

Vergaderjaar 2016–2017

**26 419**

**Toerisme en recreatie**

**Nr. 65**

## **BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 25 november 2016

Hierbij stuur ik u de voortgangsrapportage gastvrijheidseconomie, waarin ik uw Kamer informeer over de ontwikkelingen binnen de gastvrijheidseconomie. Nederland is ook het afgelopen jaar weer een aantrekkelijke bestemming voor vakanties en zakelijk bezoek gebleken. In deze brief rapporteer ik over de ontwikkeling van het inkomende toerisme, de Holland City-strategie en de sectorale actieagenda, waar ik samen met partners uit de sector en NBTC Holland Marketing (hierna: NBTC) aan werk. Daarnaast stuur ik de Voortgangsrapportage van Gastvrij Nederland als bijlage mee<sup>1</sup>.

### **Belang gastvrijheidseconomie**

De 15 miljoen internationale toeristen en zakenmensen die ons land afgelopen jaar bezochten, hebben een stuwende werking op de Nederlandse economie en werkgelegenheid. Zij dragen bij aan de mondiale bekendheid van en beeldvorming over ons land. Tezamen met het binnenlandse toerisme heeft het inkomende toerisme in 2015 € 72,7 miljard aan bestedingen en ruim 626.000 banen opgeleverd. Toerisme versterkt ook het voorzieningenniveau en levert daarmee een belangrijke maatschappelijke bijdrage. Daarnaast maakt een gevarieerd aanbod van recreatie, natuur, cultuur en horeca Nederland een aantrekkelijk land om te wonen, te werken en te investeren. Uit de EY Barometer Nederlands Vestigingsklimaat 2016 blijkt dat de hoge kwaliteit van leven in Nederland het belangrijkste argument is om nieuwe activiteiten in ons land op te zetten.

Net als voorgaande jaren komen de meeste toeristen uit de ons omringende landen en dit aantal groeit nog steeds (Duitsland +10%, Groot-Brittannië +6%, België +7%). Ook het aantal Aziatische toeristen nam toe in 2015 (+16%), waarbij het aantal bezoekers uit China (+32%) het hardst steeg.

<sup>1</sup> Raadpleegbaar via [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl).

## **Promotie van Nederland**

De verwachting is dat het inkomende toerisme richting 2020 zal groeien naar ruim 16 miljoen internationale bezoekers. Deze bezoekers kunnen genieten van een divers toeristisch aanbod, dat binnen maximaal 3 uur reistijd bereikbaar is. Toeristen maken in toenemende mate kennis met ons hoogwaardige aanbod van groene karakteristieke landschappen, de kust en moderne steden met bijzondere architectuur, kunst en cultuur. Vanuit het kabinet is het afgelopen jaar in handelsmissies aandacht besteed aan het brede aanbod dat Nederland toeristen te bieden heeft. In september, tijdens de missie naar Zuid-Korea, heeft een promotiebijeenkomst plaatsgevonden waarbij de Staatssecretaris Van Dam, NBTC, KLM en Zuid-Koreaanse touroperators aanwezig waren. Tijdens de missies naar China en Japan in 2015 heb ik hetzelfde gedaan. Daarnaast besteedt ook Minister Ploumen tijdens haar reis naar Indonesië eind november aandacht aan de promotie van Nederland.

## **Verdienvermogen**

Internationale toeristen besteden in 2020 in potentie gezamenlijk zo'n € 13,6 miljard aan hun reis naar en verblijf in Nederland. Om de inkomsten uit toerisme te bevorderen zet NBTC onder andere in op toeristen die tijdens hun verblijf in Nederland veel uitgeven. De cultuurtoerist besteedt een bovengemiddeld hoog bedrag aan zijn bezoek aan Nederland: zo'n € 850 per persoon per verblijf, tegenover zo'n € 470 die een gemiddelde toerist uitgeeft per verblijf. Ook door winkelen nadrukkelijker op de kaart te zetten worden toeristen verleid tijdens hun bezoek meer uit te geven. Jaarlijks geven bezoekers € 600 miljoen uit aan winkelen. Hiervoor zijn INretail en NBTC de Holland Shopping Alliantie (HSA) gestart. De verwachting is dat door deze alliantie het aantal bezoekers en bestedingen zal toenemen. De alliantie, onderdeel van de «Retailagenda», zal kooptoeerisme stimuleren en daarnaast helpen in de ambitie om de vitaliteit van binnensteden te verstevigen.

