

# Toeristische Trendrapportage Limburg 2013-2014



## Colofon

Dit is een uitgave van provincie Limburg.

Juni 2014

Auteurs:



Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd  
[www.ruimteenvrijetijd.nl](http://www.ruimteenvrijetijd.nl)

De Afdeling Onderzoek  
[www.deafdelingonderzoek.nl](http://www.deafdelingonderzoek.nl)

Omslagfoto: Funbeach Panheel  
Vormgeving omslag en factsheets: De Afdeling Onderzoek

Overname van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. Ondanks de zorgvuldigheid waarmee deze uitgave is samengesteld zijn Provincie Limburg, Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd en De Afdeling Onderzoek niet aansprakelijk voor fouten of onvolkomenheden en eventueel daaruit voortvloeiende schade.

De digitale versie van deze uitgave kunt u gratis downloaden op:  
[www.limburg.nl/toerisme](http://www.limburg.nl/toerisme) onder Trends en Onderzoek.

## Voorwoord

Limburg is een mooie provincie, met een overvloed aan kwaliteiten. Voor ons, inwoners, is dat zo'n dagelijks gegeven dat we bijna vergeten hoe bijzonder Limburg is. Gelukkig herbergt Limburg talloze ondernemers en werknemers in de vrijetijdseconomie, die er dag in dag uit voor zorgen dat ook anderen van de Limburgse geneugten kunnen genieten. En, niet onbelangrijk, zo levert het kwaliteitsmerk Limburg ook een stevige bijdrage aan de regionale economie. De trendrapportage dit jaar toont dit nog eens duidelijk aan: meer dan 3,7 miljard aan directe omzet en meer dan 37.000 arbeidsplaatsen. Met recht een topsector waar Limburg trots op kan zijn.

Maar dit kan geen reden zijn om rustig achterover te gaan zitten. De afgelopen jaren is de concurrentie op de vakantiemarkt sterk toegenomen. Enerzijds is dit het gevolg van een sterke toename van het aanbod in eigen land, maar door de toegenomen mobiliteit en lagere kosten liggen anderzijds ook buitenlandse bestemmingen, ook voor korte vakanties, binnen handbereik. Bovendien is de consument kritisch en selectief. De hedendaagse consument vraagt om unieke en authentieke vakantiebeleving, die zelfs de thuissituatie qua comfort nog kan overtreffen.

Gelukkig barst het in Limburg van ondernemers die hiermee aan de slag zijn. Ondernemers die de kansen grijpen om de Limburgse kwaliteiten nog beter voor het voetlicht te brengen, nieuwe doelgroepen aan te boren, de gastvrijheid te versterken en de grensoverschrijdende kansen te benutten. En ik zie steeds meer versterkte samenwerking tussen overheden en ondernemers (bijvoorbeeld in het Maasplassengebied), die krachten bundelen om het Limburgse aanbod voor de recreanten nog aantrekkelijker te maken. Samen kunnen en zullen we de Limburgse vrijetijdseconomie in de komende jaren versterken. Het is al goed, het wordt nog beter.

*Drs. Twan Beurskens*  
*Gedeputeerde Economische Zaken*

## Inhoudsopgave

<b>1. Inleiding .....</b>	<b>10</b>
1.1 Aanleiding Trendrapportage 2013 - 2014 .....	10
1.2 Trendrapportage Nieuwe Stijl.....	10
1.3 Leeswijzer .....	10
<b>2. Vakanties in Limburg.....</b>	<b>11</b>
2.1 Binnenlandse gasten.....	11
2.2 Buitenlandse gasten.....	17
2.3 Zakelijke gasten .....	21
2.4 Verblijfsaanbod en bezetting.....	22
<b>3. Daguitstapjes in Limburg.....</b>	<b>25</b>
3.1 Uitstapjes door Nederlandse dagrecreanten .....	25
3.2 Uitstapjes van Vlaamse en Duitse dagrecreanten .....	28
<b>4. Economisch belang vrijetijdsector Limburg.....</b>	<b>29</b>
4.1 Bestedingen Nederlandse vakantiegangers .....	29
4.2 Bestedingen verblijf buitenlanders .....	31
4.3 Bestedingen daguitstapjes Nederlanders .....	33
4.4 Bestedingen dagbezoek België en Duitsland .....	36
4.5 Bestedingen volgens de landelijke R&T standaard .....	37
4.6 Werkgelegenheid .....	38
<b>5. De recreant en toerist in beeld .....</b>	<b>41</b>
5.1 Profiel Nederlandse, Vlaamse en Duitse dagrecreant .....	41
5.2 Profiel Nederlandse vakantieganger .....	45
5.3 Profiel buitenlandse verblijfsbezoeker.....	52
5.4 Imago van Limburg.....	53
<b>6. Regio's in beeld .....</b>	<b>55</b>
6.1 Vakanties van Nederlanders per regio.....	55
6.2 Verblijfsbezoek buitenlanders per regio .....	59
6.3 Verblijfsaanbod per regio .....	60
6.4 Uitstapjes per regio .....	61
6.5 Economisch belang per regio.....	64
6.6 Profiel Nederlandse toerist per regio.....	69

<b>Bijlage 1</b> Bronnen en definities.....	<b>75</b>
<b>Bijlage 2</b> Afbakening uitstapjes van Nederlanders.....	<b>77</b>
<b>Bijlage 3</b> Afbakening R&T werkgelegenheid.....	<b>80</b>
<b>Bijlage 4</b> R&T banen per gemeente .....	<b>82</b>

# Samenvatting

## Hoe staat de vrijetijdseconomie ervoor in Limburg?

Voor u ligt de Toeristische Trendrapportage Limburg 2013 – 2014. Hierin zijn de belangrijkste feiten en cijfers over de vrijetijdssector in Limburg bijeengebracht. Door het jaarlijks in beeld brengen van deze cijfers houdt de provincie Limburg de vingers aan de pols, onder andere voor de thema's waarvoor in het 'Ambitiedocument Vrijetijdseconomie 2012 - 2015' provinciale beleidsdoelen zijn vastgesteld. Daarmee wordt tevens een basis gelegd voor evaluatie en zo nodig bijstelling van dit beleid. De cijfers zijn voor een groot deel gebaseerd op de Landelijke R&T standaard.

In onderstaande tabel is voor de beleidsdoelen de toeristisch-recreatieve ontwikkeling in de provincie Limburg sinds 2009 in beeld gebracht.

Provinciale doelen en de (tussen)resultaten van 2009 t/m 2013						
Omschrijving doel	Ambitie 2015	2009	2010	2011	2012	2013
Marktaandeel vakanties van Nederlanders in Limburg	15%	15,0%	14,7%	15,8%	15,0%	14,0%
Marktaandeel aantal buitenlandse gasten	6,7%	6,7%	6,4%	6,4%	6,7%	6,5%
Handhaven marktaandeel Limburg in totale bestedingen	8,7%	8,3%	-	7,6%	-	7,3%
Stijging klantwaarde (bestedingen p.p.p.d.)	3,5%	€ 34	€ 35	€ 32	€ 36	€ 34

De resultaten fluctueren in de loop van deze periode. Na het succesjaar 2012 (mede dankzij de grote evenementen Floriade en WK wielrennen) zijn de cijfers in 2013 wat minder gunstig. De sector had tevens mogelijk last van een zeer koud voorjaar en ongunstige (warme) zomer, waarbij vakantiegangers eerder het water opzochten. Daarmee lagen de cijfers voor 2013 weer onder de doelen die voor 2015 zijn gesteld.

Er volgt een korte samenvatting van de 'highlights' van de Toeristische Trendrapportage Limburg 2013 – 2014.

## Vakanties in Limburg

### Limburg blijft tweede vakantieplek voor Nederlanders

De provincie Limburg staat bij het aantal overnachtingen van Nederlanders op de tweede plek van de Nederlandse provincies (na Gelderland). Het aantal vakanties in Limburg is met 7% afgenomen, maar het aantal overnachtingen juist licht toegenomen met 1,5% ten opzichte van 2012. Gemiddeld verblijven Nederlanders dus langer in Limburg dan in 2012.

### Limburg is dé provincie voor bungalowvakanties en stedentrips

Limburg staat op de eerste plek als het gaat om het aantal bungalowvakanties. Nederlanders slapen tijdens de helft (49%) van de vakanties in Limburg in een bungalow. Dit is beduidend meer dan gemiddeld in Nederland (36%).

In absolute zin is Limburg provincie nummer één voor een binnenlandse stedenvakantie. Bijna een kwart (23%) van alle binnenlandse stedentrips (256.000 vakanties) wordt in Limburg ondernomen.

Het type vakantie verschilt sterk per regio. Hotelvakanties zijn in Zuid-Limburg duidelijk populairder dan gemiddeld in Limburg, in Noord- en Midden-Limburg wordt juist vaker voor een bungalowvakantie gekozen. Het aanbod bepaalt deels ook de vraag; er zijn veel slaapplekken in hotels in Zuid-Limburg en vooral in Noord-Limburg veel slaapplekken in bungalowparken.

### **Openstelling loont!**

*Een 'op natuur gerichte vakantie' is - vooral in Zuid-Limburg - één van de belangrijkste bezoekenmotieven voor Nederlandse vakantiegangers in Limburg. Met 290.000 'op natuur gerichte' binnenlandse vakanties staat Limburg op de 2e plaats in Nederland. Dat natuur en landschap belangrijke trekpleisters zijn voor Limburg, blijkt ook uit Imago-onderzoek. Heuvels, heuvellandschap, heuvelachtig, groen, natuur, wandelen en fietsen zijn belangrijke associaties van bezoekers aan Limburg. Uit het onderzoek 'Openstelling loont' blijkt ook dat de vrijetijdseconomie in volledig opengestelde en goed beleefbare gebieden twee keer zo groot is dan in minder natuurlijk ontwikkelde en beleefbare terreinen. Dit versterkt de ambitie van de provincie Limburg in haar concept Omgevingsplan om voor gasten en bewoners een voorbeleving toegankelijke natuur en landschap te bieden.*

### **Steeds meer buitenlandse gasten in Limburg**

Limburg heeft in 2013 837.000 buitenlandse gasten voor vakanties of zakelijk bezoek ontvangen. Dit is 1,7% meer dan het jaar ervoor. Deze stijging is wel minder sterk dan in de periode 2009-2012 (gemiddeld 7,9%). Bijna driekwart van de buitenlandse gasten zijn Duitse (38%) en Belgische (35%) verblijfs gasten. Dit aantal is groeiende, het marktaandeel in Nederland licht dalende. Verder neemt het aantal gasten uit het Verenigd Koninkrijk iets af terwijl dit landelijk groeide.

Het aantal gasten dat in hotels overnacht is 52% en in bungalows 40%. Ondanks het feit dat meer buitenlandse gasten kiezen voor een verblijf in een hotel, zijn bungalows qua aantallen overnachtingen het meest populair. Van alle nachten die buitenlandse gasten in Limburg doorbrengen, vindt 60% in een bungalow plaats. Dit is twee keer zoveel als gemiddeld in Nederland. Dit komt doordat de gemiddelde verblijfsduur in een bungalow langer (4,3 nachten) is dan in een hotel (1,7 nachten).

### **Reflectie**

*Nederlanders blijven overwegend de belangrijkste gasten in Limburg. Alleen het marktaandeel van vakanties van Nederlanders in Limburg fluctueert. Een mogelijke oorzaak voor deze fluctuatie kan zijn dat Limburg minder concurrerend is bij mooi weer. Vakantiegangers zoeken bij mooi weer vaak waterrijke gebieden op. Meer promotie van de Maasplassen en/of andere waterrecreatieve activiteiten verdient de aandacht.*

*Duitsland en België blijven belangrijke buitenlandse herkomstmarkten om op te focussen voor vakanties in Limburg. Het aantal is namelijk nog groeiende, maar het marktaandeel licht dalende. Ook de Engelse markt moet niet vergeten worden. Het aantal groeit in Nederland, maar nog niet in Limburg.*

### **Ontwikkelingen in het verblijfsrecreatieve aanbod vragen aandacht**

Limburg telt 927 verblijfsaccommodaties en 143.862 slaapplekken. Het totaal aantal verblijfsaccommodaties is in 2013 voor het eerst sinds de voorgaande 5 jaren gegroeid (met 4%). Dit komt voornamelijk door een toename van de huisjesterreinen. Het totaal aantal slaapplekken groeit al jaren, terwijl dit landelijk schommelt.

Verreweg de meeste accommodaties zijn hotels (433) en campings (237). De meeste slaapplekken zijn aanwezig op campings (48%) en bungalowparken (33%). In Zuid-Limburg is het aantal slaapplekken het hoogst bij hotels (28%), in Midden- en Noord-Limburg is het aantal slaapplekken vooral hoog bij bungalowparken, respectievelijk 35% en 48%.

De bezettingsgraad (de slaapplekbezetting over het hele jaar genomen) geeft aan hoe vraag en aanbod zich tot elkaar verhouden:

**Hotels:** de bezettingsgraad is net onder de 40% en fluctueert in de loop van de jaren met een lichte daling in de bezetting tussen 2012 en 2013 met 1%. Landelijk is de gemiddelde bezettingsgraad 43%. Gemiddeld komen er in Limburg steeds meer 3- en 4- sterrenhotels en minder 1 en 2-sterrenhotels.

## Daguitstapjes in Limburg

### **Limburg behoudt de 5e positie op de binnenlandse dagrecreatieve markt**

Het aantal uitstapjes door Nederlanders in Limburg bedraagt in 2012/2013 113 miljoen. Na een daling in 2010/2011 groeit het aantal in 2012/2013 weer tot bijna het niveau van 2008/2009 (115 miljoen). Deze toename aan uitstapjes kan deels worden verklaard door bezoek aan de Floriade (ongeveer 1 miljoen Nederlanders van 2 miljoen bezoekers) en het WK Wielrennen (ongeveer 334.000 Nederlanders van de 400.000 bezoeken). Ook speelt mee dat Nederlanders in 2012/2013 minder op vakantie gingen en daardoor meer tijd over hadden voor daguitstapjes, het zogenaamde 'staycation'.

Limburg behoudt in 2012/2013 de 5<sup>e</sup> positie op de binnenlandse dagrecreatieve markt. Het aandeel bedraagt 7,5% van alle binnenlandse uitstapjes.

De extra uitstapjes in Limburg in 2012/2013 betreffen voornamelijk meer bezoek aan sportwedstrijden, evenementen, culturele activiteiten en funshoppen. Attractieparken en wellness kregen iets minder bezoeken.

### **Steeds meer daguitstapjes door 65-plussers**

Bijna de helft van de daguitstapjes in Limburg wordt met z'n tweeën ondernomen. De eigen partner is het populairste qua gezelschap, maar ook familie en vrienden/kennissen. Wat betreft de huishoudens wordt 75% van alle daguitstapjes ondernomen door recreanten die thuis een huishouden met kinderen of tweepersoonshuishoudens boven 50 jaar hebben. Steeds meer uitstapjes worden door 65-plussers ondernomen. Zo is het aantal uitstapjes van deze groep tussen 2010/2012 en 2012/2013 met 44% gestegen naar 19% van de totale uitstapjes van Nederlanders in Limburg.

### **Toename van de dagbezoeken door niet-Limburgers**

De meeste uitstapjes (84%) vinden door de Limburgers zelf plaats. Het aantal uitstapjes per regio komt sterk overeen met de omvang van het aantal inwoners in de deelregio's in Limburg. Het percentage uitstapjes door Limburgers in Limburg zelf is sinds 2008 licht dalende. Maar het aantal Nederlanders van buiten Limburg die uitstapjes in Limburg ondernemen groeit.

**Huisjesterreinen:** het aantal slaapplekken in Limburg stijgt al jaren, net zoals landelijk het geval is. Vanaf 2009 is zowel landelijk als in Limburg de bezettingsgraad van huisjesterreinen dalende. Tussen 2012 en 2013 daalt de bezetting in Limburg met 2%, dit is iets meer dan landelijk.

**Kampeesterreinen:** kampeesterreinen in Limburg hebben een lage bezettingsgraad (ca. 10%), maar vergelijkbaar met het gemiddelde in Nederland. Sinds 2009 blijft deze nagenoeg gelijk, terwijl landelijk sprake is van een daling. Voor het eerst sinds 2008 groeit in 2013 het aantal kampeesterreinen licht (2,6%), maar het aantal slaapplekken niet.

**Groepsaccommodaties:** vanaf 2009 is zowel landelijk als in Limburg de bezettingsgraad van groepsaccommodaties dalende. Tussen 2012 en 2013 stijgt, in tegenstelling tot het landelijk gemiddelde, de bezettingsgraad in Limburg weer voor het eerst, namelijk met 3%.

### **Verblijfsrecreatieparadox in Limburg?**

*Uit de cijfers over 2013 blijkt dat in Limburg vooral bij de huisjesterreinen sprake is van een teruglopende bezetting en tegelijkertijd een stijgend aanbod. Met de 'paradox' schetst RECRON het dilemma dat er in Nederland over het algemeen sprake is van een verzadigde markt in de verblijfsrecreatie. Het aanbod is wat eenzijdig en overstijgt de vraag qua capaciteit. Anderzijds is er behoefte aan innovatie en kwaliteitsverbetering en is er ruimte voor concepten die het huidige toeristisch product verrijken.*

*De provincie Limburg is gestart met een onderzoek naar het perspectief voor de verblijfsrecreatiesector, de zogenaamde Vitaliteitsscan verblijfssector Limburg om nader inzicht te krijgen in de verblijfsrecreatieparadox.*

Het aantal uitstapjes van Nederlanders (exclusief Limburgers) in Limburg is vanaf 2010/2011 met 20% gestegen en het aantal uitstapjes van Limburgers met 5%. Limburgers gaan steeds meer de provinciegrens over voor een uitstapje.

Netto 'lekken' er ca. 0,5 miljoen uitstapjes weg. Maar wanneer de Duitse (Niederrhein) en Belgische daggasten worden meegerekend komen er in totaal 20 miljoen bezoeken per jaar bij. Limburgers brengen ongeveer 7 miljoen dagbezoeken aan België en Duitsland. Overall gezien krijgt Limburg dus een dikke plus op het gebied van dagbezoeken.

### **Reflectie**

*Uit de groei van aantal uitstapjes in 2012/2013 ten opzichte van 2010/2011 blijkt dat evenementen zoals het WK wielrennen en de Floriade een positief effect hebben. Er kwamen meer Nederlanders van buiten Limburg naar Limburg. Houd aandacht voor blijvende impulsen op dat vlak. Ook zorgen Vlamingen en Duitsers uit Niederrhein voor een groot aandeel in het aantal uitstapjes. Blijf aandacht houden voor deze belangrijke markt. Maar vergeet ook niet de eigen inwoners binnen de grenzen te behouden, want Limburgers gaan steeds meer de provinciegrens over voor een uitstapje. Speel daarbij in op de 'vergrijzende dagrecreant (65-plus); steeds meer uitstapjes in Limburg worden door 65-plussers ondernomen. De stijging is 44% over de laatste jaren.*

## **Economisch belang vrijetijdsector in Limburg**

### **Kleine daling in totale bestedingen in Limburg**

In totaal geven de Nederlandse verblijfs- en daggasten en buitenlandse verblijfs gasten en Nederlandse daggasten ca. 2,3 miljard uit in 2013. Dit is iets minder dan in 2012 (-4%). Wanneer ook de bestedingen van Duitse en Vlaamse daggasten worden opgeteld komt het totale bedrag op 3,7 miljard.

### **Kleine daling in bestedingen van Nederlandse dag- en verblijfs gasten in Limburg**

Het afgelopen jaar hebben Nederlanders minder besteed aan vakanties in Limburg dan in 2012 (390 miljoen in 2013 versus 416 miljoen in 2012). Dit komt enerzijds doordat Nederlanders minder vaak in Limburg op vakantie gingen,

daarnaast werd er per dag ook minder besteed. Het marktaandeel van de bestedingen in Limburg ten opzichte van het totaal in Nederland is hierdoor licht gedaald naar 14% in 2013. Vakantiegers spenderen in 2013 dagelijks 34 euro aan een vakantie in Limburg, dit ligt 4 euro boven het gemiddelde voor een vakantie in eigen land. In Zuid-Limburg wordt het meest besteed, namelijk 53% van de totale bestedingen.

Nederlanders hebben in 2012/2013 ook minder besteed aan daguitstapjes, maar zijn wel vaker de deur uitgegaan dan in 2010/2011. Gemiddeld hebben ze dus minder per daguitstapje besteed. Het totaal aantal bestedingen is gedaald in deze periode van 1,76 naar 1,62 miljard euro. Landelijk blijft deze daling meer beperkt. Vooral de bestedingen aan buitenrecreatie, funshoppen, waterrecreatie en wellness dalen in 2012/2013 ten opzichte van 2008/2009. Bestedingen tijdens evenementen en bezoek aan sportwedstrijden zijn door meer bezoek, mede door de Floriade en WK Wielrennen, gestegen.

### **Bestedingen van buitenlandse gasten namen in 2013 toe**

Limburg heeft het belangrijkste deel van haar inkomsten van buitenlandse gasten te danken aan Vlaamse en Duitse daggasten uit Niederrhein (zonder overnachting). In totaal gaat het om ca. 1,4 miljard euro in 2013. Buitenlandse verblijfs gasten die in Limburg overnachten, geven in 2013 circa 272,5 miljoen euro uit aan hun (zakelijk en toeristisch) verblijf in Limburg. De bestedingen zijn met 3,3% gestegen ten opzichte van 2012. Landelijk blijft het marktaandeel redelijk gelijk, met een lichte toename van 5,3%.

### **Positieve balans van bestedingen op dagrecreatief gebied**

Limburgers besteedden in 2013 circa 1,25 miljard euro aan daguitstapjes in de eigen provincie. Het nettoresultaat (verschil tussen Nederlanders die in Limburg besteden en Limburgers die buiten Limburg besteden) laat zien dat er ca. 26 miljoen uit Limburg weglekt aan Nederlandse dagrecreatieve bestedingen. Met de bestedingen van Vlaamse en Duitse daggasten uit Niederrhein (1,4 miljard euro) is de balans weer positief. Er stroomt geld naar Limburg toe.

### **Profiel van Limburgse regio's**

*De regio's Noord- en Midden-Limburg lijken veel op elkaar als gekeken wordt naar de logiesvormen, het bezoekmotief van Nederlandse vakantiegangers en de leefstijlprofielen. Samengevat komen in Noord- en Midden-Limburg relatief veel consumenten (vaak gezinnen met kinderen, vakanties met vrienden of familie) die zoeken naar ontspanning, rust, gezelligheid of voor een actieve of sportieve vakantie op een bungalowpark of camping. De bestedingen tijdens een vakantie zijn relatief laag (10 euro per persoon per dag minder dan in Zuid-Limburg).*

*In Zuid-Limburg komen relatief veel bezoekers (vaak tweepersoonshuishouden) voor een stedenvakantie en/of bezoekers die bovenmatig zijn geïnteresseerd in een op natuurgerichte vakantie. Deze gasten zijn voor een relatief groot deel 50-plus en verblijven vooral in hotels en B&B's. De bestedingen tijdens een vakantie zijn relatief hoog.*

*Het recreatief product kan versterkt worden door extra aandacht te besteden aan het onderscheidend maken van het toeristisch – recreatieve profiel van de regio's. Vraag is of de regio's Midden- en Noord-Limburg beter onderscheidend of in gezamenlijkheid kunnen worden geprofileerd.*

*Het is de uitdaging de regio's verder te ontwikkelen waarbij vraaggerichtheid, maar ook de identiteit van de regio's belangrijke bouwstenen zijn. Een ontwikkelrichting per regio kan leiden tot onderscheidende toeristische product-markt-combinaties, op basis waarvan bijvoorbeeld Noord- en Midden-Limburg gezamenlijk meer gasten gaan trekken die langer verblijven en meer besteden.*

### **Werkgelegenheid in recreatie en toerisme daalt conform generieke werkgelegenheidsontwikkeling**

Recreatie en toerisme levert in 2013 in Limburg 37.148 banen op. Dit is 7,2% van de totale werkgelegenheid in Limburg. Dit aandeel is sinds 2009 nauwelijks veranderd.

De toeristisch-recreatieve werkgelegenheid laat tussen 2009-2013 een lichte daling van 6,3% zien. Dit is vergelijkbaar met de ontwikkeling van de totale werkgelegenheid in Limburg. In Noord- en Zuid-Limburg daalde het aantal toeristisch-recreatieve banen tussen 2009 en 2013 met respectievelijk 8,4% en 7,5%. In Midden-Limburg blijft het aantal toeristisch-recreatieve banen nagenoeg gelijk.

De daling in het aantal banen in Limburg staat in tegenstelling tot de stijging van het aantal R&T bedrijven tussen 2009 en 2013. Het gemiddeld aantal werknemers per bedrijf neemt dus af. Dit kan zijn vanwege minder werk, maar ook liggen aan meer outsourcing van werk in bijvoorbeeld de sector logiesverstrekking en horeca (denk aan o.a. administratie en schoonmaak). Een andere verklaring kan zijn dat de arbeidsproductiviteit toeneemt. Dat wil zeggen dat bedrijven hetzelfde werk of meer werk met minder mensen doen.

Landelijk gezien is 6,2% van de werkgelegenheid toeristisch-recreatief. In Limburg is de toeristisch-recreatieve sector dus belangrijker dan gemiddeld in Nederland. Alleen in Zeeland en Noord-Holland is het aandeel groter.

Zuid-Limburg heeft het grootste aandeel toeristisch-recreatieve werkgelegenheid van de regio's in Limburg, namelijk 53%. Dit zijn in 2013 19.497 banen. Noord-Limburg heeft 10.172 toeristisch-recreatieve banen en Midden-Limburg het kleinste aandeel met 7.479 banen.

## **De recreant en toerist in beeld**

### **Regionale verschillen in profiel Nederlandse vakantieganger**

De leeftijd en gezinssamenstelling van de binnenlandse vakantieganger in Limburg verschillen weinig van de gemiddelde binnenlandse vakantieganger. 45% heeft een tweepersoonshuishouden vanaf 35 jaar en 33% een gezin met kinderen tot 12 jaar. Er zijn echter wel duidelijk verschillen te zien tussen de Limburgse regio's. Zuid-Limburg wordt relatief vaak bezocht door ouderen (65+) en door tweepersoonshuishoudens. Noord- en Midden-Limburg juist door mensen op middelbare leeftijd en gezinnen met kinderen (van 0 t/m 12 jaar).



### **Leefstijlprofielen dagrecreanten en verblijfstoeristen**

*Er zijn diverse manieren ontwikkeld om de doelgroepen beter te kunnen segmenteren, dan alleen op basis van leeftijd of gezinssituatie. Smart Agent en RECRON hebben een segmentatiemethode ontwikkeld op basis van leefstijlen (zie voor toelichting op de leefstijlen, hoofdstuk 5 van de Trendrapportage).*

*Het Limburgse profiel van de dagrecreant is over het algemeen redelijk overeenkomstig met dat van heel Nederland. Echter, de Limburgse bevolking behoort vaker (27%) dan de gemiddelde Nederlander (24%) tot de leefstijl gezellig lime en minder tot de leefstijl ingetogen aqua (14% in Limburg ten opzichte van 17% in Nederland). Vlamingen behoren bovengemiddeld vaak tot de groep uitbundig geel en Duitsers (uit Niederrhein) vaak tot de groep creatief en inspirerend rood*

*In Noord-Limburg en Midden-Limburg valt op dat er een oververtegenwoordiging is – ten opzichte van de gemiddelde Nederlandse vakantieganger in Nederland – van uitbundig geel en gezellig lime. In beide regio's komen relatief weinig ingetogen aqua en creatief en inspirerend rode vakantiegangers ten opzichte van het landelijk gemiddelde. In Zuid-Limburg komen relatief veel vakantiegangers met de leefstijl creatief en inspirerend rood en rustig groen. In alle regio's komen iets minder dan gemiddeld stijlvol en luxe blauwe en avontuurlijk paarse binnenlandse toeristen*

**Let op:** *deze leefstijlprofielen moeten niet worden gezien als blauwdruk en daarom ook zorgvuldig worden toegepast. Zo zijn ook het (huidige) aanbod en de identiteit van de Limburgse regio's van belang om te betrekken bij het 'vraaggericht ontwikkelen' van de vrijetijdssector.*

### **De waardering van Limburg is hoog maar gemiddeld**

De Nederlandse toerist waardeert Limburg met een 8,1 vergelijkbaar met het Nederlandse gemiddelde van 8,2.

### **Limburg sterk imago bij Nederlanders en Vlamingen, minder sterk bij Duitsers**

Limburg heeft ten opzichte van andere provincies in Nederland het sterkste toeristisch-recreatief en culturele imago bij Nederlanders en Vlamingen. Ook de inwoners worden als meest vriendelijk en gastvrij gezien. Nederlanders vinden 'sfeervol, rustgevend en culinair' de belangrijkste kernwaarden die bij Limburg passen. Ze geven bij Limburg ook een groot aantal zogenaamde 'vrije

associaties', met de nadruk op heuvels, vlaai en Maastricht. Vlamingen vinden 'gastvrij, rustgevend en open' de belangrijkste kernwaarden die bij Limburg passen. Ze geven bij Limburg ook een groot aantal zogenaamde 'vrije associaties', met de nadruk op Maastricht, natuur, groen en fietsen.

Bij Duitsers uit de regio Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen heeft Limburg een beperkt imago. Duitsers (uit NRW en NS) vinden 'gastvrij, open en authentiek' de belangrijkste kernwaarden die bij Limburg passen. Ze geven bij Limburg echter een beperkt aantal zogenaamde 'vrije associaties', vooral Käse, einkaufen en de steden Maastricht en Venlo.

### **Reflectie**

*Opvallend is dat Limburg bij Nederlanders het sterkste toeristisch-recreatieve imago heeft van alle provincies. Maar de waardering van de vakantie in Limburg is gemiddeld in Nederland. Aandacht voor kwaliteit van het aanbod is dus belangrijk.*

*Verder valt op dat Limburg ook het sterkste toeristisch-recreatieve imago heeft bij de Belgen. Maar Noord-Holland (mede vanwege Amsterdam) en Noord-Brabant (ook grenzend aan België) meer Belgische gasten trekken voor vakanties. Hier valt dus nog meer markt te winnen door ze bijvoorbeeld te trekken met acties. Let ook op dat de eigen inwoners van Limburg belangrijke ambassadeurs zijn. Zij worden door Nederlanders en Vlamingen als meest gastvrij en vriendelijk gezien van alle provincies.*

*Kansen liggen er verder voor imagoverbetering bij de Duitse gast vanwege het beperkt toeristisch-recreatieve imago bij Duitsers uit Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen. Limburg heeft meer te bieden dan de belangrijkste associaties die Duitsers hebben (Käse, inkopen, Roermond, Venlo en Maastricht). Mogelijk kunnen hierdoor nog meer Duitsers worden getrokken met bijbehorende bestedingen.*

# 1. Inleiding

## 1.1 Aanleiding Trendrapportage 2013 - 2014

In deze Toeristische Trendrapportage Limburg 2013 – 2014 staan de belangrijkste feiten en cijfers over de vrijetijdssector in Limburg. De trendrapportage wordt jaarlijks uitgebracht in het kader van het 'Ambitiedocument Vrijetijdseconomie 2012 - 2015' van de provincie Limburg waarin de provincie zich als doel stelt om de verdien capaciteit van de vrijetijdseconomie te verhogen. Deze doelstelling is geoperationaliseerd in een aantal meetbare doelen voor de periode 2012 – 2015:

### Kwantitatieve doelen provincie Limburg 2012-2015

- Een marktaandeel van Limburg in aantal toeristische vakanties binnen Nederland van 15%
- Handhaven van het marktaandeel van Limburg in totale bestedingen (in €) in Nederland van 8,7% tegen de dalende tendens in
- Stijging klantwaarde (bestedingen per persoon per dag in €) met 3.5%
- Stijging van het marktaandeel voor het aantal buitenlandse gasten tot 6,7% (het niveau van 2009)

Om te weten hoe de vrijetijdseconomie er nu voor staat en of de kwantitatieve doelen worden gehaald, is er behoefte aan inzicht in de relevante kengetallen. Met dit inzicht kan het beleid van de provincie worden geëvalueerd en zo nodig worden bijgesteld.

## 1.2 Trendrapportage Nieuwe Stijl

Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd en De Afdeling Onderzoek hebben deze Toeristische Trendrapportage opgesteld in opdracht van de provincie Limburg. In de trendrapportage staan de belangrijke cijfers voor het jaar 2013. Maar het bevat ook een terugblik op de ontwikkeling van de afgelopen vijf jaar. Er is sprake van een trendrapportage Nieuwe Stijl. Dat houdt in dat extra aandacht is besteed aan de leesbaarheid voor een breed publiek. Tevens zijn de

volgende factsheets opgenomen met daarin samengevat de 'highlights' voorzien van infographics:

### Factsheets

- 4 thematische Factsheet R&T in Limburg (vakanties, daguitstapjes, aanbod en bezetting, economische betekenis)
- Factsheet R&T in Noord-Limburg
- Factsheet R&T in Midden-Limburg
- Factsheet R&T in Zuid-Limburg

Niet alle gegevens zijn betrouwbaar of beschikbaar op regionaal niveau, bij het samenstellen van factsheets voor de drie Limburgse regio's is hier rekening mee gehouden. Voor het samenstellen van deze trendrapportage is gebruik gemaakt van de meest recent beschikbare landelijke bronnen conform de Landelijke R&T Standaard. Meer informatie hierover is te vinden in bijlage 1, 2 en 3.

## 1.3 Leeswijzer

Dit trendrapport bevat de onderstaande hoofdstukken:

- Vakanties in Limburg. Dit hoofdstuk (2) gaat in op de vraag naar vakanties en het verblijfsaanbod in Limburg;
- Uitstapjes in Limburg. Dit hoofdstuk (3) gaat in op alle vormen van dagrecreatie in Limburg met (extra) aandacht voor funshoppen;
- Economische belang van de Limburgse vrijetijdssector. Dit hoofdstuk (4) geeft alle relevante informatie over de bestedingen en werkgelegenheid die gepaard gaan met de vakanties en uitstapjes in Limburg;
- De recreant en toerist in beeld. Dit hoofdstuk (5) geeft inzicht in de profielen van de dagrecreant en verblijfstoerist en het imago van Limburg bij Nederlanders, Belgen en Duitsers;
- Regio's in beeld. In dit hoofdstuk (6) wordt ingezoomd op de drie regio's Noord-, Midden- en Zuid-Limburg.

