

Aan

De Voorzitter van de Tweede Kamer  
der Staten-Generaal  
Binnenhof 4  
2513 AA 's-GRAVENHAGE

Datum	Uw kenmerk	Ons kenmerk	Bijlage(n)
14 mei 2007		OI/REB/PNN 7049160.b75	1

Onderwerp

Toeristisch beleid 2006

In oktober 2003 heeft u de Vernieuwde Toeristische Agenda (VTA) ontvangen<sup>1</sup>. In het Algemeen Overleg met uw Kamer op 4 december 2003 is toegezegd jaarlijks te rapporteren over de uitvoering van het toeristische beleid. Afgelopen jaar zijn de resterende actiepunten afgerond. Als bijlage treft u een kort overzicht van de uitvoering van de VTA aan. In dit verslag laat ik u de resultaten van het toeristisch beleid in dit afsluitende jaar zien en licht ik u in over de voorbereidingen van het toekomstig toeristisch beleid.

## 1. Inkomend toerisme

### *Resultaten 2006*

Uit de voorlopige cijfers van het CBS (figuur 1) blijkt dat de positieve trend van de afgelopen jaren zich ook het afgelopen jaar heeft voortgezet. Het aantal buitenlandse toeristen is in 2006 met 9% gegroeid en is daarmee zelfs sterker gestegen dan het jaar er voor (4% in 2005).

Van de herkomstlanden van de inkomende toeristen, blijkt Duitsland het belangrijkste land met 2,8 miljoen bezoekers in 2006. Bovendien laat het aantal Duitse toeristen voor het eerst sinds drie jaar weer een stijgende lijn zien.

Verder is te zien dat met name de opkomende markten, zoals de BRIC landen (Brazilië, Rusland, India en China), in 2006 een grote groei laten zien (China 25%).

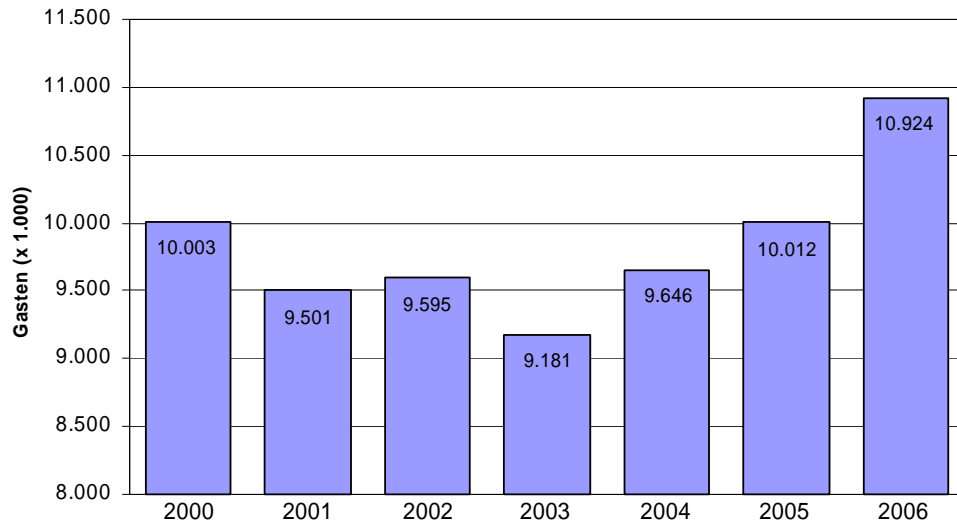
---

<sup>1</sup> Kamerstukken II 2003-2004, 26 419, nr.11

Bezoekadres	Doorkiesnummer	Telefax
Bezuidenhoutseweg 20, Den Haag	070-379 7142	070-379 6095

Hoofdkantoor	Telefoon (070) 379 6106	Behandeld door
Bezuidenhoutseweg 30	Telefax (070) 379 6154	<b>M. Veldheer</b>
Postbus 20101	Email F.Heemskerk@minez.nl	
2500 EC 's-Gravenhage	Website www.minez.nl	<i>Verzoeken bij beantwoording van deze brief ons kenmerk te vermelden</i>

**Figuur 1: Aantal inkomende toeristen naar Nederland (2000-2006)**



Naast deze absolute cijfers over aantallen inkomende toeristen, is het beleidsmatig vooral relevant om deze gegevens te vergelijken met onze concurrerende landen. De doelstelling die in het toeristisch beleid is opgenomen, is het behalen van een Nederlands marktaandeel van 14% ten opzichte van onze concurrerende landen. Deze zomer zal bekend worden of het marktaandeel 2004-2006 voldoende gegroeid is.

