

# Over de “Staat van bestemming Nederland”

## Aanleiding

In [Perspectief 2030](#) wordt de ambitie beschreven dat elke Nederlander in 2030 profijt heeft van toerisme. Toerisme dient hiervoor niet langer een doel op zich te zijn, maar een middel dat bijdraagt aan de duurzame ontwikkeling van bestemming Nederland.

Om de ontwikkeling naar een duurzame bestemming te kunnen volgen is vanuit het Data en Development Lab (DDL; een samenwerking van NBTC, CBS en CELTH) een dashboard ontwikkeld; “de Staat van de bestemming Nederland”. Dit dashboard geeft inzicht in hoe de bestemming Nederland ervoor staat aan de hand van verschillende indicatoren die relateren aan de stakeholdergroepen bewoners, bezoekers en bedrijven en de impact op de duurzame bestemming Nederland (economisch, ecologisch en sociologisch).

## Doel

Middels het dashboard willen we de toeristische sector op één plek voorzien van de meest recente cijfers en inzicht geven in de ontwikkeling richting een duurzame bestemming Nederland.

## Hoe is het dashboard tot stand gekomen?

Bij de ontwikkeling van het dashboard zijn de stakeholdergroepen (bewoners, bezoekers en bedrijven) en de impact op de bestemming Nederland (economisch, ecologisch en sociologisch) als uitgangspunten genomen. Deze uitgangspunten leveren een grote bijdrage aan de duurzame ontwikkeling van bestemming Nederland.

Binnen het Data & Development Lab hebben we vervolgens met verschillende experts uit de sector naar bestaande en beschikbare data gekeken die een (in)directe link kunnen hebben met de duurzame ontwikkeling van bestemming Nederland. Uiteindelijk hebben we deze indicatoren geprioriteerd en de belangrijkste indicatoren opgenomen in het dashboard. Deze indicatoren zitten nu in het model:

**Stakeholders bij duurzame ontwikkeling bestemming NL**

		Bewoners	Bezoekers	Bedrijven
<b>Impact</b>	<b>Economisch</b>	1. Belang van toerisme (in werkgelegenheid) 2. Toerisme intensiteit (ytd) 3. Ontwikkeling woning waarde (WOZ waarde)	6. Overnachtingen (ytd) 7. marktdiversification 8. seasonality rate	14. vacatures in horeca 15. startups in horeca 16. belang van toerisme en recreatie 17. Economische waarde toerisme en recreatie 18. Faillissementen in horeca
	<b>Ecologisch</b>	4. afstand tot openbaar groen	9. Carbon footprint 10. Airconnectiviteit (ytd) 11. Vervoerwijze	19. Green Key certificaat bedrijven
	<b>Sociologisch</b>	5. Social progress indicator	12. Bezoekers tevredenheid 13. Herhaalbezoek	

*Een uitgebreide toelichting van de indicatoren is in de bijlage te vinden.*

De gekozen indicatoren voldoen aan een aantal criteria. Ze moeten een ontwikkeling kunnen laten zien (dus geen eenmalige data), een (in)directe link hebben met toerisme en de data moet nu voorhanden zijn. Uit de matrix blijkt dat er veel economisch gerelateerde indicatoren beschikbaar zijn en minder ecologische en sociologische. Op deze vlakken is nog volop ruimte voor doorontwikkeling van de profielkaart. Daarnaast hebben sommige indicatoren een direct effect en anderen meer een indirect effect op de duurzame ontwikkeling van bestemming Nederland. Beiden zijn opgenomen in de profielkaart. De indicatoren hebben geen weging meegekregen (in belang). Hierdoor telt elke indicator even zwaar mee.

## Up-to-date dashboard met verdieping naar provincie

Het dashboard bevat een directe link met belangrijke databronnen zoals die van het CBS. Zo zijn altijd de meest recente cijfers beschikbaar. Daarnaast biedt het dashboard mogelijkheden om op een regionaal niveau naar de cijfers te kijken, te vergelijken met andere bestemmingen / regio's en te downloaden. Het dashboard brengt de belangrijkste toeristische cijfers op één plek samen.

## Doorontwikkeling dashboard

Het huidige dashboard wordt gezien als een eerste versie. De komende tijd zal het dashboard en de bijbehorende profielkaart verder ontwikkeld worden door het toevoegen of aanpassen van indicatoren. Mocht u suggesties in dit kader hebben, dan horen wij het graag. Neem hiervoor contact op met Evelien Visser via [evisser@holland.com](mailto:evisser@holland.com).