## 2. Vakanties in Limburg

### 2.1 Binnenlandse gasten

*Deze paragraaf gaat in op de ontwikkeling van het aantal vakanties en overnachtingen van Nederlanders. De cijfers komen uit het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research.*

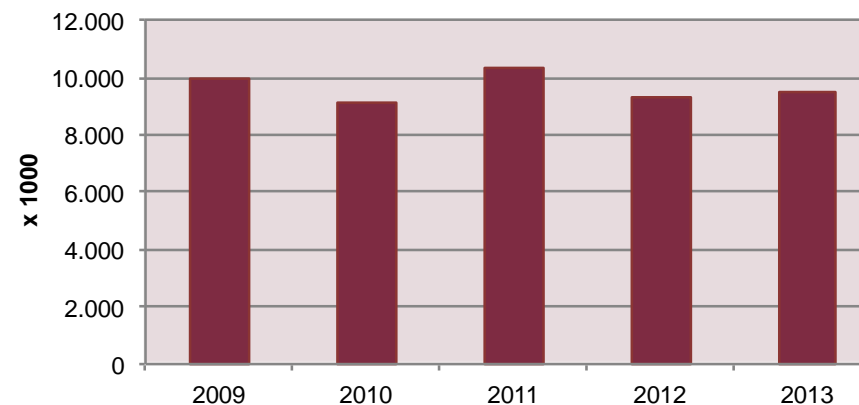
*Als in deze paragraaf gesproken wordt over 'de vakanties van Nederlanders' of 'de binnenlandse vakanties' worden de toeristische vakanties van Nederlanders bedoeld; dit zijn alle vakanties van Nederlanders in eigen land met minimaal één overnachting, exclusief de vakanties die op een vaste standplaats doorgebracht worden. Vakanties op vaste standplaatsen zijn vakanties in accommodaties die in eigen bezit zijn, zoals een eigen tweede woning, eigen boot, of eigen (sta)caravans op vaste standplaatsen op een camping.*

#### Vakanties en overnachtingen

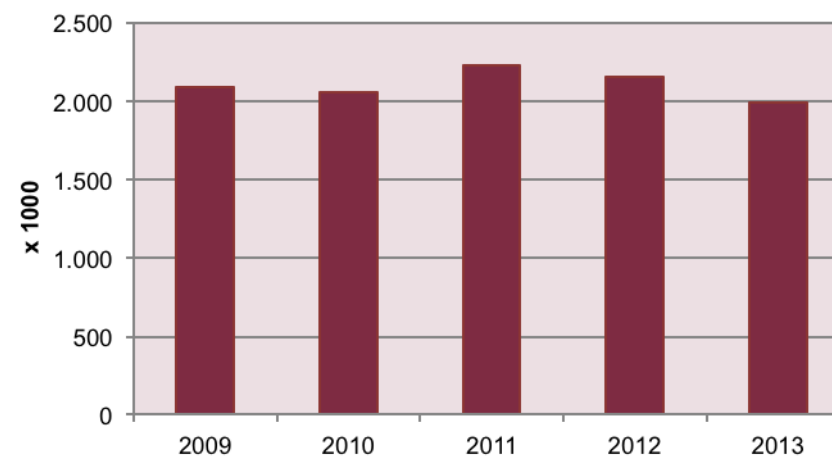
Het aantal overnachtingen van Nederlanders is in Limburg in 2013 met 1,5% gestegen ten opzichte het jaar ervoor. De stijging ligt net onder het gemiddelde voor Nederland (+4,6%). Het aantal vakanties van Nederlanders in Limburg is licht gedaald (-7%) ten opzichte van 2012 (landelijk -1%). Maar een stijging van het aantal nachten en een daling van het aantal vakanties betekent dat de toerist gemiddeld langer in Limburg blijft. De gemiddelde verblijfsduur nam toe van 4,3 naar 4,7 nachten.

Limburg staat met circa 9,5 miljoen overnachtingen van Nederlanders, op de tweede plek van de Nederlandse provincies – na Gelderland waar ruim 12,2 miljoen nachten worden doorgebracht. De afgelopen jaren (2009-2013) worden, naast het aantal nachten in een toeristische accommodatie, jaarlijks gemiddeld bijna 900.000 nachten op een vaste standplaats in Limburg doorgebracht.

**Aantal overnachtingen van Nederlanders in Limburg**

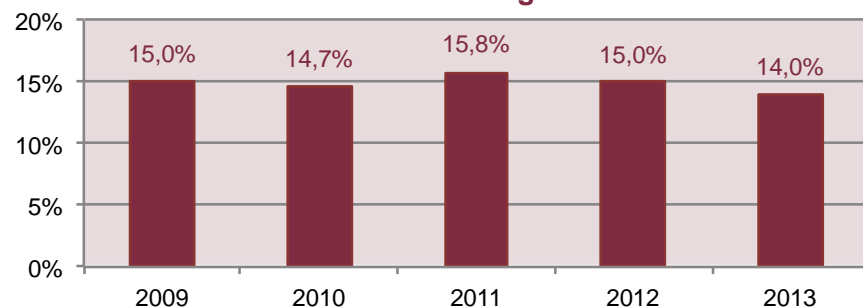


**Aantal vakanties van Nederlanders in Limburg**



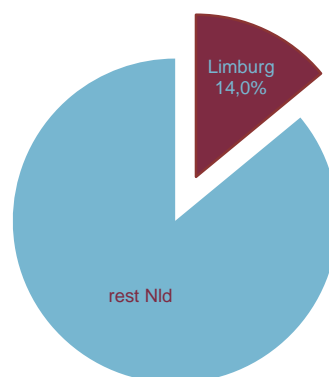
## Marktaandeel

### Marktaandeel vakanties van Nederlanders in Limburg



Afgelopen jaar hebben iets minder Nederlanders een vakantie in Limburg doorgebracht dan het jaar ervoor. Landelijk is er ook sprake van een lichte daling, maar deze daling is minder sterk. Dit heeft als gevolg dat het marktaandeel van Limburg afneemt van 15,0% in 2012 naar 14,0% in 2013. Van iedere zeven Nederlanders die een vakantie in eigen land doorbrachten heeft er in 2013 één Limburg als bestemming.

### Marktaandeel Limburg vakanties van Nederlanders in 2013



Na Gelderland is Limburg de provincie met het grootste marktaandeel voor wat betreft vakanties van Nederlanders in eigen land. Noord-Holland en Noord-Brabant trekken ieder circa 11% van de binnenlandse vakantiegangers.

## Vakanties van Nederlanders

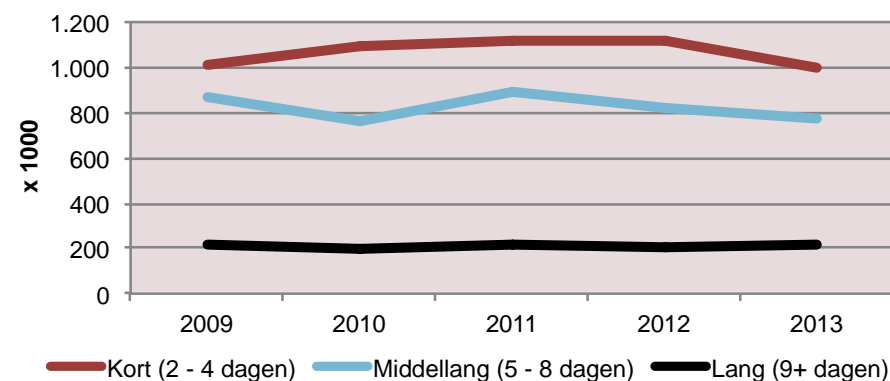
	Marktaandeel
1 Gelderland	16,0%
2 Limburg	14,0%
3 Noord-Holland	11,1%
4 Noord-Brabant	10,9%
5 Drenthe	9,6%

## Vakantieduur

In 2013 is in Limburg zowel het aantal korte als het aantal middellange vakanties licht gedaald ten opzichte het jaar ervoor. In Nederland daalde het aantal korte vakanties ook, maar het aantal middellange vakanties nam toe.

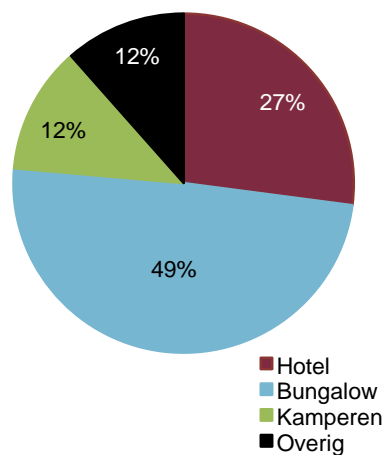
De helft van alle vakanties die Nederlanders in Limburg doorbrengen is een korte vakantie van twee tot vier dagen, dit is vergelijkbaar met het landelijke beeld. Er worden relatief veel middellange vakanties in Limburg doorgebracht. Tijdens één op de zes binnenlandse vakanties van 5-8 dagen, bezoeken Nederlanders Limburg.

### Vakanties in Limburg - naar vakantieduur

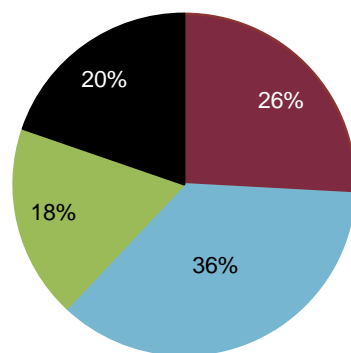


## Vakanties naar logiesvorm

Vakanties in Limburg naar logiesvorm - 2013



Vakanties in Nederland naar logiesvorm - 2013



In Limburg wordt relatief weinig gekampeerd. Ongeveer een achtste (12%) van de binnenlandse vakanties wordt op een kampeerplek in Limburg doorgebracht. Dit is opvallend omdat de meeste slaapplaatsen in Limburg zich op kampeerterrainen bevinden.

Nederlanders slapen tijdens de helft (49%) van de vakanties in Limburg in een bungalow. Dit is beduidend meer dan gemiddeld in Nederland (36%). Ook kijkend naar het aantal slaapplaatsen op bungalowparken in Limburg (33% van totaal) is dit hoog.

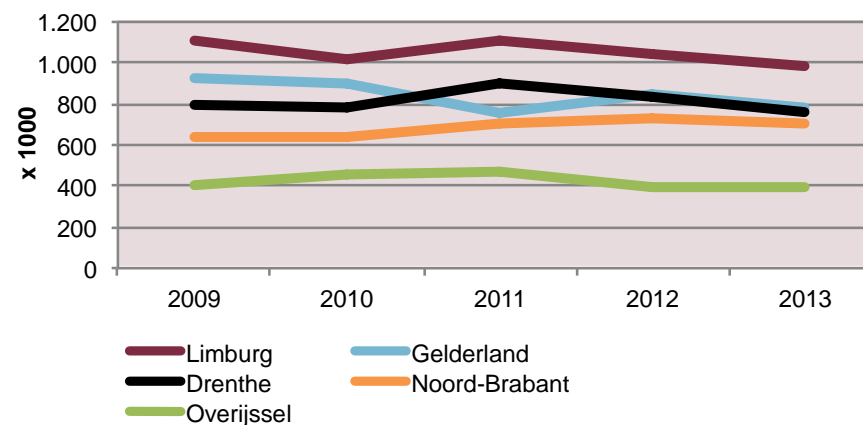
Limburg is bungalowvakantieprovincie nummer één. In 2013 hebben Nederlanders in totaal 983.000 vakanties doorgebracht in een bungalow in Limburg.

## Bungalowvakanties van Nederlanders

	Aantal vakanties
1 Limburg	983.000
2 Gelderland	786.000
3 Drenthe	760.000

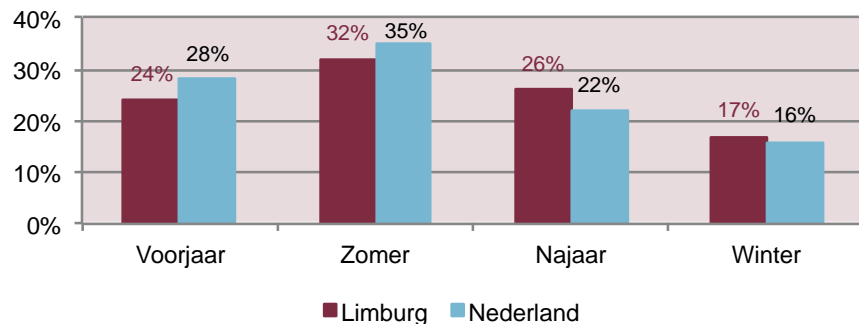
De afgelopen vijf jaar is zowel in Nederland (-9%) als in Limburg (-11%) het aantal bungalowvakanties afgenomen.

## Aantal bungalowvakanties - naar top 5 bungalowbestemmingen 2013



## Vakanties naar seizoen

**Verdeling vakanties van Nederlanders in Limburg  
- naar seizoen - 2013**



Nederlanders gaan relatief vaak in het najaar (oktober, november, december) in de provincie Limburg op vakantie. In Limburg vindt 26% van de vakanties van Nederlanders in het najaar plaats, terwijl het najaar landelijk een aandeel van 22% heeft. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het relatief grote aanbod van slaapplekken op bungalowparken in Noord- en Midden-Limburg en het grote aantal hotels in Zuid-Limburg. Deze accommodatievormen zijn minder seizoensafhankelijk dan de kampeersector. Tevens is dit ook de tijd waarin Magisch Maastricht en Kerstmarkt Valkenburg plaatsvinden.

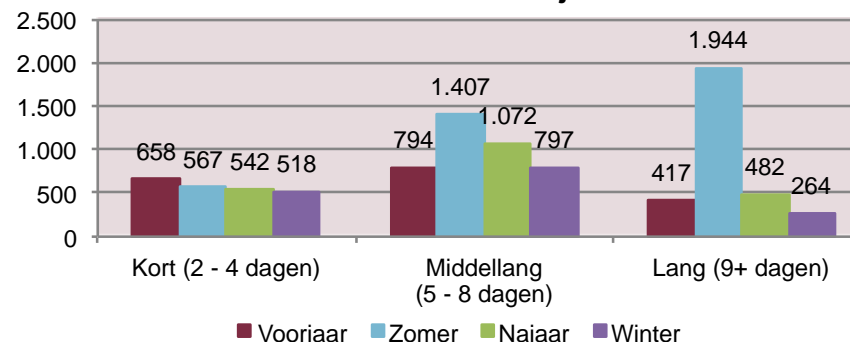
In de winter en het voorjaar vinden de minste vakanties in Limburg plaats. De winter van 2013 was ook een zeer koude winter voor bijvoorbeeld stedentrips. Vooral Zuid-Limburg had hier last van.

De meeste vakanties in Limburg worden in de zomer ondernomen, namelijk 32%. Het aandeel van de zomer op het totaal aantal vakanties is het grootst in de provincies Friesland (44%), de Waddeneilanden (40%), Zeeland (39%) en Overijssel (38%). Zo worden in de zomermaanden in Friesland vooral veel vakanties op een boot ondernomen. De Waddeneilanden en Zeeland profiteren duidelijk van hun ligging aan de kust. Overijssel trekt relatief veel vakantiegangers in de zomer vanwege het grote aanbod van – kindvriendelijke - campings.

De korte vakanties (2-4 dagen) zijn in Limburg redelijk verspreid over het jaar. Het voorjaar is het populairst met 28% van de korte vakanties.

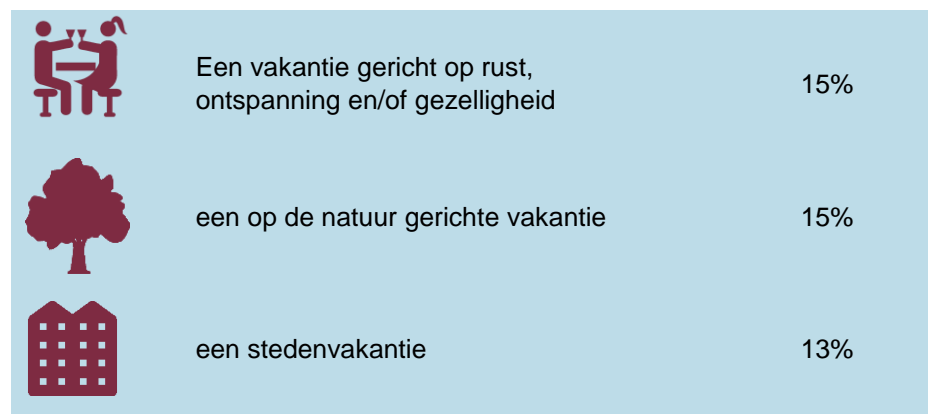
Lange vakanties van 9 dagen of meer worden vooral in de zomer ondernomen, 60% van de lange vakanties vindt in de zomer plaats. Ook voor middellange vakanties is de zomer het populairste seizoen, een derde van alle middellange vakanties wordt in de zomermaanden ondernomen.

**Verdeling vakanties van Nederlanders in Limburg  
- naar seizoen en verblijfsduur - 2013**



## Vakanties naar motief

Nederlanders die een vakantie in Limburg doorbrengen, typeren hun vakantie vaak als:

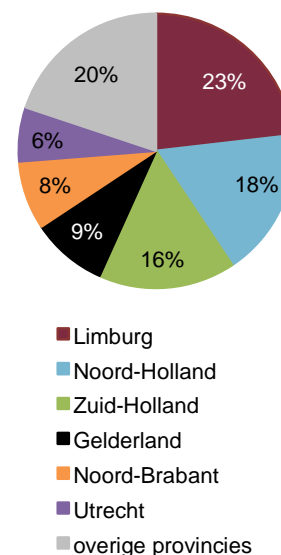


Er worden in Limburg relatief veel stedenvakanties ondernomen door Nederlanders. Landelijk is 8% van de vakanties een stedenvakantie, in Limburg 13%. Het aandeel stedentrips is alleen hoger in de provincies Utrecht (14%) en Zuid-Holland (16%).

### Top 5 vakantietypen in Limburg

		Aantal vakanties
1	Rust, ontspanning, gezelligheid	308.000
2	Op natuur gerichte vakantie	290.000
3	Stedenvakantie	256.000
4	Sportieve of actieve vakantie (excl. winter- of watersport)	219.000
5	Vakantie met vrienden/familie/collega's	203.000

### Aantal binnenlandse stedenvakanties naar bestemmingsprovincie 2013

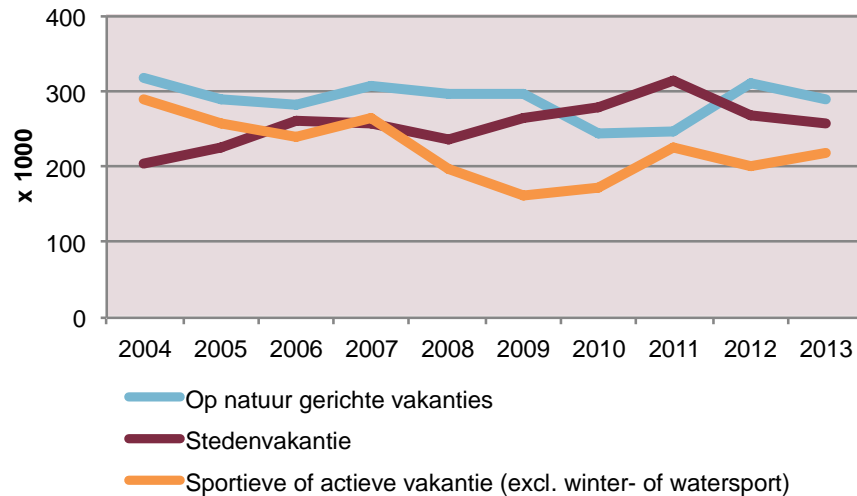


In absolute zin is Limburg provincie nummer één voor een binnenlandse stedenvakantie. Bijna een kwart (23%) van alle binnenlandse stedentrips (256.000 vakanties) wordt in Limburg ondernomen.

Vier vijfde (80%) van de stedentrips in Limburg vindt plaats in Zuid-Limburg. Ter vergelijking: er worden 202.000 'stedenvakanties' in Zuid-Limburg doorgebracht, tegenover 186.000 vakanties met deze typering in de steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht samen.

Met 290.000 'op de natuur gerichte' vakanties staat Limburg de 2<sup>e</sup> plaats in Nederland. Op ruime afstand van de koploper Gelderland met een half miljoen (490.000) natuurvakanties.

### Aantal vakanties in Limburg - naar type vakantie



Bovenstaande grafiek laat de ontwikkeling van de natuur-, steden- en sportieve of actieve vakanties in Limburg zien. Vakanties voor ‘rust, ontspanning, gezelligheid’ en ‘vakanties met vrienden/familie/collega’s’ zijn niet in de grafiek opgenomen, omdat die gegevens alleen voor 2012 en 2013 beschikbaar zijn.



Uit deze grafiek blijkt dat met name het aantal stedenvakanties de afgelopen tien jaar is toegenomen. Echter de laatste twee jaar is er sprake van een lichte daling van het aantal stedentrips. Het aantal sportieve of actieve vakanties ontwikkelt zich, na een daling in de periode 2004-2009, de afgelopen jaren juist weer positief. Op de natuurgerichte vakanties hebben zich – na een daling van het aantal vakanties in 2010 en 2011 weer hersteld op het niveau van de jaren ervoor.

### Populairste activiteiten tijdens de vakantie

Populairste activiteiten tijdens vakantie in eigen land		Limburg	Nederland
1	Uit eten gaan (in restaurant)	(+) 68%	64%
2	Wandelingen maken	(+) 61%	57%
3	Funshopping (winkelen voor plezier)	(+) 45%	35%
4	Zwemmen	(+) 41%	34%
5	Bezoek aan bezienswaardige gebouwen	(+) 30%	23%
6	Bezoek aan natuurreservaat, natuurgebied	(-) 24%	31%
7	Tochtjes met de fiets	(-) 18%	29%
8	Uitgaan (café \ discotheek)	(+) 10%	8%
9	Bezoek aan museum, oudheidkamer	(-) 10%	13%
10	Bezoek aan pretpark, attractiepark	8%	9%

(+) = significant populairder dan gemiddeld in Nederland (-) = significant minder populair dan gemiddeld in Nederland

Uit eten gaan en wandelen zijn, zowel in geheel Nederland als in Limburg, de populairste activiteiten tijdens een binnenlandse vakantie. Tijdens 68% van de vakanties die Nederlanders in Limburg doorbrengen, gaan zij minstens één keer uit eten. Tijdens zes van de tien vakanties (61%) wordt één of meerdere keren gewandeld.

Populairste activiteiten in Limburg		
	uit eten gaan	68%
	wandelen	61%



Populairder dan gemiddeld	Minder populair dan gemiddeld
uit eten gaan wandelen funshoppen zwemmen bezienswaardige gebouwen uitgaan	Natuurreservaat recreatief fietsen museumbezoek

Recreatief fietsen is vooral in Zuid-Limburg minder populair dan gemiddeld in Limburg en Nederland. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het heuvellandschap, waardoor het voor bepaalde groepen te inspannend is hier te fietsen. Andere groepen – meer sportieve – fietsers zullen juist vanwege het heuvellandschap wél voor Zuid-Limburg kiezen. De groep sportieve fietsers is echter kleiner dan de groep recreatieve fietsers.

Het bezoeken van natuurreservaten/gebieden blijft vooral achter in Noord-Limburg, maar ook in Midden- en Zuid-Limburg wordt minder vaak dan gemiddeld in Nederland een natuurgebied bezocht. Waarschijnlijk wordt de natuur in Limburg meer als decor en vanzelfsprekend ervaren dan als specifieke bestemming voor een activiteit gezien.

In Noord- en Midden-Limburg bezoekt een relatief klein deel van de vakantiegangers een museum tijdens hun vakantie. In Zuid-Limburg wordt juist wat vaker dan gemiddeld een museum bezocht. De beperkte interesse in museumbezoek tijdens vakanties in Noord- en Midden-Limburg heeft waarschijnlijk te maken met het profiel van de vakantiegangers in deze regio's. Noord- en Midden-Limburg worden relatief veel bezocht door gezinnen met jonge kinderen. Gezinnen met jonge kinderen brengen minder vaak dan gemiddeld een bezoek aan een museum.

## 2.2 Buitenlandse gasten

*Deze paragraaf gaat in op de ontwikkeling van het aantal (overnachtingen van) buitenlandse verblijfsgasten in Limburg. Er wordt bewust niet gesproken over toeristen of vakanties, omdat in de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het CBS óók de zakelijk gasten meegenomen worden.*

*Met ingang van 2012 zijn de cijfers over logiesaccommodaties niet meer geheel vergelijkbaar met eerdere jaren. Voor meer informatie, zie bijlage 1.*

### Aantal gasten en ontwikkeling

Limburg ontvangt in 2013 837.000 buitenlandse gasten, dit is 1,7% meer dan het jaar ervoor. In de periode 2009-2012 is het totale aantal buitenlandse gasten in Limburg gestegen met 23,7%, dit komt neer op een gemiddelde jaarlijkse stijging van 7,9%. De positieve ontwikkeling van het aantal gasten zet dus door, hoewel de stijging wel minder sterk is dan in de periode 2009-2012.






#### Ontwikkeling buitenlandse gasten Limburg en Nederland

	Gem. jaarlijkse ontwikkeling		
	2009-2012	2009-2012	2012-2013
Aantal gasten Limburg	+23,7%	+7,9%	+1,7%
Aantal gasten Nederland	+17,7%	+5,9%	+4,8%
Aantal overnachtingen Limburg	+19,3%	+6,4%	+6,1%
Aantal overnachtingen Nederland	+11,5%	+3,8%	+7,6%

Buitenlandse gasten brengen in 2013 in totaal 2.315.000 nachten door in Limburg, 140.000 meer dan het jaar ervoor. Het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten neemt sterker toe (+6,1%) dan het aantal gasten (+1,7%). Dit betekent dat de buitenlandse verblijfsgasten gemiddeld langer in Limburg zijn gebleven.

De stijging van het aantal gasten en overnachtingen in Limburg ligt in 2012-2013 onder het gemiddelde voor Nederland. In de jaren 2009-2012 nam het aantal buitenlandse gasten bovengemiddeld toe.

### Herkomst buitenlandse gasten

Ontwikkeling aantal buitenlandse gasten in Limburg naar top 5 herkomstlanden (x1000)				
	2012	2013	Ontwikkeling 2012-2013	
 Duitsland	302	315	+4,3%	
 België	257	281	+9,3%	
 Groot Britannië	81	64	-21,0%	
 Frankrijk	32	27	-16,6%	
 Verenigde Staten	27	28	+3,7%	



De top 5 van belangrijkste herkomstlanden van buitenlandse verblijfgasten in Limburg zijn: Duitsland (38% van alle buitenlandse gasten), België (34%), Groot Britannië (8%), Frankrijk en de Verenigde staten (beide 3%).

Het aantal Belgische verblijfgasten is in Limburg in 2013 ten opzichte van 2012 met 9,3% toegenomen en het aantal overnachtingen gestegen met 13,6%. Landelijk is eveneens sprake van een behoorlijke groei van het aantal Belgische gasten.

Het verblijfsbezoek uit Duitsland (4,3% meer gasten en 9,6% meer nachten) en de Verenigde Staten (3,7% meer gasten en 9,4% meer nachten) is eveneens gestegen in Limburg. Landelijk groeit het aantal verblijfgasten uit Duitsland eveneens (+9,2%), maar het aantal verblijfgasten uit de Verenigde Staten neemt licht af (-1,1%).

Limburg ontvangt in 2013 minder Britten en Fransen dan in 2012, terwijl in dezelfde periode in Nederland het aantal bezoekers uit die landen licht groeide

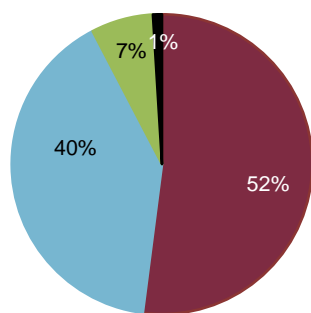
### Ontwikkeling aantal overnachtingen van buitenlandse gasten in Limburg naar top 5 herkomstlanden (x1000)

	2012	2013	Ontwikkeling 2012-2013
 Duitsland	1.016	1.114	+9,6%
 België	700	795	+13,6%
 Groot Britannië	198	145	-26,8%
 Frankrijk	75	63	-16,0%
 Verenigde Staten	53	58	+9,4%

### Logiesvorm en vakantie duur

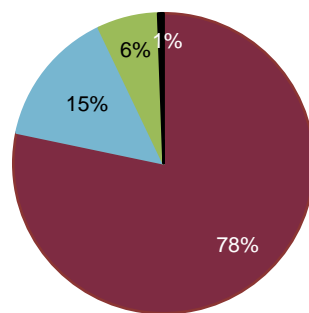
Ongeveer de helft van de buitenlandse gasten in Limburg verblijft in een hotel. Dit is aanzienlijk minder dan gemiddeld in Nederland (78%). Buitenlandse gasten in Limburg kiezen relatief vaak (40% ten opzichte van 15% landelijk) voor een verblijf in een bungalow. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het relatief grote aandeel van Belgische en Duitse gasten. Vakantiegegers uit deze landen kiezen relatief vaak voor een camping of bungalowpark.

**Verblijfsbezoek  
buitenlanders naar  
logiesvorm in  
Limburg 2013**

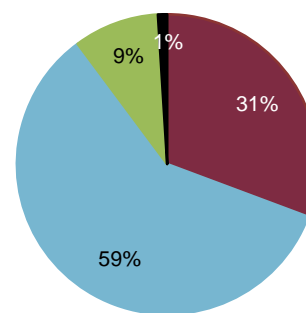


- Hotel
- Bungalow
- Kamperen
- Groepsaccommodaties

**Verblijfsbezoek  
buitenlanders naar  
logiesvorm in  
Nederland 2013**

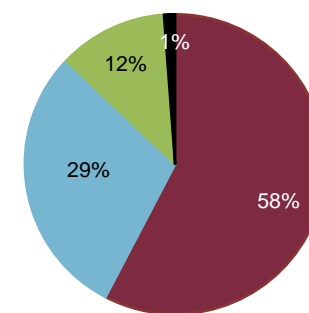


**Overnachtingen  
tijdens  
verblijfsbezoek  
buitenlanders naar  
logiesvorm - in  
Limburg 2013**



- Hotel
- Bungalow
- Kamperen
- Groepsaccommodaties

**Overnachtingen  
tijdens  
verblijfsbezoek  
buitenlanders naar  
logiesvorm - in  
Nederland 2013**

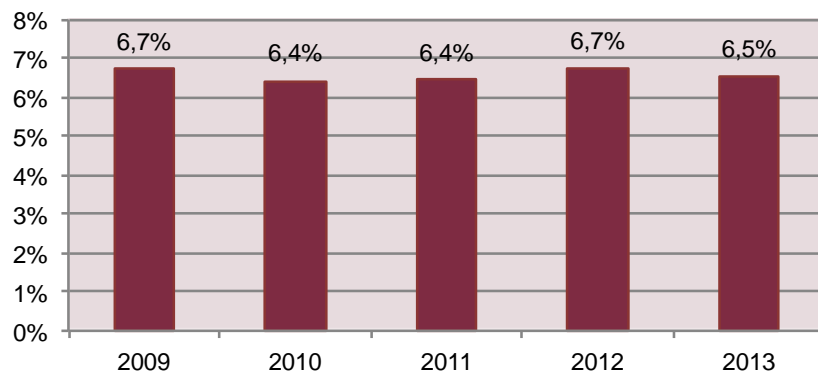


Van alle nachten die buitenlandse gasten in Limburg doorbrengen, vindt 60% in een bungalow plaats. Dit is twee keer zoveel als gemiddeld in Nederland. Hoewel er dus meer buitenlandse gasten kiezen voor een verblijf in een hotel, brengen zij in totaal meer nachten door in een bungalow. Dit komt doordat de gemiddelde verblijfsduur in een bungalow langer (4,3 nachten) is dan in een hotel (1,7 nachten). De buitenlandse gasten staan gemiddeld 4,2 nachten op een camping en verblijven 3 nachten in een groepsaccommodatie

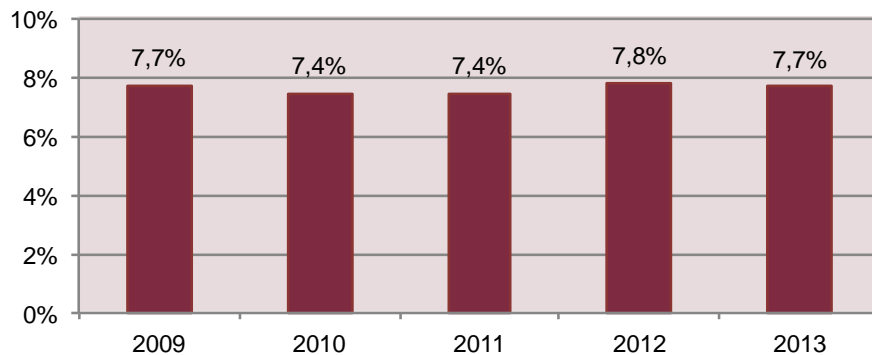
### Marktaandeel

Het marktaandeel van Limburg wat betreft het aantal buitenlandse verblijfs gasten schommelt de laatste jaren. In 2013 bedraagt het marktaandeel 6,5%. Ook het marktaandeel overnachtingen van buitenlandse verblijfs gasten schommelt. Het marktaandeel is 7,7% in 2013.

### Marktaandeel Limburg - verblijfsbezoek buitenlanders



### Marktaandeel Limburg overnachtingen tijdens verblijfsbezoek buitenlanders



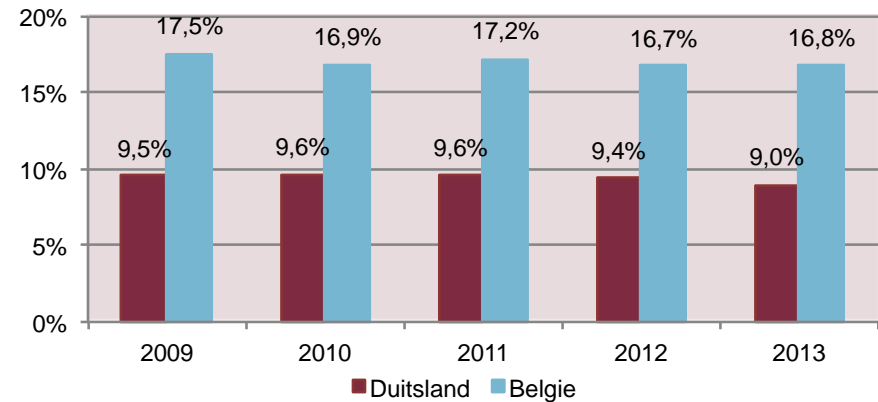
Qua overnachtingen staat Limburg met 7,7% op de 4<sup>e</sup> plek, na Noord-Holland (43,2%), Zuid-Holland (13,9%) en Zeeland (12,3%). Noord-Brabant schuift op naar de 5<sup>e</sup> plek met een marktaandeel van 7,1%.

### Bestemmingsprovincies buitenlandse verblijfgasten

	Marktaandeel
1 Noord-Holland	52,0%
2 Zuid-Holland	14,0%
3 Noord-Brabant	7,2%
4 Zeeland	6,9%
5 Limburg	6,5%

Ruim de helft (52%) van alle buitenlandse gasten die Nederland bezoeken, overnacht in Noord-Holland (lees: Amsterdam). Deze provincie heeft op afstand het grootste marktaandeel. Limburg staat binnen Nederland op de 5<sup>e</sup> plek.