## **Spreiding van toeristen – HollandCity**

De interesse van bezoekers voor uiteenlopende plekken in ons land zorgt ervoor dat regio's kunnen profiteren van de economische voordelen die toerisme biedt. Hierdoor wordt ook voorkomen dat het op sommige plaatsen in Nederland te druk wordt. Om ervoor te zorgen dat ook andere delen van Nederland de kansen van toenemend toerisme kunnen benutten, is het belangrijk dat de groei in toenemende mate in andere seizoenen en op andere plekken wordt gerealiseerd.

Onder de noemer HollandCity presenteert NBTC, samen met de sector, Nederland als metropool. Hiermee worden gasten verleid van gebaande paden af te gaan. Dit gebeurt door middel van drie invalshoeken: strategisch evenementenbeleid, districtenbeleid en de fictieve metrolijnen, de zogenoemde verhaallijnen. Door middel van strategisch evenementenbeleid en districtenbeleid wordt Nederland gepromoot aan de hand van culturele en regionale thema's. In 2016 is, in binnen- en buitenland, extra aandacht besteed aan het themajaar Jheronimus Bosch 500, naar aanleiding van het vijfhonderdste sterfjaar van de kunstenaar. Het jaar 2017 zal in het teken staan van «Mondriaan tot Dutch Design».

Met de fictieve verhaallijnen worden interesses van bezoekers gekoppeld aan meerdere plekken in ons land. Denk aan Van Gogh, waarmee Amsterdam, de regio Arnhem met het Kröller-Müller Museum en Brabant gecombineerd worden. Gedurende de looptijd van dit project heeft EZ in 2015 bij Najaarsnota (Kamerstuk 34 350 XIII, nrs. 1 en 2) eenmalig

€ 400.000,- extra ter beschikking gesteld om deze verhaallijnen verder uit te werken en te realiseren. De provincies hebben de overige € 300.000,- gefinancierd (€ 25.000,- per provincie).

Op 20 juni 2016 heeft NBTC samen met het Ministerie van Economische Zaken en de provincies de verhaallijnen officieel gelanceerd. Verder zijn dit jaar de Waterlandlijn en de lijn van Mondriaan tot Dutch Design geïntroduceerd. Naast deze lijnen worden ook de reeds bestaande themaroutes zoals de Liberation Route en Van Gogh opgenomen in het HollandCity-concept. Bij deze routes zijn inmiddels elf provincies betrokken (alleen de provincie Groningen niet). In 2017 en 2018 zal NBTC samen met provincies en marktpartijen de overige verhaallijnen verder ontwikkelen en introduceren.

### **Verbeteringen OV**

Een belangrijke randvoorwaarde voor een goede spreiding van toeristen is een goed en gebruiksvriendelijk OV. In 2016 hebben vervoerders een pakket aan vernieuwingen gelanceerd die beter aansluiten op de wensen van toeristen. De Staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu en ik hebben uw Kamer op 12 april 2016 (Kamerstuk 23 645, nr. 621) geïnformeerd over de voortgang. Dit verbeterpakket bestaat onder andere uit een landelijk dekkende OV-kaart, het zogenoemde Holland Travelticket. Ook regionaal wordt gewerkt aan het verbeteren van het bestaande aanbod. Zo is in de metropoolregio Rotterdam Den Haag een Tourist Day Ticket voor de hele provincie Zuid-Holland ontwikkeld. Ook zijn in de metropoolregio Amsterdam de stadregio Amsterdam, GVB, Connexxion en vervoerder EBS met NS in gesprek over de doorontwikkeling van het huidige Amsterdam and Region ticket. Dit aanbod wordt in het eerste helft van 2017 verwacht. Daarnaast is de dienstverlening onder andere verbeterd door OV pop-up-balies op Schiphol. Deze maken het toeristen makkelijker om informatie te krijgen over het OV. Al eerder was het mogelijk om bij kaartautomaten te betalen met een creditcard. Om te beoordelen of het pakket voldoende aansluit bij de wensen van internationale toeristen, zullen vervoerders na een jaar starten met een evaluatie. Deze evaluatie is onder andere gericht op verkoop(mogelijkheden), prijsstelling en gebruiksgemak met als doel om de producten te kunnen doorontwikkelen.

