

De vrijetijdsector is een enorm dynamische sector waar de ontwikkelingen en innovaties elkaar snel opvolgen. NRIT Media houdt continu de vinger aan de pols op haar Kennisplatform www.nritmedia.nl waar we dagdagelijks de actualiteit volgen. In deze Trends & Hypes een overzicht van de belangrijkste trends, ontwikkelingen en hypes van oktober 2014.

Trends: Horeca en recreatie profiteren van toenemende consumptie

De maand begon goed met een positieve prognose van Rabobank. Na een broos economisch herstel in 2014 zal de Nederlandse economie volgens de bank in 2015 verder groeien. Naast een aantrekkende export en stijgende investeringen zal ook de particuliere consumptie volgend jaar licht toenemen. Ook voor onze sector hadden de Utrechtse bankiers goed nieuws. Na jaren van recessie waar de consument de hand op de knip hield, profiteert de sector horeca en recreatie momenteel van een gestage groei. De stijgende consumentenbestedingen hebben op de vraag direct een positief effect. Ook profiteert de sector van het groeiende aantal buitenlandse toeristen dat ons land bezoekt. Mede daardoor verwacht Rabobank bij de hotels de sterkste groei (+2%). Ook restaurants mogen in 2015 een kleine groei (+1%) in de boeken schrijven, gevolgd door de vakantieparken (+0,5%) waar de groei juist een beetje terugzakt. Negatief is de ontwikkeling voor de cafés. En de bank had nog meer slecht nieuws. Zo is de sector door door lastminute beslissingen weersafhankelijker geworden. Daarnaast krijgen reviews- en boekingssites een steeds grotere machtspositie in de keten. Zij geven de consument optimaal inzage in aanbod, prijs en kwaliteit. Door het explosief toegenomen aanbod staat in nagenoeg alle branches van horeca en recreatie ook nog eens de prijs sterk onder druk. Daarbovenop verschuift een deel van de vraag naar bijvoorbeeld retail of multifunctionele landbouw. Ga daar maar aan staan. Desondanks zijn er volgens de bank bedrijven die excelleren in kwaliteit en performance. Het is dus zaak bij die selecte groep te horen. Daar heeft de bank wel wat handvatten voor. Consumenten zijn in de optiek van Rabobank op zoek naar producten met een bijzondere beleving of een emotionele lading dan wel een scherpe prijs. Locatie en concept worden daarbij steeds belangrijker. U weet wat u te doen staat!

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33516>

Trends: Analyse ING: Opmars buitenlandse toeristen zet door

Nog meer goed nieuws deze keer vanuit het inkomend toerisme. Nederland wordt steeds populairder bij buitenlandse toeristen. De afgelopen 10 jaar is het aantal overnachtingen met 25% gestegen tot 31,5 miljoen en er is ruimte voor verdere groei. Dat schreef ING deze maand in haar nieuwste publicatie. Volgens de bank blijft de potentie van de buitenlandse gast als doelgroep niet onopgemerkt. Tussen accommodatie-aanbieders neemt de concurrentie toe, bijvoorbeeld omdat nieuwe hotelketens en online-aanbieders hun opwachting maken. Bestaande bedrijven staan voor strategische keuzes en merken dat online vindbaarheid essentieel is om van de opmars van de buitenlandse gast te profiteren. Beschikking hebben over de relevante informatie van de gast is van grote waarde voor ondernemers die in hun aanbod de gast nog meer centraal willen stellen. Ook bij NBTC Holland Marketing kan de vlag uit. Voor 2014 verwacht deze organisatie een groei van 8%. Het



aantal buitenlandse verblijfstoeristen komt daarmee uit op 13,8 miljoen, een nieuw record. Vooral uit Zuid-Korea (+22%), Zwitserland (+14%), China (+13%), Italië (+12%) en Brazilië (+11%) worden meer toeristen verwacht. De belangrijke herkomstlanden Duitsland (+10%), België (+9%) en Groot-Brittannië (+8%) blijven het ook goed doen.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33658>

Toerisme: Wereldtoerisme blijft ondanks spanningen groeien

Ook internationaal blijft het toerisme maar groeien. De eerste zes maanden van 2014 is het internationaal toerisme met 4,6% gegroeid. De UNWTO registreerde in totaal 517 miljoen toeristen, 22 miljoen meer dan in dezelfde periode van 2013. De groei was het sterkst in Noord-, Midden- en Zuid-Amerika (+6%), gevolgd door Azië (+5%) en Europa (5%). Kijken we naar subregio dan groeide het toerisme het sterkst in Zuid-Azië (+8%), Noord-Europa (+8%), Noord-Oost Azië (+7%) en en Zuidelijk Mediterraan Europa (+7%). De groei is in lijn met de verwachting van UNWTO (4% tot 4,5%) voor heel 2014.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33609>

Toerisme: Matige julimaand voor Nederlands toerisme

Toch is het niet doorlopend halleluja. De Nederlandse toeristische sector heeft na een sterk voorjaar een matige julimaand achter de rug. Het aantal gasten in logiesaccommodaties daalde met 0,7% ten opzichte van juli 2013. Dat werd uitsluitend veroorzaakt door de terugval van het aantal Nederlandse gasten (-4,9%), het aantal gasten uit het buitenland (+6,8%) bleef stijgen. Dat blijkt uit voorlopige cijfers van het CBS op basis van de Statistiek Logiesaccommodaties. De hotelsector deed het prima en mocht in juli 5,8% meer gasten verwelkomen. Met de verblijfsrecreatie ging het een stuk minder (8,6% minder gasten), gelukkig viel het aantal overnachtingen met -3,1% minder sterk terug. Binnen de verblijfsrecreatie viel het aantal gasten op kampeerterreinen met 12,5% terug en op huisjesterreinen met 7,7%.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33559>