Indicator	Beschrijving indicator	Peilmoment	Bron	Direct/indirect effect toerisme	Objectief/Subjectief	Eenheid
<b>Bewoners</b>						
1. Belang van toerisme	Het belang van toeristische sector kan uitgedrukt worden in het aandeel werkzame personen in toerisme t.o.v. de totale werkgelegenheid in Nederland. Hoe hoger het percentage hoe hoger het aandeel van de totale werkgelegenheid.	Jaardata	CBS	direct	objectief	Aandeel werkzame personen in toerisme (in % van totale arbeidsmarkt). Indicator van bijvoorbeeld 4% wil zeggen dat 4% van de totale werkzame personen in Nederland werkzaam is in toerisme.
2. Toerisme intensiteit	De toeristische druk in een gebied kan uitgedrukt worden in "toerisme intensiteit". Dit geeft de verhouding weer van het aantal overnachtingen van gasten in een regio ten opzichte van het aantal inwoners in die regio. Hoe hoger de score hoe hoger de toeristische druk in een regio kan zijn.	Maanddata	CBS	direct	objectief	Aantal overnachtingen (YTD) per 1.000 inwoners per dag. Indicator van bijvoorbeeld 1.50 wil zeggen dat er tot nu gemiddeld 1,5 overnachtingen per dag zijn per 1.000 inwoners.
3. Ontwikkeling woningwaarde	Toenemend aantal bezoekers kan voor een stijging van de huizenprijzen zorgen. Door toenemende vraag naar logiesaccommodaties bij groei van bezoekers kan de huizenprijzen doen stijgen. Toerisme heeft een indirect effect op deze indicator.	Jaardata	CBS	indirect	objectief	Groei van de woningwaarde in percentage ten opzichte van jaar eerder. Hoe hoger de percentage hoe hoger de groei in woningwaarde.
4. Afstand tot openbaar groen	De gemiddelde afstand voor inwoners van Nederland van hun woonadres naar de dichtstbijzijnde groenvoorziening.	Jaardata	CBS	indirect	objectief	Afstand tot openbaar groen in de buurt (in km)
5. Social Progress Indicator (SPI)	De Social Progress Index is een jaarlijkse index die de mate meet waarin landen voorzien in de sociale en ecologische behoeften van hun burgers. Dit gebeurt op basis van 54 indicatoren ingedeeld naar "basic human needs", "foundations of wellbeing", "opportunity". Voor een groot aantal landen wordt deze index jaarlijks inzichtelijk gemaakt. Hoe hoger de index hoe hoger de kwaliteit van leven.	Jaardata	The Social Progress Imperative	indirect	objectief	Quality of live index (independent on economic indicators), index 0-100.

Indicator	Beschrijving indicator	Peilmoment	Bron	Direct/indirect effect toerisme	Objectief/Subjectief	Eenheid
<b>Bezoekers</b>						
6. Overnachtingen	Aantal overnachtingen van binnen en buitenlandse bezoekers year to date.	Maanddata	CBS	direct	objectief	Aantal overnachtingen ytd (binnen- en buitenlandse gasten) x 1.000
7. Market diversification	De market diversification laat zien in hoeverre een bestemming afhankelijk is van specifieke herkomstmarkten (in dit geval de 3 belangrijkste herkomstmarkten). Hoe hoger de score hoe meer afhankelijk je als bestemming bent van enkele herkomstmarkten.	Maanddata	CBS	direct	objectief	Aandeel overnachtingen van top 3 herkomstlanden (in % van totaal)
8. Seasonality rate	Om de afhankelijkheid van seizoenen te duiden wordt er gebruik gemaakt van de Gini-Coefficient "seasonality". De Gini-coefficient varieert tussen de 0 en 1. Waarbij 0 aangeeft dat er sprake is van weinig seizoenspatronen (gelijke verdeling van overnachtingen over de 12 maanden) en 1 dat er sprake is van sterke seizoenspatronen (alle overnachtingen vinden plaats in één seizoen).	Jaardata	CBS	direct	objectief	Gini coefficient voor seizoensafhankelijkheid (tussen 0-1)
9. Carbon footprint	De Carbon footprint geeft inzicht in de ecologische druk van een buitenlandse bezoeker op het milieu. Deze indicator laat de carbon footprint zien van buitenlandse bezoekers aan Nederland.	4-jaarlijks	Traveling Large 2014 "Inbound Tourism 2014", Breda University of Applied Sciences Centre for Sustainable Tourism and Transport in	direct	objectief	Carbon footprint buitenlandse bezoekers aan Nederland (in megaton CO2)
10. Vliegtuigbewegingen	Het aantal vliegtuigbewegingen in Nederland. Dit is de som van alle landingen en starts tezamen	Maanddata	CBS	direct	objectief	Aantal vliegtuigbewegingen van/naar Nederlandse luchthavens.
11. Vervoerwijze	Aandeel buitenlandse bezoekers die met vliegtuig naar Nederland komen.	4-jaarlijks	Onderzoek Inkomend Toerisme, NBTC	direct	objectief	Aandeel buitenlandse bezoekers per vliegtuig naar Nederland reizen (in %)
12. Bezoekers tevredenheid	Aandeel buitenlandse bezoekers die (zeer) tevreden is over hun bezoek aan Nederland	4-jaarlijks	Onderzoek Inkomend Toerisme, NBTC Holland Marketing	direct	subjectief	Aandeel buitenlandse bezoekers die (zeer) tevreden is over het bezoek aan NL (in %)
13. Herhaal bezoek	Aandeel buitenlandse bezoekers die Nederland eerder heeft bezocht (in afgelopen 3 jaar)	4-jaarlijks	Onderzoek Inkomend Toerisme, NBTC Holland Marketing	direct	subjectief	Aandeel buitenlandse bezoekers die Nederland eerder heeft bezocht (in afgelopen 3 jaar) (in %)