### Marktaandeel Limburg - verblijfsbezoek Duitsers en Belgen



## 2.3 Zakelijke gasten

*Deze paragraaf gaat in op de ontwikkeling van aantal overnachtingen van zakelijke gasten in hotels in Limburg. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het CBS. Deze statistiek geeft alleen inzicht in het totaal aantal zakelijke gasten. Er wordt dus geen onderscheid gemaakt tussen binnen- en buitenland. Sinds 2012 is de analysemethode van dit onderzoek aangepast. De cijfers voor de periode 2009-2011 komen uit de oude SLA, de cijfers voor 2012 en 2013 uit de nieuwe SLA.*

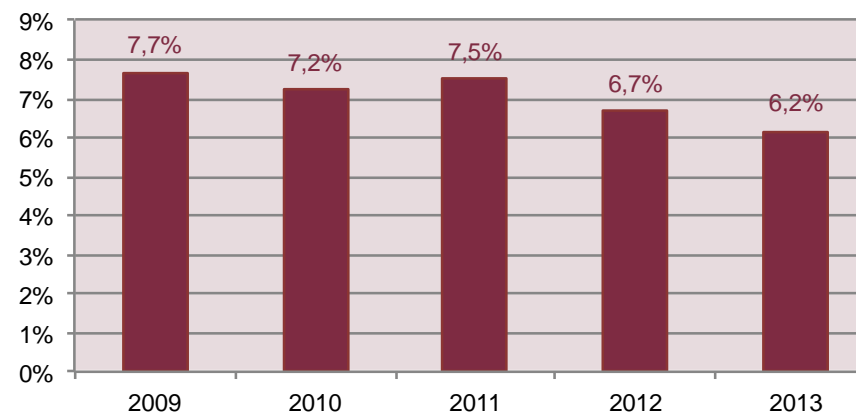
Van alle overnachtingen in hotels in Limburg, heeft in 2013 35% een zakelijk motief. Landelijk ligt het aandeel zakelijk op 42%. Het aandeel zakelijke gasten ligt in Limburg onder het gemiddelde voor Nederland.

In 2013 hebben zakenreizigers in totaal 980.000 nachten in hotels in Limburg doorgebracht. Dit is iets minder dan het jaar ervoor (-7%). Landelijk is het aantal overnachtingen van zakenreizigers in dezelfde periode ongeveer gelijk gebleven.

Zakelijke hotelovernachtingen naar bestemmingsprovincie 2013		
		Marktaandeel
1	Noord-Holland	41,9%
2	Zuid-Holland	17,4%
3	Noord-Brabant	9,0%
4	Gelderland	6,7%
5	Limburg	6,2%

Limburg staat binnen Nederland op de 5<sup>e</sup> plek qua zakelijke overnachtingen in hotels. Tijdens 6,2% van alle nachten die zakelijke bezoekers in hotels in Nederland doorbrengen, slaapt men in Limburg.

Marktaandeel zakelijke hotelovernachtingen in Limburg



Het marktaandeel van Limburg op de zakelijke hotelmarkt van Nederland laat vanaf 2012 een lichte daling zien. Een mogelijke verklaring van de daling tussen 2011 en 2012 is dat de analysemethode van het onderliggende onderzoek is aangepast sinds 2012.

## 2.4 Verblijfsaanbod en bezetting

Deze paragraaf beschrijft het aanbod en bezettingsgraden van verblijfsaccommodaties in Limburg. De cijfers zijn afkomstig van CBS Onderzoek Logiesaccommodaties (SLA). Met bezettingsgraad wordt de slaappleatsbezettingsgraad en niet kamer-, huisje- of standplaatsbezetting bedoeld. Vooral bij kampeertreinen is de standplaatsbezetting vaak hoger dan de slaappleatsbezetting. Zo wordt er vaak met 2 personen op een standplaats overnacht terwijl SLA met een norm van 5 personen rekent. De bezetting door vaste gasten in hotels is bij SLA niet inbegrepen. Meer informatie hierover staat in bijlage 1.

Met ingang van 2012 zijn de cijfers over logiesaccommodaties niet meer geheel vergelijkbaar met eerdere jaren. Dit komt onder andere omdat de analysemethode is aangepast en verblijfsrecreatie bij de boer en huisjesterreinen en groepsaccommodaties tussen de 10 en 20 slaappleatsen zijn toegevoegd aan het totaal aanbod. Hierdoor ontstaat een completer aanbodbeeld dan verkregen in de voorgaande trendrapportages.

### Totaal verblijfsaccommodaties en slaappleatsen

Limburg telt 927 verblijfsaccommodaties en 143.862 slaappleatsen. Het totaal aantal verblijfsaccommodaties in Limburg is in 2013 voor het eerst – sinds de voorgaande 5 jaren – gegroeid (met 4%). Dit is niet het gevolg van de nieuwe onderzoeksmethode, maar komt voornamelijk door meer huisjesterreinen. Landelijk is een vergelijkbaar beeld te zien. Het totaal aantal slaappleatsen in Limburg groeit al jaren, terwijl dit landelijk schommelt. Tussen 2012 en 2013 groeit, zowel in Limburg als in geheel Nederland, het aantal met 5%, voornamelijk door meer slaappleatsen op groepsaccommodaties en huisjesterreinen (o.a. bungalows en appartementen).

#### Accommodaties in Limburg 2009-2013

	2009	2010	2011	2012*	2013
Accommodaties	734	734	733	Oud: 715 Nieuw: 890	927
Slaappleatsen	116.131	116.410	119.696	Oud: 123.037 Nieuw: 136.482	143.862

\* Trendbreuk Statistiek Logiesaccommodaties in 2012

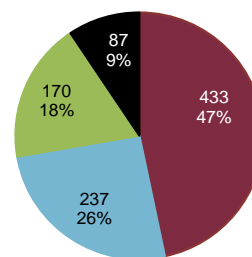
#### Top 5 provincies met meeste accommodaties en slaappleatsen 2013 (NL = 9126 accommodaties en 1.406.604 slaappleatsen)

	Accommodaties		Slaappleatsen	
1	Noord-Holland	14,5%	Gelderland	14,4%
2	Gelderland	14,4%	Noord-Holland	13,8%
3	Noord-Brabant	10,9%	Noord-Brabant	11,2%
4	Limburg	10,2%	Zeeland	10,8%
5	Zeeland/Friesland	9,7%	Limburg	10,2%

Limburg is al meerdere jaren de 4e provincie van Nederland qua aantal verblijfsaccommodaties en de 5e provincie qua aantal slaappleatsen. Noord-Holland, Gelderland, Noord-Brabant (en ook Zeeland voor slaappleatsen) hebben een groter aandeel dan Limburg. Na Noord-Holland en Zeeland heeft Limburg de hoogste slaappleatsdichtheid per km<sup>2</sup> in Nederland, namelijk 67 slaappleatsen per km<sup>2</sup>.

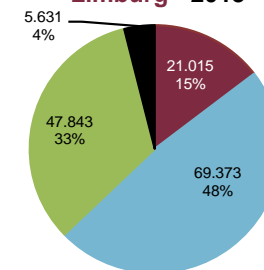
#### Verblijfsaccommodaties en slaappleatsen naar logiesvorm

##### Aantal verblijfsaccommodaties Limburg - 2013



■ hotel  
■ camping  
■ bungalow  
■ groepsaccommodatie

##### Slaappleatsen in verblijfsaccommodaties Limburg - 2013



■ hotel  
■ camping  
■ bungalow  
■ groepsaccommodatie



## HOTELS

**433**  
accommodaties

**21.015**  
slaapplaatsen

gemiddeld  
**49**  
slaapplaatsen  
per accommodatie

bezettingsgraad  
**38%**

### Hotels, pensions en jeugdaccommodaties

Het aandeel hotels in Limburg is groot, maar het aandeel slaapplaatsen is klein. Limburg heeft vergeleken met Nederland kleinere hotels (NL: 70 gemiddeld). Het aantal hotels en slaapplaatsen daalt in Limburg al een aantal jaren licht, terwijl landelijk het aantal slaapplaatsen stijgt. De hotelsector lijkt de afgelopen jaren in Limburg een kwaliteitsslag te maken. Er zijn minder 1- en 2-sterren-hotels en meer 3- en 4-sterrenhotels dan in 2009. Limburg heeft geen vijfsterrenhotel meer volgens de officiële Nederlandse Hotel Classificatie (bron: Bedrijfschap Horeca en Catering).

#### Hotels volgens de Nederlandse Hotel Classificatie - 2013

	Aantal hotels	Ontwikkeling 2009-2013
1 ster	26	-19%
2 sterren	71	-15%
3 sterren	125	+7%
4 sterren	69	+15%
5 sterren	0	-100%

### Huisjesterreinen (zomerhuisjes, bungalows en appartementen)

In Limburg valt 18% van de accommodaties in deze categorie, met een aandeel van 33% van de slaapplaatsen. Limburg heeft gemiddeld grote huisjesterreinen (NL: 207 gemiddeld). Het aantal slaapplaatsen op huisjesterreinen stijgt al jaren. Tussen 2012 en 2013 zelfs met 20%. Maar tussen 2012 en 2013 neemt de gemiddelde grootte van huisjesterreinen voor het eerst af naar 281 slaapplaatsen per terrein. Ook landelijk is dit beeld te zien.



## HUISJESTERREINEN

**170**  
accommodaties

**47.843**  
slaapplaatsen

gemiddeld  
**281**  
slaapplaatsen  
per accommodatie

bezettingsgraad  
**38%**



## KAMPEERTERREINEN

**237**  
accommodaties

**69.373**  
slaapplaatsen

gemiddeld  
**293**  
slaapplaatsen  
per accommodatie

bezettingsgraad  
**10%**

### Kampeertreinen

Onder kampeertreinen vallen zowel de reguliere kampeertreinen als de boerencampings. Het aantal boerencampings in Limburg aangesloten bij VEKABO is 66. Dit aantal is vergelijkbaar met 2010 toen er 68 VEKABO-campings waren. De meeste boerencampings bevinden zich in Noord-Limburg. In tegenstelling tot 2008-2012 groeide het aantal kampeertreinen tussen 2012 en 2013 met 2,6%. Het aantal slaapplaatsen op kampeertreinen blijft dalen net als landelijk. Toch heeft Limburg gemiddeld grote kampeertreinen, vergeleken met het landelijk gemiddelde van 249 slaapplaatsen per kampeertrein



## GROEPS-ACCOMMODATIES

**87**  
accommodaties

**5.631**  
slaapplaatsen

gemiddeld  
**65**  
slaapplaatsen  
per accommodatie

bezettingsgraad  
**17%**

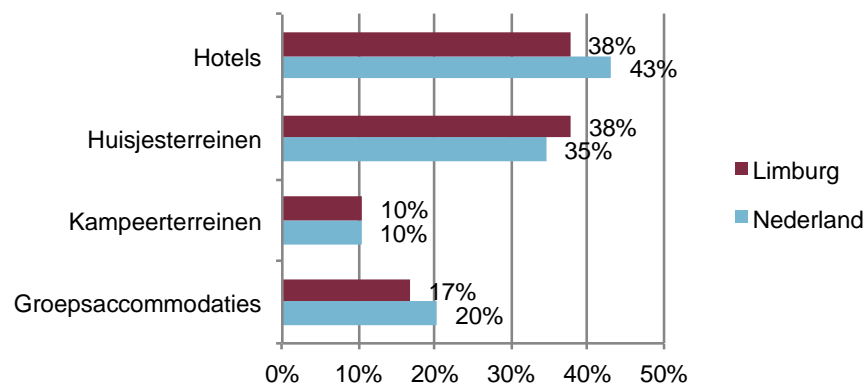
### Groepsaccommodaties

Het aandeel groepsaccommodaties is laag in Limburg. De gemiddelde grootte van de accommodaties is vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde van 61 slaapplaatsen.

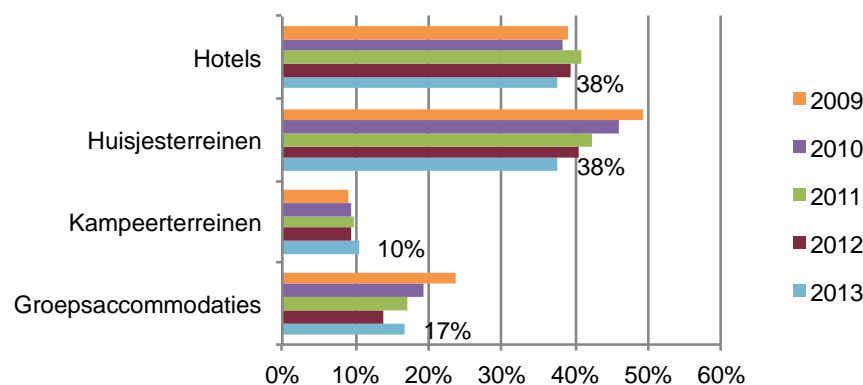
In tegenstelling tot 2008-2012 groeide het aantal groepsaccommodaties tussen 2012 en 2013 met 6%. De ontwikkeling van het aantal slaapplaatsen op groepsaccommodaties blijft schommelen, net als landelijk.

## Bezettingsgraden logiesaccommodaties

### Bezettingsgraad naar logiesvorm - Limburg en Nederland - 2013



### Bezettingsgraad naar logiesvorm - Limburg 2009-2013



## Hotels, pensions en jeugdaccommodaties

De slaappleaatsbezettingsgraad van hotels is in Limburg in 2013 38%. Dit is iets lager dan het landelijk gemiddelde van 43%. Limburg laat zeven provincies voorgaan die een betere bezettingsgraad hebben. De kamerbezettingsgraad is ook iets lager dan het landelijke gemiddelde van 65,2% in 2013, namelijk 60,3% in Limburg (KPMG, Hospitality Benchmark 2014). De bezettingsgraadontwikkeling vertoont de afgelopen vijf jaar een wisselend beeld, met tussen 2012 en 2013 een lichte daling in de (bed- en kamer)bezetting.

## Kampeerterreinen

Limburg heeft in 2013 een slaappleaatsbezettingsgraad van kampeerterreinen die vergelijkbaar is met het landelijk gemiddelde van 10%. Limburg komt na Noord-Brabant, Zeeland en Noord-Holland op de 4<sup>e</sup> plek qua hoogste bezettingsgraad. Sinds 2009 blijft de bezettingsgraad van kampeerterreinen in Limburg nagenoeg gelijk terwijl landelijk sprake is van een daling. Tussen 2012 en 2013 is sprake van een zeer lichte stijging van een aantal procentpunten.

## Huisjesterreinen

De slaappleaatsbezettingsgraad van huisjesterreinen in Limburg is in 2013 38%. Dit is hoger dan het landelijk gemiddelde van 35%. Alleen Noord-Brabant, Zuid-Holland en Overijssel hebben een hogere bezettingsgraad. Zowel in Limburg als in geheel Nederland neemt vanaf 2009 de bezettingsgraad van huisjesterreinen af. Het afgelopen jaar daalde in Limburg de bezettingsgraad van 40% (2012) naar 38% (2013). De bezettingsgraad daalt in Limburg iets sterker dan gemiddeld in Nederland.

## Groepsaccommodaties

Limburg kent een lage slaappleaatsbezettingsgraad voor groepsaccommodaties, namelijk 17%. Landelijk is dit 20%. Vanaf 2009 is zowel landelijk als in Limburg de bezettingsgraad van groepsaccommodaties dalende. Maar tussen 2012 en 2013 stijgt, in tegenstelling tot het landelijk gemiddelde, de bezettingsgraad in Limburg weer voor het eerst, namelijk met 3%.



# 3. Daguitstapjes in Limburg

## 3.1 Uitstapjes door Nederlandse dagrecreanten

*Deze paragraaf beschrijft de daguitstapjes van Nederlanders in Limburg. De cijfers zijn afkomstig van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) conform de afbakening in de Landelijke R&T Standaard. Het betreft uitstapjes in de periode van 4 mei 2012 en 1 mei 2013. Uitstapjes naar de Floriade en WK Wielrennen zijn dus meegenomen. In bijlage 2 staat meer informatie over de gehanteerde afbakening en de indeling van activiteiten in clusters. Onder (dag)uitstapje wordt verstaan: recreatieve activiteiten waarvoor men tenminste twee uur van huis is zonder dat daarbij een overnachting elders plaatsvindt.*

### Uitstapjes in Limburg en Nederland

Het aantal uitstapjes in Limburg en Nederland schommelt tussen 2008 en 2013. Na een daling in 2010/2011 groeit het aantal in 2012/2013 weer.

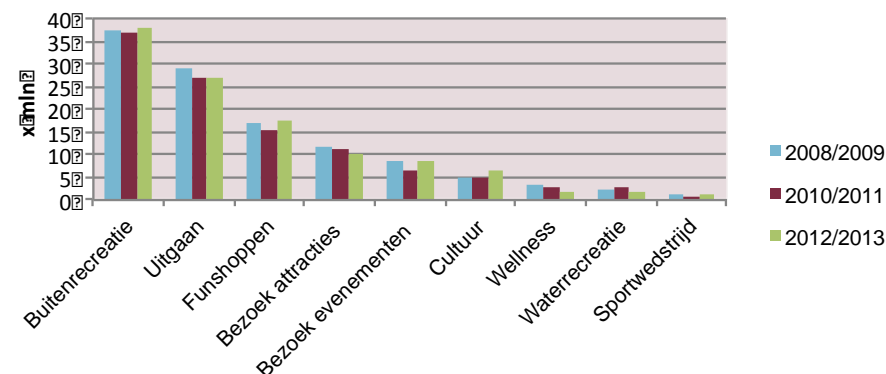
	Uitstapjes in Limburg en Nederland (x mln)			
	2008/ 2009	2010/ 2011	2012/ 2013	2008- 2013
Uitstapjes in Limburg	115	109	113	-1,79%
Uitstapjes in Nederland	1.452	1.394	1.498	+3,16%

Een eerste landelijke verklaring voor de groei in 2012/2013 is dat de bevolkingsomvang (steekproef) in het onderzoek is toegenomen waardoor het aantal uitstapjes is toegenomen. Een tweede verklaring is dat Nederlanders in 2012/2013 minder op vakantie gingen en daardoor meer tijd over hadden voor daguitstapjes. Een derde verklaring is het extra bezoek door de Floriade (ongeveer 1 miljoen Nederlanders van 2 miljoen bezoekers) en WK Wielrennen (ongeveer 334.000 Nederlandse bezoeken van de 400.000 bezoeken). De extra uitstapjes in Limburg in 2012/2013 betreffen namelijk vooral meer bezoek aan sportwedstrijden, evenementen, culturele activiteiten en funshoppen.

### Uitstapjes naar soort activiteit

Buitenrecreatie, uitgaan en funshoppen zijn al jaren de belangrijkste activiteitenclusters qua uitstapjes van Nederlanders in Limburg. Dit is vergelijkbaar met het landelijk beeld. Het aandeel evenement- en wellnessuitstapjes in Limburg is groter dan gemiddeld in Nederland. Toch daalde het wellnessbezoek, net als het attractiebezoek tussen 2008 en 2013 in Limburg. Dit in tegenstelling tot het landelijk beeld waar wellness uitstapjes ongeveer gelijk blijven (maar het aandeel nog steeds kleiner is dan in Limburg) en attractiebezoek licht groeit.

Aantal uitstapjes in Limburg 2008-2012



Het aantal culturele uitstapjes is de afgelopen vijf jaar gestegen in Limburg. Landelijk is dit beeld ook te zien. Ook het bezoek aan sportwedstrijden en evenementen is ten opzichte van 2010/2011 gestegen, waarschijnlijk mede door het WK Wielrennen en de Floriade. Het aantal waterrecreatieve uitstapjes is licht gedaald sinds 2010/2011. Dit komt vooral omdat er minder gezwommen werd in het buitenbad. In 2012/2013 is wel meer met de motorboot gevaren.

## Marktaandeel uitstapjes

Aantal uitstapjes (x miljoen)	
Zuid-Holland	287
Noord-Holland	248
Noord-Brabant	220
Gelderland	161
Limburg	113

Limburg behoudt in 2012/2013 de 5<sup>e</sup> positie op de binnenlandse dagrecreatieve markt. Het aandeel bedraagt 7,5% van alle binnenlandse uitstapjes.

Afgezet tegen het aantal inwoners heeft Limburg de meeste uitstapjes per inwoner van alle provincies. Het lijkt erop dat Limburgers actieve recreanten zijn, maar ook een stijgende tendens in het dagbezoek van Nederlanders naar Limburg te zien (zie ook 'in- en uitstroom uitstapjes').

## Populairste daguitstapjes in Limburg

Top 15 daguitstapjes in Limburg	
1	Wandeling voor plezier
2	Gewinkeld in binnenstad
3	Uit eten in restaurant / eetcafé
4	Fietstocht voor plezier
5	Toertochtjes met de auto
6	Bar / café
7	Op terras zitten
8	Bioscoop of filmhuis
9	Rommelmarkt / vlooiemarkt / zwarte markt
10	Muziek evenement / festival
11	Speeltuin
12	Recreëren niet aan water (park, bos e.d.)
13	Cultureel evenement / festival
14	Factory Outlet Center
15	Recreëren aan water (zee, meer, rivier, plas)

Uitstapjes die ten opzichte van het Nederlands gemiddelde relatief vaak in Limburg worden ondernomen zijn culturele evenementen en/of festivals en factory outlet shopping (in Roermond).

Gemiddeld worden minder uitstapjes naar een attractiepark ondernomen en er wordt ook minder voor het plezier gefietst.

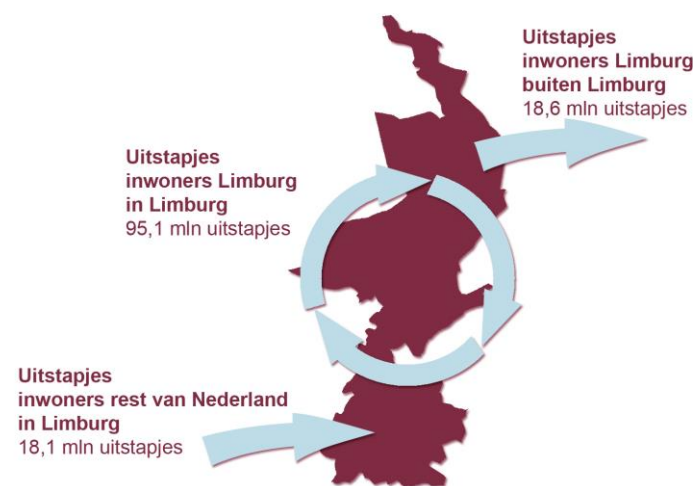
## In- en uitstroom uitstapjes

De meeste binnenlandse uitstapjes in Limburg vinden door Limburgers plaats, namelijk 84%. Dit percentage is sinds 2008 dalende. Maar het aantal uitstapjes in Limburg van Nederlanders buiten Limburg is stijgende. Het aantal uitstapjes

van Nederlanders (exclusief Limburgers) in Limburg is sinds 2010/2013 met 20% gestegen en het aantal uitstapjes van Limburgers met 5%. Limburgers gaan steeds meer de provinciegrens over voor een uitstapje. Dit aantal uitstapjes is verdubbeld ten opzichte van 2010/2011.

Noord-Brabanders komen vooral voor evenementen, watersport, uitgaan, winkelen en attractiebezoek naar Limburg. Inwoners uit de agglomeratie Amsterdam komen vooral voor evenementen en culturele uitstapjes. Noord-Hollanders (exclusief Amsterdam) komen vooral voor watersport, Gelderlanders voor sportwedstrijden en inwoners uit de agglomeratie Rotterdam voor wellness.

Een derde van de uitstapjes door Limburgers vindt in de eigen gemeente plaats, namelijk 37%. Limburgers ondernemen 7% van de uitstapjes in het buitenland waarvan 3% in Duitsland (namelijk 3.675.000 uitstapjes), 3% in België (3.184.000) en 1% in andere landen.



De daguitstapjes door buitenlandse daggasten worden in deze figuur niet meegenomen. Informatie over dagbezoek van Belgische en Duitse daggasten uit de regio Niederrhein is te vinden in paragraaf 3.2.

## Gecombineerde clusters: meer dan één activiteit op een dag

Nederlanders combineren tijdens uitstapjes in Nederland het meeste activiteiten behorende tot het cluster uitgaan, winkelen voor plezier (funshoppen) en buitenrecreatie.

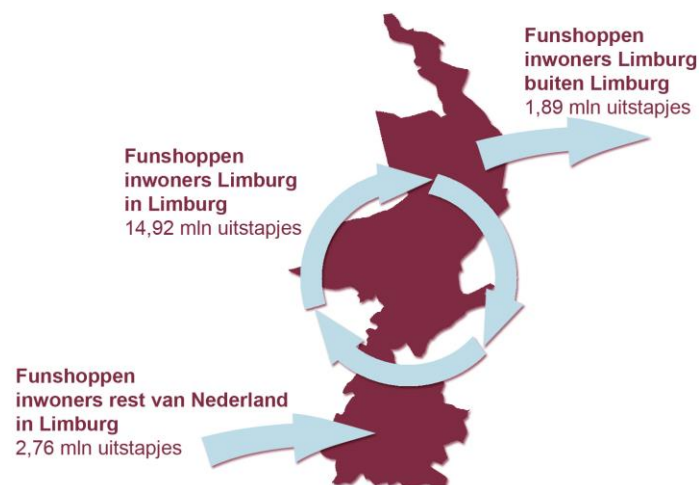
*Voorbeeld: Funshoppen wordt in 23% van alle gevallen gecombineerd met andere vrijetijdsactiviteiten waarvan 45% met een andere funshop-activiteit (zoals winkelen in de binnenstad met marktbezoek), 34% met een uitgaanactiviteit (zoals uit eten en op terras zitten) en 32% met buitenrecreatie (zoals met wandelen voor plezier en toertochties met de auto). In onderstaand overzicht worden de meeste combinaties nader toegelicht. De gegevens zijn alleen op landelijk niveau bekend.*

Meest gecombineerde clusters van activiteiten		
<b>Uitgaan</b> wordt in 36% van de gevallen gecombineerd waarvan:	34%	Uitgaan
	29%	Buitenrecreatie
	27%	Winkelen voor plezier
<b>Bezoek aan evenementen</b> wordt in 28% van de gevallen gecombineerd waarvan:	51%	Uitgaan
	27%	Buitenrecreatie
	24%	Funshoppen
<b>Cultuur</b> wordt in 27% van de gevallen gecombineerd waarvan:	62%	Uitgaan
	32%	Buitenrecreatie
	24%	Funshoppen
<b>Funshoppen</b> wordt in 23% van de gevallen gecombineerd waarvan:	45%	Funshoppen
	34%	Uitgaan
	32%	Buitenrecreatie
<b>Bezoek aan attracties</b> wordt in 23% van de gevallen gecombineerd waarvan:	49%	Buitenrecreatie
	30%	Uitgaan
	20%	Bezoek aan attracties
<b>Bezoek aan sportwedstrijd</b> wordt in 18% van de gevallen gecombineerd waarvan:	38%	Sport
	28%	Uitgaan
	24%	Buitenrecreatie
<b>Buitenrecreatie</b> wordt in 17% van de gevallen gecombineerd waarvan:	34%	Buitenrecreatie
	29%	Uitgaan
	27%	Funshoppen
<b>Wellness</b> wordt in 16% van de gevallen gecombineerd waarvan:	35%	Sport
	28%	Uitgaan
	22%	Funshoppen
<b>Waterrecreatie en –sport</b> wordt in 14% van de gevallen gecombineerd waarvan:	53%	Buitenrecreatie
	25%	Uitgaan
	17%	Sport

## Funshoppen door Nederlanders uitgelicht

Funshoppen heeft een aandeel van 15,5% van alle daguitstapjes door Nederlanders in Limburg. 84% van alle funshop-uitstapjes vindt plaats door Limburgers zelf. Twee vijfde ervan vindt in de eigen gemeente plaats.

Aantal funshop-uitstapjes van Nederlanders in Limburg (x miljoen)	
Bezoek Factory Outlet Center	2
Winkelen in de binnenstad	14,2
Bezoek meubelboulevard	1,5
<b>Totaal</b>	<b>17,7</b>
<b>Aandeel uitstapjes in NL</b>	<b>15,5%</b>



In Limburg is sprake van een ingaande stroom van 2,76 miljoen funshop-uitstapjes. Daar staat tegenover dat Limburgers 1,89 miljoen funshop-uitstapjes buiten de eigen provincie ondernemen. Dat betekent dat Limburg netto meer bezoekers trekt en dus een aantrekkelijke funshop-provincie is. Voor iedere funshop-uitstapje van Limburgers buiten de provincie, komen er ca. 1,5 keer zoveel terug. Gemiddeld duurt funshoppen 3,2 uur. In 60% van de gevallen komt men met de auto. De gemiddelde afgelegde afstand tot aan de activiteit is 19,2 km. Maar voor outlet-shopping en de meubelboulevard reizen consumenten gemiddeld langer, namelijk 32 km en 36 km. Meer informatie over het profiel van de funshopper en de bestedingen, vindt u in hoofdstuk 4 en 5.

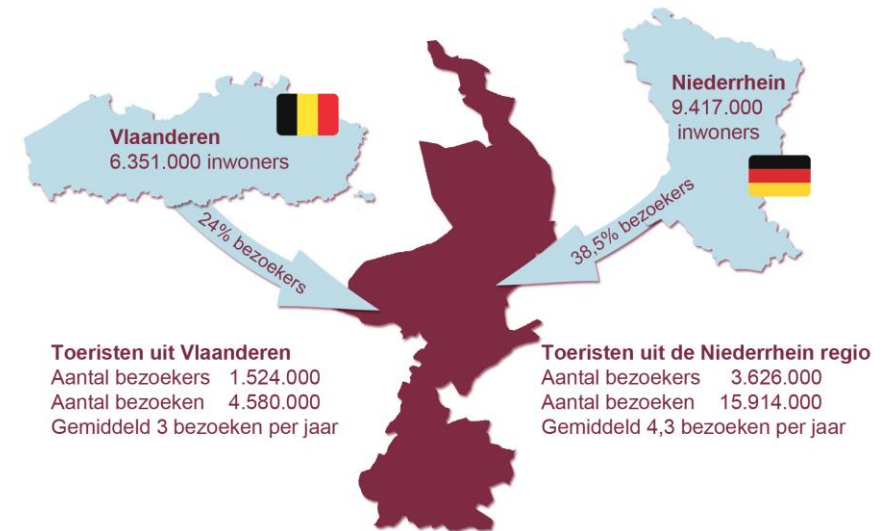
## 3.2 Uitstapjes van Vlaamse en Duitse dagrecreanten

*Deze paragraaf beschrijft de dagbezoeken van Vlaamse en Duitse daggasten uit de regio Niederrhein. Deze gegevens zijn afkomstig uit onderzoek in 2013 uitgevoerd door SmartAgent naar dagbezoek aan Limburg uit België (Vlaanderen) en Duitsland (regio Niederrhein).*

### Uitstapjes van Vlamingen en Duitsers uit de regio Niederrhein

Een belangrijk aandeel van de dagrecreatieve uitstapjes komen van Duitse en Vlaamse daggasten. Duitsers uit Niederrhein brengen meer en vaker een dagbezoek aan Limburg dan Vlamingen. Zo ondernamen Duitse daggasten in 2013 15,9 miljoen daguitstapjes en Vlaamse daggasten 4,6 miljoen.

Buitenrecreatie is zowel bij Duitse daggasten uit Niederrhein als Vlaamse daggasten in trek. Wandelen en fietsen, een bezoek aan een dierenpark of natuurgebied en recreëren aan het water zijn de uitstapjes bij uitstek. Verschillen in voorkeuren zijn er ook. Duitse daggasten leggen – naast buitenrecreatie en winkelen – de nadruk op culturele uitstapjes en het bezoeken van attracties. De Belgische daggasten kiezen juist meer voor winkelen, het bezoeken van evenementen en wellness.



# 4. Economisch belang vrijetijdssector Limburg

## 4.1 Bestedingen Nederlandse vakantiegangers

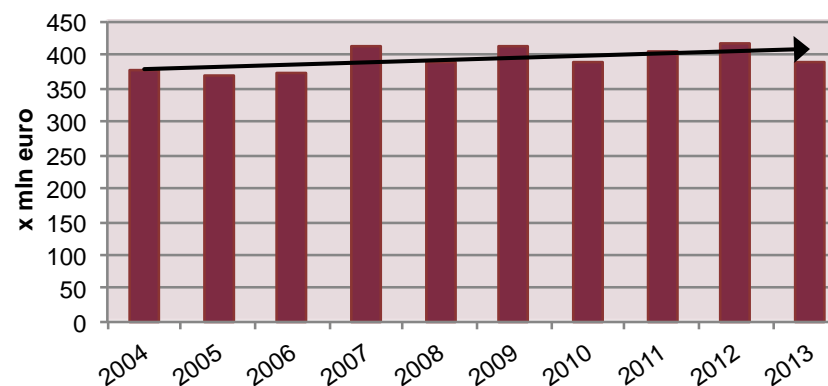
*In deze paragraaf is informatie te vinden over de ontwikkeling van de bestedingen van Nederlandse vakantiegangers. De gegevens komen uit het Continu Vakantie Onderzoek (CVO).*

### Ontwikkeling bestedingen en marktaandeel

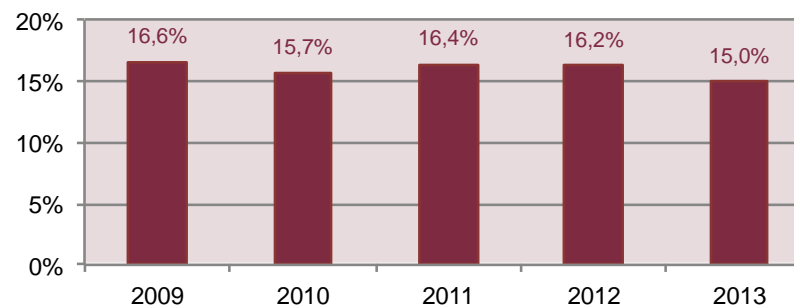
De bestedingen tijdens vakanties van Nederlanders in Limburg hebben zich de afgelopen tien jaar positief ontwikkeld. Nederlanders geven in 2013 ongeveer 390 miljoen euro uit aan vakanties in Limburg. Daarnaast besteden zij 9,5 miljoen euro aan vakanties op een vaste standplaats.

In 2013 hebben Nederlanders minder besteed aan vakanties in Limburg dan in 2012. Dit komt enerzijds doordat Nederlanders minder vaak in Limburg op vakantie gingen, daarnaast werd er per dag ook minder besteed. Het marktaandeel van de bestedingen is hierdoor gedaald naar 15%.