Vakanties: Nederlanders weer minder met vakantie

Ook Nederlanders hangen de vakantievlag nog niet uit. NBTC-NIPO Research verwacht dat het aantal vakanties van Nederlanders dit jaar licht daalt. Dat zou de tweede daling op rij zijn. In 2013 daalde het aantal vakanties met 3,2%. In 2012 konden we nog een kleine groei (+1,1%) noteren. Met het inkomend toerisme gaat het wel goed. NBTC Holland Marketing verwacht dit jaar 8% meer buitenlandse gasten. In de eerste drie kwartalen van het vakantiejaar 2014 (t/m juni) daalde het aantal binnenlandse vakanties met 2% ten opzichte van dezelfde periode in 2013. Het aantal buitenlandse vakanties daalde minder sterk (-0,5%). Positieve ontwikkeling voor het binnenland is de redelijk tot goede bezetting in de zomer. Tegelijkertijd laten de boekingscijfers voor buitenlandse vakanties van ANVR een daling in de zomermaanden zien. Overall wordt een lichte daling van het

aantal vakanties dat Nederlanders in 2014 ondernemen, verwacht. Dat schrijft NBTC Holland Marketing in haar nieuwste digitale publicatie 'Toerisme in perspectief'.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33544/>

Trends: Trendrapport wintersport in Nederland 2014

In de Alpenlanden valt inmiddels de eerste sneeuw en dan breekt ook in Nederland het wintersportseizoen weer aan. Voor de Nederlandse website www.wintersporters.nl een mooie aanleiding een groot onderzoek naar wintersportend Nederland te presenteren. Eerlijkheidshalve moet wel gezegd worden dat het hier alleen de bezoekers van de site betreft maar toch een hele bak interessante resultaten en leuke voor de hand liggende weetjes. Zo kiezen wintersporters hun bestemming vooral op basis van sneeuwzekerheid en de grootte van het skigebied. Wanneer er vervolgens online geboekt gaat worden, zijn de prijs en de kwaliteit van het aanbod de belangrijkste factoren. Tot zover de voor de hand liggende resultaten. Maar wist u bijvoorbeeld dat februari de drukste vertrekmaand is, Oostenrijk met 56% het favoriete wintersportland is en 37% van de ondervraagden twee maal op wintersport wil? Overigens is de belangstelling voor wintersport al enige jaren tanende. Dat blijkt dan weer uit onderzoek van NBTC-NIPO Research. Het vorige seizoen daalde het aantal wintersportvakanties van Nederlanders van 994.000 naar 929.000. In het seizoen 2012/2013 gingen nog 1,1 miljoen Nederlanders op wintersport.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33596/>

Trends: Ouderen verdeeld in 4 maaltijdtypes

De leisure sector ontvangt ouderen graag als gast. Maar we weten erg weinig van hun maaltijdvoorkeuren. Die leemte heeft Wageningen UR nu opgevuld met onderzoek naar de emotionele beleving van maaltijdvoorkeuren. U leest het goed, 'de emotionele beleving van maaltijden', daar hebben we het over. En als u dacht dat het niet gekker kon dan rekent u buiten de creativiteit van de onderzoekster. Ze heeft de vier groepen leuke namen gegeven. Maak kennis met mevrouw Jansen, meneer De Jager, mevrouw De Roos en meneer Zuurbier. Mevrouw Jansen vertegenwoordigt de grootste groep, de 'genoeglijke gemiddelden', waarin ongeveer 50% van de deelnemers zit. Mevrouw Jansen is gematigd in haar emoties over eten. Gezondheid en smaak vindt ze belangrijk en ze probeert wel eens wat nieuws, maar ze is niet op zoek naar culinaire verrassingen. De 'uitdagende avonturier' meneer De Jager, representant van een kwart van de deelnemers, geniet van zijn maaltijden en houdt juist wel van iets avontuurlijks op zijn bord. De 'tevreden genietster' mevrouw De Roos, en met haar ongeveer een achtste van de deelnemers, houdt van eten en vindt gezondheid belangrijk. Ze hecht meer waarde aan de mensen met wie ze eet dan aan bijzondere hapjes. De 'onverschillige criticus' meneer Zuurbier, die een achtste van de deelnemers vertegenwoordigt, is weinig geïnteresseerd in zijn maaltijden. Hij associeert ook negatieve gevoelens met eten, en loopt daardoor het meeste kans op ondervoeding.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33578/>



Internationaal toerisme: Nederland moet aan nieuw imago in China bouwen

Vorige maand was Mrs Rachel Xiang Feng, associate professor van de Shanghai Normal University en het Shanghai Institute of Tourism een paar dagen in Nederland. De redactie van het NRIT Media Vrijtijdsplatform was in de gelegenheid haar te interviewen. We wilden uit eerste hand weten hoe Chinezen over Nederland als toeristische bestemming denken. Volgens Rachel gaat die marktverdeling de komende 20 jaar compleet verschuiven en zullen individuele reizigers de overhand gaan krijgen. Goed nieuws voor Nederland is dat Chinezen Europa de nummer één bestemming van de wereld vinden. Helaas is Nederland bij de doorsnee Chinees een grote onbekende. Nederland heeft in de harten van de Chinezen geen erg sterk profiel. Parijs is de stad van de romantiek en Italië staat bekend om de knappe mannen. Nederland wordt hoogstens met bloemen geassocieerd. Volgens Rachel moet Nederland een bijzonder imago voor nieuwe jonge toeristen creëren. Dat imago moet in de harten van jonge Chinese toeristen worden geplant. Rachel ziet dat Nederland als een plaats waar je kunt ontspannen, aan niets hoeft te denken maar je toch geïnspireerd kunt worden: "Holland is the place of creation." Het nieuwe imago van Nederland in China.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33576>

