

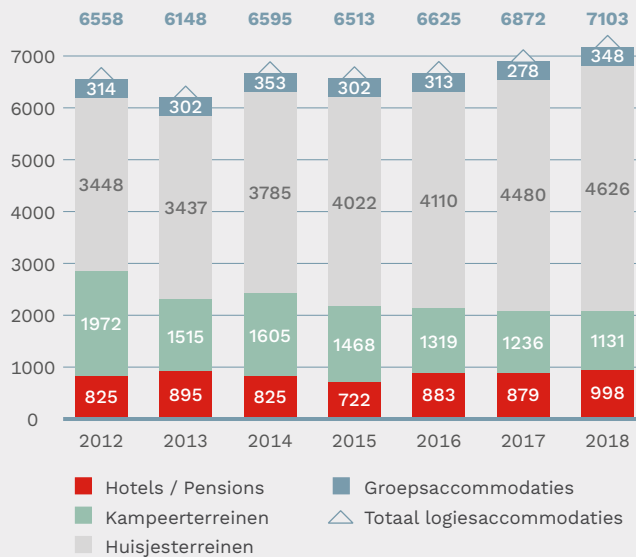
## Kerncijfers en trends

### Overnachtingen in Drenthe

#### Kerncijfers Drenthe 2018 (Bron: CBS)

2018	Binnenlands	Inkomend	Totaal
Overnachtingen	5.968.000	1.134.000	7.103.000
Groei t.o.v. 2017	+2%	+13%	+3%
Groei t.o.v. 2013	+9%	+73%	+16%
Marktaandeel op NL	8,6%	2,4%	6,1%

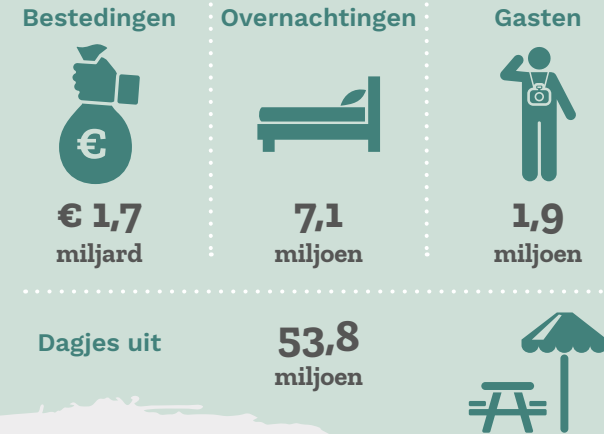
#### Overnachtingen Drenthe (CBS)



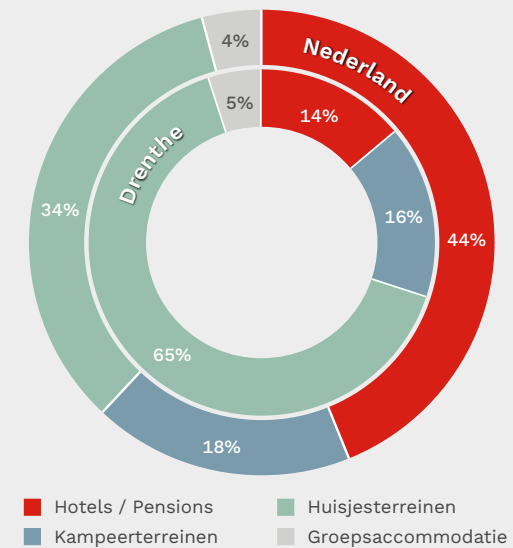
GRAFIEK 1: ontwikkeling overnachtingen Drenthe per accommodatietype (x1000) (Bron: CBS)

- ✓ Vakantiegangers leveren de Drentse economie zo'n € 300 miljoen per jaar op.
- ✓ Daguitstapjes leveren de Drentse economie nog eens € 1,4 miljard per jaar op.
- ✓ De sector is alleen al in Drenthe daarmee een miljardenindustrie.
- ✓ De vrijetijdssector is belangrijk voor de werkgelegenheid. Totaal ruim 15.000 banen, in de VTE, dit houdt in dat maar liefst 1 op de 14 werkenden werkzaam is in de vrijetijdseconomie.
- ✓ In 2018 werd voor € 8 miljoen toeristenbelasting geheven.
- ✓ 65% van de nachten in Drenthe vindt plaats in een vakantiehuis t.o.v. 34% landelijk.
  - Het gaat goed met de Drentse bungalow, in vijf jaar tijd 35% toename.
  - Kamperen krimpt; in vijf jaar tijd afname in aantal overnachtingen van 25%
  - Hotels en groepsaccommodaties doen het afgelopen jaren ook goed.