**Bestedingen tijdens vakanties van Nederlanders in Limburg**

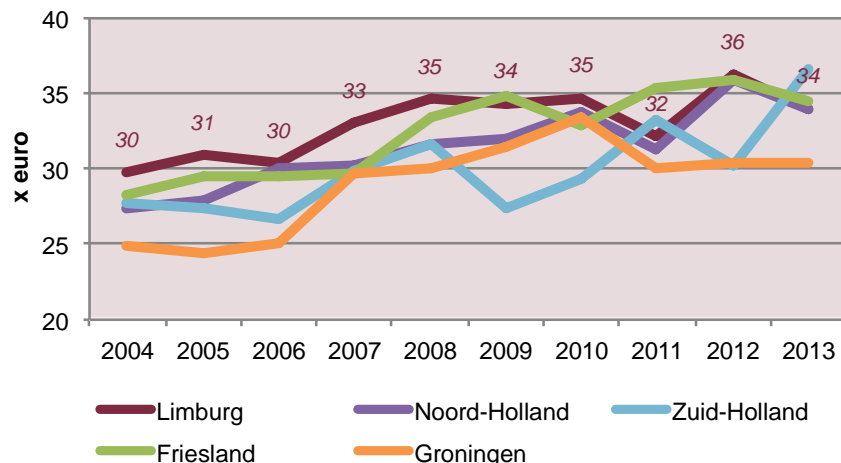


**Marktaandeel bestedingen tijdens vakanties van Nederlanders in Limburg**



## Bestedingen per persoon per dag

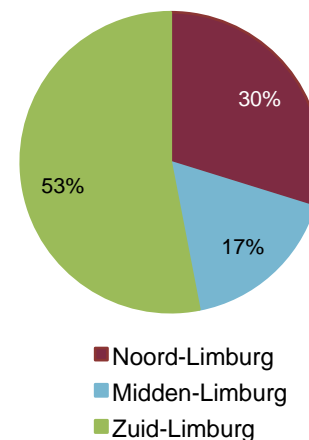
**Besteding per persoon per dag - basis: provincies met bovengemiddelde bestedingen (> 30 euro) in 2011-2013**



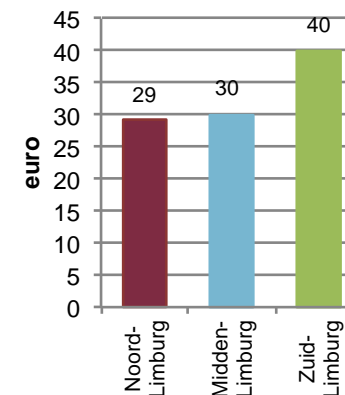
Vakantiegangers spenderen in 2013 dagelijks 34 euro aan een vakantie in Limburg, dit ligt 4 euro boven het gemiddelde voor een vakantie in eigen land. De bestedingen per persoon per dag liggen alleen in Zuid-Holland en Friesland hoger (respectievelijk 2,60 euro en 0,50 hoger). In Noord-Holland is per persoon per dag ongeveer even veel besteed als in Limburg.

Bovenstaande grafiek laat zien dat de bestedingen in Limburg in de periode 2004-2013 minder sterk gestegen zijn (+14%) dan in Zuid-Holland (+32%), Noord-Holland (+24%), Groningen (+23%) en Friesland (+22%). Hoewel Limburg nog steeds in de top 3 staat, qua bestedingen per persoon per dag, is de provincie niet meer een koploper - zoals in de periode 2004-2008 wel het geval was. De ontwikkeling van Limburg is te vergelijken met Friesland. Vooral in de periode van 2004 tot 2008 groeiden in beide provincies de besteding per persoon per dag en vanaf die periode schommelt het.

**Bestedingen per Limburgse regio 2013**



**Bestedingen per persoon per dag per Limburgse regio 2013**

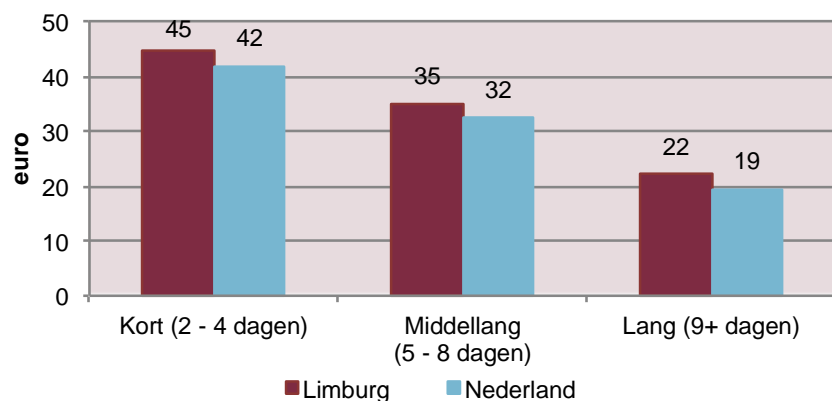


Nederlanders geven het meest uit aan vakanties in Zuid-Limburg; 53% van alle uitgaven komen daar terecht. Dit is ook de regio waar de meeste vakanties – 48% van alle vakanties in Limburg – worden doorgebracht. Per dag wordt circa 40 euro per persoon uitgegeven. In Noord- en Midden-Limburg zijn de dagelijkse bestedingen vergelijkbaar met het gemiddelde voor Nederland – 30 euro per persoon per dag.

Tijdens korte vakanties wordt zowel in Limburg als gemiddeld in Nederland het meest besteed. Tijdens een korte vakantie in Limburg wordt dagelijks per persoon 45 euro uitgegeven, dit is drie euro meer dan gemiddeld in Nederland (42 euro).

Ook tijdens middellange en lange vakanties in Limburg besteden Nederlandse vakantiegangers gemiddeld 3 euro per dag meer.

**Bestedingen per persoon per dag in Limburg en Nederland - naar verblijfsduur 2013**



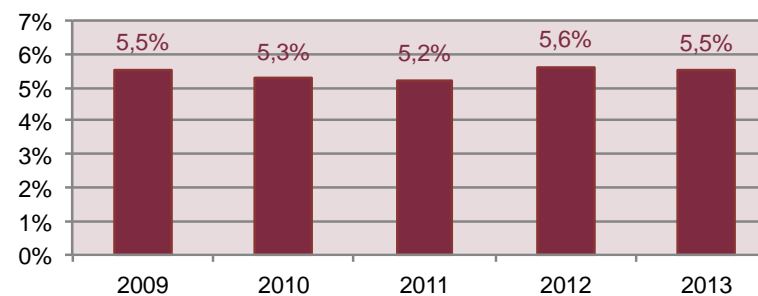
## 4.2 Bestedingen verblijf buitenlanders

*Deze paragraaf behandelt de bestedingen van buitenlandse verblijfsbezoekers in Limburg. De bestedingen zijn berekend met behulp van de methode Wagenaar uit de Landelijke R&T Standaard. Voor de berekening van de bestedingen wordt gebruik gemaakt van de Statistiek Logiesaccommodatie van het CBS (overnachtingen) en het Onderzoek Inkomend Toerisme van het NBTC (bestedingen).*

### Totale bestedingen

Buitenlandse verblijfs gasten geven in 2013 circa 272,5 miljoen euro uit aan vakanties in, of zakelijke bezoeken aan Limburg. De bestedingen zijn met 3,3% gestegen ten opzichte van 2012, toen bezoekers nog 263,7 miljoen euro uitgaven. Het marktaandeel van Limburg is in 2013 5,5%. Dit is iets lager dan het marktaandeel van het jaar ervoor (5,6%), maar duidelijk hoger dan het marktaandeel in 2011 (5,2%). Van elke 100 euro die buitenlandse verblijfs gasten in Nederland uitgeven wordt dus 5,50 euro in Limburg uitgegeven.

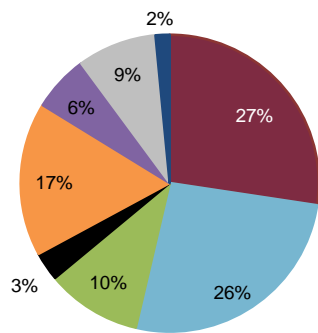
**Marktaandeel bestedingen tijdens buitenlands verblijfsbezoek in Limburg**



## Bestedingen naar herkomstland

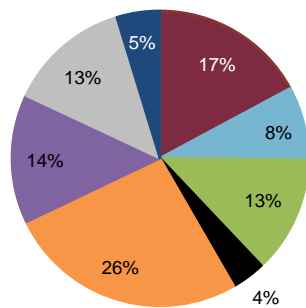
Ruim de helft van de bestedingen door buitenlanders in Limburg komt voor rekening van Duitse (27%) en Belgische verblijfsgasten (26%).

**Bestedingen  
verblijfsbezoeker  
Limburg naar  
herkomstland 2013**



- Duitsland
- België
- Groot-Brittannië
- Frankrijk
- rest Europa
- Verenigde Staten
- Azië
- rest wereld

**Bestedingen  
verblijfsbezoeker  
Nederland naar  
herkomstland 2013**



## Bestedingen per persoon per dag

Gemiddeld geeft een buitenlandse gast 404 euro per verblijf en 182 euro per dag uit. Er zijn grote verschillen in de gemiddelde bestedingen per herkomstland. Deze verschillen hebben onder andere te maken met de herkomst van de reiziger (manier van reizen, keuze accommodatie) en met het reismotief (zakelijk of toeristisch).

Er zijn grote verschillen in de dagelijks bestedingen van de buitenlandse vakantiegangers en de bestedingen van zakelijke bezoekers in Nederland. Zakelijke bezoekers besteden aanzienlijk meer.

Dit verschil wordt grotendeels verklaard doordat zij vaak gebruik maken van (duurdere) vliegtickets en vaak in hotels uit de hogere prijsklassen verblijven. Ook geven zij meer uit aan eten en drinken buiten de deur.



zakelijk bezoek

**312 euro** per persoon  
per dag



toeristisch bezoek

**127 euro** per persoon  
per dag

Voor wat betreft de bestedingen tijdens verblijfsbezoek van Belgische en Duitse verblijfsgasten heeft Limburg een bovengemiddeld groot marktaandeel. Van alle bestedingen die Belgische verblijfsgasten in Nederland doen, wordt 18% in Limburg gedaan. Voor Duitsland ligt het marktaandeel op 8,8% van alle bestedingen in Nederland.



Onderstaande tabel geeft een overzicht van de gemiddelde bestedingen aan een buitenlands verblijfsbezoek (zakelijk of toeristisch) naar herkomstland in 2009. Deze gegevens komen uit het Onderzoek Inkomend Toerisme en zijn alleen beschikbaar op *landelijk niveau*. Deze bestedingen hebben betrekking op alle kosten, dus ook reiskosten, vandaar de relatief hoge bestedingen van bijvoorbeeld de intercontinentale gasten.

Herkomstland	Bestedingen per persoon per dag
Duitsland	€ 67
België	€ 90
Frankrijk	€ 135
Italië	€ 193
Groot Brittannië	€ 194
Scandinavië	€ 270
Spanje	€ 284
overig Europa	€ 221
Verenigde Staten	€ 287
overig intercontinentaal	€ 417

*De gemiddelde bestedingen van een buitenlandse gast liggen in Limburg waarschijnlijk lager. Limburg wordt namelijk veel bezocht wordt door Belgische en Duitse verblijfs gasten, die relatief weinig uitgeven. Bij de berekening van de totale bestedingen is hier rekening mee gehouden.*

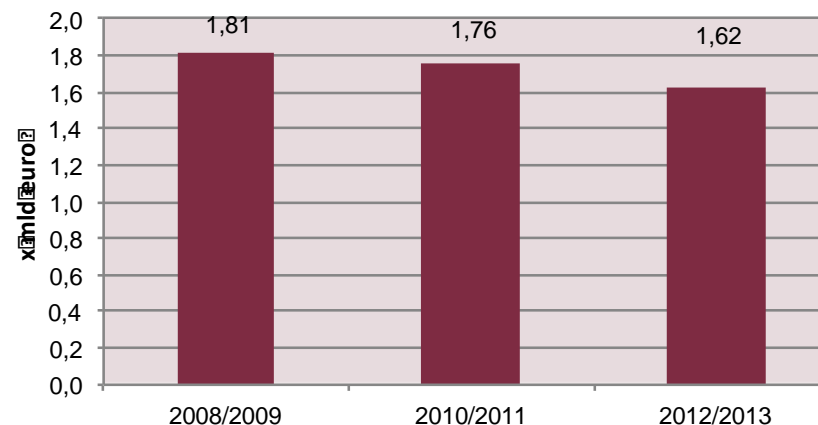
## 4.3 Bestedingen daguitstapjes Nederlanders

*Deze paragraaf beschrijft de bestedingen tijdens uitstapjes van Nederlandse dagrecreanten in Limburg. De cijfers zijn afkomstig van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) conform de afbakening in de Landelijke R&T Standaard. Het betreft bestedingen tijdens uitstapjes in de periode van 4 mei 2012 en 1 mei 2013. Bestedingen tijdens uitstapjes naar de Floriade en WK Wielrennen zitten er dus in. U vindt in bijlage 2 meer informatie over de gehanteerde afbakening en de indeling van activiteiten in clusters.*

### Totale bestedingen tijdens daguitstapjes in Limburg

Nederlanders gaan in 2012/2013 vaker op pad in Limburg dan in 2010/2011, maar besteden gemiddeld minder per daguitstapje. Het totaal aantal bestedingen daalt in deze periode met bijna 8% van 1,76 naar 1,62 miljard euro in 2012/2013. Tussen 2008/2009 en 2012/2013 is deze daling 12%. Landelijk blijft deze daling meer beperkt.

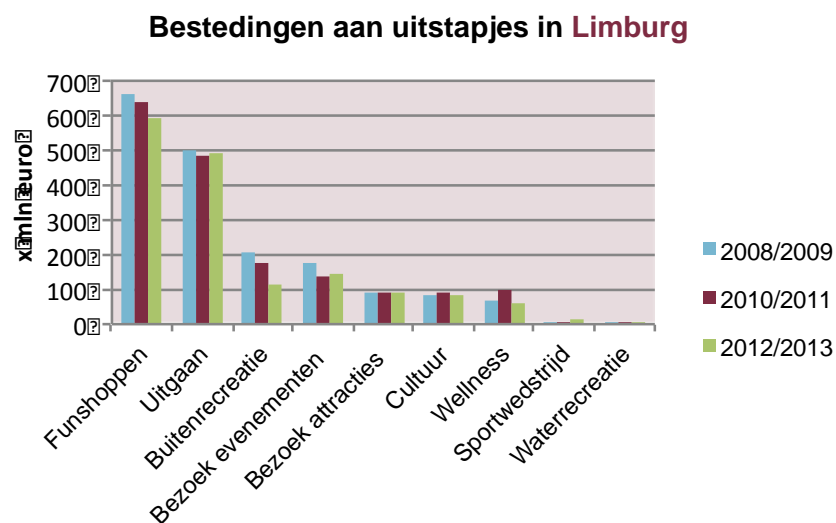
**Bestedingen tijdens uitstapjes van Nederlanders in Limburg**



Het aandeel van Limburg in de totale landelijke bestedingen aan uitstapjes door Nederlanders is sinds 2008/2009 licht gedaald. In 2012/2013 wordt 7% van de totale bestedingen aan uitstapjes in Nederland in Limburg besteed. In 2008/2009 was dit 8%.

### Totale bestedingen per soort activiteit

Winkelen voor plezier, uitgaan (waaronder horecabezoek), bezoek aan evenementen en buitenrecreatie zijn de belangrijkste activiteiten qua totale bestedingen in Limburg. Buitenrecreatie is ten opzichte van 2010/2011 van de 3<sup>e</sup> naar de 4<sup>e</sup> plaats gegaan.

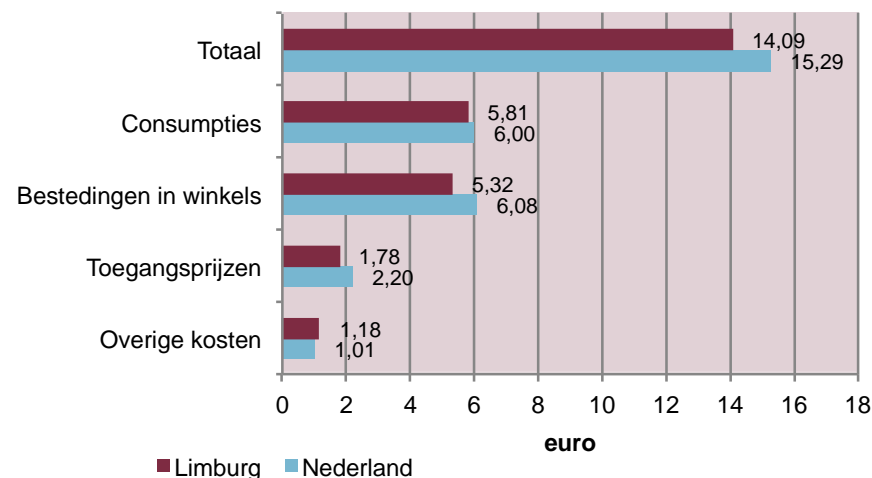


Vooraf de totale bestedingen aan buitenrecreatie, funshoppen, waterrecreatie en wellness dalen in 2012/2013 ten opzichte van 2008/2009. Bestedingen tijdens evenementen en bezoek aan sportwedstrijden zijn door meer bezoek, waarschijnlijk door de Floriade en WK Wielrennen, ook gestegen.

### Bestedingen per daguitstapje

Tijdens een uitstapje in Limburg wordt in 2012/2013 gemiddeld 14,09 euro besteed. Dit is lager dan het landelijk gemiddelde van 15,29 euro. Landelijk daalden de gemiddelde uitgaven per uitstapje minder hard dan in Limburg.

### Bestedingen per uitstapje - naar categorie in Limburg en Nederland 2012-2013



Per uitstapje wordt in 2012/2013 het meest besteed aan winkelen voor het plezier (33,61 euro), wellness (30,31 euro) en uitgaan (18,24). Tijdens buitenrecreatieve uitstapjes en waterrecreatie wordt relatief weinig uitgegeven. Buitenrecreatie is echter wel één van de meest ondernomen uitstapjes en heeft daardoor toch een omvangrijk aandeel in de totale bestedingen.

In vergelijking met voorgaande jaren wordt vooral aan buitenrecreatie, waterrecreatie (alleen ten opzichte van 2008/2009), wellness, evenementen, funshoppen en cultuur (alleen ten opzichte van 2010/2011) minder per persoon per uitstapje besteed.

### Bestedingen aan uitstapjes in Limburg 2012/2013 naar soort activiteit

	Per uitstapje	Totaal (x miljoen)	Aandeel totaal
Buitenrecreatie	€ 2,93	€ 111	7%
Waterrecreatie en -sport	€ 3,13	€ 6	0%
Sportwedstrijd bezoeken	€ 11,80	€ 18	1%
Wellness / beauty / ontspanning	€ 30,31	€ 57	4%
Bezoek aan attracties	€ 8,88	€ 90	6%
Bezoek aan evenementen	€ 16,88	€ 145	9%
Winkelen voor plezier (funshoppen)	€ 33,61	€ 595	37%
Cultuur	€ 12,42	€ 83	5%
Uitgaan	€ 18,24	€ 493	31%
<b>Totaal</b>	<b>€ 14,09</b>	<b>€ 1.597</b>	<b>100%</b>

### Funshoppen als daguitstapje uitgelicht

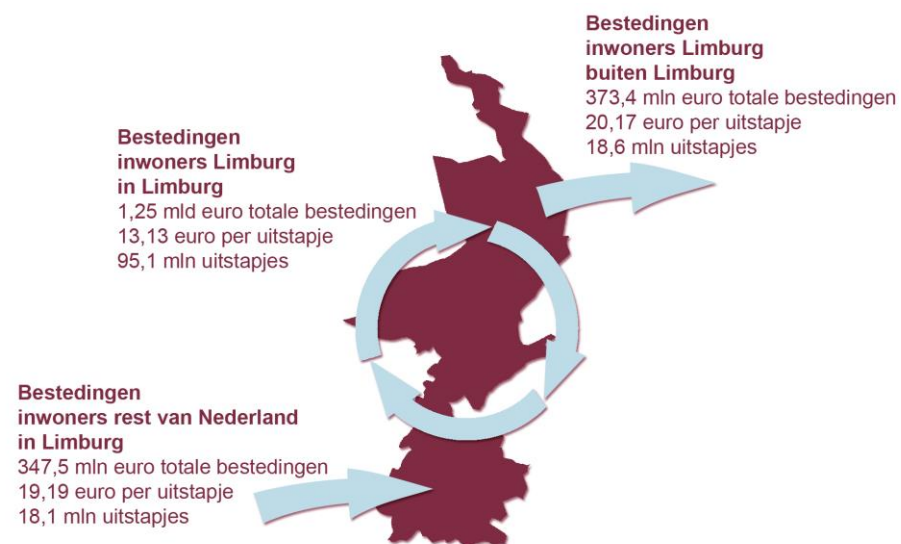
Funshoppen levert de meeste dagrecreatieve bestedingen van Nederlanders op ten opzichte van andere uitstapjes in Limburg. Deze bestedingen zijn exclusief bestedingen tijdens vakanties.

Er zijn grote verschillen tussen de bestedingen tijdens winkelen in de binnenstad (29,34 euro), het bezoeken van een meubelboulevard (46,53 euro) en het winkelen in een Factory Outlet Centre (53,82 euro). Toch heeft winkelen in de binnenstad het grootste aandeel in de bestedingen, vanwege ook het grootste aandeel in het aantal uitstapjes.

### Bestedingen aan uitstapjes in Limburg 2012/2013 naar soort activiteit

	Per uitstapje	Totaal (x miljoen)	Aandeel totaal
Bezoek Factory Outlet Center	€ 53,82	€ 108	18%
Winkelen in binnenstad	€ 29,34	€ 415	70%
Bezoek Meubelboulevard	€ 46,53	€ 72	12%
<b>Totaal</b>	<b>€ 33,61</b>	<b>€ 595</b>	<b>100%</b>

### In en uitstroom bestedingen uitstapjes in Limburg 2013



Limburgers besteden in 2013 circa 1,25 miljard euro aan uitstapjes in de eigen provincie. Daarnaast geven inwoners uit de rest van Nederland nog eens 347,5 miljoen euro uit aan uitstapjes in Limburg.

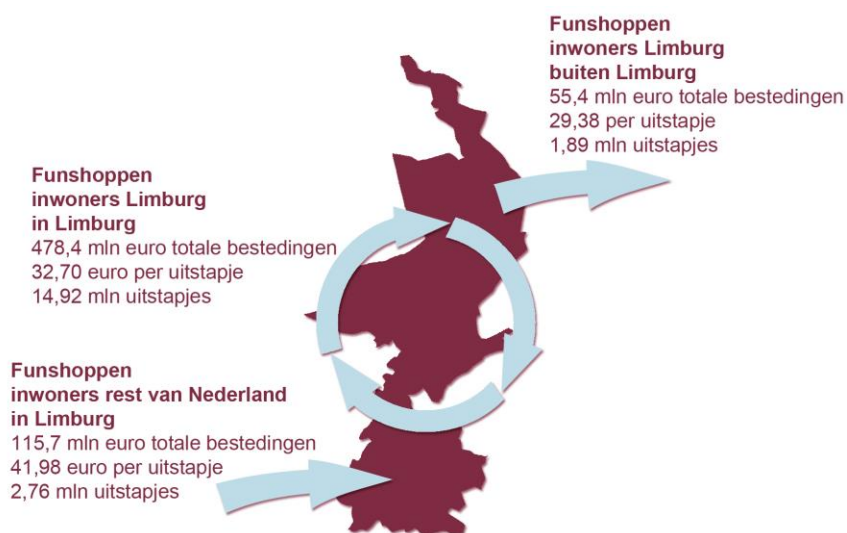
Daar tegenover staat dat inwoners van Limburg 373,4 miljoen euro uitgeven buiten de eigen provincie. Een ingaande stroom van 347,5 miljoen euro en een uitgaande stroom van 373,4 miljoen euro, betekent dat er geld 'weglekt' uit Limburg, ca. 26 miljoen.

Er wordt hierbij echter geen rekening gehouden met de bestedingen van buitenlandse (met name Belgische en Duitse) daggasten in Limburg. Limburg is een grensregio. De balans van de bestedingen met inbegrip van dagtochtjes van Duitse en Belgische daggasten is juist positief. Er stroomt geld naar Limburg, zie ook paragraaf 3.1.4.

Limburg onderscheidt zich ook van andere provincies doordat er meer Nederlanders naar Limburg komen voor buitenrecreatieve activiteiten, funshoppen en uitgaan. Voor iedere Limburger die gaat funshoppen buiten de eigen provincie, komt er 1,5 Nederlander terug. Voor iedere Limburger die uitgaat buiten Limburg komt er 1,2 Nederlander terug.

Onderstaand kaartje zoomt in op het thema funshoppen en geeft een overzicht van het aantal activiteiten, de bestedingen per activiteit en de totale bestedingen. Buitenlands dagbezoek wordt in deze figuur buiten beschouwing gelaten.

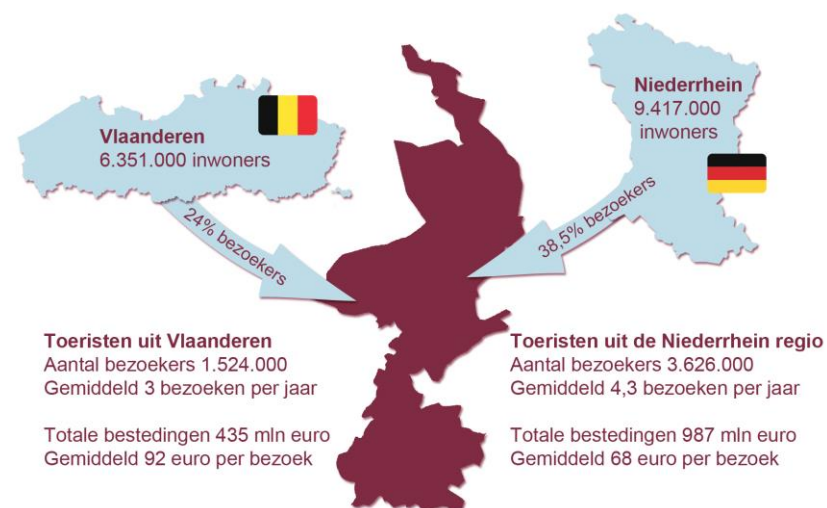
### In en uitstroom bestedingen funshoppen in Limburg 2013



Limburgers besteden in 2013 circa 478,4 miljoen euro aan funshoppen in de eigen provincie. Inwoners uit de rest van Nederland geven daarnaast nog eens 115,7 miljoen euro uit aan winkeluitstapjes in Limburg. De Limburgers zelf geven in totaal 55,4 miljoen euro uit aan funshoppen buiten de eigen provincie. Er gaat dus meer geld de provincie in dan eruit gaat. Er is sprake van een positief saldo van ruim 60 miljoen euro.

## 4.4 Bestedingen dagbezoek België en Duitsland

*Deze paragraaf beschrijft de bestedingen van Vlaamse en Duitse dagrecreanten uit de regio Niederrhein. Deze gegevens zijn afkomstig uit onderzoek in 2013 uitgevoerd door SmartAgent naar dagbezoek aan Limburg uit België (Vlaanderen) en Duitsland (regio Niederrhein).*



In 2013 wordt de provincie Limburg door ruim 1,5 miljoen Vlaamse daggasten en ruim 3,6 miljoen Duitse daggasten uit de regio Niederrhein bezocht.

Vlaamse daggasten bezoeken Limburg gemiddeld 3 keer per jaar, terwijl de Duitse daggasten 4,3 keer een daguitstapje naar Limburg maken. In totaal geven de Belgische daggasten 435 miljoen euro uit in Limburg. De Duitse daggasten spenderen jaarlijks 987 miljoen euro in de provincie. Hoeveel dagrecreanten uit andere landen in Limburg besteden is onbekend. Aangenomen kan worden de Vlaamse en Duitse daggasten het leeuwendeel van de bestedingen voor hun rekening nemen.

## 4.5 Bestedingen volgens de landelijke R&T standaard

Deze paragraaf geeft een samenvatting van de voorgaande hoofdstukken op basis van de bronnen uit de Landelijke R&T Standaard. De tabel op deze pagina geeft een overzicht van alle beschikbare informatie over bestedingen in de vrijetijdssector in Limburg. De totalen voor de jaren 2010 en 2012 ontbreken omdat in dat jaar het Continu Vrijetijdsonderzoek (CVTO) niet is verschenen.

Bestedingen in <b>Limburg</b> conform Landelijke R&T Standaard (x mln euro)					
	2009	2010	2011	2012*	2013
<b>Verblijfsbezoek</b>					
<b>Binnenland</b>					
Toeristische vakanties (CVO)	413	390	404	416*	390
Vaste standplaatsvakanties (CVO)	15	13	12	13*	10
<b>Buitenland</b>					
Verblijfsbezoek buitenlanders (zakelijk en toeristisch)	212	222	229	264*	273
<b>Dagbezoek</b>					
Uitstapjes van Nederlanders (CVTO)	1.810	x	1.760	x	1.620
<b>Totaal R&amp;T Standaard**</b>	<b>2.450</b>		<b>2.385</b>		<b>2.293</b>
Dagbezoek van Vlaamse daggasten***	x	x	x	x	435
Dagbezoek van Duitse daggasten (Niederrhein)***	x	x	x	x	987

\* Er is in 2012 zowel in de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS, als in het Continu Vakantieonderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research sprake van een trendbreuk, meer hierover in bijlage 2

\*\* Totaal exclusief binnenlandse zakenreizen.

\*\*\* De bestedingen van de Vlaamse en Duitse daggasten (Niederrhein) maken geen onderdeel uit van de landelijke standaard.

In totaal geven de Nederlandse dag en verblijfs gasten en buitenlandse gasten conform de Landelijke R&T Standaard ca. 2,3 miljard uit in 2013. Dit is ca. 4% minder dan in 2012. Wanneer ook de bestedingen van Duitse en Vlaamse daggasten worden opgeteld komt het totale bedrag op 3,7 miljard.

Bestedingen in <b>Nederland</b> conform Landelijke R&T Standaard (x mln euro)					
	2009	2010	2011	2012*	2013
<b>Verblijfsbezoek</b>					
<b>Binnenland</b>					
Toeristische vakanties (CVO)	2.489	2.487	2.466	2.563	2.606
Vaste standplaatsvakanties (CVO)	285	294	289	289	246
<b>Buitenland</b>					
Verblijfsbezoek buitenlanders (zakelijk en toeristisch)	3.837	4.229	4.395	4.689	4.935
<b>Dagbezoek</b>					
Uitstapjes van Nederlanders (CVTO)	23.080	x	24.320	x	23.650
<b>Totaal R&amp;T Standaard**</b>	<b>29.691</b>		<b>31.470</b>		<b>31.437</b>

\* Er is in 2012 zowel in de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS, als in het Continu Vakantieonderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research sprake van een trendbreuk, meer hierover in bijlage 2

\*\* Totaal exclusief binnenlandse zakenreizen.

Onderstaande tabel geeft voor de jaren 2009, 2011 en 2013 het marktaandeel van Limburg weer. Het marktaandeel is sinds 2009 licht dalende.

<b>Marktaandeel Limburg*</b>					
op basis van de totale bestedingen conform de Landelijke R&T Standaard					
	2009	2010	2011	2012	2013
Totale bestedingen Limburg	2.450		2.385		2.293
Totale bestedingen Nederland	29.691		31.470		31.437
Marktaandeel Limburg	8,3%		7,6%		7,3%

\* Dit marktaandeel is berekend op basis van de totale bestedingen in Limburg en Nederland exclusief de bestedingen tijdens binnenlandse zakenreizen.

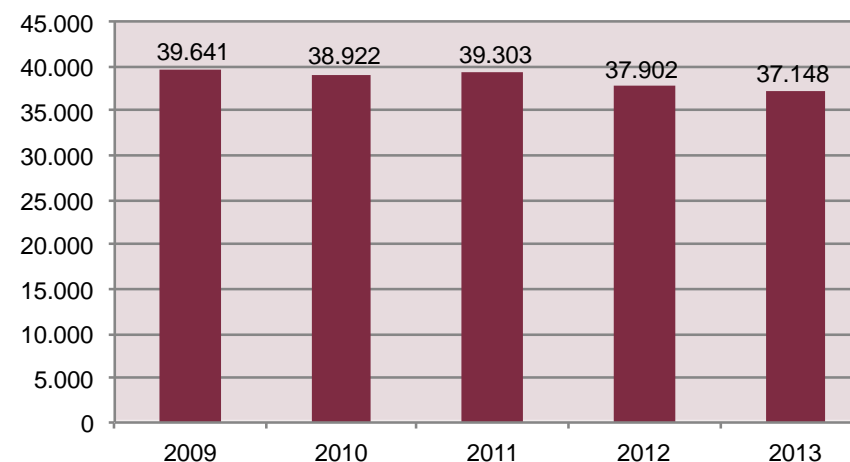
## 4.6 Werkgelegenheid

Deze paragraaf gaat in op de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid, conform de Landelijke R&T Standaard. Meer informatie hierover staat in bijlage 3. De gegevens betreffen fulltime, parttime en uitzendbanen en geen FTE. Cijfers zijn afkomstig van het Vestigingenregister Limburg met de peildatum 1 april (dus exclusief seizoenswerkgelegenheid).

### Ontwikkeling aantal banen

Recreatie en toerisme levert in 2013 in Limburg 37.148 banen op. Dit is 7,2% van de totale werkgelegenheid in Limburg. Dit aandeel is sinds 2009 nauwelijks veranderd.

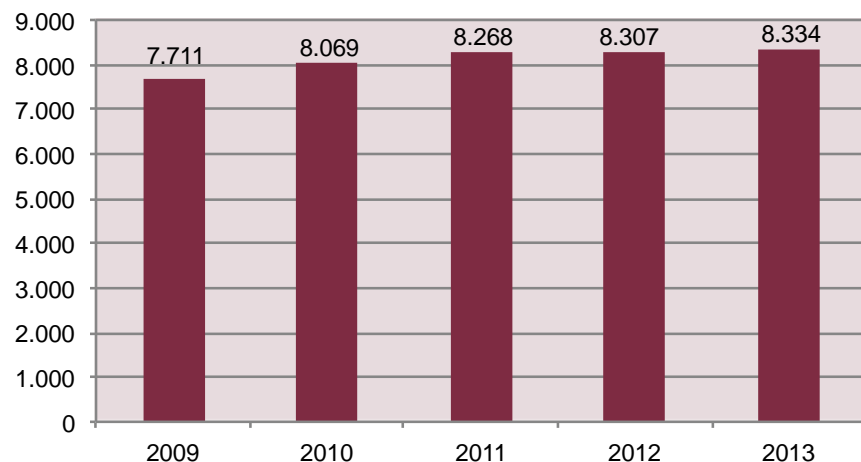
### Aantal R&T banen Limburg



De toeristisch-recreatieve werkgelegenheid laat tussen 2009 en 2013 een lichte daling van 6,3% zien. De daling is vergelijkbaar met de ontwikkeling van de totale werkgelegenheid in Limburg (ook 6,3%). Landelijk daalt aantal banen sinds 2012 ook, alleen minder dan in Limburg (0,5% landelijk tegenover 2% in Limburg). Opvallend is dat het aantal R&T bedrijven in Limburg tussen

2009 en 2013 juist gegroeid is met 8%. Het gemiddeld aantal werknemers per bedrijf neemt dus af. Dit kan zijn vanwege minder werk, maar ook liggen aan meer outsourcing van werk in bijvoorbeeld de sector logiesverstreking en horeca (denk aan o.a. administratie en schoonmaak). Een andere verklaring kan zijn dat de arbeidsproductiviteit toeneemt. Dat wil zeggen dat bedrijven hetzelfde werk of meer werk met minder mensen doen.