Marketing: Friesland de boer op in China

Natuurlijk wil elke regio een klein puntje van de Chinese toeristentaart meeprikken. Ook Friesland denkt dat Chinese toeristen de provincie van wind, water en vergezichten interessant vinden. Daarom heeft Friesland zichzelf als toeristische bestemming gepresenteerd aan zes Chinese touroperators. De presentatie was onderdeel van een handelsmissie naar de Chinese provincie Sichuan, waar de provincie Fryslân een vriendschapsband mee onderhoudt. Volgens Friesland bezoeken Chinese toeristen graag landen met frisse lucht en een mooi landschap. Hanita van der Schaaf van Merk Fryslân presenteerde de toeristische mogelijkheden van Fryslân en een pakketreis van Friesland-Holland: 'Holland Highlights'.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33627/>

Trends: De toekomst van het reizen

Skyscanner heeft deze maand haar visie op de toekomst van reizen gepresenteerd. Om het reizen in het volgende decennium goed te begrijpen, moeten we volgens de geraadpleegde deskundigen kijken naar de technologische, economische en sociale factoren die de wereldwijde reisbranche de komende tien jaar ingrijpend gaan veranderen. De factor met de meest verstrekkende gevolgen is misschien wel de groei naar digitale volwassenheid. De visie bouwt voort op inzichten van nu maar de futurologen schromen niet om af en toe uit hun dak te gaan. Dit zijn wat opmerkelijke conclusies:

- In het hotel van de toekomst hoeft de gast geen mens meer tegen te komen en wordt toch enorm verwent;



- Hotels komen vol te hangen holografische systemen met 3D-projecties van personal trainers, filmsterren of zelfs vrienden en familie;
- Hotelsuites worden hyper-gepersonaliseerde verblijfsruimten;
- Toerisme onder water zal zich sneller ontwikkelen dan het ruimtetoerisme;
- Gecrowdsourcete reizen zullen een aardige deuk in het aantal geboekte hotelkamers veroorzaken;
- Reizen naar verboden gebieden zijn belangrijk voor de sociale status;
- Toerisme moet natuur redden;
- We groeien naar digitale volwassenheid;
- We zijn getuige van de geboorte van het 'Internet of Things';
- Paspoorten worden biometrische datakaarten;
- Veiligheidscontroles vergaand geautomatiseerd;
- Vliegvelden zijn er steeds meer op gericht om reizigers een gevoel van welzijn te bieden;
- Muren en vloeren van de vertreklounge zijn in de nabije toekomst volledig interactief
- Nieuw cabineconcept met verschillende zones;
- Ook in de lucht permanent online.

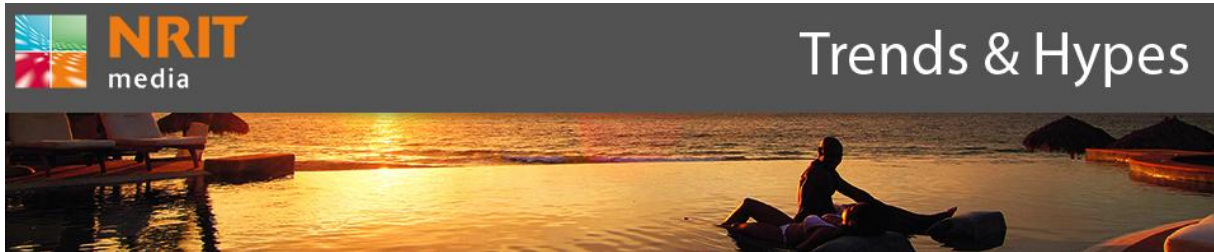
Duizelt het u al? Lees dan alles over de visie van Skyscanner op ons NRIT Media Vrijtijdsplatform.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33567/>

Kamperen: Noviteiten op de Kampeer & Caravan Jaarbeurs 2014

Deze maand was het voor het eerst sinds twee jaar weer Kampeer & Caravan Jaarbeurs. De vorige editie werd nog geschrapt vanwege onvoldoende belangstelling vanuit de markt. Daarmee zakte het concept van de beurs, het bieden van een totaaloverzicht van het kampeeraanbod, onderuit. De Jaarbeurs kon na afloop van de editie 2014 opgelucht adem halen. De geheel vernieuwde beurs viel bij de 35.325 bezoekers in de smaak. Zij waardeerden de beurs met een 7,2. Ten opzichte van de laatste editie kwamen zo'n 5.000 extra bezoekers op het evenement af. Bovendien trok de Kampeer & Caravan Jaarbeurs 2014 ook nieuwe bezoekers; een kwart was er voor het eerst. Wij waren ook van de partij en gingen op zoek naar de noviteiten. We liepen tegen gepimpte interieurs en exterieurs, de caravan van de toekomst, een volledig opengewerkte caravan, een wel heel erg basic kampeerauto en een fabrikant die zich zonder stand te huren de beurs op gesmokkeld had. De echte noviteit was de WakaWaka Power die de eerste KCK Kampeer Award kreeg uitgereikt. Deze lamp en oplader op zonne-energie wordt verkocht met principe 'buy one = give one'. Voor elke WakaWaka die wordt verkocht, verspreidt de WakaWaka Foundation er eentje onder kansarmen en slachtoffers in crisisgebieden. Een mooi initiatief waar een handige gadget wordt gecombineerd met een betere wereld. Chapeau!

