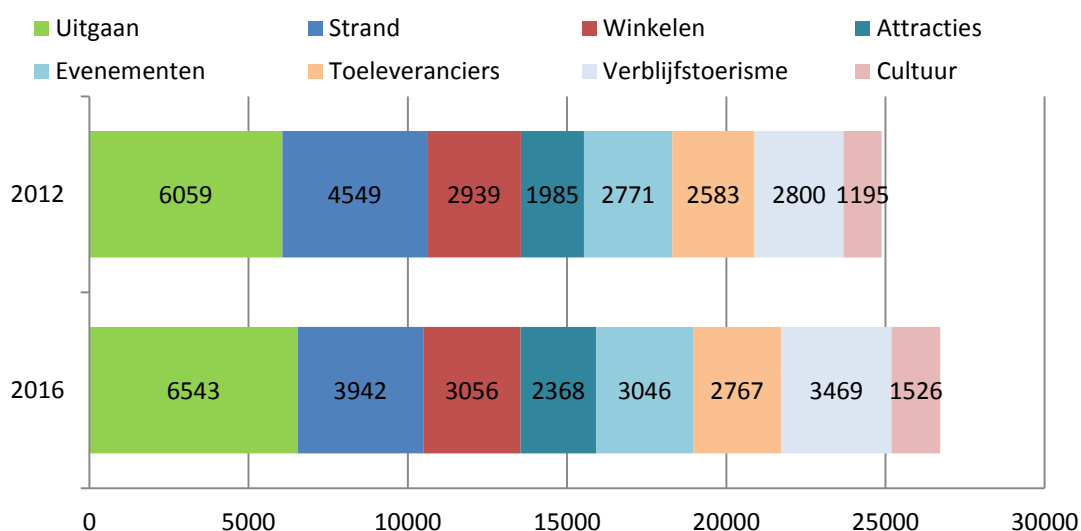
In de periode 2013-2017 is de werkgelegenheid in Den Haag met 4% gegroeid. De ontwikkeling van de werkgelegenheid verschilt echter per sector. In de sectoren 'Logiesverstrekking' en 'Eet- en drinkgelegenheden' is het aantal banen sinds 2013 met ruim 10% toegenomen. Ook het aantal banen in de 'Kunst' en 'Sport & recreatie' is met ca. 10% toegenomen. Het aantal banen in 'Musea, culturele uitleencentra en openbare archieven e.d.' is daarentegen als gevolg van sluiting van een aantal bibliotheken met 9% afgenomen.

7.3 ONTWIKKELING DIRECTE EN INDIRECTE WERKGELEGENHEID TOERISME

De werkgelegenheid in de vrijetijdseconomie is niet eenvoudig te bepalen en is uitgebreider dan hiervoor geschetst. In 2013 is berekend dat de economische omvang van de vrijetijdseconomie van Den Haag circa € 2 miljard euro was¹⁸. Bovendien bleek dat 11,8% van de Haagse werkgelegenheid direct of indirect voortkomt uit Toerisme als gevolg van verschillende activiteiten van bezoekers. In 2017 is dit onderzoek herhaald en daaruit blijkt dat de omvang in 2016 verder is toegenomen naar € 2,2 miljard¹⁹. Deze bestedingen hebben een forse impact op de werkgelegenheid. Die groeide naar circa 27.000 arbeidsjaren.

In onderstaande figuur is de verdeling van arbeidsjaren die voortkomen uit toerisme naar deelsector weergegeven. Daarin is tevens de vergelijking gemaakt tussen 2012 en 2016.

FIGUUR 8. DIRECTE EN INDIRECTE WERKGELEGENHEID TOERISME IN ARBEIDSJAREN (2012 EN 2016)



Bron: Bureau voor Economische Argumentatie: Kanskaart Toerisme 2013 en 2017

Het directe werkgelegenheidseffect van de bestedingen in de toeristische sector bedraagt circa 24.000 arbeidsjaren. De indirecte werkgelegenheid (toeleveranciers) wordt geschat op circa 3.000 arbeidsjaren.