### Aantal R&T bedrijven in Limburg



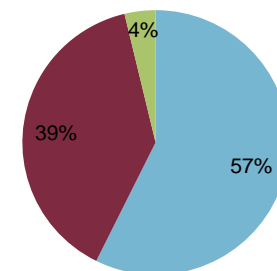
Landelijk gezien is 6,2% van de werkgelegenheid toeristisch-recreatief. In Limburg is de toeristisch-recreatieve sector dus belangrijker dan gemiddeld in Nederland. Alleen in Zeeland en Noord-Holland is het aandeel groter.

#### Hoogste aandeel R&T banen in totale werkgelegenheid

1	Zeeland	8,3%
2	Noord-Holland	8,0%
3	Limburg	7,2%

De helft van de R&T banen betreft fulltime banen. Maar dit aandeel loopt terug. Tussen 2009 en 2013 daalde het aantal met 10%. Het aantal parttimebanen en uitzendbanen blijft nagenoeg gelijk.

### R&T banen in Limburg naar type

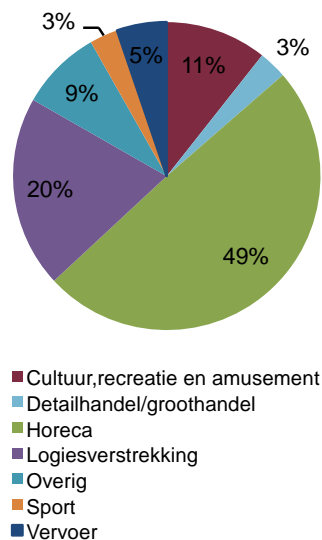


■ fulltime ■ parttime ■ uitzend

### Aantal banen per deelsector

Ontwikkeling aantal banen per deelsector					
	2009	2010	2011	2012	2013
Cultuur, recreatie en amusement	3.709	3.926	4.036	4.057	3.960
Detailhandel/groothandel	1.102	1.111	1.147	1.141	1.100
Horeca	20.110	19.496	19.657	18.711	18.377
Logiesverstreking	8.289	8.055	7.986	7.593	7.482
Sport	1.030	1.066	1.097	1.083	1.100
Vervoer	2.180	2.058	2.073	2.046	1.951
Overig	3.221	3.210	3.307	3.271	3.178
<b>Totaal</b>	<b>39.641</b>	<b>38.922</b>	<b>39.303</b>	<b>37.902</b>	<b>37.148</b>

### R&T banen naar sector



De horecasector is goed voor de helft van de totale R&T banen. Vooral de sectoren vervoer (-11%), logiesverstrekking (-10%) en horeca (-9%) laten een lichte daling zien tussen 2009 en 2013. Een verklaring hiervoor kan zijn dat in de logiesverstrekking en horeca steeds meer wordt uitbesteed (denk aan o.a. administratie en schoonmaak). Het aantal banen in de sport (+7%) en cultuur, recreatie en amusement (+7%) laten een groei zien.



# 5. De recreant en toerist in beeld

## 5.1 Profiel Nederlandse, Vlaamse en Duitse dagrecreant

*Deze paragraaf beschrijft het profiel van de dagrecreant die een daguitstapje onderneemt in Limburg. Er wordt gebruik gemaakt van het Continu Vrijetijdsonderzoek (CVTO) van NBTC-NIPO Research en onderzoek naar dagbezoek uit Vlaanderen en Duitsland van SmartAgent. Meer informatie over de bronnen staat in bijlage 1.*

### Profiel Nederlandse dagrecreant

84% van de Nederlandse dagbezoeken in Limburg worden ondernomen door Limburgers. Bijna de helft van de uitstapjes in Limburg wordt met z'n tweeën ondernomen. De eigen partner is het populairste qua gezelschap. Maar de dagbezoeker gaat ook graag met familie en/of vrienden/kennissen op stap. Partner en familie zijn in Limburg populairder gezelschap dan gemiddeld in Nederland.

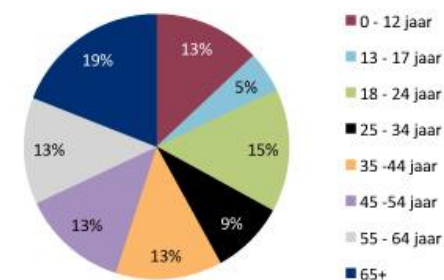
Driekwart van alle uitstapjes wordt ondernomen door recreanten met een huishouden met kinderen of tweepersoonshuishoudens boven 50 jaar. Steeds meer uitstapjes worden door 65+ers ondernomen. Zo is het aantal uitstapjes van deze groep tussen 2010/2012 en 2012/2013 met 44% gestegen naar 19% van de totale uitstapjes van Nederlanders in Limburg. Het aantal inwoners van Nederland van 65 jaar en ouder nam in diezelfde periode maar met 12% toe. De groei van het aantal uitstapjes van 65-plussers is dus groter dan je op basis van de groei van het aantal Nederlanders in deze leeftijdscategorie mag verwachten. Dit in tegenstelling tot het aantal uitstapjes van gezinnen met kinderen.

De Nederlanders die een daguitstapje in Limburg maken worden als volgt gekenmerkt:

### Uitstapjes in Limburg



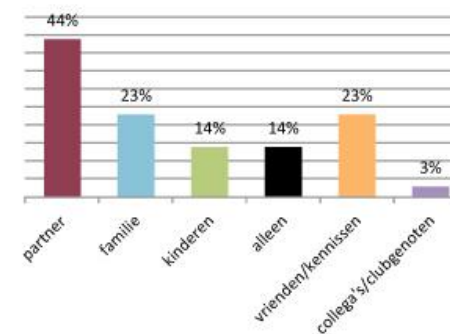
Aantal uitstapjes in Limburg naar leeftijd



### Belangrijkste herkomstprovincies



Aantal uitstapjes in Limburg naar gezelschap



### Uitstapjes en aantal inwoners naar leeftijdscategorie (in %)

	Uitstapjes in Limburg	Uitstapjes in Nederland	Aantal Nederlanders	Aantal Limburgers
0-12 jaar	13%	14%	15%	12%
13-17 jaar	5%	5%	6%	6%
18-24 jaar	15%	11%	9%	8%
25-34 jaar	9%	12%	12%	11%
35-44 jaar	13%	14%	14%	12%
45-54 jaar	13%	13%	15%	16%
55-64 jaar	13%	14%	13%	15%
65 jaar of ouder	19%	17%	17%	20%

Het aandeel uitstapjes van Nederlanders tussen de 18 en 24 jaar in Limburg is beduidend hoger dan gemiddeld in Nederland (landelijk 11% van de uitstapjes). Ook kijkende naar het aantal inwoners in Limburg en Nederland. Ook voor de 65-plussers geldt dat zij relatief veel activiteiten ondernemen in Limburg (19% van de activiteiten in Limburg ten opzichte van 17% landelijk). Echter, Limburg heeft ook meer 65-plussers. Maar zoals eerder gezegd groeit het aandeel uitstapjes van deze groep harder dan de groep zelf. De 25 tot 64 jarigen gaan juist minder vaak dan gemiddeld op pad in Limburg.

### Profiel van Nederlandse funshopper uitgelicht

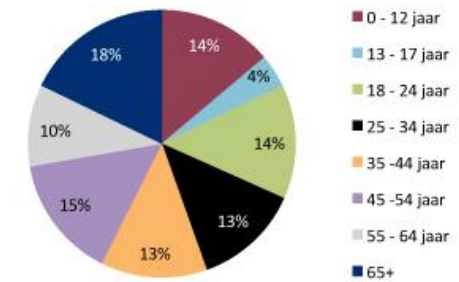
Funshop-uitstapjes door Nederlanders worden net als andere uitstapjes voornamelijk door de eigen inwoners ondernomen. De meeste funshop-uitstapjes worden met z'n tweeën ondernomen, namelijk 60%. De eigen partner is het populairste (44%). In Limburg gaat men minder alleen winkelen dan landelijk (15% ten opzichte van 23% landelijk). Ook worden uitstapjes in Limburg meer met de familie ondernomen (26% ten opzichte van 19% landelijk). Shoppen wordt in een kleinere groep ondernomen dan uitstapjes in Limburg in het algemeen. Ook zijn vrienden/kennissen minder vaak het gezelschap.

De Nederlanders die een dagje gaan funshoppen in Limburg worden als volgt gekenmerkt:

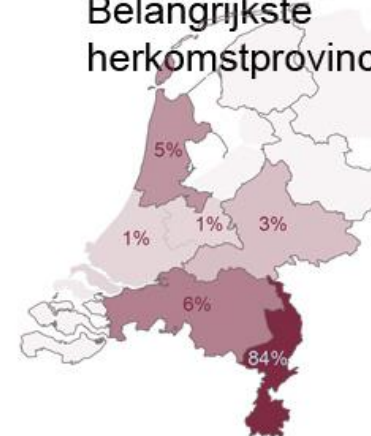
## Funshoppen in Limburg



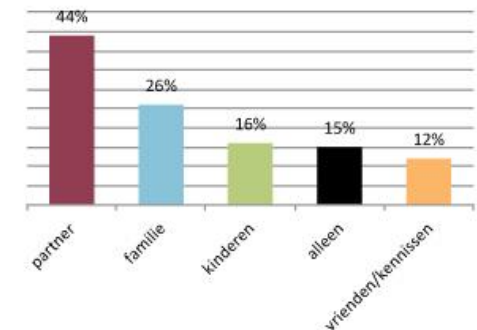
Aantal funshop-uitstapjes in Limburg naar leeftijd



### Belangrijkste herkomstprovincies



Aantal funshop-uitstapjes in Limburg naar gezelschap



## Doelgroepsegmentatie

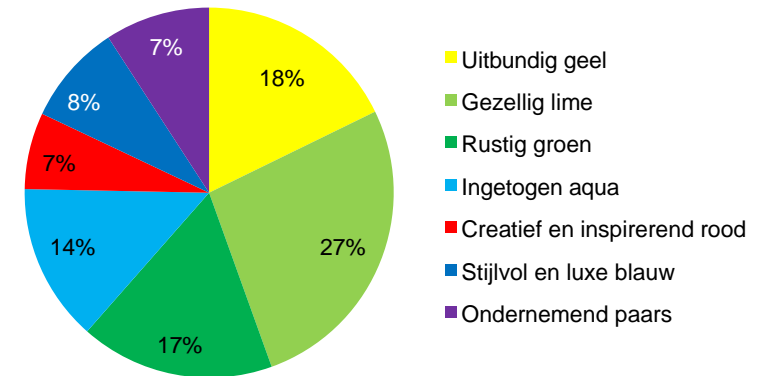
Er zijn verschillende manieren om doelgroepen te segmenteren. Een traditionele manier van doelgroepsegmentatie is de indeling op basis van demografische kenmerken. De doelgroepen worden gesegmenteerd op basis van leeftijd (de oudere Nederlander), gezinssituatie (gezinnen met kinderen) of herkomst (de zuidelijke provincies). Er zijn echter grote verschillen binnen deze groepen. Het ene gezin met kinderen is tevreden in een bungalowpark met alle voorzieningen, terwijl het andere gezin met kinderen het Pieterpad van noord naar zuid afloopt. De ene 'oudere Nederlander' maakt een cruise op de Maas, terwijl de andere 'oudere Nederlander' met de Amstel Gold race meedoet.

Er zijn diverse manieren ontwikkeld om de doelgroepen beter te kunnen segmenteren, bijvoorbeeld op basis van normen en waarden of drijfveren. SmartAgent en Recron hebben een segmentatiemethode ontwikkeld die speciaal gericht is op de vrijetijdsector. Zij delen toeristen en eigen inwoners in op basis van leefstijlgroepen. De leefstijlen zijn gebaseerd op psychosociale kenmerken van mensen en zeggen iets over de motieven en wensen die zij hebben als ze vrijetijd doorbrengen (voor meer informatie zie bijlage 4).

## Leefstijlprofiel inwoners Limburg

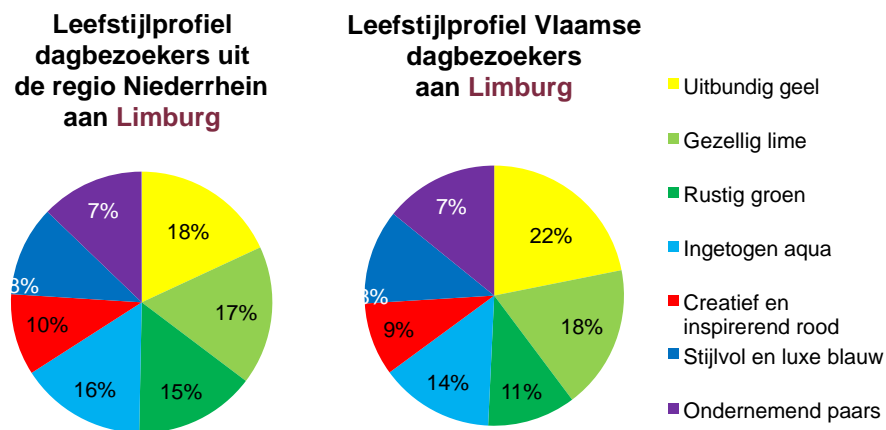
Het Limburgse profiel is over het algemeen redelijk overeenkomstig dat van heel Nederland. Echter, de Limburgse bevolking behoort vaker (27%) dan de gemiddelde Nederlander (24%) tot de leefstijl gezellig lime en minder tot de leefstijl ingetogen aqua (14% in Limburg ten opzichte van 17% in Nederland).

Leefstijlprofiel inwoners van Limburg



## Profiel Duitse en Belgische dagrecreant

In 2013 is door SmartAgent onderzoek uitgevoerd naar dagbezoek aan Limburg vanuit Vlaanderen en de Duitse regio Niederrhein. De uitkomsten geven inzicht in het leefstijlprofiel van de Vlaamse en Duitse daggasten vanuit de regio Niederrhein.



De daggasten vanuit Vlaanderen en de regio Niederrhein kenmerken zich minder door de gezellig lime leefstijl dan de eigen Limburgse inwoners. De Vlaamse daggast heeft meer dan de inwoner uit Limburg en Duitse daggast de uitbundig gele leefstijl. Vanuit de regio Niederrhein komen juist relatief vaak creatief en inspirerend rode en ingetogen aqua leefstijlconsumenten.

## Uitleg leefstijlen dagrecreanten

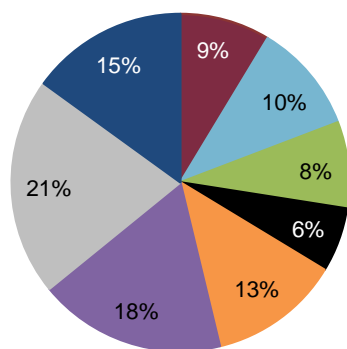
<b>Uitbundig geel</b>	Dit zijn echte levensgenieters. Ze houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Ze zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten en drinken, genieten en leuke dingen doen.
<b>Gezellig lime</b>	Recreëren is lekker vrij zijn, tot rust komen en ontspannen. Ze zijn gericht op het eigen gezin en de directe leefomgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager en ze zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen.
<b>Rustig groen</b>	Dit zijn rustige recreanten. Ze hebben geen grote wensen, houden van privacy en rust. Ze willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.
<b>Ingetogen aqua</b>	Dit zijn rustige, geïnteresseerde recreanten. Ze zijn op zoek naar het verhaal van de regio en streek. Duurzaamheid spreekt hen sterk aan. Ze zoeken inspirerende activiteiten, vooral gericht op natuur en cultuur(historie). Ze gaan vaak actief en samen met partner op stap.
<b>Ondernemend paars</b>	Deze leefstijl laten zich graag verrassen en inspireren. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit, maar ook ontspannen in de sauna.
<b>Stijlvol en luxe blauw</b>	Zelfverzekerde recreanten die vinden dat ze in hun vrijetijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen. Zakelijk en intelligent. Houden van stijl en klasse, meer gericht op exclusievere vormen van recreatie. Recreëren is ontspanning en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Actief sporten en aandacht besteden aan het sociale netwerk (ons soort mensen).
<b>Creatief en inspirerend rood</b>	Deze leefstijl is creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Ze bewegen zich graag buiten de gebaande paden. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

## 5.2 Profiel Nederlandse vakantieganger

*Deze paragraaf gaat in het profiel van de Nederlandse vakantieganger in Limburg. Daarnaast gaat deze paragraaf in op de tevredenheid over de vakantie in Limburg. De cijfers komen uit het Continu Vakantieonderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research. Als in deze paragraaf gesproken wordt over de binnenlandse toerist, wordt de toerist bedoeld die in een toeristische accommodatie verblijft.*

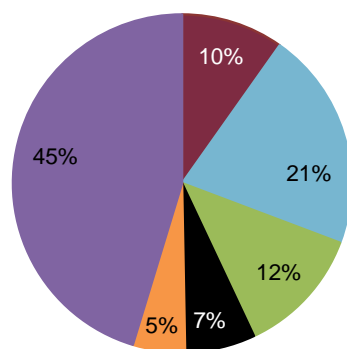
### Leeftijd en gezinssamenstelling van Nederlandse vakantiegangers

Aantal binnenlandse vakanties in Limburg - naar leeftijd 2013



■ 0-5 jaar    ■ 6-14 jaar  
 ■ 15-24 jaar    ■ 25-29 jaar  
 ■ 30-39 jaar    ■ 40-49 jaar  
 ■ 50-64 jaar    ■ > 65 jaar

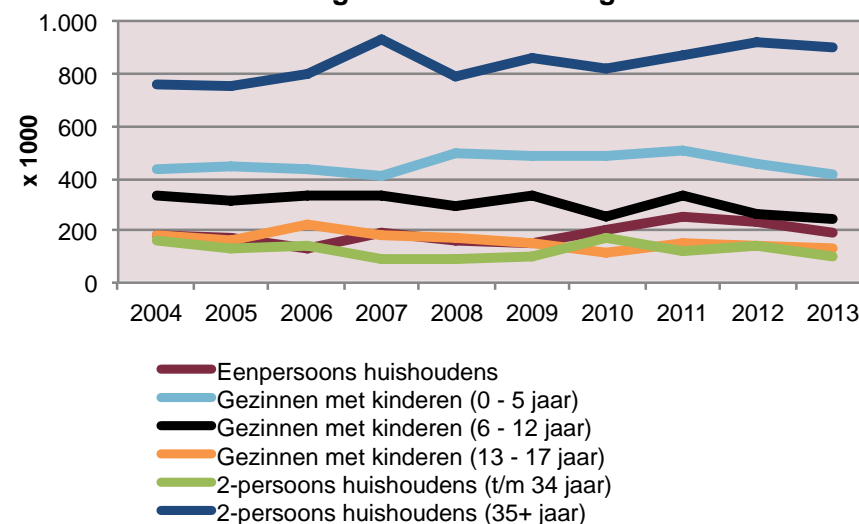
Aantal binnenlandse vakanties in Limburg - naar gezinssamenstelling 2013



■ Eenpersoons huishoudens  
 ■ Gezinnen met kinderen (0-5 jaar)  
 ■ Gezinnen met kinderen (6-12 jaar)  
 ■ Gezinnen met kinderen (13-17 jaar)  
 ■ 2-persoons huishoudens (t/m 34 jaar)  
 ■ 2-persoons huishoudens (35+ jaar)

De leeftijd en gezinssamenstelling van de binnenlandse vakantieganger in Limburg verschillen weinig van de gemiddelde binnenlandse vakantieganger. De enige groep die duidelijk oververtegenwoordigd is in Limburg is de groep tussen de 40 en 49 jaar oud. In Limburg valt 18% van de vakantiegangers in deze categorie, landelijk 14%. Er zijn echter wel duidelijk verschillen te zien tussen de Limburgse regio's, hierover staat meer in hoofdstuk 6.

Aantal vakanties in Limburg naar gezinssamenstelling

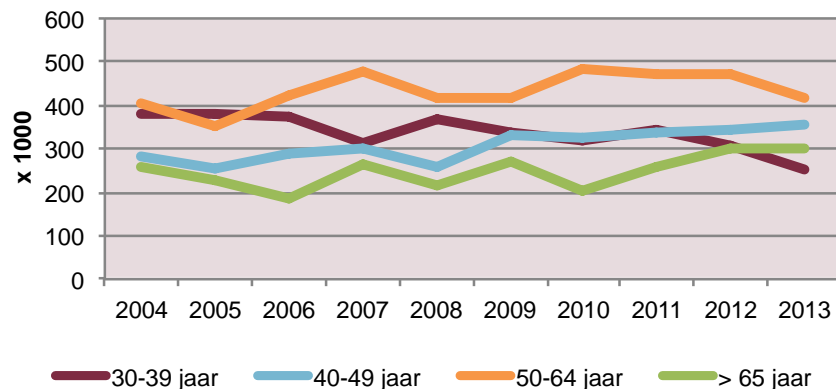


In bovenstaande grafiek is de ontwikkeling van het aantal vakanties afgezet tegen de gezinssamenstelling van de vakantiegangers. De grafiek laat duidelijk zien dat met name het aantal tweepersoonshuishoudens van 35 jaar en ouder meer vakanties in Limburg doorbrengen.

De volgende grafiek zoomt in op de leeftijdsgroepen van 30 jaar en ouder. Het aantal vakanties dat 30-39-jarigen in Limburg doorbrengen is de afgelopen jaren gedaald. De andere leeftijdsgroepen (40-49 jaar, 50-64 jaar

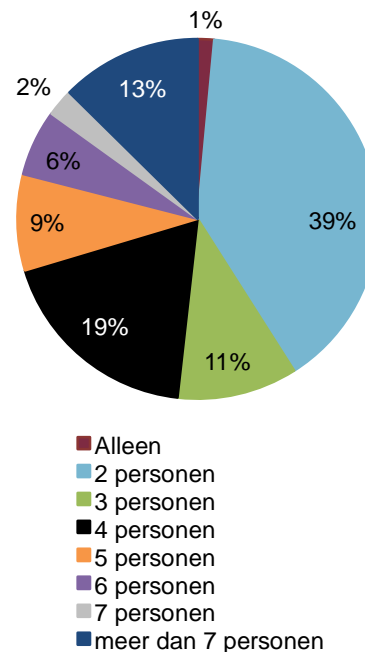
en 65 jaar en ouder) laten daarentegen over de afgelopen tien jaar een stijgende ontwikkeling zien. Dit betekent dus dat steeds meer stellen van middelbare en oudere leeftijd in Limburg op vakantie gaan.

**Aantal vakanties in Limburg naar leeftijd (>30 jaar)**



### Grootte gezelschap

**Aantal binnenlandse vakanties in Limburg - naar aantal personen reisgezelschap 2013**



Gemiddeld gaat een Nederlander met 3,8 personen op vakantie naar Limburg, dit is exact gelijk aan het gemiddelde voor Nederland.

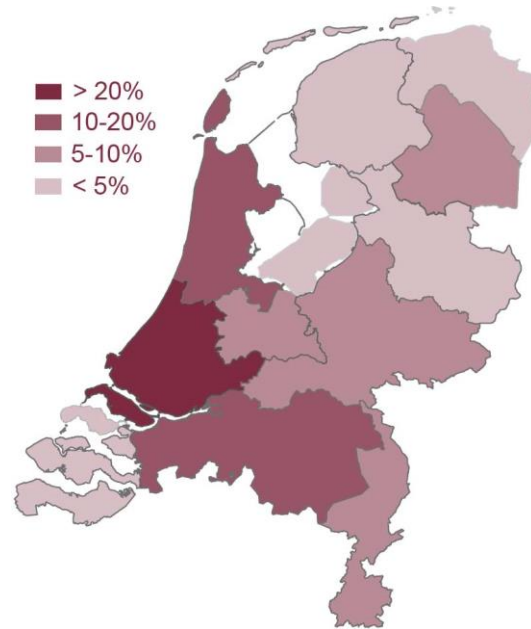
Het grootste deel van de vakantiegangers in Limburg (39%) gaat met zijn tweeën op vakantie. Circa één op de vijf vakantiegangers bezoekt de provincie met een gezelschap van vier personen. Een achtste (13%) van de vakanties wordt in een gezelschap van meer dan 7 personen ondernomen. Landelijk zijn deze percentages vergelijkbaar.

Ten opzichte van tien jaar geleden is met name het aantal vakanties dat met twee personen ondernomen wordt sterk gestegen in Limburg.

Er zijn duidelijke verschillen te zien tussen de verschillende regio's deze worden verder uitgewerkt in hoofdstuk 6.

## Herkomstprovincie

### Herkomstprovincies vakanties Limburg - 2013



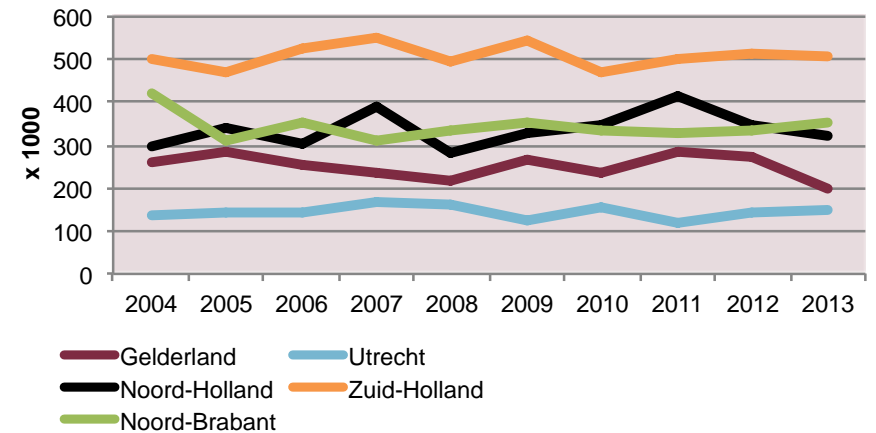
De belangrijkste herkomstprovincies van vakantiegangers in Limburg zijn Zuid-Holland (25%), Noord-Brabant (18%) en Noord-Holland (16%). Deze provincies leveren samen dus bijna 60% van alle vakantiegangers in Limburg.

In vergelijking met het gemiddelde voor Nederland, ontvangt Limburg beduidend meer Zuid-Hollanders en Noord-Brabanders en minder inwoners uit Gelderland. Er zijn geen opvallende verschillen tussen de Limburgse regio's.

#### Belangrijkste herkomstprovincies vakantiegangers Limburg

1	Zuid-Holland	25%
2	Noord-Brabant	18%
3	Noord-Holland	16%
4	Gelderland	10%
5	Utrecht	7%

### Aantal vakanties in Limburg - naar top 5 belangrijkste herkomstprovincies



Het aantal vakanties door inwoners van de belangrijkste herkomstprovincies, laat over de afgelopen tien jaar een redelijk stabiele ontwikkeling zien.

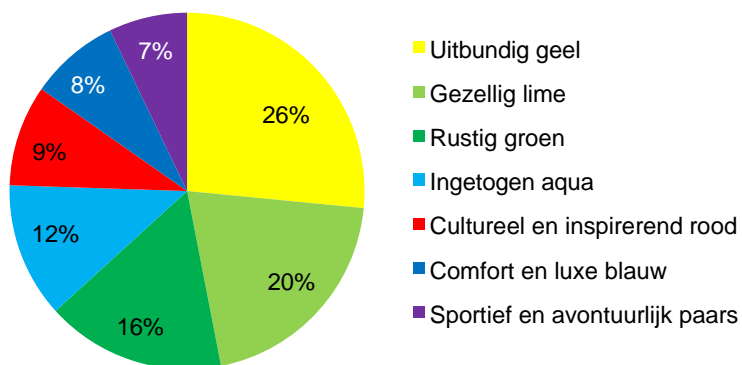
Opvallend is wel dat het aantal vakanties door Gelderlanders en Noord-Hollanders licht dalende is ten opzichte van twee jaar geleden. Daar moet wel bij opgemerkt worden dat de inwoners van deze provincies in 2011 juist bovengemiddeld veel vakanties in Limburg doorbrachten.

## Leefstijlprofiel Nederlandse vakantieganger

De meeste binnenlandse toeristische vakanties in Limburg worden ondernomen door uitbundig gele (namelijk 26%) en gezellig lime vakantiegangers (namelijk 20%). Dit is vergelijkbaar met de gemiddelde Nederlandse vakantieganger.

Rustig groene vakantiegangers gaan (iets) meer dan de gemiddelde Nederlandse vakantieganger op vakantie in Limburg (voornamelijk in Zuid-Limburg) en sportief en avontuurlijk paars en ingetogen aqua vakantiegangers minder dan gemiddeld.

Leefstijlprofiel Nederlandse vakantieganger in Limburg - 2013



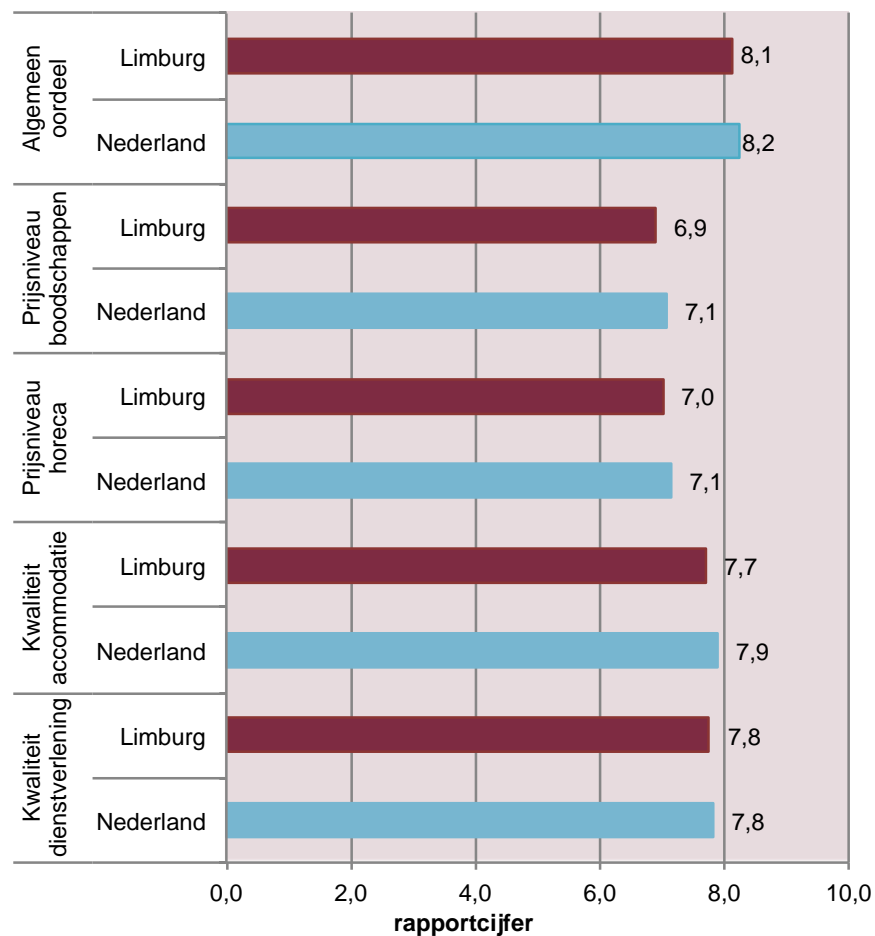
## Uitleg leefstijlen Nederlandse vakantiegangers

<b>Uitbundig geel</b>	Tijdens hun vakantie gaan ze er graag gezellig op uit, met het gezin of met anderen. Een pretpark of dierentuin in de buurt kunnen ze erg waarderen. Ze houden van relaxen en gezelligheid, maar willen toch ook wel actief en sportief bezig zijn. Voor ieder wat wils.
<b>Gezellig lime</b>	Vakantie is voor de lime gasten lekker vrij zijn, rust en ontspanning, even weg van de dagelijkse verplichtingen en dan gezellig met het gezin iets leuks doen: wandelen, fietsen, een leuk plaatsje in de buurt bezoeken.
<b>Rustig groen</b>	Tijdens de vakantie doet rustig groen het liefst rustig aan. Even alles achter je kunnen laten en weg van de dagelijkse beslommeringen. Ze zijn veel in de natuur te vinden, lekker wandelen en fietsen. Verder hebben ze geen bijzondere wensen. Het gewone en herkenbare is juist fijn, vertrouwd.
<b>Ingetogen aqua</b>	Cultuur, natuur en (kalme) sportieve mogelijkheden zijn keywords in de vakantie. Lekker sportief buiten in de natuur zijn. Denk aan wandel- en fietsvakanties. Daarnaast vinden ze het belangrijk om ook kennis op te doen. Ze verdiepen zich graag in streekculturen.
<b>Avontuurlijk en sportief paars</b>	Avontuurlijk paars wil graag iets nieuws beleven of ontdekken in hun vakantie. Gewoon is niet goed genoeg voor deze groep. Ze gaan op zoek naar een bijzondere ervaring. Dat mag een tikje wild zijn - een boomhut of een survivaltent - maar het bijzondere kan 'm ook zitten in het beleven van luxe en exclusiviteit.
<b>Comfort en luxe blauw</b>	Op vakantie gaan is tijd voor zichzelf, de partner en vrienden. Iedereen moet dan uitgebreid kunnen genieten van een relaxte vakantie. Blauwe recreanten houden van een luxe omgeving en exclusiviteit. Ze worden graag goed verzorgd of verwend en vinden een goede organisatie en goede faciliteiten erg belangrijk.
<b>Creatief en inspirerend rood</b>	Ze gaan op vakantie op zoek naar avontuur en uitdaging. Denk aan back-to-basic, maar ook cultuur, watersport en uitgaan, spreekt hen aan. Ze willen nieuwe dingen meemaken en kennis en inspiratie opdoen.



## Waardering door Nederlandse vakantieganger

### Tevredenheid over diverse aspecten van de vakantie in Limburg 2013 (rapportcijfer)

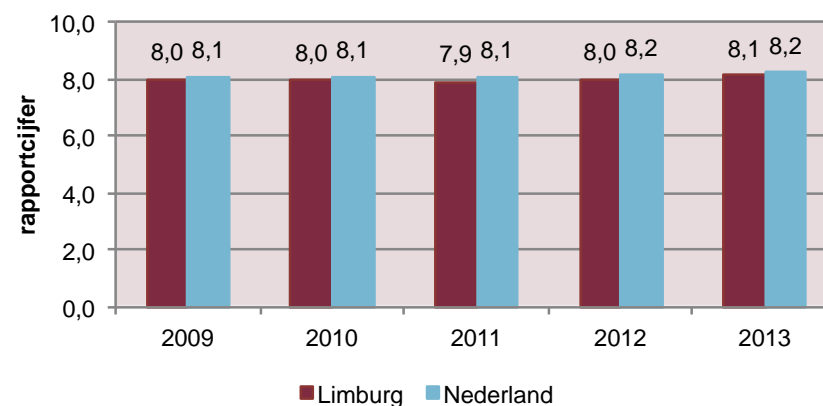


De Nederlandse vakantiegangers beoordelen hun vakantie in Limburg in 2013 met een 8,1. Dit cijfer ligt iets onder het gemiddelde voor Nederland (8,2).

Limburg scoort iets lager dan gemiddeld op de aspecten 'prijsniveau boodschappen' (Limburg 6,9 en Nederland 7,1) en 'kwaliteit accommodatie' (Limburg 7,7 en Nederland 7,9).