Indicator	Beschrijving indicator	Frequentie	Bron	Direct/indirect effect toerisme	Objectief/Subjectief	Eenheid
<b>Bedrijven</b>						
14. Vacatures Horeca	Aantal openstaande vacatures in Horeca; bestaande uit logies-, maaltijd- en drankverstrekkers (SBI code I). Voor de Horeca zijn toeristen een belangrijke doelgroep, maar niet de enige doelgroep. Daarom heeft toerisme in sommige gevallen een direct effect (indien het bedrijf zeer afhankelijk is van toerisme) op het aantal vacatures in de Horeca, in andere gevallen misschien een indirect	kwartaaldata	CBS	(in)direct	objectief	Aantal openstaande vacatures in horeca in het meest recente kwartaal.
15. Startups Horeca	Aantal oprichtingen van bedrijven in Horeca; bestaande uit logies-, maaltijd- en drankverstrekkers (SBI code I). Toerisme kan een direct effect hebben op deze indicator, indien er door toenemende toeristen in een bepaald gebied aanbod wordt ontwikkeld. Het kan ook indirect effect hebben als de startup bijvoorbeeld ook andere	kwartaaldata	CBS	(in)direct	objectief	Aantal oprichtende bedrijven in horeca in het meest recente kwartaal.
16. Belang van toerisme en recreatie	Bijdrage van toerisme en recreatie aan de Nederlandse economie (in percentage van de Bruto Binnenlands Product (BBP)	Jaardata	CBS	direct	objectief	Bijdrage van toerisme aan Nederlandse economie (in % van BBP). Een percentage van bijvoorbeeld 4% geeft aan dat Recreatie en Toerisme een bijdrage levert van 4% aan de totale Nederlandse economie.
17. Economische waarde toerisme en recreatie	De economische waarde van toerisme en recreatie in NL wordt jaarlijks berekend als onderdeel van de TSA (Tourist Satellit Account). Dit wordt onder andere uitgedrukt in miljarden euro's.	Jaardata	CBS	direct	objectief	Totale economische waarde van toerisme en recreatie in NL (in miljard euro)
18. Faillissementen Horeca	Aantal faillissementen van bedrijven in Horeca; bestaande uit logies-, maaltijd- en drankverstrekkers (SBI code I). Het effect kan direct/indirect zijn (zie uitleg bij vacatures)	kwartaaldata	CBS	(in)direct	objectief	Aantal faillissementen in horeca in het meest recente kwartaal
19. Green Key certificaat bedrijven	Aantal toeristische bedrijven met een Green Key certificaat. Een duurzaamheidscertificaat is voor een deel van de toeristen belangrijk bij de keuze voor accommodatie. Toerisme kan dus een effect hebben op deze indicator.	Jaardata	Stichting KMKV  (www.greenkey.nl)	(in)direct	objectief	Aantal toeristische bedrijven met Green Key certificaat