#### ***Statistiek Inkomend Toerisme***

Afgelopen jaar heeft het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) het grootschalig onderzoek Statistiek Inkomend Toerisme afgerond. Uit dit onderzoek is het beeld bevestigd dat het belangrijkste herkomstland van inkomende toeristen Duitsland is. Verder is gebleken dat een derde van de inkomende toeristen een zakelijk motief heeft en dat dit voornamelijk de intercontinentale markten betreft. Uit de resultaten is bovendien af te leiden dat internet niet alleen de belangrijkste informatiebron is, maar dat ook inmiddels de meeste boekingen via dit kanaal worden gedaan. De laatste opvallende trend die ik uit het onderzoek wil benadrukken, is dat het vliegtuig de auto heeft ingehaald als belangrijkste vervoersmiddel om naar Nederland te komen.

## 2. Resultaat actiepunten 2006

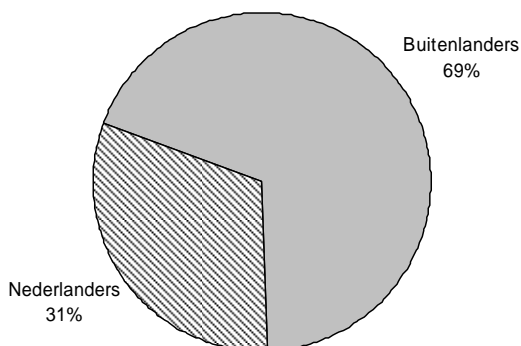
### *Rembrandt 400*

In het licht van actiepunt 3 van de VTA (een compleet overzicht van de actiepunten treft u aan in de bijlage) heeft in 2006 het grootschalige evenement Rembrandt 400 plaatsgevonden. De organisatie lag bij Stichting Rembrandt 400; het Ministerie van Economische Zaken heeft het projectmanagement hiervan gefinancierd en via de structurele bijdrage aan het NBTC een deel van de promotie bekostigd.

Het hele jaar door vonden in Nederland verschillende activiteiten plaats die alle facetten van Rembrandt lieten zien. Het programma concentreerde zich in de twee steden waar Rembrandt heeft geleefd en gewerkt: Amsterdam en Leiden.

Het evenement is een groot succes geworden. Met circa 1.175.000 buitenlandse bezoekers en zo'n 520.000 uit Nederland is de opkomst hoger geweest dan verwacht (figuur 2). Van de buitenlandse bezoekers is 16% speciaal voor het evenement naar Nederland gekomen (circa 190.000 bezoekers). Ten minste 21% van de stijging in het aantal buitenlandse toeristen in het afgelopen jaar is te danken aan het evenementenjaar Rembrandt 400.

**Figuur 2: Bezoekersaantal Rembrandt 400**



**Bron: Stichting Rembrandt 400**

Circa 70% van de buitenlandse bezoekers van Rembrandt 400 kwam uit Europa. De meeste buitenlandse bezoekers kwamen uit Frankrijk (13%), gevolgd door Duitsland en Groot-Brittannië (elk 11%). Daarnaast kwamen er opvallend veel Spanjaarden (ruim 100.000). Vanuit buiten Europa kwamen er vooral veel Amerikanen op het evenement af. De Amerikanen waren daarmee ook de belangrijkste intercontinentale herkomstmarkt voor Rembrandt 400.

Gezien het succes van Rembrandt 400 en conform het derde actiepunt van het toeristisch beleid, worden voorbereidingen getroffen voor het volgende evenement van de meerjarenplanning. De heer B. Wientjes, voorzitter VNO-NCW, verkent op verzoek van de Ministeries van EZ en OCW de mogelijkheden voor een evenementjaar dat de voorlopige werktitel "Holland Art Cities" kent. Naar een aansprekendere titel wordt

nog gezocht. Aanleiding voor dit evenement zijn (her)openingen van een aantal musea in Amsterdam. Deze verkenning wordt op korte termijn afgerond. Het promotiethema in 2007 is “Dans en Muziek”.

### ***Kustpilots***

In het toeristisch beleid, onder actiepunt 4, is geconstateerd dat de kust als vakantiebestemming aan erosie onderhevig is. De kust zou minder draagkrachtige bezoekers trekken, die bovendien korter blijven. Daarmee kwam de internationale concurrentiepositie van de Nederlandse Noordzeekust in het geding.

Het Ministerie van Economische Zaken heeft daarom het initiatief genomen om samen met vier kustplaatsen en -provincies te onderzoeken op welke wijze de noodzakelijke kwaliteitsslag zou kunnen worden gemaakt dan wel zou kunnen worden versneld. De vier pilotprojecten “kwaliteitsimpuls badplaatsen” in Cadzand-Bad, Noordwijk, Zandvoort en Ameland zijn eind 2006 geëvalueerd. Cadzand had het doel zich tot een stijlvolle internationale badplaats met een gezinsvriendelijke identiteit te ontwikkelen. Noordwijk richtte zich juist op het herprofileren en versterken van haar identiteit als internationale congres- en toeristenplaats. Bij Zandvoort lag de nadruk op haar identiteit als ‘wellness badplaats’ en Ameland wilde zich een eigen identiteit aanmeten om zich te onderscheiden ten opzichte van de andere waddeneilanden.