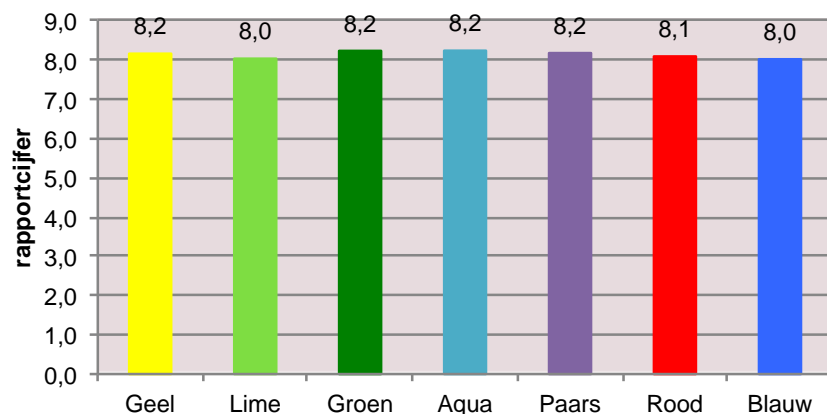
De afgelopen vijf jaar werd Limburg door de Nederlandse vakantiegangers gemiddeld met een 8,0 beoordeeld. Gemiddeld werd een vakantie in eigen land met een 8,1 beoordeeld. Hoewel de verschillen dus klein zijn, scoort Limburg ook voor deze langere periode net iets onder het landelijk gemiddelde.

### Algemeen oordeel vakanties van Nederlanders in Limburg en Nederland



## Waardering op basis van leefstijlprofiel

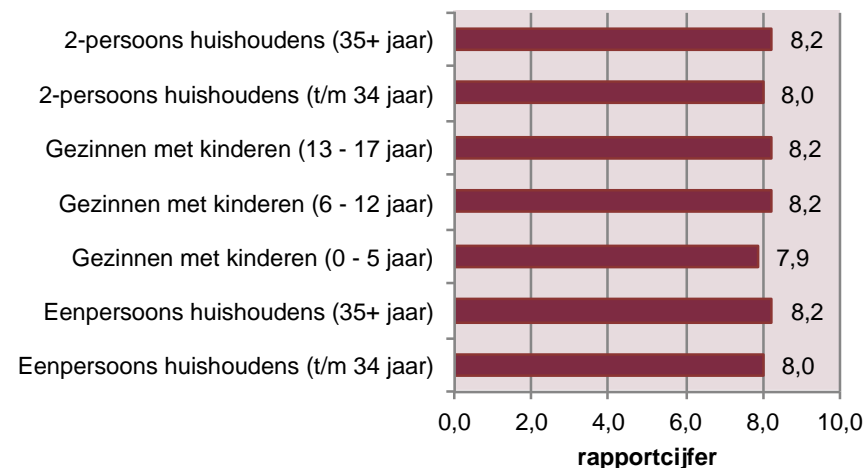
### Algemeen oordeel vakanties van Nederlanders in Limburg - leefstijl 2013



De recreanten met een rode leefstijl waardeerden hun vakantie gemiddeld met een 8,1. Even hoog als de gemiddelde binnenlandse vakantieganger die een bezoek aan Limburg brengt. De vakantiegangers uit de segmenten: geel, groen, aqua en paars beoordelen hun vakantie gemiddeld met een 8,2. Dit is dus net iets hoger dan gemiddeld. Let op; de verschillen in waardering per leefstijl zijn niet groot. Dat ligt waarschijnlijk aan het abstracte niveau waarop de vraag is gesteld en doordat de waardering een gemiddelde is voor de hele provincie.

## Waardering op basis van gezinssamenstelling

### Algemeen oordeel vakanties van Nederlanders in Limburg - gezinssamenstelling 2013



Een vakantie in Limburg werd gemiddeld met een 8,1 beoordeeld in 2013. Tweepersoonshuishoudens van 35 jaar of ouder, gezinnen met oudere kinderen en eenpersoonshuishoudens van 35 jaar of ouder zijn met meest tevreden over hun vakantie in Limburg. Zij geven de provincie een 8,2.

De provincie scoort het laagst onder de gezinnen met jonge kinderen (0-5 jaar), deze groep beoordeelt hun vakantie gemiddeld met een 7,9.

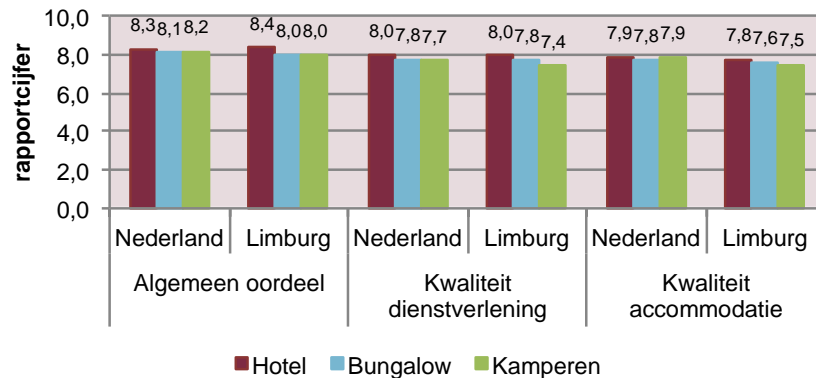
## Waardering op basis van logiesvorm

Zowel in Limburg als in heel Nederland zijn hotelgasten het meest te spreken over hun vakantie. Een hotelvakantie in eigen land wordt gemiddeld met een 8,3 beoordeeld, een hotelvakantie in Limburg met een 8,4.

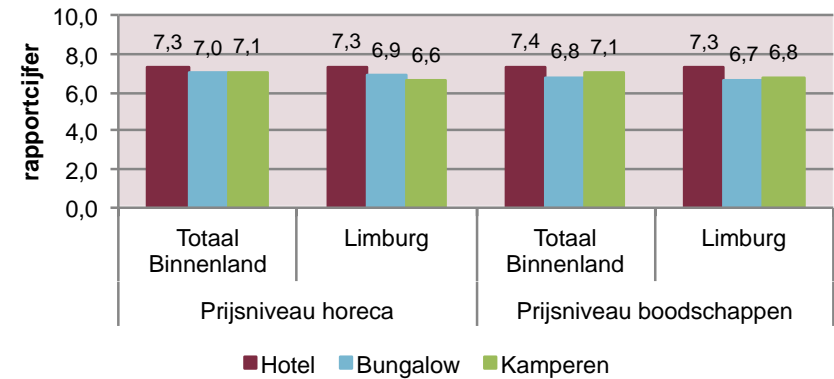
De algemene beoordeling van de bungalow- en kampeervakanties (beide een 8,0) ligt onder het landelijk gemiddelde. Dit is niet alleen terug te zien bij het algemene oordeel over de vakantie, maar ook bij de deelaspecten met betrekking tot kwaliteit en prijsniveau.

Limburg scoort vooral lager bij de tevredenheid over kampeervakanties. Grootse verschillen zijn te zien bij de aspecten 'kwaliteit accommodatie' en 'prijsniveau horeca'. Kampeers beoordelen de kwaliteit van de accommodaties in Limburg met een 7,5, terwijl landelijk een 7,9 gegeven wordt. Limburg scoort op het aspect prijsniveau horeca een 6,6, landelijk geeft de kampeerder het prijsniveau van de horeca een 7,1. Ook op de andere kwaliteitsaspecten krijgt Limburg een lager cijfer dan gemiddeld.

## Boordeling vakanties in Limburg en Nederland - naar logiesvorm 2013

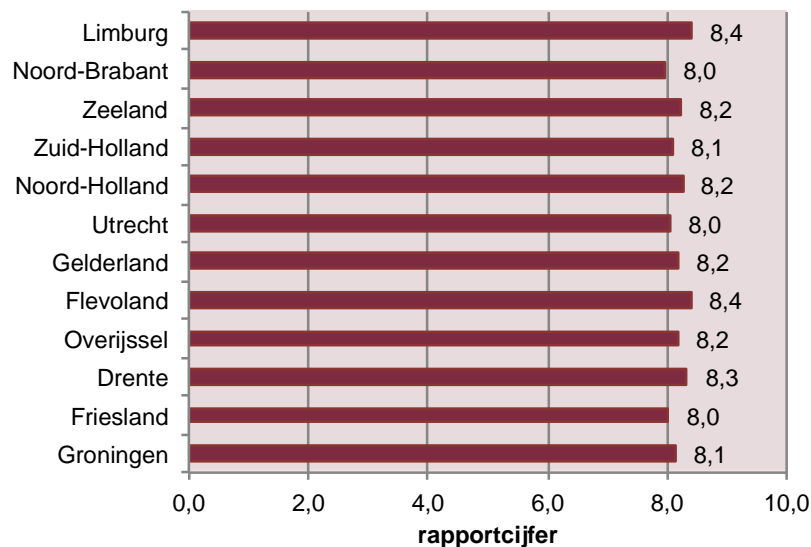


## Boordeling vakanties in Limburg en Nederland - naar logiesvorm 2013



## Waardering op basis van herkomst

### Algemeen oordeel vakanties van Nederlanders in Limburg - herkomstprovincie 2013



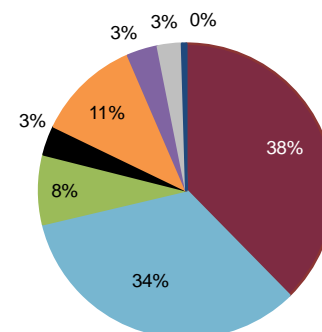
Indien de gemiddelde beoordeling van een vakantie in Limburg wordt afgezet tegen de herkomstprovincie, dan blijkt dat de Limburgers zelf het meest te spreken zijn over hun vakantie in Limburg. Limburgers geven hun vakantie gemiddeld een 8,4 net als de inwoners van Flevoland.

Limburg krijgt het laagste cijfer van de inwoners van Noord-Brabant, Utrecht en Friesland. De inwoners van deze provincies beoordelen hun vakantie in Limburg gemiddeld met een 8,0.

## 5.3 Profiel buitenlandse verblijfsbezoeker

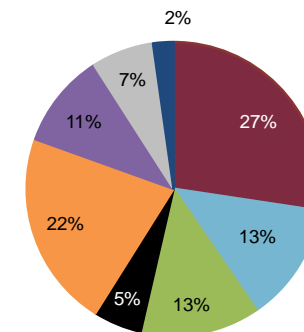
Deze paragraaf gaat in op het profiel van de buitenlandse verblijfs gasten in Limburg, afkomstig uit de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het CBS.

### Herkomstland verblijfsbezoeker Limburg 2013



- Duitsland
- België
- Groot Brittannië
- Frankrijk
- rest europa
- Verenigde Staten
- Azië
- rest wereld

### Herkomstland verblijfsbezoeker Nederland 2013



- Duitsland
- België
- Groot Brittannië
- Frankrijk
- rest europa
- Verenigde Staten
- Azië
- rest wereld

Bijna drie kwart van de buitenlandse verblijfs gasten (zowel zakelijk als toeristisch) in Limburg komt uit Duitsland en België. Groot Brittannië, staat met 8% van de verblijfs gasten op de derde plek qua herkomstlanden. In vergelijking met het gemiddelde voor Nederland, trekt Limburg vooral veel Belgische en Duitse verblijfs gasten. Alleen Zeeland, Zuid-Holland en Noord-Holland trekken meer Duitse verblijfs gasten en Noord-Holland en Noord-Brabant meer Belgische verblijfs gasten.

## 5.4 Imago van Limburg

*Deze paragraaf gaat in op het toeristisch-recreatieve imago van Limburg onder Nederlanders, Vlamingen en Duitsers uit de regio Nordrhein-Westfalen (NRW) en Niedersachsen (NS). Zowel bezoekers als niet-bezoekers is ondervraagd. De gegevens komen uit onderzoek in 2013 uitgevoerd door NBTC naar de kracht van regiomerken (de provincies) in Nederland.*

### Toeristisch-recreatief imago

Limburg heeft het sterkste toeristisch-recreatief imago in Nederland en Vlaanderen ten opzichte van andere provincies. Limburg scoort bij Vlamingen en Nederlanders het hoogste van alle provincies op imago-aspecten als:

- aantrekkelijk landschap
- veelheid aan historische monumenten en gebouwen
- het graag bezoeken van de provincie voor een korte vakantie
- mogelijkheden om te ondernemen qua attracties, dierentuinen etc. (alleen hoogste bij Vlamingen)
- mogelijkheden om te recreëren zoals wandelen en fietsen (alleen hoogste bij Nederlanders)

Ook wat betreft bruisende steden scoort Limburg hoog bij Vlamingen en Nederlanders. In tegenstelling tot Vlamingen en Nederlanders heeft Limburg een niet zo'n sterk toeristisch-recreatief imago bij Duitsers (uit Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen).

Limburg scoort bij deze Duitsers juist laag op imago-aspecten als:

- aantrekkelijk landschap
- mogelijkheden om te recreëren, zoals fietsen en wandelen
- mogelijkheden om te ondernemen (qua attracties, dierentuinen etc.)

### Imago van inwoners

De inwoners van Limburg worden door Vlamingen gezien als het meest vriendelijk en gastvrij – ten opzichte van andere provincies - in Nederland. Ook Nederlanders vinden, na Noord-Brabanders Limburgers de meest vriendelijke en gastvrije inwoners. Bij Duitsers (uit NRW en NS) heeft Limburg een beperkt inwoner-imago ten opzichte van andere provincies.

### Culturele imago

Limburg heeft het sterkste culturele imago in Nederland en Vlaanderen ten opzichte van andere provincies. Denk aan het rijke aanbod aan historisch en cultureel erfgoed, streekproducten, uitgebreid aanbod aan hedendaagse culturele activiteiten en aansprekende culturele evenementen. Bij Duitsers heeft Limburg een beperkt cultureel imago ten opzichte van andere provincies.

### Associaties met Limburg

Limburg wordt door Nederlanders met name geassocieerd met Maastricht, en het heuvelachtige landschap. Ze zien dus het meeste Zuid-Limburg voor zich. Vlamingen noemen vooral Maastricht, groen, natuur, fietsen en gastvrij. De associaties van Duitsers (uit NRW en NS) zijn heel anders. De meest genoemde associatie is kaas. Daarna worden einkaufen, Venlo, Maastricht en Roermond genoemd.

Spontane associaties van Nederlanders bij Limburg



Spontane associaties van Vlamingen bij Limburg

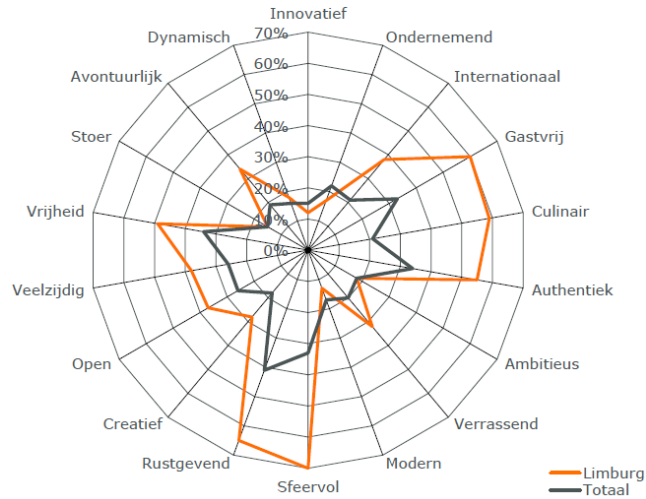


Spontane associaties van Duitsers bij Limburg



## Kernwaarden die bij Limburg passen (% past helemaal)

### Volgens Nederlanders

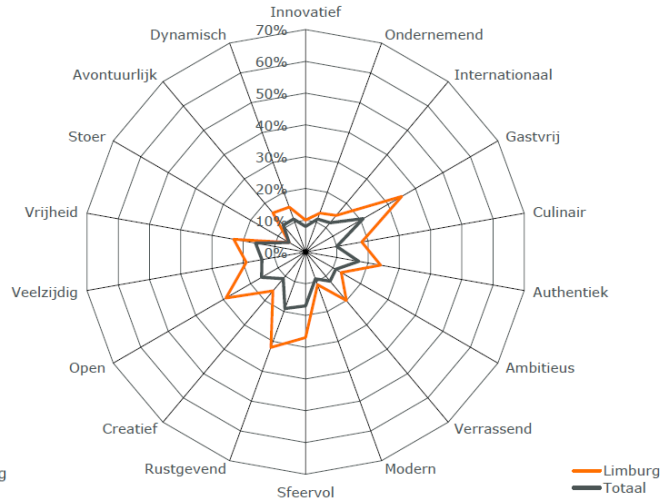


Nederlanders vinden de volgende kernwaarden het meeste bij Limburg passen:

sfeervol  
rustgevend  
culinair

Limburg scoort op bijna alle kernwaarden hoger dan de gemiddelde score van alle provincies samen.

### Volgens Vlamingen

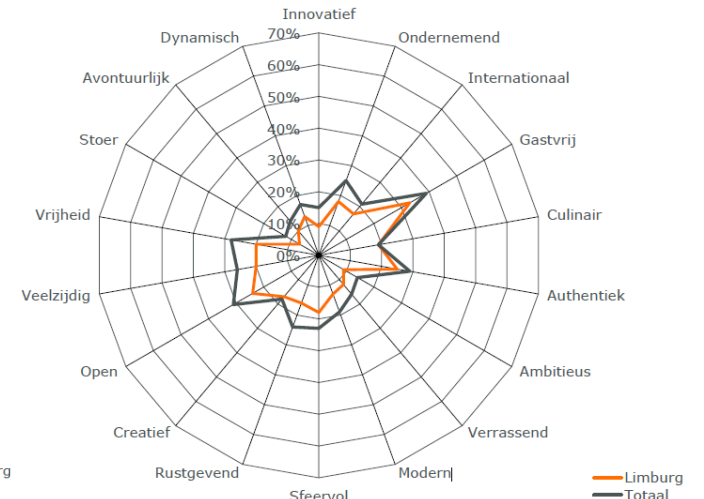


Vlamingen vinden de volgende kernwaarden het meeste bij Limburg passen:

gastvrij  
rustgevend  
open

Limburg scoort op alle kernwaarden boven het gemiddelde van alle provincies met uitzondering van stoer.

### Volgens Duitsers



Duitsers uit NRW en NS vinden de volgende kernwaarden het meeste bij Limburg passen:

gastvrij  
open  
authentiek

Limburg scoort op alle kernwaarden net onder het gemiddelde van alle provincies. Op culinair gebied op het gemiddelde.

## 6. Regio's in beeld

In dit hoofdstuk wordt ingezoomd op de Limburgse regio's. Daarbij wordt alleen onderscheid gemaakt tussen Noord-Limburg, Midden-Limburg en Zuid-Limburg. In dit hoofdstuk komen dezelfde thema's aan de orde als in de voorgaande hoofdstukken.

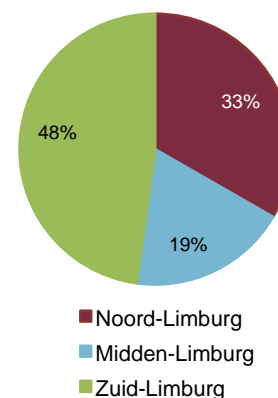
### 6.1 Vakanties van Nederlanders per regio

Deze paragraaf gaat in op de ontwikkeling van het aantal toeristische vakanties en overnachtingen van Nederlanders. De cijfers komen uit het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research.

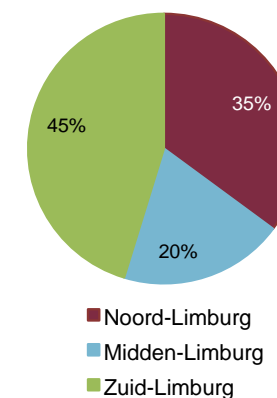
#### Vakanties en overnachtingen Nederlanders

Nederlanders hebben in 2013 in totaal ongeveer 2 miljoen vakanties doorgebracht in Limburg. Daarvan zijn er 954.000 (48%) in Zuid-Limburg ondernomen, 664.000 (33%) in Noord-Limburg en 375.000 (19%) in Midden-Limburg. Het aantal vakanties en overnachtingen ontwikkelt zich de afgelopen vijf jaar positief in Midden- en Zuid-Limburg. In Noord-Limburg is sprake van een daling van het aantal vakanties en overnachtingen.

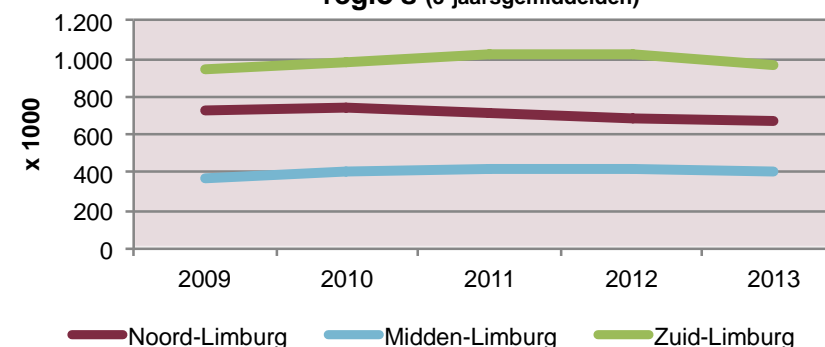
Vakanties per Limburgse regio 2013



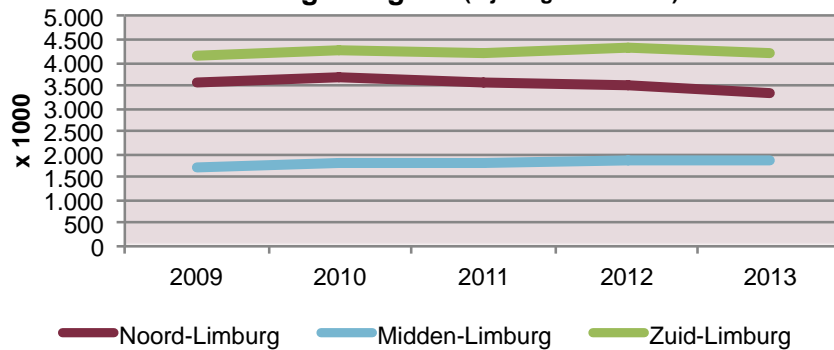
Overnachtingen per Limburgse regio 2013



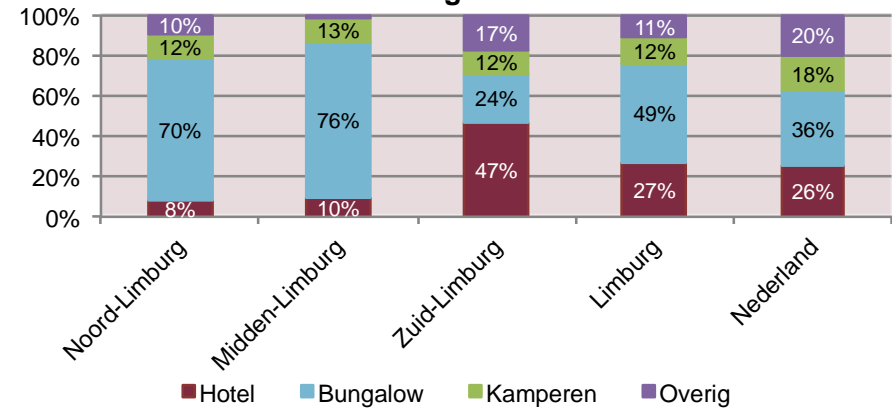
Vakanties van Nederlanders in de Limburgse regio's (3-jaarsgemiddelden)



### Overnachtingen van Nederlanders in de Limburgse regio's (3-jaarsgemiddelden)



### Verdeling vakanties per soort logiesvorm naar regio - 2013



### Vakantieduur en logiesvorm

#### Gemiddelde verblijfsduur 2013 (nachten)

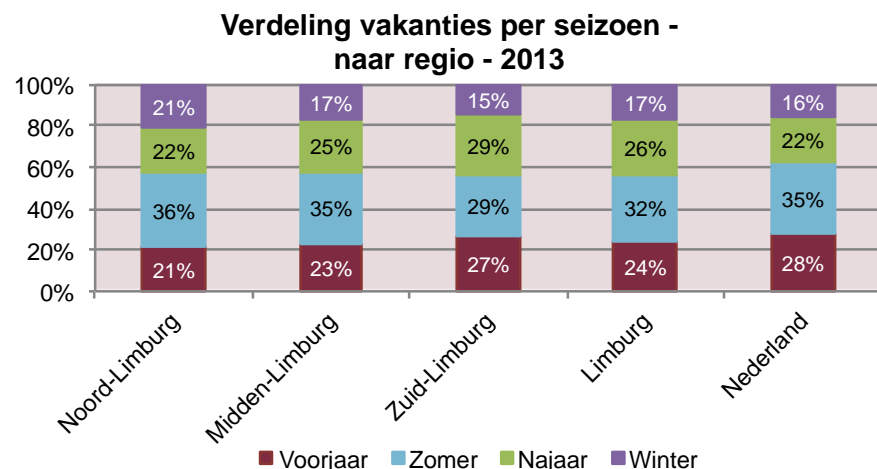
Limburg totaal	5,7
Noord-Limburg	6,0
Midden-Limburg	5,9
Zuid-Limburg	5,5

De gemiddelde verblijfsduur in 2013 is relatief laag in Zuid-Limburg, omdat er significant meer korte vakanties ondernomen worden in deze regio. Met name in Maastricht is de gemiddelde verblijfsduur aanzienlijk korter dan gemiddeld (gemiddeld 3 nachten in de periode 2011-2013). In Noord- en Midden-Limburg ligt is het aandeel middellange vakanties juist significant hoger dan gemiddeld.

Hotelvakanties zijn in Zuid-Limburg duidelijk populairder dan gemiddeld in Limburg, in Noord- en Midden-Limburg wordt juist vaker voor een bungalowvakantie gekozen. Dit is deels te verklaren omdat er ook veel slaapplekken in hotels in Zuid-Limburg zijn en veel bungalowparken in Noord-Limburg. Maar het is opvallend dat het aandeel vakanties in deze hotels in Zuid-Limburg en bungalowparken in Noord-Limburg groter is dan het aandeel slaapplekken in betreffende logiesvormen. Het lijkt er dus op dat de overige logiesvormen (kampeerterreinen en groepsaccommodaties) dus minder vaak bezet zijn dan de hotels en bungalowparken.



## Spreiding over de seizoenen



Bijna één derde van de vakanties die Nederlanders in Limburg doorbrengen wordt in de zomer (juli, augustus, september) ondernomen. Dit percentage ligt iets onder het landelijk gemiddelde van 35%. In Noord- en Midden-Limburg is het aandeel van de zomer vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde, in Zuid-Limburg worden – procentueel – minder vakanties in de zomer doorgebracht (29% van alle vakanties).

Provincies en regio's die een relatief groot deel van hun bezoekers in de zomermaanden ontvingen zijn: Friesland (44% van alle vakanties), de Waddeneilanden (40%), Zeeland (39%) en Overijssel (38%). In de zomermaanden worden in Friesland vooral veel vakanties op een boot ondernomen. De Waddeneilanden en Zeeland profiteren duidelijk van hun ligging aan de kust. Overijssel trekt relatief veel vakantiegangers in de zomer vanwege het grote aanbod van – kindvriendelijke - campings. Gezinnen met kinderen gaan relatief vaak in de zomermaanden op vakantie en zij kiezen vaak voor een kampeervakantie.

Zuid-Limburg wordt wat vaker dan gemiddeld in het najaar (oktober, november, december) bezocht. Dit is ook de tijd waarin Magisch Maastricht en Kerstmarkt Valkenburg plaatsvinden. In de wintermaanden (januari, februari, maart) wordt de regio minder bezocht. Een mogelijke verklaring hiervoor is het feit dat diverse hotels in het Heuvelland in de wintermaanden gesloten zijn. Zo waren bijvoorbeeld in januari 2012 en 2013 in Zuid-Limburg 50 hotels gesloten. Ook was het een relatief koude winter voor bijvoorbeeld stedentrips.

## Motief vakanties

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de omschrijvingen die de Nederlandse vakantiegangers het best bij hun vakantie in Limburg vinden passen. Er zijn duidelijke verschillen te zien tussen de Limburgse regio's.

### Typering vakantie per regio (2013)

#### Noord-Limburg

1	Ontspanning, rust, gezelligheid	23%
2	N.a.v. bijzondere gelegenheid	15%
3	Sportieve/actieve vakantie	13%
4	Vakantie met vrienden/familie/etc.	12%
5	Op natuur gerichte vakantie	10%

#### Midden-Limburg

1	Ontspanning, rust, gezelligheid	19%
2	N.a.v. bijzondere gelegenheid	15%
3	Vakantie met vrienden/familie/etc.	14%
4	Sportieve/actieve vakantie	11%
5	Op natuur gerichte vakantie	10%

#### Zuid-Limburg

1	Stedenvakantie	21%
2	Op natuur gerichte vakantie	20%
3	Sportieve/actieve vakantie	10%
4	Ontspanning, rust, gezelligheid	9%
5	Vakantie met vrienden/familie/etc.	7%

Noord- en Midden-Limburg worden beide vaak bezocht met een 'sociaal' motief. De vakantieganger is op zoek naar ontspanning, rust en gezelligheid, bezoekt Limburg vanwege een speciale gelegenheid of is met familie en vrienden op pad. In Zuid-Limburg kiest de vakantieganger vaker specifiek voor de regio vanwege de natuur of de aanwezigheid van een stad. Niet het reisgezelschap is het belangrijkste, maar de activiteit of de omgeving.










### Populairste activiteiten

#### Top 10 populairste activiteiten tijdens vakantie in Limburg

	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
1 Uit eten gaan (in restaurant)	64%	(-) 55%	(+) 76%
2 Wandelingen maken	(-) 55%	67%	63%
3 Funshopping (winkelen voor plezier)	44%	49%	45%
4 Zwemmen	(+) 63%	(+) 62%	17%
5 Bezoek aan bezienswaardige gebouwen	(-) 17%	(-) 20%	(+) 44%
6 Bezoek aan natuurreservaat, natuurgebied	(-) 18%	24%	(+) 28%
7 Tochtjes met de fiets	21%	(+) 27%	(-) 12%
8 Uitgaan (café \ discotheek)	8%	(-) 5%	(+) 14%
9 Bezoek aan museum, oudheidkamer	8%	(-) 4%	(+) 14%
10 Bezoek aan pretpark, attractiepark	(+) 14%	8%	(-) 5%

(+) = significant populairder dan gemiddeld in Limburg (-) = significant minder populair dan gemiddeld in Limburg

#### Populairste activiteiten tijdens vakantie - per Limburgse regio

Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
 Uit eten gaan 64%	 Wandelen 67%	 Uit eten gaan 76%
 Zwemmen 63%	 Zwemmen 62%	 Wandelen 63%
 Wandelen 55%	 Uit eten gaan 55%	 Funshoppen 45%

## 6.2 Verblijfsbezoek buitenlanders per regio

*Deze paragraaf beschrijft het aantal gasten en overnachten van buitenlandse verblijfsbezoekers in Limburg. Het onderliggende CBS Onderzoek Statistiek Logiesaccommodaties rapporteert sinds 2013 het aantal gasten en overnachtingen niet op het niveau van de Limburgse regio's. In de oude statistiek logiesaccommodaties was wel informatie beschikbaar voor Zuid-Limburg en geheel Limburg en impliciet dus ook voor Noord- en Midden Limburg samen (aantallen Limburg totaal minus aantallen Zuid-Limburg). Voor het berekenen van het aantal buitenlandse gasten en overnachtingen in de Limburgse regio is gebruikt gemaakt van:*

- *de verhouding gasten en overnachtingen Zuid-Limburg – rest Limburg in 2012 (CBS, Statistiek Logiesaccommodaties oud 2012).*
- *de verdeling van het aantal slaapplekken in Noord- en Midden-Limburg in 2013 (CBS, Statistiek Logiesaccommodaties 2013).*

De provincie Limburg is in 2013 bezocht door 837.000 buitenlandse gasten. Dit zijn zowel gasten met een toeristisch, als gasten met een zakelijk bezoekmotief. Deze buitenlandse gasten brengen in totaal ruim 2,3 miljoen nachten door in de provincie Limburg. Ruim 70% van de verblijfs gasten komt uit België of Duitsland.

Uit de regionale analyse blijkt dat voor alle regio's het aantal buitenlandse gasten én overnachtingen in de laatste vijf jaar is toegenomen. Zuid-Limburg heeft de grootste stijging in het aantal gasten én overnachtingen. Doordat de gasten in Zuid-Limburg relatief vaak korter (in hotels) verblijven en in Noord-Limburg langer vanwege de bungalowvakanties, vinden in Noord-Limburg de meeste overnachtingen plaats.

### Aantal buitenlandse gasten per Limburgse regio (x1000)

	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
2009	250	133	283
2010	257	126	316
2011	273	131	323
2012	282	173	370
2013	299	163	375

### Aantal overnachtingen van buitenlandse gasten per Limburgse regio (x1000)

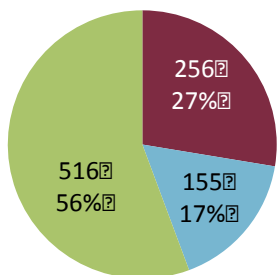
	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
2009	917	488	522
2010	954	466	571
2011	976	468	621
2012	977	598	722
2013	1.082	590	767

## 6.3 Verblijfsaanbod per regio

Deze paragraaf behandelt het verblijfsaanbod per regio, afkomstig van het CBS Onderzoek Statistiek Logiesaccommodaties. Sinds 2012 zit hierin voor het eerst kleinschalig aanbod zoals verblijfsrecreatie bij de boer en huisjesterreinen en groepsaccommodaties tussen 10 en 20 slaapplekken. Hotels met minimaal 5 bedden werden al meegenomen. Hierdoor ontstaat een completer aanbodbeeld per regio dan in voorgaande trendrapportages. Ook is een andere analysemethode toegepast. Door deze trendbreuk is één op één vergelijking met voorgaande jaren niet mogelijk.

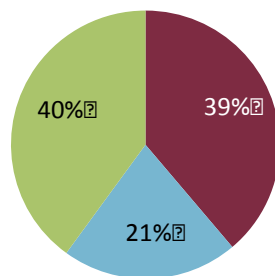
Zuid-Limburg heeft het grootste aandeel aan accommodaties en slaapplekken van de drie regio's in Limburg.

