

Vergaderjaar 2017–2018

**26 419**

**Toerisme en recreatie**

**Nr. 67**

## **BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN EN KLIMAAT**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 2 maart 2018

Nederland was ook in 2017 weer een aantrekkelijke bestemming voor vakanties en zakelijk bezoek. Een groeiend aantal bezoekers uit binnen- en buitenland heeft afgelopen jaar weer kunnen genieten van al het moois dat ons land te bieden heeft. De aanhoudende groei van toerisme biedt kansen voor de Nederlandse economie en ondernemers binnen de gastvrijheidssector. Op enkele plaatsen wordt echter zichtbaar dat het groeiende toerisme en de populariteit van ons land ook een keerzijde heeft.

Op verzoek van uw Kamer stuur ik u deze brief, waarin ik de belangrijkste ontwikkelingen in de sector schets en uw Kamer informeer over de aanpak voor de spreiding van toerisme.

### Ontwikkelingen in de toerismesector

Door het aantrekken van de economie en de groei van de middenklasse wereldwijd is het mondiale toerisme de afgelopen jaren sterk gegroeid. De United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) heeft voorspeld dat het aantal reizigers van 1,2 miljard in 2015 naar 1,8 miljard in 2030 zal groeien. Als ook het toerisme in Nederland een zelfde groei laat zien, dan zal dat betekenen dat er in 2030 t.o.v. 2015 7 miljoen extra buitenlandse bezoekers naar ons land komen.

Uit voorlopige cijfers, van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC), blijkt dat het aantal geregistreerde internationale verblijfsbezoekers dat Nederland in 2017 bezocht is toegenomen met 11%, tot 17,6 miljoen. Daarmee is de groei in Nederland groter dan het Europese gemiddelde en die van onze buurlanden. De grootste absolute groei en de meeste bezoekers komen traditioneel uit de ons omringende landen (Duitsland +12 %, Groot-Brittannië +7 %, België +5 %). Daarnaast blijft Nederland ook voor bezoekers van buiten de EU een interessante bestemming. Het aantal bezoekers uit de VS en China nam het afgelopen

jaar met maar liefst 23% toe. Het aantal bezoekers uit Rusland is met 33% gegroeid.

Naast de toename van het aantal geregistreerde internationale verblijfsbezoekers is Nederland ook populair onder Nederlanders zelf. De helft van de bezoekers in Amsterdam zijn bezoekers uit eigen land. Het aantal geregistreerde binnenlandse verblijfsbezoekers in Nederland zal in 2017 naar verwachting meer dan 20 miljoen zijn, wat de totale omvang van het aantal geregistreerde verblijfsbezoekers boven de 38 miljoen brengt.

Verblijfs- en dagbezoek zorgden in 2016 voor bestedingen van € 75,7 miljard. Gecorrigeerd voor inflatie zijn de totale toeristische bestedingen, in de periode 2010–2016, met bijna 20% toegenomen. Daarnaast is de toeristische sector met 641.000 banen een belangrijke werkgever. Toerisme versterkt het voorzieningenniveau, de bereikbaarheid van de regio en een goed leefklimaat. Op deze manier draagt toerisme bij aan Nederland als aantrekkelijk land om te wonen, te werken en te investeren.

Onderzoek van de World Travel & Tourism Council in 2017 illustreert dat de groei van het aantal bezoekers wereldwijd niet alleen economisch en maatschappelijk voordeel brengt, maar lokaal ook negatieve gevolgen kan hebben. Volgens het rapport kunnen in Amsterdam de gevolgen van drukte zichtbaar worden in de vorm van gevoelens van vervreemding in eigen stad, overbelasting van de publieke ruimte en wachtrijen bij toeristische bezienswaardigheden. Ook de toeristische verhuur van particuliere woningen kan bijdragen aan dit gevoel. In de Kamerbrief van 9 januari jl. (Kamerstuk 33 009, nr. 47) heb ik uw Kamer mijn visie hierop gegeven.

#### Spreiding van toeristen

Op nationaal, regionaal en lokaal niveau willen we de economische kansen die toerisme biedt benutten, waarbij we willen voorkomen dat de gevolgen van toerisme de draagkracht van gemeenten en regio's overstijgt. Provincies en gemeenten kunnen met het ruimtelijk ordeningsinstrumentarium en instrumenten als de toeristenbelasting het regionale en lokale toerismebeleid vormgeven. In het Bestuursakkoord 2011–2015 zijn afspraken gemaakt over taken en verantwoordelijkheden die van de rijksoverheid zijn overgedragen aan medeoverheden. Hierbij gaat het onder andere om ruimtelijk economisch beleid, waar toerisme onderdeel van is. Vanuit mijn landelijke rol zet ik samen met het NBTC in op spreiding van toeristen.