De resultaten van de evaluatie zijn samengevoegd in een handboek “Baden in kwaliteit”, dat als leidraad voor andere kustplaatsen kan dienen om het proces van kwaliteitsverbetering van hun badplaats te ondersteunen. Het investeren in kwaliteit en een herkenbare identiteit heeft de grootste prioriteit.

### ***Infrastructuur Informatievoorziening***

In de brief over de toeristische informatievoorziening<sup>2</sup>, naar aanleiding van actiepunt 8 van de VTA, zijn de tekortkomingen in de informatievoorziening over toeristische bestemmingen in Nederland geïdentificeerd en zijn hier actiepunten aan gekoppeld. Het eerste probleem dat geschetst werd, is dat kleine bedrijven moeilijk aanhaken op de digitalisering van de toeristische informatiestructuur. Als reactie hierop zijn door VVV Nederland drie voorbeeldprojecten verspreid onder VVV's en Regionale Bureaus voor Toerisme in de vorm van een brochure.

Het tweede dat uit de analyse naar voren kwam, is dat de regionale/provinciale databases vaak nog niet goed aansluiten op de landelijke database van het NBTC. Naar aanleiding van deze conclusie is op initiatief van het Ministerie van Economische Zaken een overeenkomst getekend tussen het NBTC en het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme. Voor dit jaar zet ik in op vijf van dergelijke overeenkomsten met andere regio's.

### ***Duurzaamheid***

In de brief Duurzaam Toerisme en Recreatie<sup>3</sup> is aangekondigd dat vijf verduurzamingsprojecten geïnitieerd door de sector financieel ondersteund worden. Zo wordt een impuls gegeven aan de verduurzaming van de toeristisch-recreatieve sector. In 2007 wordt The Netherlands Travel Foundation opgericht op initiatief van de

---

<sup>2</sup> Kamerstukken II 2004-2005, 26 419, nr. 26

<sup>3</sup> Kamerstukken II 2005-2006, 26 419, nr. 29

uitgaande reisbranche in samenwerking met NGO's. Deze foundation heeft het doel projecten in bestemmingslanden mogelijk te maken die bijdragen aan de verduurzaming en het behoud van natuur en cultuur. Verder wordt het bedrijfsleven aangespoord de milieuefficiëntie te verbeteren door een financiële impuls aan het milieukeurmerk Green-Key. Samen met het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit stelt het Ministerie van Economische Zaken de sector eenmalig een subsidie van €220.000 ter beschikking om de initiatieven te realiseren.

### **3. Toerisme als onderdeel van het Gebiedsgericht Beleid**

In 2006 is een start gemaakt met de uitvoering van het Pieken in de Delta-beleid (PiD). Het centrale uitgangspunt in Pieken in de Delta is dat het Kabinet gebiedsspecifieke economische ontwikkelingen van nationaal belang verder wil brengen door het stimuleren van deze ontwikkelingen en het wegnemen van knelpunten. Dit draagt bij aan de ambitie om van Nederland een concurrerende en dynamische economie te maken in een sterk en innovatief Europa. In de programma's voor Noordvleugel Randstad en voor Zuidwest Nederland is toerisme benoemd als prioriteit van nationaal belang. Ook in het programma voor Noord-Nederland, dat deze zomer gereed moet zijn, wordt het stimuleren van toerisme naar verwachting als onderwerp opgenomen. Deze maand heeft de Minister van Economische Zaken de eerste Pieken in de Delta-projectsubsidies verstrekt.

Verder zijn in 2006 in het kader van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling 2007-2013 (EFRO) de programma's vastgesteld voor versterking van de regionale economie. Met cofinanciering van het Ministerie van Economische Zaken bieden deze programma's ook ruimte voor investeringen in het toeristisch product. Dit najaar wordt gestart met de uitvoering.

### **4. Voorbereiding toeristisch beleid 2008-2011**

In de periode van de VTA (2004-2006) is het inkomend toerisme naar Nederland sterk gestegen, met name in het afsluitende jaar. Met de verschillende stakeholders wordt reeds verkennend gesproken over het toeristisch beleid voor de komende vier jaar. Na de zomer hoop ik uw Kamer de uitgangspunten van het toeristisch beleid voor de komende vier jaar te kunnen presenteren.

Voor het jaar 2007 is mijn ambtsvoorganger een éénjarige subsidierelatie aangegaan met het NBTC. Naar aanleiding van een nieuw toeristisch beleid zal ik een meerjarige subsidieafspraken maken voor de periode 2008-2011. Hierover zal ik u aan het eind van 2007 informeren.