**Verdeling accommodaties naar Limburgse regio 2013**  
(Limburg totaal: 927)



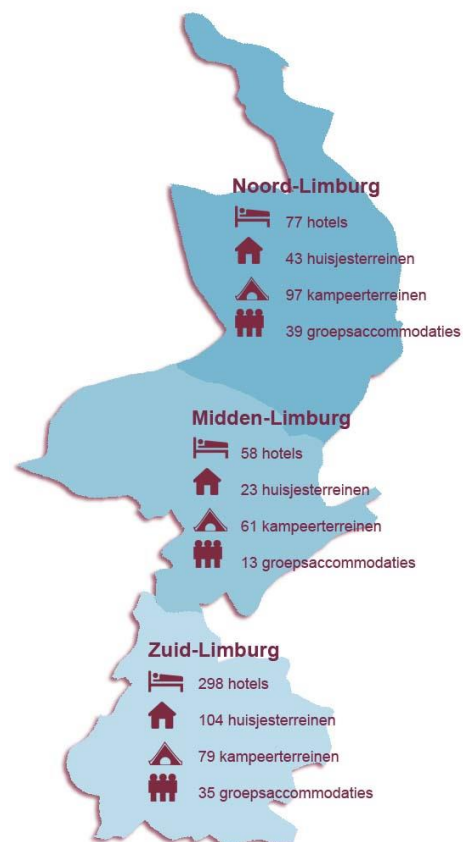
■ Noord-Limburg  
■ Midden-Limburg  
■ Zuid-Limburg

**Verdeling slaapplekken naar Limburgse regio 2013**  
(Limburg totaal: 143.862)

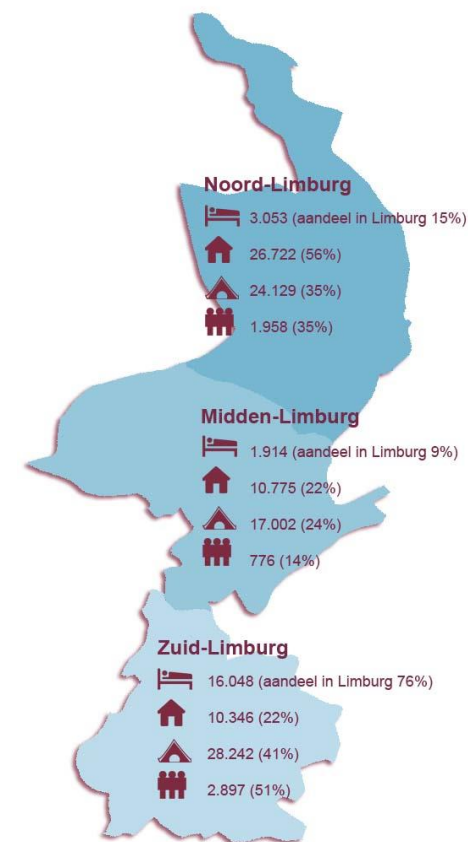


■ Noord-Limburg  
■ Midden-Limburg  
■ Zuid-Limburg

**Aantal accommodaties per regio - 2013**



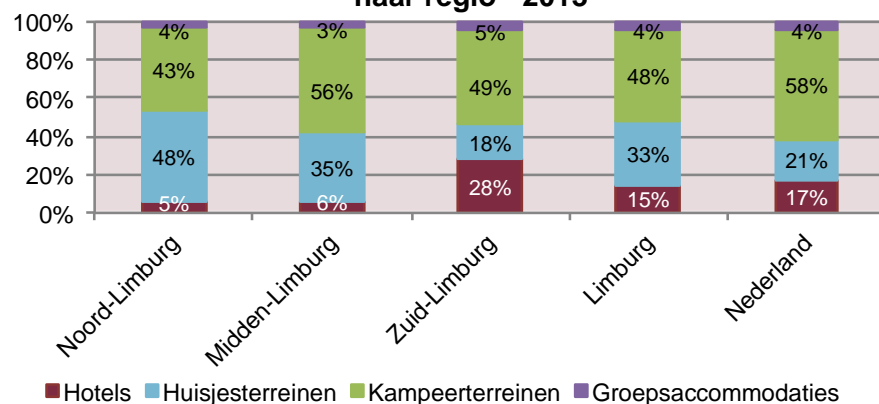
**Aantal slaapplekken per regio en aandeel binnen Limburg - 2013**



Zuid-Limburg heeft het grootste aanbod qua slaapplekken in hotels, op kampeerterreinen en in groepsaccommodaties. Noord-Limburg heeft vooral veel slaapplekken op huisjesterreinen, deze huisjesterreinen zijn gemiddeld groter dan in Zuid-Limburg. In Maastricht zijn bijna alleen maar hotelkamers te vinden.

Noord-Limburg heeft de meeste boerencampings aangesloten bij VEKABO, namelijk 29, Zuid-Limburg heeft er 21 en Midden-Limburg 16. Qua hotelkamers heeft Zuid-Limburg de meeste kamers, namelijk 7.405 kamers, Noord-Limburg 1.399 kamers en Midden-Limburg 883 kamers.

**Verdeling slaapplekken naar soort logiesvorm naar regio - 2013**



Zuid-Limburg heeft verhoudingsgewijs veel slaapplekken in hotels, Midden-Limburg veel op campings en Noord-Limburg veel op huisjesterreinen. Limburg heeft verhoudingsgewijs sowieso veel slaapplekken op huisjesterreinen.

## 6.4 Uitstapjes per regio

*Deze paragraaf gaat in op de daguitstapjes van Nederlanders in de regio's. Cijfers zijn afkomstig van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) conform de afbakening in de Landelijke R&T Standaard. Het betreft uitstapjes in de periode van 4 mei 2012 en 1 mei 2013. Uitstapjes naar de Floriade en WK Wielrennen zijn dus meegenomen. In bijlage 2 staat meer informatie over de gehanteerde afbakening en de indeling van activiteiten in clusters. Onder (dag)uitstapje wordt verstaan: recreatieve activiteiten waarvoor men tenminste twee uur van huis is zonder dat daarbij een overnachting elders plaatsvindt.*

### Totaal uitstapjes

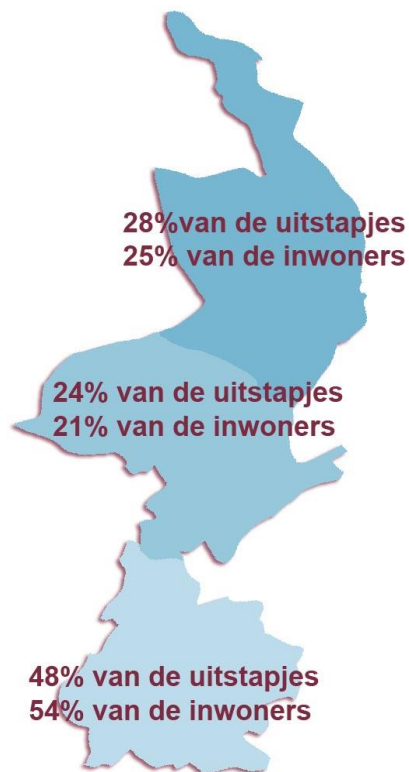
Voor heel Nederland en Limburg geldt dat het aantal uitstapjes tussen 4 mei 2012 en 1 mei 2013 gegroeid is ten opzichte van de vorige meting (2010/2011).

Uit de regionale cijfers voor Limburg blijkt dat het aantal uitstapjes in Noord-Limburg eveneens is gestegen. Een positieve bijdrage hieraan leverde de Floriade ongeveer 1 miljoen Nederlandse bezoekers van de 2 miljoen totaal bezoekers. Het aantal uitstapjes in Midden- en Zuid-Limburg (ondanks het WK Wielrennen) is gedaald ten opzichte van 2010/2011. Opvallend is daarbij wel dat er in Midden-Limburg in de periode van 2008/2009 tot 2010/2011 – tegen de landelijke ontwikkeling in – sprake was van een groei van het aantal uitstapjes.

### Aantal uitstapjes per Limburgse regio (x mln)

	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
2008/2009	30,5	21,4	60,5
2010/2011	25,3	28,3	57,8
2012/2013	31,1	26,3	52,9

Van alle uitstapjes in Limburg in 2012/2013 wordt 28% ondernomen in Noord-Limburg, 24% in Midden-Limburg en 48% in Zuid-Limburg. Het aantal uitstapjes in een regio hangt sterk samen met het aantal inwoners van de regio, omdat driekwart van de uitstapjes binnen een straal van 20 kilometer rondom de eigen woning wordt ondernomen. Een kwart van de inwoners woont in Noord-Limburg, 21% in Midden-Limburg en 54% van de Limburgers woon in Zuid-Limburg.

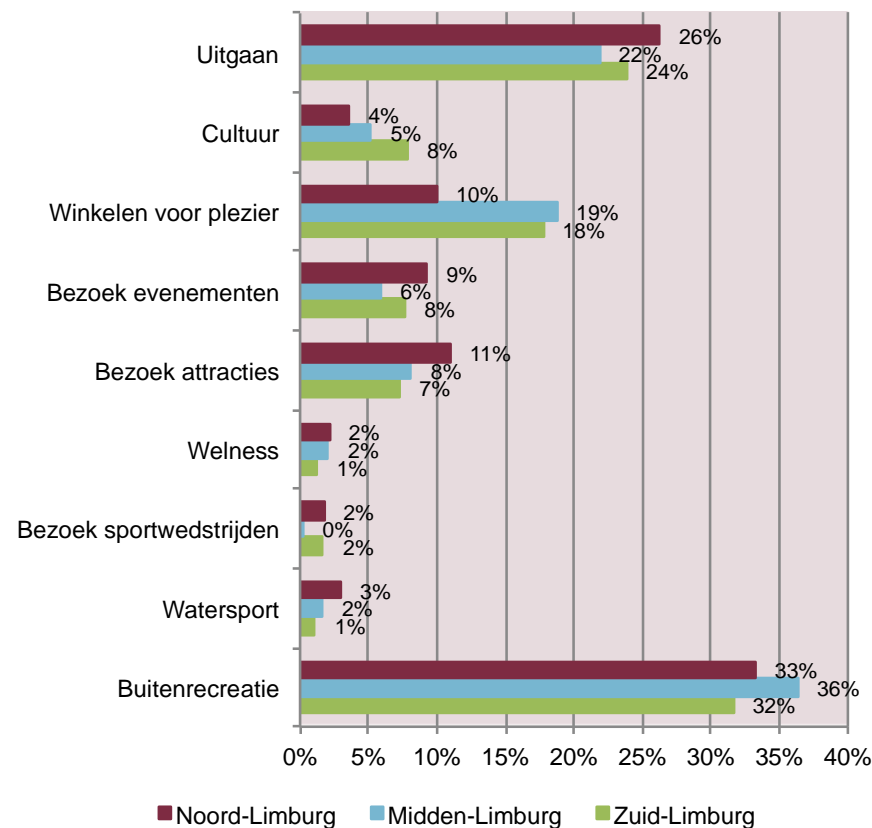


In Midden- en Noord-Limburg worden ten opzichte van het aantal inwoners veel uitstapjes ondernomen. Met name winkelen voor het plezier en buitenrecreatie is populairder dan gemiddeld. In Zuid-Limburg worden minder uitstapjes in de eigen regio ondernomen. Een mogelijke verklaring is dat Zuid-Limburgers ook veel over de grens naar bijvoorbeeld Duitse steden gaan.

### Uitstapjes naar soort activiteit (cluster)

Uitstapjes in de clusters 'uitgaan' (onder andere uit eten gaan en uitgaan in een bar) en 'buitenrecreatie' (onder andere fietsen en wandelen) worden in iedere Limburgse regio het meest uitgevoerd. In Noord-Limburg staat het 'bezoeken van attracties' op de derde plaats, terwijl in Midden- en Zuid-Limburg 'winkelen voor het plezier' op de derde plek staat.

Uitstapjes van Nederlanders in de Limburgse regio's - aandeel clusters in totaal regio



## Populairste uitstapjes

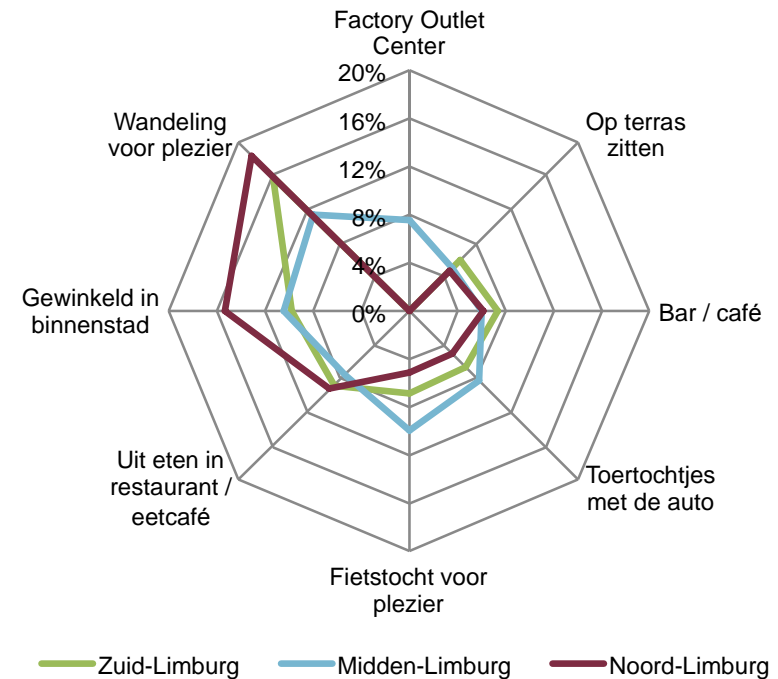
Winkelen voor het plezier is Midden- en Zuid-Limburg beduidend populairder dan gemiddeld in Limburg. Dit komt mede door de binnenstad Maastricht en Designer Outlet Roermond. In Noord-Limburg wordt relatief vaak een bezoek gebracht aan evenementen (zoals de Floriade in die periode) of attracties (zoals Toverland). In Zuid-Limburg worden relatief veel culturele uitstapjes ondernomen. Opvallend is dat waterrecreatieve uitstapjes in Midden-Limburg met de Maasplassen niet populairder is dan in de andere regio's.

Bovenstaande grafiek geeft inzicht in de populariteit van de clusters van uitstapjes. De rechter grafiek zoomt in op de uitstapjes zelf.

Populairste activiteiten in Noord-Limburg zijn wandelen (18% van de activiteiten), winkelen in de binnenstad (15%) en uit eten gaan in een restaurant (9%). Hetzelfde geldt voor Zuid-Limburg: tijdens 16% van de uitstapjes wordt gewandeld, tijdens 10% gewinkeld en tijdens 9% uit eten gegaan.

In Midden-Limburg zijn wandelen (11%), winkelen in de binnenstad (10%) en fietsen (10%) het meest in trek. Uiteraard scoort in deze regio ook het bezoeken van een Factory Outlet Center hoog (8%).

## Uitstapjes van Nederlanders in de Limburgse regio's - min 5% van de activiteiten



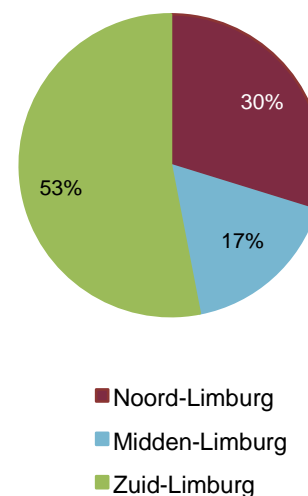
## 6.5 Economisch belang per regio

*Deze paragraaf behandelt als eerste de bestedingen tijdens vakanties en daguitstapjes conform de Landelijke R&T Standaard. Deze cijfers zijn afkomstig van het ContinuVrijetijdsOnderzoek en ContinuVakantieOnderzoek van NBTC-NIPO Research. Vervolgens gaat de paragraaf in op het aantal toeristisch-recreatieve bedrijven en werkgelegenheid, conform de Landelijke R&T Standaard. Meer informatie hierover staat in bijlage 3. De werkgelegenheidsgegevens betreffen fulltime, parttime en uitzendbanen en geen FTE. Cijfers zijn afkomstig van het Vestigingenregister Limburg met de peildatum 1 april (dus exclusief seizoenswerkgelegenheid).*

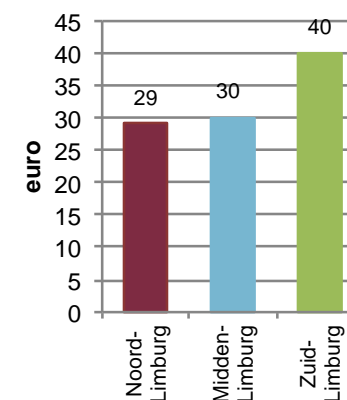
### Bestedingen tijdens vakanties van Nederlanders

Nederlanders hebben in 2013 in totaal 390 miljoen euro uitgegeven aan vakanties in Limburg, ruim de helft (53%) daarvan komt in Zuid-Limburg terecht. De dagelijkse bestedingen liggen tijdens vakanties in Zuid-Limburg aanmerkelijk hoger dan tijdens vakanties in de andere Limburgse regio's. Gemiddeld wordt per persoon per dag tien euro meer besteed. Dit komt voornamelijk doordat Nederlanders in Zuid-Limburg in hotels verblijven en de kosten daarvan per overnachting relatief hoog zijn. In Maastricht liggen de bestedingen gemiddeld zelfs nóg een tientje hoger.

**Bestedingen aan vakanties van Nederlanders per Limburgse regio 2013**



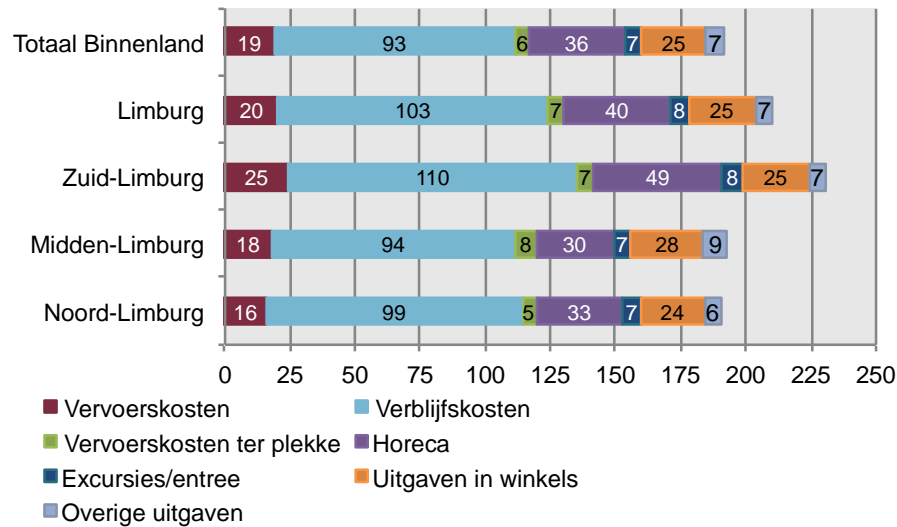
**Bestedingen per persoon per dag per Limburgse regio 2013 (euro)**



Nederlanders geven gemiddeld 34 euro per persoon per dag uit in Limburg, in 2012 lag dit 2 euro hoger. Vooral in Zuid-Limburg is er sprake van een daling (40 euro per persoon per dag in 2012 t.o.v. 47 euro in 2013). Het lijkt erop dat met name in het Heuvelland en Maastricht de bestedingen gedaald zijn. De hotelprijzen in de regio staan onder druk, onder andere doordat hotels – vanwege het grote hotelaanbod in de regio – zich genooddaakt voelen mee te doen aan acties van aanbiedingswebsites zoals Groupon.

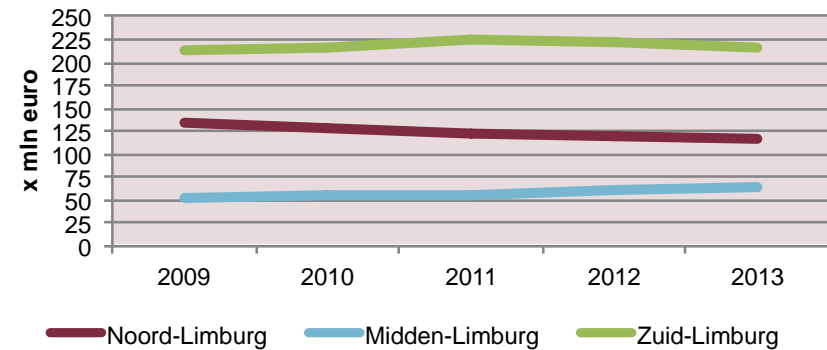


### Opbouw kosten vakantie - naar regio - 2013



Bovenstaande grafiek laat zien hoe de kosten van de vakanties in de Limburgse regio's zijn opgebouwd. In vergelijking met het gemiddelde voor Nederland wordt er in Noord-Limburg minder uitgegeven in de horeca, maar de uitgaven aan de accommodatie liggen juist iets boven het landelijk gemiddelde. In Midden-Limburg liggen de bestedingen in de horeca eveneens onder het landelijk gemiddelde, maar in winkels wordt juist meer dan gemiddeld uitgegeven. In Zuid-Limburg wordt het meest uitgegeven aan een vakantie, deze hogere kosten hebben vooral te maken met hogere verblijfskosten en meer uitgaven in de horeca.

### Bestedingen tijdens vakanties van Nederlanders in de Limburgse regio's (3-jaarsgemiddelden)

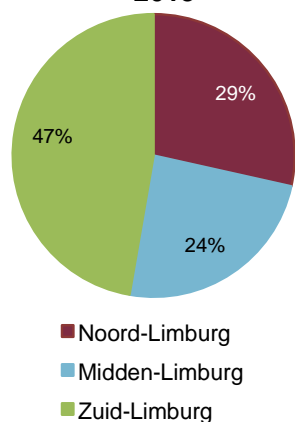


De bestedingen tijdens vakanties van Nederlanders ontwikkelen zich de afgelopen 5 jaar positief in Midden-Limburg. In Zuid-Limburg is, na een positieve ontwikkeling in de periode 2009-2011, sprake van een lichte afname van de bestedingen. In Noord-Limburg nemen de bestedingen licht af. Deze daling wordt veroorzaakt door de daling van het aantal vakanties, de bestedingen per persoon per dag zijn niet afgenomen.

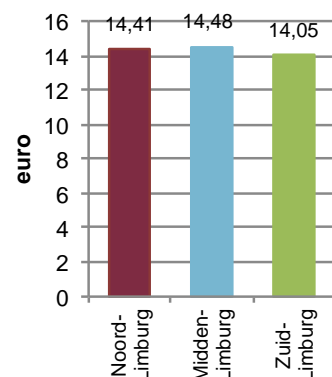
## Bestedingen tijdens uitstapjes van Nederlanders

Nederlanders geven in 2013 in totaal 1,62 miljard euro uit tijdens uitstapjes aan Limburg.

**Bestedingen tijdens uitstapjes Limburgse regio 2013**



**Bestedingen per uitstapje per Limburgse regio 2013 (euro)**



Bijna de helft van de uitgaven tijdens uitstapjes wordt gedaan in de regio Zuid-Limburg, een bedrag van circa 744 miljoen euro. In Midden-Limburg wordt circa 381 miljoen euro uitgegeven (24%) en in Noord-Limburg 448 miljoen euro (29%). Het verschil tussen de som van deze regionale bedragen en het totaal voor Limburg wordt veroorzaakt doordat voor een deel van de uitstapjes onbekend is in welke regio deze zijn ondernomen.

De bestedingen per uitstapje zijn het hoogst in Midden-Limburg, dit komt met name omdat daar meer uitgegeven wordt in winkels. In Zuid-Limburg wordt minder besteed aan toegangsprijzen voor het uitstapje.

## Toeristisch-recreatieve bedrijven per regio

Zuid-Limburg heeft de meeste R&T bedrijven, voornamelijk veel in horeca en cultuur, recreatie en amusement. Het aantal bedrijven is in elke regio gegroeid de laatste 5 jaar, in Midden-Limburg het sterkste met 9,6%, in Zuid-Limburg met 7,5% en in Noord-Limburg met 7,2%.

In alle regio's is vooral het aantal bedrijven in de cultuur, sport, logies en vervoerssector tussen 2009 en 2013 toegenomen. In bijlage 3 staat een overzicht van het soort bedrijven dat hieronder valt.

Aantal R&T bedrijven per regio	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
Cultuur, recreatie en amusement	290	690	4.036
Detailhandel/groothandel	120	130	270
Horeca	720	750	1.900
Logiesverstrekking	210	120	500
Sport	270	250	460
Vervoer	130	150	370
Overig	190	180	390
<b>Totaal</b>	<b>1.930</b>	<b>1.830</b>	<b>4.560</b>

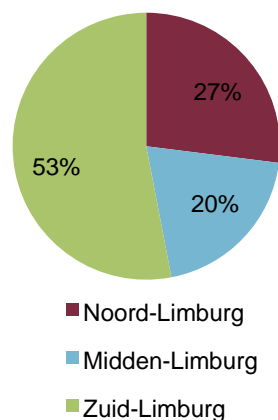
*\*het aantal logiesbedrijven is lager dan volgens SLA (zie verblijfsaanbod). Een van de verklaringen is dat verblijfsrecreatie bij de boer niet als hoofdactiviteit is opgenomen in het Vestigingenregister en daardoor niet zijn meegenomen in de telling.*

## Toeristisch-recreatieve werkgelegenheid per regio

Zuid-Limburg heeft het grootste aandeel toeristisch-recreatieve werkgelegenheid van de regio's in Limburg, namelijk 53%. Dit zijn in 2013 19.497 banen. Maastricht heeft een aandeel van 15% in de totale toeristisch-recreatieve werkgelegenheid in Limburg (met 5.680 R&T banen) en een aandeel van 29% in de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid in Zuid-Limburg

Noord-Limburg heeft 10.172 toeristisch-recreatieve banen en Midden-Limburg heeft het kleinste aandeel met 7.479 banen.

**Aandeel regio's in totaal R&T banen in Limburg (totaal = 37.148)**

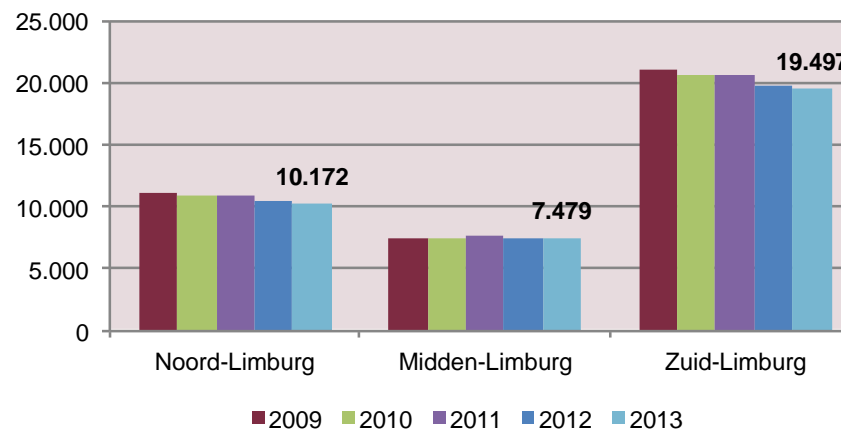


## Ontwikkeling werkgelegenheid

In Noord- en Zuid-Limburg is het aantal toeristisch-recreatieve banen licht dalende, met respectievelijk 8,4% en 7,5% tussen 2009 en 2013. In Maastricht is deze daling 8,8%. Ook de totale werkgelegenheid daalde in diezelfde periode in deze regio's, maar in Zuid-Limburg iets minder dan de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid en in Noord-Limburg iets meer.

In Midden-Limburg blijft het aantal toeristisch-recreatieve banen nagenoeg gelijk (+0,27%) tussen 2009 en 2013, terwijl de totale werkgelegenheid licht daalt (-2,7%).

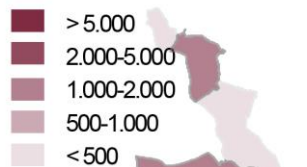
**Ontwikkeling aantal R&T banen per Limburgse regio 2009-2013**



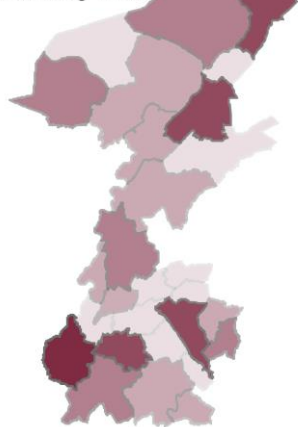
### Aandeel R&T in totale werkgelegenheid

Nederland	6,2%
Noord-Limburg	7,3%
Midden-Limburg	6,9%
Zuid-Limburg	7,3%

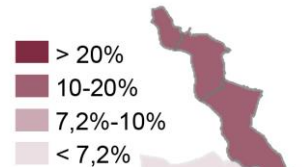
### Totale werkgelegenheid R&T – per gemeente (in banen)



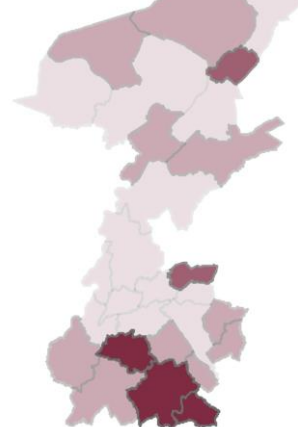
Totaal  
R&T-banen  
Limburg 37.148



### Aandeel R&T in de totale werkgelegenheid – per gemeente



Gemiddelde  
Limburg 7,2%



### Gemeenten (> 2.000 R&T-banen)

Gemeenten (> 2.000 R&T-banen)		Aantal banen
1	Maastricht	5.680
2	Venlo	3.400
3	Roermond	2.380
4	Heerlen	2.260
5	Valkenburg aan de Geul	2.220
6	Horst aan de Maas	2.070

Bovenstaande tabel geeft een overzicht van de gemeenten met meer dan 2.000 banen in de R&T-sector. Maastricht staat op afstand aan kop met 5.680 banen. In bijlage 4 staat per gemeente het aantal toeristisch-recreatieve banen weergegeven.

Het aandeel het aantal R&T-banen op de totale werkgelegenheid is het grootst (34,7%) in Valkenburg aan de Geul, circa één op de drie banen in deze gemeente is te vinden in de R&T-sector. Ook in Vaals (31,2%) en Gulpen-Wittem (22,2%) ligt het aandeel van de werkgelegenheid op de totale werkgelegenheid ruim boven het gemiddelde van Limburg (7,2%).

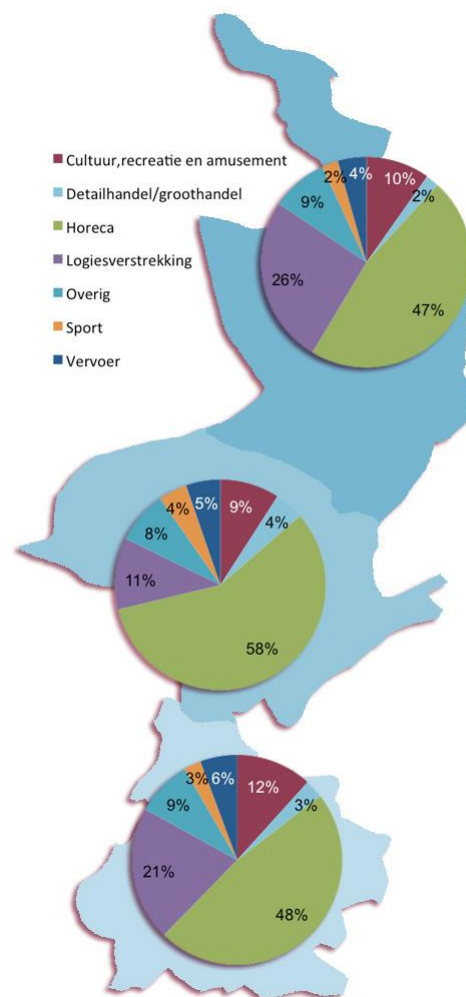
### Gemeenten (> 10% R&T-banen)

Gemeenten (> 10% R&T-banen)		% R&T banen op totaal aantal banen
1	Valkenburg aan de Geul	34,7%
2	Vaals	31,2%
3	Gulpen-Wittem	22,2%
4	Mook en Middelaar	19,1%
5	Beersel	13,7%
6	Gennep	12,9%
7	Horst aan de Maas	11,1%
8	Onderbanken	10,7%
9	Bergen	10,0%

## Aantal banen per deelsector

In alle Limburgse regio's levert de deelsector horeca de meeste toeristisch-recreatieve banen. Ook de verblijfssector levert in vooral Noord- en Zuid-Limburg veel banen op, al is het aantal banen in Zuid-Limburg in deze sector anderhalf keer zo groot als in Noord-Limburg.

## Verdeling R&T banen naar per deelsector per Limburgse regio - 2012

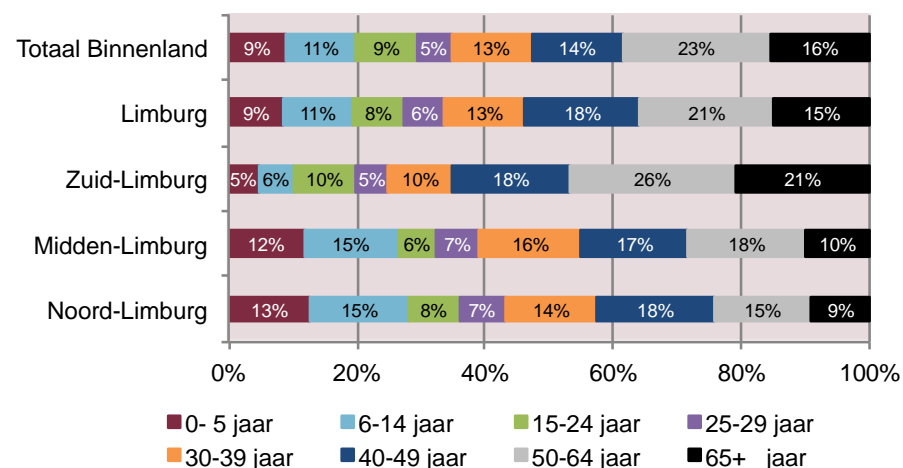


## 6.6 Profiel Nederlandse toerist per regio

*Deze paragraaf gaat in het profiel van de Nederlandse vakantieganger (toerist) in Limburg en de tevredenheid over de vakantie. De cijfers komen uit het Continu Vakantieonderzoek (CVO) van NBTC-NIPO Research.*

### Leeftijd en gezinssamenstelling

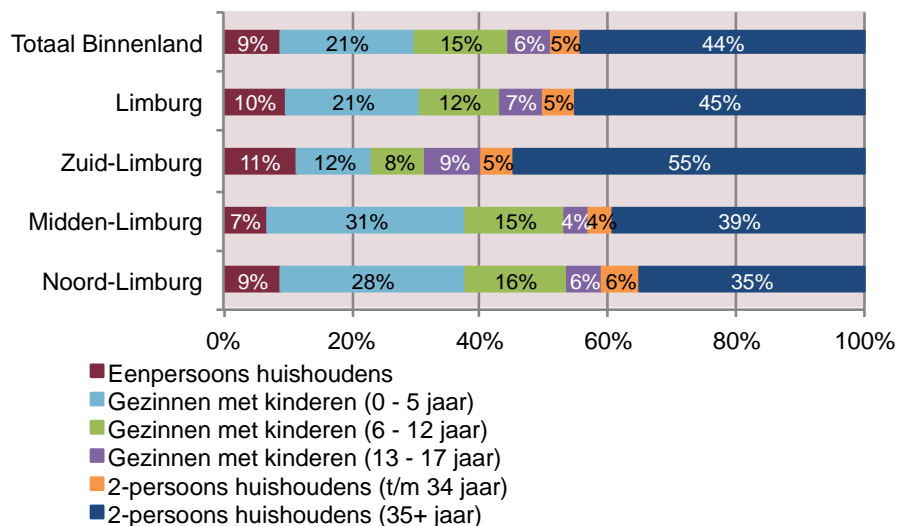
#### Verdeling vakanties naar leeftijdscategorie - naar regio - 2013



Bovenstaande grafiek laat duidelijk zien dat Zuid-Limburg meer dan gemiddeld bezocht wordt door vakantiegangers van 50 jaar en ouder. Ruim een kwart is tussen de 50-64 jaar terwijl 21% 65 jaar of ouder is. Noord- en Midden-Limburg worden relatief vaak bezocht door kinderen tot en met 14 jaar en door Nederlanders tussen de 30 en 49 jaar. Het aandeel 50-plussers blijft in deze regio achter bij het gemiddelde voor Nederland.