Hierbij geldt dat de sector met name zorgt voor banen aan de onderkant van de arbeidsmarkt (praktisch geschoold), waarmee deze complementair is aan enkele andere in Den Haag sterk aanwezige bedrijvigheid zoals de zakelijke dienstverlening, de overheid en de internationale instellingen waar vooral hoger opgeleide banen (theoretisch geschoold) beschikbaar zijn.

¹⁸ Bureau voor Economische Argumentatie: *Kanskaart Toerisme, Economisch belang, toekomstpotentie & effectoptimalisatie* (2013)

¹⁹ Bureau voor Economische Argumentatie: *Toerisme, de economische motor* (2017)

Bijlage: Begrippen en definities (bron NBTC)

Vrije tijd

*Vrije tijd*²⁰ = de tijd die overblijft na aftrek van verplichte tijd (tijd die besteed wordt aan beroep, studie of huishouden) en persoonlijke tijd (tijd die besteed wordt aan persoonlijke hygiëne, eten (behalve uit eten in restaurants in de vrije tijd en slapen).

Vrijtijdsactiviteiten = alle recreatieve activiteiten die buiten de eigen woning worden ondernomen en waarbij men minimaal één uur van huis is (inclusief reistijd).

De vrijetijdssector omvat vakanties en uitstapjes, die ieder op een eigen wijze worden gemonitord.

Strikt genomen zijn zakelijke activiteiten en vrijetijdsactiviteiten elkaars tegenpolen. In de praktijk blijkt echter dat het zakelijke en toeristisch-recreatieve segment veel met elkaar te maken hebben of zelfs met elkaar verweven zijn. Bijvoorbeeld in het geval van hotels waar zowel zakelijke gasten als vakantiegangers verblijven. Die verwevenheid is ook terug te zien in landelijke statistieken, zoals de CBS statistiek over gasten en overnachtingen in logiesaccommodaties.

Bezoek

Toeristisch bezoek = een bezoek aan een stad met een toeristisch motief, dus exclusief familie- en zakelijk bezoek. Dit betreft alleen mensen van buiten stad. Het Continu Vrijetijdsonderzoek (CVTO) wordt als bron gebruikt voor informatie over het aantal bezoeken, unieke bezoekers en de bestedingen tijdens het bezoek van Nederlanders (in Den Haag). Er is geen (landelijke) bron beschikbaar voor dagbezoek vanuit het buitenland

Verblijfsbezoek = bezoek aan een land of regio met minimaal één overnachting en maximaal twee maanden in een accommodatie die niet je hoofdverblijf is (ook wel 'gast' genoemd).

Verblijfsbezoek kan onderverdeeld worden in verblijfsbezoek met een zakelijk motief (= zakelijk verblijf), verblijf met een vrijetijdsmotief (= vakantie) en overig verblijfsbezoek.

Het CBS is de bron voor het aantal overnachtingen en aantal gasten (één gast kan tijdens een verblijf meerdere nachten blijven).

Bezoekersaantallen

Veel instellingen in de culturele en toeristische sector houden hun bezoekersaantallen bij. Het gaat dan meestal om het aantal bezoeken en niet om het aantal unieke bezoekers. Indien het aantal unieke bezoekers wel gemeten wordt, kan de gemiddelde bezoekfrequentie gemeten worden: het totaal aantal bezoeken gedeeld door het aantal unieke bezoekers.

²⁰ Bron: SCP

Verblijfsduur

Een gast kan meerdere nachten in een accommodatie verblijven. De gemiddelde verblijfsduur wordt berekend door het totaal aantal geboekte overnachtingen te delen door het aantal gasten.

Toerist

Dagtoerist = persoon van buiten Den Haag die met een toeristisch motief de stad bezoekt. Dit kan uit de regio zijn, uit de rest van Nederland of uit het buitenland.