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33509> en <http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33506>



Kamperen: Eurocamp introduceert luxe maar compacte stacaravan op 29 campings

Deze maand veel kampeernieuws. Zo heeft Eurocamp een nieuwe compacte stacaravan op haar campings geïntroduceerd. Deze Avant behoort tot Eurocamp's nieuwste generatie accommodaties en beschikt over het modernste design van binnen én buiten. Volgens Eurocamp hebben gasten steeds meer behoefte aan een luxueus verblijf midden in de natuur. Daarom werd vorig jaar de designstacaravan Aspect geïntroduceerd en komt Eurocamp nu met een compactere uitvoering: de Avant. Deze caravan wordt in 2015 op 29 verschillende campings in Europa geplaatst.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33558>

Kamperen: Vanaf 1 november winterkamperen bij Staatsbosbeheer

Winter, koud, brr? Niet voor de bikkels van Staatsbosbeheer. Onze eigen bosclub houdt deze winter drie kampeerterreinen open voor de avontuurlijke kampeerder die ook dit seizoen wil ervaren met zijn tent of caravan midden in de natuur. Ze kunnen terecht bij de Veenkuil in Bant, Nieuw-Soerel in Nunspeet en De Vlagberg in Sint Anthonis. Het winterkampeerseizoen begint op 1 november 2014 en loopt tot en met 31 maart 2015.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33488>

Natuur: D66 en PvdA willen Nationale Parken van internationale allure

We blijven even in de vrije natuur met de Nationale Parken. In Nederland zijn twintig Nationale Parken maar die zijn niet herkenbaar genoeg voor bezoekers. D66 en PvdA willen een herkenbaar stelsel van nationale parken met internationale allure zoals in Schotland, Canada en Amerika. Volgens de partijen is er veel bijzondere natuur in Nederland, maar is dat te versnipperd en niet herkenbaar genoeg voor bezoekers. Beide partijen hebben dat voorgesteld bij de behandeling van de Natuur en Landbouw begroting.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33641>

Mobiliteit: Openbaar vervoer in Nederland duur voor toeristen

In Nederland is een ritje met het openbaar vervoer, taxi of Uber voor toeristen relatief duur. Van de zestig onderzochte wereldsteden staan Amsterdam en Rotterdam onderaan de lijst. Rotterdam op plaats 57 en Amsterdam op positie 54. Dat heeft GoEuro, het gratis online vergelijkingsplatform voor reizen via vliegtuig, trein en bus uitgezocht. In deze nieuwe transport-prijsindex staan de kosten voor openbaar vervoer, taxi en Uber in zestig steden over de hele wereld overzichtelijk naast elkaar. Daarbij wordt ook rekening gehouden met factoren zoals afstand en tijd.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33653/>

Arbeidsmarkt: Sector moet zich openstellen voor discussie over vitaliteit

Werknemers in de recreatiebranche zijn trots op hun werkzaamheden en het bedrijf waar ze voor werken. Echt topnieuws want in deze mensenbranche zijn gelukkige en tevreden werknemers een belangrijke factor voor succes. Niemand komt terug in een gelegenheid met chagrijnig ongemotiveerd personeel. Een meerderheid van de werknemers voelt zich ook gewaardeerd. En die pluim mogen de werkgevers zich dat weer toebedelen. Toch is het met zowel de fysieke als psychische gezondheid minder goed gesteld. Zo verwacht 13% van de medewerkers in de toekomst klachten te gaan krijgen. Experts vinden dat de sector zich meer moet openstellen voor een discussie over vitaliteit. 13% van de campingmedewerkers is serieus op zoek naar een andere baan, tegenover 6% van medewerkers bij een bungalowpark en zwembad. Dat en nog veel meer blijkt uit onderzoek van het Sociaal Fonds Recreatie onder 389 medewerkers en 9 werkgevers van zwembaden en recreatiebedrijven. Leuke kennis maar wat moet je er dan mee? Daar hebben ze bij SFRecreatie gelukkig wel een idee over want met de resultaten van dit onderzoek is meer inzicht verkregen in de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en kan beleid worden ontwikkeld om de recreatiesector voor te bereiden op de toekomst.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33644>

Luchtvaart: KLM vangt klap op klap op

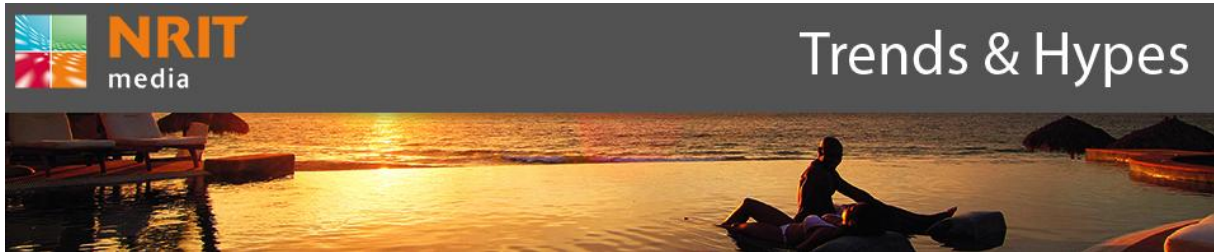
De KLM zat deze maand wel in de hoek waar de klappen vielen. Werd eerst het plan om van Transavia een Europese prijsvechter te maken onder druk van de Franse vakbonden ingetrokken, vervolgens mocht Camiel Eurlings het veld ruimen en maakte de groep Air France KLM teleurstellende kwartaalcijfers bekend. De staking heeft de groep een slordige 416 miljoen euro aan inkomsten gekost. In deze sector met smalle marges kun je jezelf dat eigenlijk niet veroorloven. Bijkomend probleem is dat KLM ten opzichte van de prijsvechters met een relatief oude vloot kerosineslurpende vliegtuigen rondvliegt. Geen goed nieuws voor de toekomst van onze nationale trots die ook nog eens een boete van 200.000 euro kreeg opgelegd voor een onjuiste vermelding van de prijs van tickets op haar website.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33639> en <http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33508>