De komende tijd blijft de aantrekkingskracht van Amsterdam en de rest van Nederland op bezoekers groot. Om te voorkomen dat teveel bezoekers op hetzelfde moment op dezelfde plek verblijven, is het belangrijk richting te geven aan deze groei. Hoewel het gedrag van toeristen maar beperkt maakbaar is, kunnen hun keuzes voor een deel worden beïnvloed. Met name mensen die al eerder ons land bezochten zijn gevoelig voor een passend aanbod aansluitend bij hun interesses. Voor een effectieve spreidingsstrategie is samenwerking nodig van alle partijen: nationale, regionale en lokale overheden, maatschappelijke organisaties en ondernemers.

#### Spreidingsstrategie

Op landelijk niveau wordt ingezet op het spreiden van bezoekers in tijd en ruimte. Het doel is bezoekers te verleiden om naar minder bekende plekken in ons land te gaan. Op deze manier wordt drukte op de bekende

plekken tegengegaan en kunnen zoveel mogelijk regio's profiteren van de economische kansen.

De landelijke aanpak wordt uitgevoerd door het NBTC. NBTC is de organisatie die, met subsidie van het Ministerie van EZK, Nederland in het buitenland promoot als aantrekkelijke bestemming voor toerisme en congressen. NBTC werkt met een samenwerkingsmodel dat publieke en private partners aan elkaar verbindt. Naar aanleiding van de snelle groei van het inkomend toerisme en de drukte die op toeristische «hotspots» ontstaat, is de strategie de afgelopen jaren gewijzigd. Er is een koerswijziging ingezet van het streven naar een absolute groei van toeristen naar duurzame groei verspreid over het land en gedurende het hele jaar. Hierbij wordt extra aandacht besteed aan toerisme met een hoge toegevoegde waarde, zoals de culturele toerist en het zakelijke segment.

Als extra impuls heeft NBTC met steun van EZK en in samenwerking met de provincies de spreidingsstrategie HollandCity ontwikkeld. Onder deze noemer wordt Nederland als een metropool gepresenteerd. Deze strategie wijst buitenlandse toeristen op de korte afstanden tussen de bezienswaardigheden in ons land. Dit maakt het voor toeristen interessant om (naast Amsterdam) ook andere plekken in ons land te bezoeken.

De HollandCity strategie gebruikt hiervoor verhaallijnen rond culturele en regionale thema's. Bezoekers worden aan de hand van hun interesses geïnteresseerd op andere plekken in ons land. Bijvoorbeeld, toeristen geïnteresseerd in Van Gogh worden geënthousiasmeerd om niet alleen Amsterdam, maar ook de regio Arnhem en Noord-Brabant te bezoeken. In 2017 stond in het teken van «Van Mondriaan tot Dutch Design», dat 600.000 bezoekers heeft getrokken en waar bijvoorbeeld ook het museum in Drachten van profiteerde. Met het ondertekenen van een gezamenlijke verklaring HollandCity, hebben NBTC, VNO-NCW en partners in januari 2018 aangegeven deze aanpak te steunen en gezamenlijk verder te willen uitbouwen.

Het concept met de verhaallijnen ligt er en het is nu zaak de HollandCity strategie steeds verder uit te rollen. Provincies, gemeenten en ondernemers kunnen nieuwe activiteiten aan de strategie toevoegen. Om regionale en lokale initiatieven te ondersteunen wil ik met NBTC kijken hoe we meer kunnen inzetten op kennis- en productontwikkeling. Ik zal de komende tijd met de verschillende provincies in gesprek gaan om te kijken hoe we dit proces kunnen versnellen.

#### Synergie met de regionale en lokale aanpak

Om de spreidingsstrategie zo effectief mogelijk te maken, is een optimale aansluiting met regionale en lokale strategieën nodig. De realiteit is dat een locatie als Amsterdam een geliefde plek zal blijven voor een citytrip. Sommige toeristen, die voor het eerst Amsterdam bezoeken, zijn ook te verleiden de directe regio te verkennen. Ook toeristen die ons land vaker bezoeken zullen makkelijker naar andere locaties gaan.

In 2015 heeft de Metropoolregio Amsterdam (MRA) de «Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025» gepresenteerd. De MRA constateert dat de regio als een magneet op de toerist werkt, wat economische voordelen kan opleveren. Om daarnaast ook in de toekomst de leefbaarheid in de stad te waarborgen, is een van de hoofddoelstellingen van deze agenda dat de toerist naast het centrum van Amsterdam ook een bezoek brengt elders in de regio.

Tijdens de begrotingsbehandeling van EZK (14 december 2017 (Handelingen II 2017/18, nr. 35, item 7)) heb ik op vragen van het lid Paternotte aangegeven het belangrijk te vinden dat de spreidingsstrategie van NBTC en de aanpak van Amsterdam en de MRA op elkaar zijn afgestemd en elkaar versterken.