### **Actieagenda gastvrijheidseconomie**

Samen met de sector zet ik mij in om Nederland uit te laten groeien tot de bestemming waarin per vierkante kilometer de grootste diversiteit aan belevenissen ter wereld te vinden zal zijn. Om een kwalitatief hoogwaardig aanbod te kunnen blijven bieden heeft de sector samen met overheid en onderwijs in 2013 een actieagenda opgesteld. Deze sectorvisie «Vinden, Verrassen, Verbinden: Visie op de Nederlandse gastvrijheidseconomie 2025» is op 23 juni 2014 aan uw Kamer aangeboden (bijlage bij Kamerstuk 26 419, nr. 58). De sleutelprojecten uit de actieagenda zijn gericht op een betere benutting, verbinding en verdere verbetering van de unieke mogelijkheden die Nederland biedt. Gastvrij Nederland heeft de monitoring van de sleutelprojecten uit de actieagenda op zich genomen. De door Gastvrij Nederland aangeboden voortgangsrapportage, over de sleutelprojecten, treft u hierbij aan<sup>2</sup>.

Naast het bevorderen van inkomend toerisme en het spreiden van bezoekers in tijd en ruimte zet het Ministerie van Economische Zaken in op de verbetering van het ondernemersklimaat voor de gastvrijheids-

<sup>2</sup> Raadpleegbaar via [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl).

sector door middel van regeldrukvermindering en het bevorderen van de synergie tussen natuur, recreatie en ondernemerschap.

### **Maatwerkaanpak gastvrijheidseconomie**

Om te kunnen vernieuwen hebben ondernemers de ruimte nodig. Daarom is onder leiding van het Ministerie van Economische Zaken de maatwerkaanpak gastvrijheidseconomie gestart, die zich richt op het wegnemen van merkbare regeldruk. Knelpunten bij de sector zijn in kaart gebracht en in publiek-privaat verband opgepakt hetgeen geresulteerd heeft in het Actieprogramma knelpunten Gastvrijheidseconomie. Het programma is op 21 juni 2016 naar de Tweede Kamer gestuurd (Kamerstuk 26 419, nr. 64). Momenteel zijn overheid en bedrijfsleven bezig met het uitvoeren van de afspraken die in het actieprogramma zijn opgenomen.

### **Nationale Parken Nieuwe Stijl**

Naar aanleiding van een door de Tweede Kamer in 2014 ingediend amendement (Kamerstuk 34 000 XIII, nr. 128) is begin 2015 het programma Naar Nationale Parken van Wereldklasse ingesteld. Het programma richt zich op:

- 1) het verhogen van de kwaliteiten van Nationale Parken in Nederland;
- 2) het versterken van de betrokkenheid van de samenleving bij de natuur;
- 3) het bereiken van een sterkere merk- en marktpositie van Nationale Parken in Nederland.

Dit sleutelproject van de gastvrijheidssector richt zich onder meer op de ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen en nieuwe belevingsconcepten, met name op het gebied van de verblijfsrecreatie. Gastvrij Nederland participeert in het programma, en op deze manier is het sleutelproject aangehaakt bij het bredere programma.

In de periode mei tot oktober 2016 is er vanuit het Programma Nationale Parken een publieksverkiezing georganiseerd waarin Nederlanders hun drie mooiste natuurgebieden van Nederland hebben gekozen: het Nederlandse Waddengebied, het Nationaal Park Hollandse Duinen en de Veluwe. De Staatssecretaris van Economische Zaken heeft uw Kamer op 10 oktober 2016 (Kamerstuk 33 576, nr. 88) geïnformeerd over de voortgang van het Programma Nationale Parken.

### **Conclusie**

De toename van het aantal toeristen biedt kansen, ook voor de minder bekende plekken in ons land. Ik zal mij blijven inzetten voor duurzame groei in tijd en ruimte. Hiervoor is het belangrijk dat ondernemers, overheden en maatschappelijke organisaties goed blijven samenwerken. Ik heb er alle vertrouwen in dat ons gezamenlijk doel bereikbaar is: een verrassend en gastvrij Nederland met een mooi toeristisch aanbod van wereldklasse.

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