Duurzaam toerisme: Volledig elektrische taxis op Schiphol

Dan maar wat positief nieuws uit de luchtvaart. Op luchthaven Schiphol zijn gisteren vijftig volledig elektrische taxi's in gebruik genomen. Ze zijn van van BBF Schipholtaxi en BIOS-groep. Deze bedrijven gaan samen met 167 Tesla's Model S rijden. De BIOS-groep met 71 Tesla's en BBF Schiphol Taxi met 96 taxi's. Beide bedrijven hebben een aanbesteding gewonnen. Schiphol is hiermee uniek in de wereld: op geen enkele luchthaven rijden zoveel duurzame taxi's.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33557>



Luchtvaart: Schiphol moderniseert beveiligingsdoorgangen

Nog meer fijn nieuws van onze nationale luchthaven. Bij een paspoortcontrole denk je aan strenge beambten in ongezellige hokjes waar je zo snel mogelijk door wilt. Een welkom gevoel is daar ver te zoeken. Dat moet anders hebben ze op Schiphol gedacht. Bij het ontwerp van een nieuw controlepunt stond de reiziger centraal. De ruimte heeft door gebruik van lichte kleuren, veel hout en ronde vormen een comfortabele, rustige uitstraling. Dit wordt ondersteund door gebruik van geluiddempende materialen. Het aanbieden van de (grotere) bakjes voor de scanner is geautomatiseerd en de poortjes gaan open als de reiziger de boardingpass aanbiedt. We gaan ons nog bijna welkom voelen.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33531/>

Luchtvaart: Luchthaven Eindhoven mag groeien

Schiphol 2, zeg maar Eindhoven Airport mag groter worden om gedeeltelijk de groei van Schiphol over te nemen. Hiermee wordt de mainportfunctie van Schiphol versterkt en kan de luchthaven Eindhoven een impuls geven aan de regionale economie en werkgelegenheid van de Brainport Eindhoven. Dat hebben staatssecretaris Mansveld (Infrastructuur Milieu) minister Hennis-Plasschaert (Defensie) vastgelegd in het luchthavenbesluit Eindhoven.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33551/>

Luchtvaart: Prijzenslag in Nederlandse luchtvaart

Het lijkt wel of de luchtvaarts slag om Nederland in 2015 in alle hevigheid gaat losbarsten. Een dag nadat easyJet zes nieuwe routes vanaf Amsterdam bekend maakt, zegt Ryanair in een interview met het ANP dat het in Nederland sterk wil groeien. Deze luchtvaartmaatschappij opent vanaf Eindhoven deze zomer vijf nieuwe route en wil zijn bestaande marktaandeel in Nederland van 4% naar maar liefst 14% uitbreiden.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33550/>

VVV: VVV Midden-Limburg zet fors in op routes

Routes zijn in de sector de laatste jaren het toverwoord om toeristen langs mooie plekjes te geleiden. Daarbij worden de boekjes en kaarten steeds meer ingeruild voor digitale varianten. De VVV Midden-Limburg heeft een digitale routeplanner op haar site gezet. Tot zover niet veel nieuws onder de zon. Wat wel bijzonder is dat het een heel scala aan fiets-, wandel-, mountainbike-, ruiters- en autoroutes betreft. Ook is het een bijzonder complete routeplanner met poi's, veel uitvoermogelijkheden en een optimale koppeling met de website van de VVV Midden-Limburg. Gebruikers kunnen zelf routes plannen met knooppuntensystemen of kiezen uit 100 voorgeprogrammeerde themaroutes. Naast de routes door Midden-Limburg zijn er een behoorlijk aantal routes grensoverschrijdend naar zowel België als ook Duitsland. Wij van de redactie delen een pluimpje uit aan Midden-Limburg.



<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33638>

Dagrecreatie: Nieuwe interactieve wandelroute in Lelystad

Nu we het toch over routes hebben kunnen we gelijk een nieuw initiatief in Flevoland behandelen. Misschien al een beetje achterhaald door de Google Glass en de smartphones met locatiebepaling maar toch wel leuk, de nieuwe interactieve wandelroute door het Rivierduingebied in Flevoland. Om dit landschap beleefbaar te maken heeft de Natuur en Milieucoöperatie (NMC) Rivierduingebied een interactieve wandeling uitgezet van 4,5 en 7 km met QR-codes over landbouwakkers en bosschages van Staatsbosbeheer. Om deze informatie te ontdekken heb je alleen een smartphone nodig om de QR-code te scannen. Hiermee kan je de achterliggende informatie, zoals foto's en filmpjes ter plaatse bekijken en kom je er achter hoe dit gebied er duizenden jaren geleden uit zag en hoe de mensen toen leefden. Voor wie geen smart Phone heeft zijn er ook borden geplaatst met informatie. Deze route kan je zelf ontdekken, maar er is ook een speciaal educatieprogramma ontwikkeld voor basisscholen over de geschiedenis van het Rivierduingebied. Compleet product zullen we maar zeggen.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33606/>

Reisbranche: Combinatie online en reisadvies in Vacation Matchmakers

Wie geen zin heeft in uren surfen naar de leukste vakantie kan ook Vacation Matchmakers in de arm nemen. Nee, u gaat niet op zoek naar een reisgenoot, daar moet u zelf voor zorgen. Het bedrijf brengt consumenten na een simpel online vraag- en antwoordspel gratis in contact met vijf reisspecialisten die een reisvoorstel op maat maken. Bricks en clicks komen hierdoor samen in de reiswereld. De formule hanteert vooral de factor zoektijd als koopargument.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33630/>

Reisbranche: 150 minder reisbureaus D-reizen

Dat initiatieven als Vacation Matchmakers weer een baksteen uit de gevel van het stenen reisbureau trekt, blijft buiten kijf. Dat ervaart ook het succesvolle D-reizen. Directeur Will van Hoogen denkt dat van de ongeveer 1.050 actieve reisbureaus in Nederland waarschijnlijk de helft op middellange termijn zal sluiten. Nu al houdt het bedrijf rekening met de sluiting van 150 D-reizen bureaus in de komende 3 jaar. Het bedrijf heeft ongeveer 500 reisbureaus op dit moment.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33496>