(Bronnen: CVO 2018, CVTO 2018, CBS, Lisa)



#### Verdeling overnachtingen



GRAFIEK 2: Verdeling overnachtingen naar type accommodatie Drenthe versus Nederland (Bron: CBS)

## Trends die de (Drentse) vrijetijdseconomie raken

### Economie: groei toerisme en recreatie

- Zowel wereldwijd als in Nederland stijgt de sector sterker dan gemiddeld. ABN AMRO ziet vooral stijging in de volgende deelsectoren: reisbranche (+8%), hotels (+7,3%), restaurants (+6%), fastfood (+5%) en vakantieparken (+4,5%). De verwachtingen voor campings zijn negatief (-3%).
- In Drenthe stijgen huisjesovernachtingen sterker dan landelijk. Kampeeroovernachtingen dalen juist sterker dan landelijk.
- Rabobank voorspelt dat de concurrentie heviger wordt. Bedrijven kunnen zich onderscheiden door in te spelen op het inkomend toerisme, duurzaamheid en de vraag naar authentieke ervaringen en gemak.
- Het aanbod van goed opgeleid personeel neemt af en vormt een aandachtspunt voor ondernemers.
- Data is steeds belangrijker in de sector. Ondernemers moeten data inzetten om processen te optimaliseren en de gast beter te bedienen.

### Demografie: vergrijzing

- Nederland telt in de toekomst steeds meer ouderen: in 2040 is meer dan een kwart van de Nederlanders 65 jaar of ouder (nu 19%).
- Ouderen geven relatief meer geld uit op vakantie dan jongeren. Ze kiezen vaker voor comfort (hotels), waar jongeren vaker kiezen voor goedkopere accommodatievormen.
- De vraag naar multi-generatiereizen neemt toe. Families gaan vaker met verschillende generaties gezamenlijk op reis.

### Gemak: volledig ontzorgd op vakantie

- Gemak wordt steeds meer de standaard. Echte luxe betekent: geen gedoe. De toerist wil ontzorgd worden. Dit betekent hulp bij het zoeken naar op-maat-oplossingen, aanbiedingen en activiteiten.
- Persoonlijke service en oprechte aandacht voor de gast zijn belangrijk in het klantcontact.
- Met technologische vernieuwingen kan de gast steeds makkelijker, overzichtelijker en sneller worden geholpen.



### Bewuster en duurzamer op reis

- Bijna 9 op de 10 reizigers vindt duurzaamheid belangrijk. In 2017 was dit 65 procent. Ook is het percentage reizigers dat daadwerkelijk gebruik maakt van duurzame mogelijkheden gegroeid van 34% naar 39%.
- Ruim een derde neemt de factor duurzaamheid mee in het bepalen van de vakantiebestemming. Duitse gasten zijn al een stapje verder en het meest kritisch als het op duurzaamheid aankomt.

### Op jacht naar echte ervaringen

- 6 op de 10 reizigers hechten meer waarde aan ervaringen dan aan materieel bezit. 'Doen' wordt net zo belangrijk als 'gaan', zo niet belangrijker.
- Het leven is steeds drukker. Het opdoen van ervaringen helpt bij het verminderen van stress. In 2019 is 42% van de reizigers van plan om een bestemming te bezoeken waar ze zich weer onbezorgd kunnen voelen.
- Reizigers willen nieuwe dingen ontdekken en nieuwe smaken proeven. Weg van de gebaande paden. Zij zijn op zoek naar pure, authentieke belevingen en naar echt contact. Zelf spontaan ontdekken, met hulp van locals.