Verblijfstoeurist = persoon van buiten Den Haag die minimaal één nacht betaald verblijft in Den Haag.

Bezettingsgraad logiesaccommodaties

De bezettingsgraad is een percentage dat aangeeft in welke mate de totale capaciteit (beschikbare bedden) daadwerkelijk benut wordt. Dit percentage wordt bepaald door de benutte capaciteit te delen door de beschikbare capaciteit.

Vakantiebestedingen

Bestedingen voor vakanties omvatten directe uitgaven die voor één vakantie zijn gemaakt. Het gaat om reiskosten, verblijfskosten, uitgaven aan voeding, en overige kosten die rechtstreeks verband houden met de vakantie, zoals verzekeringen, entreegelden, souvenirs en foto's. De uitgaven aan duurzame recreatiegoederen tellen hier niet mee. Het gaat dan bijvoorbeeld om een eigen caravan, tent, boot, ski's en kampeeruitrusting. Daar is voor gekozen omdat deze goederen meestal niet slechts één vakantie meegaan. Ook de huur van een vaste stand- of ligplaats is niet toe te wijzen aan één vakantie, en telt om die reden niet mee in de cijfers over vakantiebestedingen. Vakantiegangers maken niet alleen op de eindbestemming kosten. Ook onderweg profiteren bijvoorbeeld horecabedrijven en tankstations van vakantieverkeer op doorreis. Daarnaast besteden vakantiegangers ook geld aan reisbureaus en vervoersmaatschappijen die meestal niet gevestigd zijn in het land van bestemming.

Zodoende komen dus ook niet alle uitgaven van buitenlanders die in Nederland verblijven de lokale (Nederlandse) economie ten goede omdat een deel van de uitgaven kan al in eigen land is gedaan, tijdens de reis of bestemd is voor bedrijven gevestigd in het buitenland.

Dagbestedingen van buitenlanders zijn niet bekend; in de (landelijke) berekeningen worden de uitgaven toegerekend aan de plaats van overnachting.

Zakelijk bezoek

Bezoek met een zakelijk motief is per definitie geen vrijetijdsactiviteit. Veel zakelijke activiteiten hebben echter veel raakvlakken met de vrijetijdssector (zoals overnachten in hotel, horecabezoek, toeristische nevenactiviteiten). Daarnaast richten steeds meer 'typisch toeristische' bedrijven (zoals hotels, attractieparken en musea) zich ook op de zakelijke markt.

Zakelijk verblijfsbezoek = bezoek van minimaal één nacht met een zakelijk motief.

Zakelijk dagbezoek = bezoek met een zakelijk motief zonder overnachting.

De gemiddelde zakelijke bestedingen worden toegerekend aan plaats van overnachting. Dit betekent waarschijnlijk dat een deel van de aan Den Haag toegerekende bestedingen niet daadwerkelijk in Den Haag wordt gedaan, maar elders in Nederland tijdens een dagbezoek. Dat zal deels worden gecompenseerd door uitgaven in Den Haag van mensen die elders om zakelijke redenen verblijven. Het saldo is echter niet bekend.

Belangrijke omissies in de cijfers

Net als Nederlanders bezoeken buitenlanders Nederland ook voor een uitstapje of een dagje uit. Op dit moment is wel bekend welk deel van de Nederlanders een uitje in het buitenland maakt (CVTO) en wat zij daar uitgeven, maar wordt niet onderzocht hoeveel buitenlanders Nederland bezoeken en welke bestedingen daarmee gemoeid zijn.

Een vaste standplaatsvakantie is een bezoek met minimaal één overnachting in een accommodatie die niet je hoofdverblijf is, maar die wel in eigen bezit is (niet met een zakelijk motief). Het Continu Vakantieonderzoek (CVO) geeft inzicht in de vaste standplaatsvakanties van Nederlanders, maar er is op dit moment geen landelijke bron die informatie geeft over de vaste standplaatsvakanties van buitenlanders.