Dagrecreatie: Pier Scheveningen verkocht

Een klein smetje op het Nederland kusttoerisme is wel de Scheveningse Pier. Waar de Pier eigenlijk de trots van het Nederland toerisme zou moeten zijn, is het al jaren kommer en kwel. Als absoluut dieptepunt het faillissement van exploitant Van der Valk. Met de verkoop aan Danzep Hotels en



Kondor Wessels Vastgoed gloort er weer hoop. Danzep Hotels is de franchisehouder van de formule easyHotel in de Benelux. Het is nog niet duidelijk of er daadwerkelijk een easyHotel geopend zal worden op de pier. De curator van de failliete pier vraagt de gemeente Den Haag om mee te denken over de toekomst van het bouwwerk in zee. De Pier van Scheveningen is voor 3 miljoen euro verkocht.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33633>

Horeca: Amrâth neemt Kurhaus over

We blijven in Scheveningen met het Kurhaus Hotel. Dat je op een excellente locatie ook in de problemen kunt raken, bewijst ook dit hotel. Het Kurhaus ging deze maand failliet. Een te hoge huur, gebaseerd op een precisis economie, deed het hotel de das om. Gelukkig waren de onderhandelingen met de Nederlandse Amrâth Hotelgroep al voor het faillissement in een vergevorderd stadium. Het hotel gaat verder onder de naam Grand Hotel Amrâth Kurhaus Scheveningen. Amrâth heeft zowel de exploitatie als het onroerend goed overgenomen. De eetzaal kreeg bij Amrâth direct zicht op zee. Misschien toch niet alleen de hoge huur?

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33617>

Inkomend toerisme: Eerste Hollandse Mosselweek in Duitsland

De liefde van de man gaat door de maag. Dat moeten ze in Zeeland ook hebben gedacht toen ze samen met Het Nederlands Mosselbureau en NBTC Holland Marketing in Duitsland de eerste Hollandse Mosselweek organiseerden. Beide organisaties willen de Duitser kennis te laten maken met de Zeeuwse mosselen. Met deze Hollandse Mosselweek en begeleidende marketingactiviteiten in Noordrijn-Westfalen willen de organisatoren potentiële Duitse toeristen kennis laten maken met de smaak van Zeeland. Ook is het doel om de kust in het najaar en de winter te promoten.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33566>

Horeca: Inter Scaldes opnieuw nummer 1 van Lekker

En als je dan toch in Zeeland bent, kun je net zo goed bij Inter Scaldes gaan eten. Net als vorig jaar, staat dit restaurant van superchef Jannis Brevet op de eerste plaats. De Leest in Vaassen rukte op naar de tweede plaats en De Librije in Zwolle stijgt naar 3. In de gids die voor de 37ste keer verschijnt, staan de 500 beste restaurants van Nederland. Zeventig rapporteurs beoordelen de kwaliteit. Dit jaar moesten 82 restaurants de lijst verlaten waarvoor 82 nieuwkomers in de plaats kwamen.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33624/>

Dagrecreatie: Gratis zwemmen voor grootouders

De vergrijzing rukt op en dat dringt langzaam maar zeker door in de sector. Nu ook bij de marketeers van Sportium in Den Bosch. Sportieve grootouders die graag eens met hun kleinkinderen willen



zwemmen, kunnen in de maand november gratis bij AquaFun Sportiom in Den Bosch terecht. Natuurlijk is eigenaar Libéma geen liefdadigheidsinstelling geworden. De catch zit in de hoop. Met deze actie hoopt het zwembad dat meer abonnementen af te sluiten. Normaal kost een entreekaartje € 6,50.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33625>

Technologie: Half miljoen euro voor WiFi-punten Noord-Holland

Ook toeristen kunnen niet meer zonder mobiel internet. Steeds meer apps vragen om een internetverbinding. Zolang roamingkosten absurd hoog zijn blijft de behoefte aan een netwerk aan WiFi-punten. Noord-Holland trekt een extra bedrag van een half miljoen euro uit voor de aanschaf en installatie van deze punten. Het gaat om de aanleg van breedbandnetwerken, de zogeheten Next Generation Access -NGA -netwerken. Gemeenten, maar ook bewonersorganisaties en bedrijven kunnen bij de provincie een aanvraag doen.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33601>

Verblijfsrecreatie: Center Parcs scoort weer beter dan Pierre & Vacances

Pierre & Vacances Center Parcs heeft in het boekjaar 2013/2014 een omzet van 1,415 miljard euro behaald. Een groei van 8,3% ten opzichte van het voorgaande boekjaar toen het bedrijf ook een mooie groei (+8,8%) kon noteren. De omzetgroei in het boekjaar 2013/2014 was vooral te danken aan de afdeling projectontwikkeling. De omzet uit toerisme groeide met 0,4% naar 1,141 miljard euro. Binnen de groep deed vooral Center Parcs het goed met een omzetgroei van 2,3% naar 551 miljoen euro. Pierre & Vacances realiseerde een kleine omzetsdaling (-1,4% / 590 miljoen euro). Het bedrijf moet het meeste geld verdienen met de verhuur van accommodaties (763 miljoen euro). Die groeide bij Center Parcs met 3,0% naar 357 miljoen euro. De groei in de verhuuromzet werd vooral veroorzaakt doordat het bedrijf meer nachten verkocht (+2,3%) tegen een dalende prijs (-1,1%). Het aandeel van internationale bezoekers steeg in het boekjaar sterk van 53% naar 55% van de groepsomzet.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33595>

Evenementen: Raad van State definieert belanghebbende bij vergunningverlening scherper

De angst voor iedere organisator is een zeurende verre buur die bezwaar maakt tegen je evenement. Dat je daarvoor echt een buur moet zijn is nu door de Raad van State bevestigd. Niet iedereen kan zomaar bezwaar aantekenen tegen de verlening van een evenementenvergunning. Dat blijkt uit een uitspraak van de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State. Een inwoner van de gemeente Schijndel had de vergunning voor een driedaags muziek-evenement in het buitengebied aangevochten. Hij woonde op 3,2 kilometer afstand en kon de muziek lichtjes horen. Dat is volgens de Raad van State niet voldoende om belanghebbende te zijn.