Zoals ik tijdens de begrotingsbehandeling aan uw Kamer heb toegezegd, heb ik NBTC gevraagd om hierover nader in gesprek te gaan met Amsterdam Marketing. Beide partijen hebben inmiddels overleg gehad om de spreidingsstrategieën, «Amsterdam Bezoeken Holland Zien» en «HollandCity», goed op elkaar af te stemmen.

Naast het tegengaan van de negatieve gevolgen van drukte is de spreidingsstrategie er voor bedoeld om zoveel mogelijk steden en regio's te laten profiteren van het toerisme. Hiervoor is het belangrijk dat het aanbod in de regio's voldoende aansluit op de wensen van de toerist. Steden als Rotterdam en Den Haag hebben de ambitie om een deel van het Amsterdamse toerisme naar zich toe te trekken en hun marktaandeel te laten groeien. Ze investeren in nieuwe en bestaande bezienswaardigheden en maken nieuwe hotelinitiatieven mogelijk. Een ander voorbeeld is Breda dat de komende jaren wil profiteren van de snelle nieuwe OV-verbinding met Amsterdam. De provincie Noord-Holland heeft samen met de regionale vervoerder laten zien dat investeren in het OV en het faciliteren van de reiziger loont. De buslijn van Amsterdam C.S. naar de Zaanse Schans is een groot succes en kan als voorbeeld voor andere plekken in het land dienen.

Er ligt een belangrijke taak voor gemeenten en provincies om samen met ondernemers aantrekkelijke nieuwe producten en arrangementen te ontwikkelen, die de regionale identiteit versterken. Hierbij is het van belang dat regio's een goed beeld hebben van hun bezoekers. Zo is het voor de grensregio's belangrijk om op de Belgische en de Duitse toerist in te spelen. NBTC kan de gemeenten en regio's met kennis ondersteunen. Ik zal hierbij de kennis die bij internationale organisaties voor toerisme wordt opgebouwd, zoals de OECD en de UNWTO, actief beschikbaar stellen.

Privaat initiatief is essentieel om tot goede nieuwe producten en innovaties te komen. Om de spreidingsstrategie te versnellen en het aanbod in de regio te vergroten, wil de sector de komende tijd kansrijke nieuwe projecten in beeld brengen en de mogelijkheden voor een investeringsagenda verkennen.

#### Openbaar vervoer

Voorwaarde voor een effectieve spreidingsstrategie is dat de toeristen de bezienswaardigheden in ons land goed kunnen bereiken. De voorgaande Staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu heeft mede namens mijn voorganger uw Kamer op 12 april 2016 (Kamerstuk 23 645, nr. 621) geïnformeerd over het verbeteren van het openbaar vervoer voor toeristen. Door de introductie van het Holland Travel Ticket werd het mogelijk voor reizigers om met een landelijk dekkende OV-dagkaart gebruik te maken van trein, bus, tram en metro in heel Nederland. Na een evaluatie hebben vervoerders besloten het Holland Travel Tickets in 2018 te continueren. Het Holland Travel Ticket off peak (dat geldig is na 9 uur en in het weekend de hele dag voor € 39) wordt het meest verkocht. Met deze kaart wordt de drukke ochtendspits ontzien. Het Holland Travel Ticket dat de gehele dag geldig is, is iets goedkoper geworden (€ 55 i.p.v. € 59). De kaarten zijn niet exclusief voor buitenlandse toeristen. Ook andere reizigers kunnen hiervan gebruik maken.

Er zijn ook regionale initiatieven voor OV-kaarten. Het Amsterdam and Region Travel Ticket (naar bijvoorbeeld de Zaanse Schans, Volendam en Zandvoort) is uitgebreid met het reizen per trein en is nu ook verkrijgbaar als twee- en driedaagse kaart. Daarnaast hebben vervoerders in bijvoorbeeld de provincie Friesland en in de Metropoolregio Rotterdam Den Haag regionale dagkaarten geïntroduceerd. Op Schiphol (achter de douane en op Schiphol Plaza) en aan de IJ-zijde van Amsterdam Centraal

zijn toeristenautomaten geplaatst zodat toeristen 24 uur per dag producten kunnen kopen.

### Conclusie

Om ervoor te zorgen dat in de toekomst bezoekers en bewoners van ons land kunnen genieten van ons brede culturele aanbod en onze prachtige landschappen, steden en dorpen is het belangrijk om richting te geven aan het groeiend aantal bezoekers. Samen met andere overheden, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties en ondernemers zal ik blijven streven naar een verantwoorde groei en spreiding van het aantal toeristen.

De Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat,  
M.C.G. Keijzer