Een vergelijking van de gezinssamenstelling per regio, laat hetzelfde beeld zien. Noord- en Midden-Limburg worden met name veel bezocht door gezinnen met kinderen. Zuid-Limburg is bovengemiddeld in trek onder tweepersoonshuishoudens van 35 jaar of ouder. Daarnaast bezoeken gezinnen met wat oudere kinderen (13-17 jaar) ook vaker dan gemiddeld Zuid-Limburg.

**Verdeling vakanties naar gezinssamenstelling - naar regio - 2013**

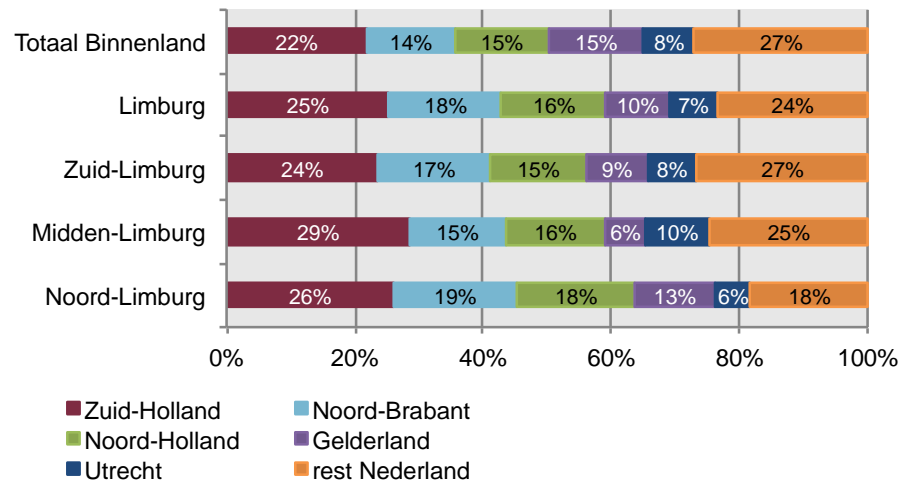


### Grootte reisgezelschap

De provincie Limburg wordt gemiddeld in een reisgezelschap van 3,8 personen bezocht. In Zuid-Limburg ligt de gemiddelde groepsgrootte wat lager (3,4) en in Midden- en Noord-Limburg hoger (gemiddeld respectievelijk 4,3 en 4,2 personen). Zuid-Limburg wordt aanmerkelijk vaker met twee personen bezocht, terwijl Midden- en Noord-Limburg vaker met 3 of 4 personen of grotere groepen bezocht worden.

### Herkomstprovincie

**Verdeling vakanties naar top 5 herkomstregio's (Limburg) - naar regio - 2013**



Voor alle Limburgse regio's is Zuid-Holland de belangrijkste leverancier van vakantiegangers. De tweede en de derde plek worden ingenomen door inwoners uit de provincies Noord-Brabant en Noord-Holland. Noord-Limburg ontvangt in vergelijking met het gemiddelde voor Nederland veel toeristen uit Gelderland, terwijl Midden-Limburg relatief veel bezocht wordt door Utrechtenaren.

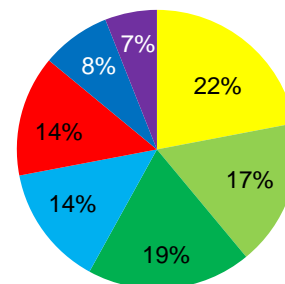
## Leefstijlprofiel Nederlandse vakantieganger

In deze paragraaf worden de leefstijlprofielen per regio weergegeven. Door in te zoomen op de regio's ontstaan meer onderscheidende profielen dan voor de hele provincie Limburg.

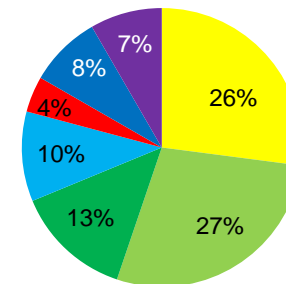
In Noord-Limburg en Midden-Limburg gaan, ten opzichte van de gemiddelde Nederlandse vakantieganger in Nederland, relatief veel uitbundig gele binnenlandse toeristen op vakantie. Gezellig lime komt vaker voor in Midden-Limburg. In beide regio's komen relatief weinig ingetogen aqua en creatief en inspirerend rode vakantiegangers ten opzichte van het landelijk gemiddelde.

In Zuid-Limburg komen ook veel uitbundig gele binnenlandse toeristen, ten opzichte van de gemiddelde Nederlandse vakantieganger. Ook gaan relatief veel creatief en inspirerend rode rustig groene binnenlandse toeristen naar Zuid-Limburg. In alle regio's komen iets minder dan gemiddeld stijlvol en luxe blauwe en avontuurlijk paarse binnenlandse toeristen.

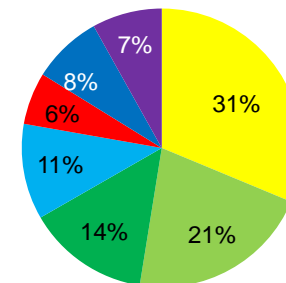
**Leefstijlprofiel Nederlandse vakantieganger in Zuid-Limburg**



**Leefstijlprofiel Nederlandse vakantieganger in Midden-Limburg**



**Leefstijlprofiel Nederlandse vakantieganger in Noord-Limburg**



- Uitbundig geel
- Gezellig lime
- Rustig groen
- Ingetogen aqua
- Cultureel en inspirerend rood
- Comfortabel en luxe blauw
- Avontuurlijk en sportief paars

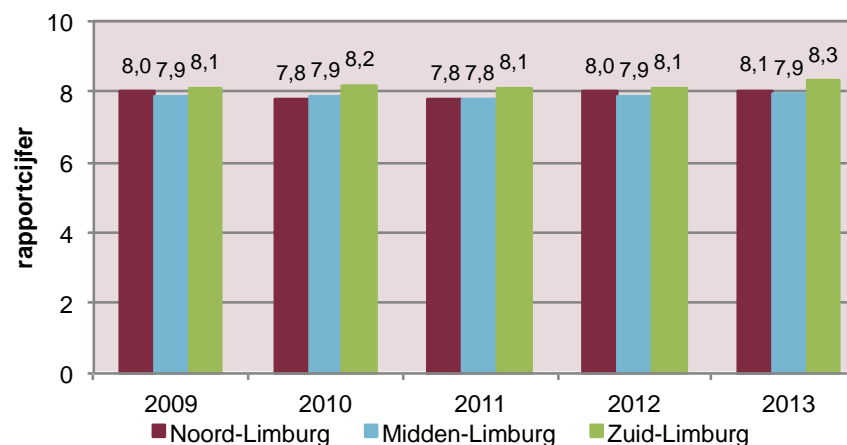
## Uitleg leefstijlen Nederlandse vakantiegangers

<b>Uitbundig geel</b>	Tijdens hun vakantie gaan ze er graag gezellig op uit, met het gezin of met anderen. Een pretpark of dierentuin in de buurt kunnen ze erg waarderen. Ze houden van relaxen en gezelligheid, maar willen toch ook wel actief en sportief bezig zijn. Voor ieder wat wils.
<b>Gezellig lime</b>	Vakantie is voor de lime gasten lekker vrij zijn, rust en ontspanning, even weg van de dagelijkse verplichtingen en dan gezellig met het gezin iets leuks doen: wandelen, fietsen, een leuk plaatsje in de buurt bezoeken.
<b>Rustig groen</b>	Tijdens de vakantie doet rustig groen het liefst rustig aan. Even alles achter je kunnen laten en weg van de dagelijkse beslommingen. Ze zijn veel in de natuur te vinden, lekker wandelen en fietsen. Verder hebben ze geen bijzondere wensen. Het gewone en herkenbare is juist fijn.
<b>Ingetogen aqua</b>	Cultuur, natuur en (kalme) sportieve mogelijkheden zijn keywords in de vakantie. Lekker sportief buiten in de natuur zijn. Denk aan wandel- en fietsvakanties. Daarnaast vinden ze het belangrijk om ook kennis op te doen. Ze verdiepen zich graag in streekculturen.
<b>Avontuurlijk en sportief paars</b>	Avontuurlijk paars wil graag iets nieuws beleven of ontdekken in hun vakantie. Gewoon is niet goed genoeg voor deze groep. Ze gaan op zoek naar een bijzondere ervaring. Dat mag een tikje wild zijn - een boomhut of een survivalent - maar het bijzondere kan 'm ook zitten in het beleven van luxe en exclusiviteit.
<b>Comfort en luxe blauw</b>	Op vakantie gaan is tijd voor zichzelf, de partner en vrienden. Iedereen moet dan uitgebreid kunnen genieten van een relaxte vakantie. Blauwe recreanten houden van een luxe omgeving en exclusiviteit. Ze worden graag goed verzorgd of verwend en vinden een goede organisatie en goede faciliteiten erg belangrijk.
<b>Creatief en inspirerend rood</b>	Ze gaan op vakantie op zoek naar avontuur en uitdaging. Denk aan back-to-basic, maar ook cultuur, watersport en uitgaan, spreekt hen aan. Ze willen nieuwe dingen meemaken en kennis en inspiratie opdoen.

## Waardering door Nederlandse vakantieganger

Een vakantie in Limburg wordt in 2013 gemiddeld met het rapportcijfer 8,1 beoordeeld, dit ligt iets onder het gemiddelde voor Nederland (8,2). De beoordeling voor Noord-Limburg komt overeen met het gemiddelde voor Limburg, Midden-Limburg scoort 0,2 punt lager en Zuid-Limburg juist 0,2 punt hoger. De afgelopen vijf jaar werd Zuid-Limburg steeds het best beoordeeld van alle Limburgse regio's.

**Algemeen oordeel vakantie Limburgse regio's**

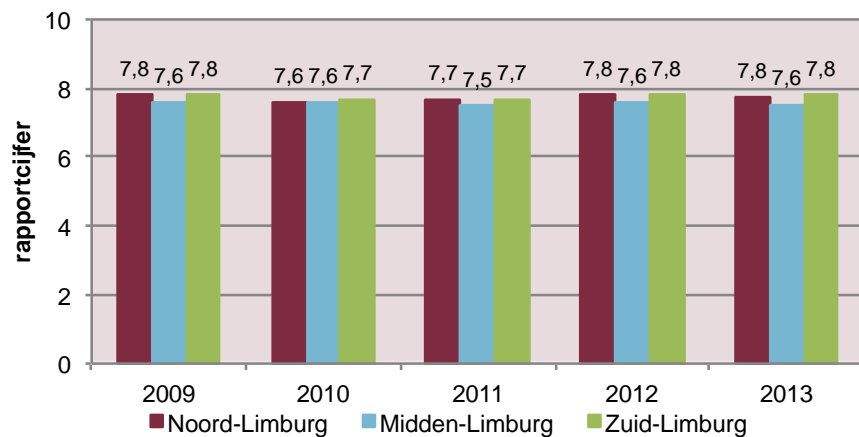


De kwaliteit van de dienstverlening wordt de afgelopen jaren in Noord- en Zuid-Limburg steeds ongeveer even hoog gewaardeerd. Beide regio's scoren een 7,8. Dit is vergelijkbaar met het gemiddelde voor zowel Limburg als Nederland. Midden-Limburg scoort iets lager dan gemiddeld, maar de kwaliteit van de dienstverlening wordt desondanks de afgelopen jaren met een 7,5 of 7,6 beoordeeld.

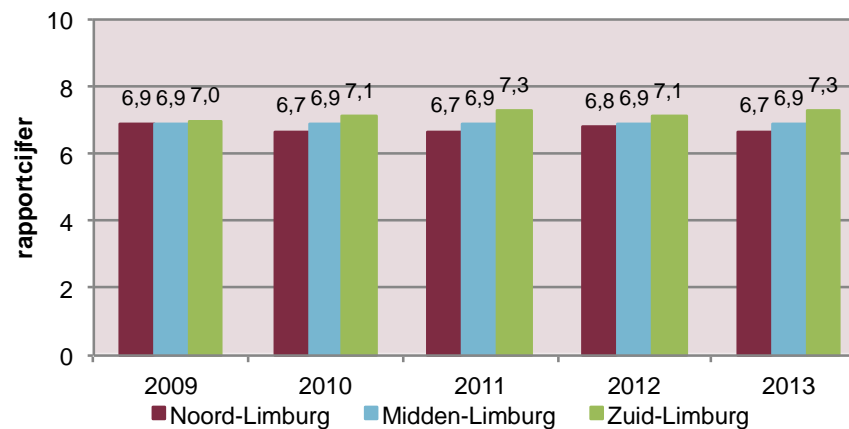
De kwaliteit van de accommodatie wordt in Zuid Limburg de afgelopen jaren duidelijk beter beoordeeld dan in de andere regio's. De waardering van de kwaliteit van de accommodaties in Noord-Limburg ontwikkelt zich positief.



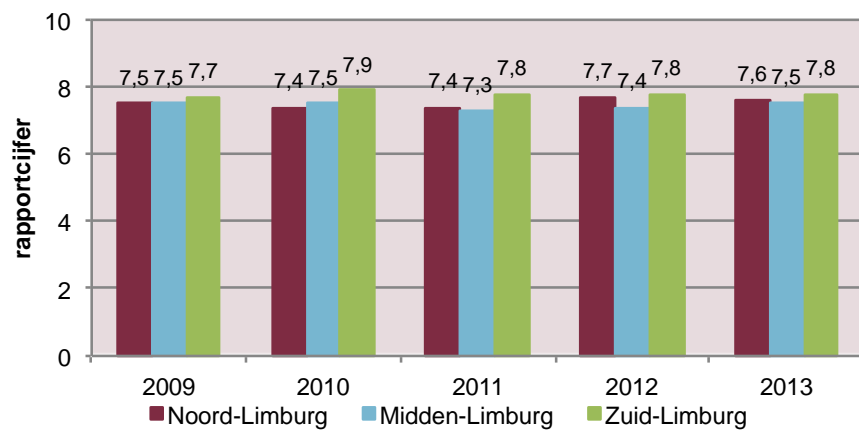
**Kwaliteit dienstverlening Limburgse regio's**



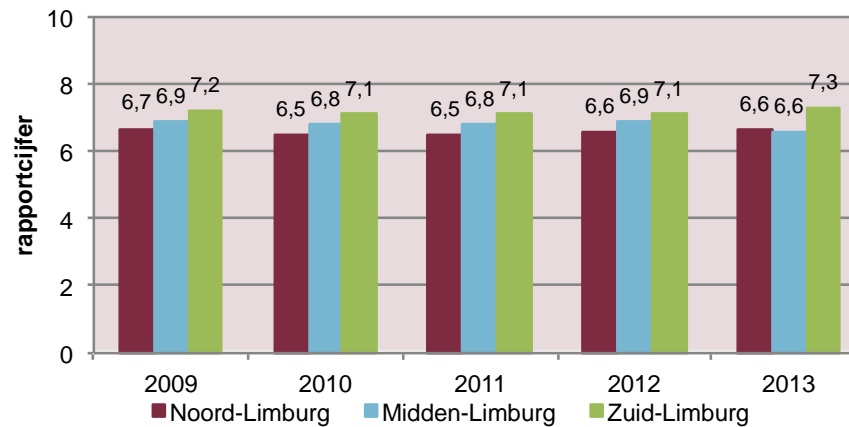
**Prijsniveau horeca Limburgse regio's**



**Kwaliteit accommodatie Limburgse regio's**



**Prijsniveau boodschappen Limburgse regio's**



Nederlanders geven het meest uit tijdens een vakantie in Zuid-Limburg. Ze beoordelen het prijsniveau van zowel de horeca als de boodschappen in deze regio ook het meest positief (rapportcijfer 7,3 in 2013). De vakantiegangers zijn het minst te spreken over het prijsniveau van de horeca in Noord-Limburg (6,7). Het prijsniveau van de boodschappen wordt zowel in Noord- als Midden-Limburg met een 6,6 beoordeeld.

Een mogelijke verklaring voor het verschil in tevredenheid over de horecaprijzen is de samenstelling van het reisgezelschap. Gezinnen met kinderen tot en met 12 jaar beoordelen het prijsniveau van de horeca gemiddeld lager (6,7 voor Limburg) dan tweepersoonshuishoudens van 35 jaar en ouder (7,2 voor heel Limburg). Hetzelfde geldt in grote lijnen voor de beoordeling van het prijsniveau van de boodschappen. Noord- en Midden-Limburg worden relatief veel door gezinnen met kinderen bezocht.

# Bijlage 1 Bronnen en definities

Voor de Toeristische Trendrapportage Limburg 2013-2014 is gebruik gemaakt van beschikbare landelijke bronnen. In deze bijlage staat per onderwerp welke bron is gehanteerd, op welke periode het onderzoek betrekking heeft, de gehanteerde afbakening/definitie en de doelgroep voor het onderzoek.

## Vakanties van Nederlanders (inclusief bestedingen en profiel)

- Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO), NBTC-NIPO Research;
- Onderzoekperiode: 1 oktober 2012 tot en met 30 september 2013. Voor deze periode zijn vier kwartaalmetingen verricht;
- Definitie/afbakening:
  - **Een (toeristische) vakantie** is een bezoek met minimaal één overnachting aan een accommodatie die niet je hoofdverblijf is en die niet in eigen bezit is (niet met een zakelijk motief);
  - **Vakanties op vaste standplaatsen** zijn vakanties in accommodaties die in eigen bezit zijn, zoals een eigen tweede woning, eigen boot, of eigen (sta)caravans op vaste standplaatsen op een camping;
- Doelgroep onderzoek: Nederlanders uit de TNS NIPObase die de afgelopen drie maanden een vakantie in eigen land hebben doorgebracht.

## Vakantie van buitenlanders (inkomend toerisme)

- Bron: Statistiek Logies Accommodaties (SLA), Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS);
- Onderzoekperiode: kalenderjaren;
- Definitie/afbakening: gasten en overnachtingen van gasten uit het buitenland (zonder nadere uitsplitsing van zakelijk of toeristisch motief) in de volgende accommodaties:

- hotels, pensions, jeugdaccommodaties (met  $\geq 5$  slaapplekken);
  - kampeertreinen met toeristische verhuur (met  $\geq 20$  slaapplekken);
  - huisjesterreinen met toeristische verhuur (met  $\geq 10$  slaapplekken);
  - groepsaccommodaties (met  $\geq 10$  slaapplekken).
- Doelgroep onderzoek: verblijfsaccommodaties;
  - Volgtijdelijke vergelijkbaarheid: de cijfers over de logiesaccommodaties zijn met ingang van verslagjaar 2012 niet meer geheel vergelijkbaar met eerdere jaren, omdat o.a. de analysemethode is aangepast, verblijfsrecreatie bij de boer is toegevoegd en de ondergrens van huisjesterreinen en groepsaccommodaties is verlaagd van 20 naar 10 slaapplekken.

## Verblijfsaanbod en bezettingsgraad

- Bron: Statistiek Logies Accommodaties (SLA), Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS);
  - Onderzoekperiode: kalenderjaren;
  - Definitie/afbakening:
    - **De netto slaapplekkenbezettingsgraad** is het aantal overnachtingen in een bepaalde periode gedeeld door de beschikbare capaciteit (het aantal slaapplekken in de geopende accommodaties) in dezelfde periode.
- In SLA worden de volgende accommodaties meegenomen:
- hotels, pensions, jeugdaccommodaties (met  $\geq 5$  slaapplekken);
  - kampeertreinen met toeristische verhuur (met  $\geq 20$  slaapplekken);
  - huisjesterreinen met toeristische verhuur (met  $\geq 10$  slaapplekken);
  - groepsaccommodaties (met  $\geq 10$  slaapplekken).
- Doelgroep onderzoek: verblijfsaccommodaties;
  - Volgtijdelijke vergelijkbaarheid: de cijfers over de logiesaccommodaties zijn met ingang van verslagjaar 2012 niet meer geheel vergelijkbaar met eerdere jaren, omdat o.a. de analysemethode is aangepast, verblijfsrecreatie bij de boer is toegevoegd en de ondergrens van huisjesterreinen en groepsaccommodaties is verlaagd van 20 naar 10 slaapplekken.

### **Uitstapjes van Nederlanders (inclusief bestedingen en profiel)**

- Bron: ContinuVrijetijdsOnderzoek (CVO), NBTC-NIPO Research;
- Onderzoekperiode: 4 mei 2012 t/m 1 mei 2013;
- Definitie/afbakening: **(dag)uitstapjes** zijn alle (dag)recreatieve activiteiten die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal twee uur van huis is (inclusief reistijd). De activiteit mag geen overnachting omvatten of ondernomen zijn tijdens een vakantie. Bezoek aan familie, vrienden en kennissen telt niet mee. In bijlage 2 staat weergegeven welke activiteiten uit het CVTO conform de Landelijke R&T Standaard wel zijn meegenomen en welke niet;
- Let op: het totaal uitstapjes van de Limburgse regio's bij elkaar telt niet volledig op naar het totaal aantal uitstapjes in Limburg omdat in het onderzoek in een beperkt aantal gevallen niet wordt doorgevraagd naar de precieze locatie in Limburg;
- Doelgroep onderzoek: Nederlanders uit de TNS NIPObase.

### **Uitstapjes van Vlamingen en Duitsers uit de regio Niederrhein**

- Bron: Onderzoek Dagtoerisme in de regio Limburg, SmartAgent en IFT Freizeit- und Tourismusberatung 2013;
- Onderzoekperiode: 7 juni t/m 3 juli 2013;
- Definitie/afbakening: **dagbezoeken** zijn alle activiteiten die recreanten buiten de eigen woning ondernemen en die minstens 1 uur duren, maar korter dan een dag. Een overnachting valt niet onder dagrecreatie. Ook het bezoek aan familie, vrienden of kennissen, terugkerende activiteiten zoals sporten in verenigingsverband en het doen van boodschappen horen niet bij dagrecreatie;
- Doelgroep onderzoek: inwoners van de provincie Limburg (NL), Vlaanderen (B) en Niederrhein en omgeving uit het internationaal onlinepanel van Global Market Insite (GMI).

### **Werkgelegenheid**

- Bron: Vestigingen Register Limburg (VRL), Etil;
- Periode: peildatum 1 april 2013;
- Definitie: zie bijlage 3 voor de SBI codes die geheel of gedeeltelijk tot de vrijetijdsector behoren binnen de Landelijke R&T Standaard. De grens tussen vol- en deeltijdbanen ligt in VRL op 12 uur;
- Verschil met LISA: Er zijn (kleine) verschillen tussen de LISA-gegevens en de VRL-gegevens. Een belangrijke verklaring voor deze verschillen is dat de LISA-gegevens zijn afgerond op tientallen.

### **Leefstijlprofielen**

- Bron: Gastenboek verblijfsrecreatie voor de provincie Limburg van SmartAgent (met verrijkte gegevens van het ContinuVakantieOnderzoek);
- Onderzoekperiode: 1 oktober 2012 tot en met 30 september 2013;
- Definitie/afbakening: Nederlandse gasten die in een toeristische accommodatie (en dus niet vaste standplaats) verblijven en op basis van hun profiel ingedeeld worden in leefstijlen. Uitleg van de leefstijlen vindt u in de betreffende hoofdstukken met leefstijlprofielen terug;
- Doelgroep onderzoek: Nederlanders uit de TNS NIPObase die de afgelopen drie maanden een vakantie in eigen land hebben doorgebracht.

### **Imago Limburg**

- Bron: Kracht van Regiomerken onderzoek 2013, NBTC;
- Onderzoekperiode: 25 juli t/m 27 augustus 2013;
- Doelgroep onderzoek: Nederlanders, Vlamingen en Duitsers uit Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen (van 18 jaar en ouder) uit de TNS NIPObase.

### **Overige bronnen**

- Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, Openstelling loont!, 2012
- Feiten & Cijfers Databank, website Bedrijfschap Horeca en Catering
- KPMG, Hospitality Benchmark, 2014

# Bijlage 2 Afbakening uitstapjes van Nederlanders

De Landelijke R&T Standaard gaat uit van een nadere afbakening van vrijetijdsactiviteiten uit het ContinuVrijetijdsOnderzoek. De focus ligt op activiteiten buiten de normale woonomgeving. Daarom wordt in de Landelijke R&T Standaard uitgegaan van minimaal 2 uur (inclusief reistijd). Tevens worden activiteiten waarbij men aangaf meer dan € 1.000 per persoon te hebben uitgegeven niet meegenomen.

De volgende CVTO-activiteiten worden niet meegenomen binnen de Landelijke R&T Standaard:

- Buitenrecreatie: naar de volkstuin;
- Waterrecreatie en -sport: zwemmen in binnenbad in verenigingsverband;
- Sportwedstrijd bezoeken: alle amateurwedstrijden;
- Recreatief winkelen: markt bezocht, tuincentrum en winkelen voor plezier in stadsdeelcentrum of wijkcentrum;
- Overige culturele, hobby- verenigingsactiviteiten en cursussen;
- *Wellness/beauty/ontspanning: voor zover ondernomen in verenigingsverband\**;
- *Zelf sporten: alle sporten voor zover sporten ondernomen in verenigingsverband\**.

*\*In de eerste drie metingen van het CVTO is voor de activiteiten in de clusters 'Wellness' en 'Zelf sporten' geen onderscheid gemaakt of deze in verenigingsverband zijn uitgeoefend of niet. Het advies van NBTC-NIPO Research is overgenomen over om de wellness-sector wel integraal mee te nemen en de cluster 'Zelf sporten' niet bij monitoring van de provinciale uitstapjes en bestedingen ervan.*

**CVTO-activiteiten die officieel passen binnen de R&T standaard:**

### **Buitenrecreatie:**

Recreëren aan water (zee, meer, rivier, plas e.d.)\*  
Recreëren niet aan water (park, bos e.d.)\*  
Wandeling voor plezier  
Fietstocht voor plezier  
Toertochtjes met de auto  
Toertochtjes met de motor  
Tocht met rondvaartboot  
\*) bijv. zonnen, luieren, picknicken, e.d.

### **Waterrecreatie en -sport:**

Kanoën  
Roeien  
Surfen  
Varen met motorboot / jacht  
Vissen  
Zeilen  
Zwemmen in binnenbad (niet in verenigingsverband)  
Zwemmen in buitenbad

### **Wellness / beauty / ontspanning**

(niet in verenigingsverband):  
Schoonheid- en beauty behandeling  
Kuurbaden  
Sauna bezoek  
Yoga / Tai Chi / Meditatie e.d.  
Zonnebank

### **Recreatief winkelen / funshoppen:**

Factory Outlet Center  
Gewinkeld in binnenstad  
Meubelboulevard, woonmall bezocht

**Evenement bezocht:**

Beurs / tentoonstelling / show  
Cultureel evenement / festival  
Jaarmarkt / braderie / corso  
Kerstmarkt (alleen in nov. / dec.)  
Muziek evenement / festival

**Attracties bezocht:**

Attractiepark / pretpark  
Ballonvaart ondernomen  
Dierentuin / vogelpark / zeeaquarium / etc.  
Kermis  
Rommelmart / vlooiemarkt / zwarte markt  
Speeltuin  
Sier- en heemtuin  
Kinderboerderij  
Boerderij (agro-toerisme)

**Zelf sporten (niet in verenigingsverband):**

Atletiek  
Aquajoggen  
Badminton  
Basketbal  
Biljarten/snooker/poolen  
Darten  
Duiken  
Denksport (bridge, schaken, dammen, etc.)  
Fitness / aerobics / steps / spinning / etc.  
Golf  
Gymnastiek / turnen  
Handbal  
Hockey  
Honkbal / softbal

Jeu de Boules  
Joggen / hardlopen / trimmen  
Korfbal  
Mountainbiken  
Paardensport  
Schaatsen  
Schietsport/handboog  
Skaten / skeeleren  
Skiën / langlaufen / snowboarden  
Squash  
Tafeltennis  
Tennis  
Vecht- en verdedigingssport  
Voetbal  
Volleybal  
Wandelsport  
Waterpolo  
Wielrennen

**Cultuur:**

Ballet / dansvoorstelling bezocht  
Bezoek aan oudheidkundige objecten  
Bioscoop of filmhuis bezocht  
Cabaretvoorstelling bezocht  
Concert (pop/jazz/blues/rock) bezocht  
Galerie of atelier bezocht  
Klassiek concert/opera/operette bezocht  
Monument / bezienswaardigheid bezocht (zoals kastelen, kerken, etc.)  
Museum bezocht  
Musical bezocht  
Toneelvoorstelling bezocht

**Uitgaan:**

Bar / café bezoek

Bowlen / kegelen

Casino, speelhal e.d.

Dance- / houseparty

Discobezoek

Op terras zitten

Uit eten in restaurant / eetcafé

Uit eten (fastfood / snackbar)

# Bijlage 3 Afbakening R&T werkgelegenheid

In de landelijke R&T standaard is een afbakening gemaakt van de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid. Hierbinnen wordt onderscheid gemaakt in zeven groepen. Per activiteit is aangegeven in welke mate de werkgelegenheid wordt meegeteld voor de toeristisch-recreatieve sector (zie kolom 'weging').

*Voorbeeld: de werkgelegenheid in de branche 'personenvervoer per spoor' kan niet volledig aan de toeristisch recreatieve sector worden toegerekend, maar een deel ervan komt zeker voort uit toerisme en recreatie.*

## 1. Detail- en groothandel

45194	Handel/reparatie van caravans	100%
46492	Groothandel in watersportartikelen	100%
46493	Groothandel in kampeerartikelen	100%
4730	Benzinestations	10%
47642	Winkels in watersportartikelen	100%
47643	Winkels sportartikelen	100%
47644	Winkels kampeerartikelen	100%
47722	Winkels lederwaren en reisartikelen	30%
47781	Winkels in foto art.	30%

## 2. Logiesverstrekking

55101	Hotel-restaurants	100%
55102	Hotels, pensions en conferentieoorden	100%
55201	Verhuur van vakantiehuisjes/appartementen	100%

55202	Jeugdherbergen/vakantiekampen	100%
5530	Kampeerterreinen	100%
5590	Overige logiesverstrekking	100%

## 3. Eet- en drinkgelegenheden (horeca)

56101	Restaurants	100%
56102	Cafetaria's, lunchrooms, e.d.	100%
56103	IJssalons	100%
5630	Cafés	100%

## 4. Vervoer

4910	Personenvervoer per spoor	10%
4932	Vervoer per taxi	10%
49391	Ongeregeld personenvervoer	100%
5010	Zee- en kustvaart	50%
5030	Binnenvaart (passagiersvaart)	10%
5110	Personenvervoer door de lucht	10%
5222	Dienstverlening voor vervoer water	10%
5223	Dienstverlening voor de luchtvaart	10%
7911	Reisbemiddeling	100%
7912	Reisorganisatie	100%
7990	Informatieverstrekking op het gebied van toerisme	100%

## 5. Cultuur, recreatie en amusement

5914	Bioscopen	100%
90011	Beoefening van podiumkunst	100%
90013	Circus en variété	100%
90041	Theaters en schouwburgen	100%
90042	Evenementenhallen	100%
91021	Musea	100%
91022	Kunstgalerieën/-expositieruimte	100%



91041	Dieren- en plantentuinen, kinderboerderijen.	100%
91042	Natuurbehoud	100%
93211	Pret- en themaparken	100%
93212	Kermisattracties	100%

## 6. Sport

85511	Zeil- en surfscholen	100%
85519	Overige sport- en recreatieonderwijs	30%
93111	Zwembaden	30%
93112	Sporthallen, sportzalen	30%
93113	Sportvelden	30%
93119	Overige sportaccommodaties	30%
93121	Veldvoetbal	30%
93122	Veldsport in teamverband	30%
93123	Atletiek	30%
93124	Tennis	30%
93125	Paardensport en maneges	30%
93126	Wielersport	30%
93127	Auto- en motorsport	30%
93128	Wintersport	30%
93129	Overige buitenport	30%
9313	Fitnesscentra	100%
93141	Individuele zaalsport	30%
93142	Zaalsport in teamverband	30%
93143	Kracht- en vechtsport	30%
93144	Bowlen, kegelen, biljarten	30%
93145	Denksport	30%
93146	Sportscholen	30%
93149	Overige binnensport en omnisport	30%
93151	Zwem- en onderwatersport	30%
93152	Roei-, kano-, zeil- en surfsport e.d.	30%
93191	Beroepssportlieden	30%
93192	Hengelsport	100%

93193	Verzorgen van vistochten	100%
93194	Supportersverenigingen	30%
93195	Organiseren van sportevenementen	30%
93196	Overkoepelende organen	30%
93199	Overige sportactiviteiten n.e.g.	30%
93291	Jachthavens	100%

## 7. Overig

3012	Bouw van sport-/recreatievaart	100%
77111	Verhuur personenauto's	10%
7712	Verhuur en lease van vrachtwagens, autobussen, caravans en aanhangwagens	30%
7721	Verhuur van sport- en recreatieartikelen	30%
7734	Verhuur en lease van schepen	30%
8230	Organiseren van congressen en beurzen	100%
92001	Loterijen en kansspelen	100%
92009	Exploitatie van amusements- en speelautomaten	100%
93299	Overige recreatie n.e.g.	30%
9604	Sauna's, solarium, baden e.d.	100%

# Bijlage 4 R&T banen per gemeente

Aantal R&T bedrijven per regio			
	Aantal R&T banen	Totaal aantal banen	Aandeel R&T banen van totaal banen
Beek	510	9920	5,1%
Beesel	470	3440	13,7%
Bergen	430	4290	10,0%
Brunssum	450	7170	6,3%
Echt-Susteren	830	11860	7,0%
Eijsden-Margraten	690	6970	9,9%
Gennep	1040	8040	12,9%
Gulpen-Wittem	910	4090	22,2%
Heerlen	2260	56160	4,0%
Horst aan de Maas	2070	18680	11,1%
Kerkrade	1360	15310	8,9%
Landgraaf	950	10190	9,3%
Leudal	810	13710	5,9%
Maasgouw	750	8640	8,7%
Maastricht	5680	71180	8,0%
Meerssen	290	5040	5,8%
Mook en Middelaar	370	1940	19,1%
Nederweert	450	6010	7,5%
Nuth	260	6170	4,2%
Onderbanken	110	1030	10,7%
Peel en Maas	1280	17710	7,2%

Aantal R&T bedrijven per regio			
	Aantal R&T banen	Totaal aantal banen	Aandeel R&T banen van totaal banen
Roerdalen	430	5240	8,2%
Roermond	2380	36320	6,6%
Schinnen	170	3120	5,4%
Simpelveld	200	2180	9,2%
Sittard-Geleen	1990	49630	4,0%
Stein	510	9120	5,6%
Vaals	740	2370	31,2%
Valkenburg aan de Geul	2220	6390	34,7%
Venlo	3400	58340	5,8%
Venray	1120	27140	4,1%
Voerendaal	230	2700	8,5%
Weert	1850	26630	6,9%