<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33594/>

Horeca: Rookverbod ook in kleine cafés

Soms zit het mee en soms zit het tegen in de rechtbank. Dat heeft de kleine horeca deze maand ervaren. Het is definitief gedaan met roken in de horeca. Door een uitspraak van de Hoge Raad handhaaft de overheid per direct het rookverbod in alle horeca. Ook in de kleine cafés. Dat heeft staatssecretaris Martin van Rijn (VWS) besloten in reactie op de uitspraak van de Hoge Raad van 10 oktober 2014.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33590/>

Watersport: Jong geleerd is oud gedaan

‘Jong geleerd is oud gedaan’ moeten ze in de Limburgse Maasplassenregio gedacht hebben toen ze kinderen uit groepen zeven en acht een gratis watersportles aanboden. De provincie Limburg wil dat watersport veel meer dan nu een onderdeel wordt van de regiobeleving. Juist daarom moeten jonge mensen kennismaken met verschillende vormen van watersport. Haar ambities heeft de provincie vastgelegd in Het Nautisch Programma van Eisen. Doel is om met het project ErVaarwater in twee jaar tijd meer dan 1000 schoolkinderen kennis te laten maken, om zo de watersporter van de toekomst te kweken in Limburg.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33588/>

Zakelijk toerisme: NBTC wint twee awards met Mr Holland-campagne

Prijzen werden er deze maand ook uitgereikt. NBTC Holland Marketing won twee Meetings Industry Marketing Awards (MIMA) met de Mr Holland-campagne; brons in de categorie Brand Marketingcampagne en zilver voor de beste socialmediacampagne. De awards werden maandag 20 oktober uitgereikt in Londen.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33581/>

Attractieparken: Efteling maakt plannen nieuwe dive coaster bekend

Attractiepark de Efteling in Kaatsheuvel heeft de plannen voor de nieuwe divecoaster bekend gemaakt. Dat werd tijd want het park verliest anders definitief de aansluiting met de tieners. De attractie die in 2015 al voor het publiek moet openen krijgt de naam Baron 1898. Thema is een mijnstadje waar een hebzuchtige mijnbaron een goudader heeft ontdekt die wordt beschermd door de Witte Wieven. Volgens de Efteling wordt de attractie voor zowel het publiek als de bezoekers een unieke ervaring. Bezoekers worden veertig meter omhoog getakeld waarna een verticale val volgt. De maximale snelheid bedraagt daarbij 90 kilometer per uur. Bezoekers moeten minimaal 1,40 meter lang zijn.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33540/>



Dagrecreatie: Virtueel de Domtoren beklimmen

Gaat zo'n divecoaster u te ver, beklim dan de Domtoren in Utrecht. Kan tegenwoordig zelfs virtueel vanuit uw luie stoel. In samenwerking met Google is het eeuwenoude gebouw minutieus gefotografeerd in 3D-formaat en gedigitaliseerd.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33561/>

Attractieparken: Euro Disney gaat financiën herstructureren

Dat je met elf miljoen bezoekers per jaar toch lang in de financiële problemen kunt zitten bewijst Disneyland Parijs. Met een herkapitalisatie hoopt het bedrijf nu definitief uit de problemen te zijn. Euro Disney wordt voor 1 miljard euro geherkapitaliseerd en gaat voor 420 miljoen euro nieuwe aandelen uitgeven. Voor deze aandelenuitgifte staat moederbedrijf Walt Disney Company garant. Bestaande aandeelhouders kunnen tegen dezelfde prijs als de Walt Disney Company aandelen kopen. Het moederbedrijf zet verder 600 miljoen euro aan leningen om in aandelen en verlengt aflopende leningen tot 2023. Door deze maatregelen wordt de kaspositie van het bedrijf met 250 miljoen euro versterkt en wordt de schuldenlast verlaagd van 1,8 miljard euro verlaagd naar 998 miljoen euro. En nu maar hopen dat het genoeg is om de teruglopende bezoekersaantallen en de verliezen ten goede te keren.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33489>

Dagrecreatie: Met de metro naar het strand

Van geldgebrek hebben ze in de regio Rotterdam geen last. Voor ruim 300 miljoen euro wordt de Hoekse Lijn omgebouwd tot metrolijn. Krijgt Hoek van Holland gelijk een metrostation op het strand. Het nieuwe station Hoek van Holland Strand komt aan het Zeeplein te liggen. Reizigers lopen vrijwel direct vanuit de metro het strand op. De komende jaren bouwt de stadsregio Rotterdam de bestaande spoorlijn tussen Schiedam Centrum en Hoek van Holland om tot een metrolijn. In Schiedam sluit de Hoekse Lijn aan op metrolijn B naar Nesseland. Aan het eind van de lijn, in Hoek van Holland, wordt een kleine kilometer nieuw spoor aangelegd met een nieuw station 'Hoek van Holland Strand'.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33525>