(w.g.) drs. F. Heemskerk

## **Bijlage**

### ***Overzicht actiepunten VTA***

1. *Het starten van een onderzoek naar de ontwikkelingen in het beleid in de ons concurrerende landen.*

Denemarken en het Verenigd Koninkrijk hebben reeds vergelijkingsstudies verricht naar beleidsinspanningen van de Noordwest-Europese landen. De nodige gegevens zijn hiermee op tafel gekomen.

2. *Het opzetten van een toeristische benchmark teneinde de stedelijk-culturele omgeving in ons land te vergelijken met de omringende bestemmingen in Noordwest Europa.*

Er bestaat een internationale stedenbenchmark, de European Cities Tourism (ECT), waaraan zo'n 80 Europese steden deelnemen, waaronder Amsterdam en Rotterdam. Nederland is dus aangesloten bij dit initiatief.

3. *Het opzetten van een meerjarige evenementenprogrammering.*

Zoals uitgebreider omschreven in de brief is het afgelopen jaar Rembrandt 400 succesvol afgerond. In de meerjarenplanning staat voor het jaar 2009/2010 Holland Art Cities gepland. De tussenliggende jaren dragen een thema met in 2007 "Dans en Muziek".

4. *Onderzoeken hoe de noodzakelijke kwaliteitsslag kan worden gemaakt bij de kust middels een voorbeeldproject samen met één van de badplaatsen*

Ook de afronding van dit actiepunt staat uitgebreid beschreven in de brief. In plaats van één voorbeeldproject zijn er vier pilots uitgevoerd. Het resultaat hiervan is een handboek dat als leidraad voor andere kustplaatsen kan dienen om het proces van kwaliteitsverbetering van hun badplaats te ondersteunen.

5. *Het verbeteren van de positie van Nederland op het gebied van congressen en vergaderingen*

Het NBTC heeft – in samenwerking met het bedrijfsleven – een plan van aanpak opgesteld om in 2009 in de internationale congresmarkt een marktaandeel in Noordwest Europa van 18% te hebben behaald. Dit plan van aanpak is in de zomer van 2005 door mijn ambtsvoorganger goedgekeurd, na raadpleging van het bedrijfsleven.

6. *Het opzetten van een toeristisch monitoringsysteem*

In de brief staan een aantal resultaten vermeld van het uitgebreide onderzoek Statistiek Inkomend Toerisme 2006, uitgevoerd door het NBTC. Dit onderzoek wordt in het jaar 2008 herhaald.

*7. Het uitvoeren van onderzoek naar de betekenis van het seniorensegment*

Er is al veel informatie beschikbaar over de wijze waarop het toeristische bedrijfsleven kan inspelen op deze groeimarkt. In overleg met het bedrijfsleven is dan ook besloten af te zien van aanvullend onderzoek.

*8. Het oplossen van de tekortkomingen in de huidige informatie-infrastructuur*

In de brief over de toeristische informatievoorziening<sup>4</sup> zijn de tekortkomingen geanalyseerd. In de huidige Kamerbrief staat beschreven hoe de acties aan de hand van deze analyse zijn uitgevoerd.

*9. Het inbrengen van de gegevens uit het Feitenonderzoek Toeristenbelasting bij het te formuleren kabinetsstandpunt over de toeristenbelasting.*

Het kabinetsstandpunt is in december 2004<sup>5</sup> aan u gecorrespondeerd.

*10. Het vergroten van de synergie tussen de beleidsterreinen toerisme, handels- en exportbevordering en buitenlandse investeringen, onder meer door het beter benutten van de handelsmissies om Nederland te promoten als toeristische bestemming*

Wanneer kansen zich voordoen, wordt toerisme opgenomen in de agenda bij handelsmissies. Dit is zowel in 2004 als in 2005 voorgekomen. Zo is tijdens de handelsmissie naar China in 2005 een NBTC kantoor geopend.

Ook bij toekomstige handelsmissies zal ik toeristische promotie in het programma opnemen.

*11. Het verbeteren van de bekendheid van het instrumentarium voor ondernemers*

Als reactie op dit actiepoint, zijn de websites subsidieshop.nl en toerisme.ez.nl in het leven geroepen. Ook via bedrijvenloket.nl zijn subsidies voor bedrijven makkelijker te vinden.

*12. Het afsluiten van een prestatiecontract met het NBTC*

In dit contract is opgenomen dat het marktaandeel inkomend bezoek van Nederland in Noordwest Europa 14% moet zijn. Medio juni 2007 zal duidelijk worden of deze prestatienorm is gehaald.

---

<sup>4</sup> Kamerstukken II 2004-2005, 26 419, nr. 26

<sup>5</sup> Kamerstukken II 2004-2005, 26419, nr. 20