Dierentuinen: Recordjaar voor Apenheul

Voor de Apenheul in Apeldoorn was 2014 een recordjaar. Het aantal bezoekers groeide met maar liefst 30% naar 581.000. Grote publiekstrekker was gorilla Jambo die samen met zijn groep een nieuw verblijf kreeg. Daarnaast had de topdrukke ook nadelen. Het parkeren kostte zowel Apenheul als de gemeente heel wat hoofdbrekens. Extra parkeerruimte op drukke zaterdagen en zondagen bracht (gedeeltelijk) verlichting. Toch kon niet worden voorkomen dat op meerdere dagen een grote file ontstond. Op zondag 19 oktober heeft Apenheul daarom, voor het eerst in zijn geschiedenis, via de



VerkeersInformatieDienst in Driebergen moeten laten oproepen om niet meer naar Apenheul te komen. De oproep werkte, uiteindelijk konden alle bezoekers toch terecht in het park.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33637>

Duurzaam toerisme: Eerste duurzaamheidsverslag Landal

Landal GreenParks presenteerde op de Dag van de Duurzaamheid, haar eerste Duurzaamheidsverslag. Onder de titel 'Wat groen kan doen' verwoordt de aanbieder van vakantieverblijven haar visie en ambitie op het gebied van duurzaam en betrokken ondernemen. Het bedrijf is actief bezig de overstap te maken naar een groene onderneming, van buiten én van binnen. Een belangrijke stap hierin is het creëren van bewustwording.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33521/>

Erfgoed: Noord-Holland zoekt ondernemers voor forten

De provincie Noord-Holland heeft de komende twee jaar 3 miljoen euro beschikbaar voor de restauratie van minimaal twee forten die onderdeel zijn van de Stelling van Amsterdam. Naast restauratie en duurzaam behoud wil de provincie de forten toegankelijk te maken voor recreatie en toerisme en het creëren van werkgelegenheid. Daarvoor worden ondernemers gezocht.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33520/>

Cultuur: Musea niet alleen op publieke belangstelling afrekenen

Musea moeten niet alleen vanuit een consumentenperspectief worden beoordeeld. Dat is niet verstandig en leidt tot een verschraling van kwaliteit. Dat smalle perspectief doet geen recht aan de variëteit en de maatschappelijke waarde van musea, zoals hun bijdragen aan onderwijs, toerisme of de creatieve industrie. Dat adviseert Kim Putters in het vandaag verschenen rapport 'Musea voor Mensen'. De commissie Putters adviseert musea te kiezen voor een helder eigen profiel met een herkenbare collectie. Volgens Putters moeten musea een nieuwe beoordelings- en verantwoordingssystematiek ontwikkelen. Overwegend vanuit een consumentenperspectief kijken naar musea is niet verstandig en leidt tot verschraling van kwaliteit. Musea moeten worden beoordeeld op hun variëteit en maatschappelijke meerwaarde.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33515>

Onderwijs: NHTV Breda beste grote hogeschool

Deze maand waren de Bredase bakkers erg gelukkig. NHTV internationaal hoger onderwijs Breda werd door de Keuzegids HBO 2015 uitgeroepen tot beste grote hogeschool van Nederland en iedereen kreeg taart. Met een score van 70,5 staat NHTV Breda op de eerste plek van alle grotere hogescholen in Nederland. Elf van de dertien beoordeelde NHTV-opleidingen scoren hoog in het eigen vakgebied en de opleidingen game architecture en facility management zijn echte toppers, met



meer dan tachtig van de 100 punten in de Keuzegidsranglijst. Studenten prijzen de hogeschool om de uitstekende docenten en het uitdagende en praktijkgerichte onderwijs; en ook keuringsinstantie NVAO is lovend over het onderwijs in Breda.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33492>

Ondernemen: Toezicht moet slimmer en efficiënter

Het toezicht in Nederland zit in een spagaat. De samenleving klaagt steen en been over te weinig toezicht en de diverse incidenten lijken de roep om meer toezicht alleen maar te versterken en tegelijk klagen ondernemers over de enorme regeldruk waarmee de overheid de veiligheid wil borgen. Tegelijkertijd zijn ondernemers maar wat blij als hun concurrent vanwege ondeugdelijke praktijken te grazen wordt genomen. Volgens Lodewijk van der Grinten, algemeen directeur KHN kan het toezicht door de overheid op de horecabranche slimmer en efficiënter. Het begint wat KHN betreft bij duidelijke en eenvoudige regels. Gelukkig klagen ondernemers niet alleen maar. Ze hebben een actieplan voor beter, slimmer en efficiënter toezicht aan minister Blok van ministerie voor Wonen en Rijksdienst overhandigd. Doel is betere risicobeheersing én minder toezichtlasten voor bedrijven.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33474/>

Marketing: Nieuwe marketingorganisatie voor Friesland van start

Het rommelt enorm in de regionale promotie-organisaties van Nederland. Organisaties verdwijnen maar ook nieuwe clubs ontstaan. Zo ook in Friesland. Daar is de nieuwe organisatie Merk Fryslân van start gegaan. De nieuwe organisatie is vanaf nu verantwoordelijk voor de brede regiomarketing van de provincie en bouwt de activiteiten van Beleef Fryslân, Fan Fryslân en voormalig Tourist Info Fryslân verder uit. Merk Fryslân werkt aan de toeristische marketing, productontwikkeling en het gastheerschap van de provincie. De organisatie werkt aan de toeristische marketing, productontwikkeling en het gastheerschap van de provincie. De Waddeneilanden worden hierbij als apart merk vermarkt. Daarnaast pakt Merk Fryslân de marketing voor Leeuwarden Culturele Hoofdstad op. Verder worden marketingactiviteiten voor de onderwerpen wonen, werken en studeren uitgewerkt. Merk Fryslân gaat met een budget van 1,3 miljoen euro per jaar werken. Daarvan draagt de provincie Friesland het merendeel (1,2 miljoen euro) bij. Gemeenten leveren op basis van inwonersaantallen en overnachtingen een bijdrage van 120.000 euro.

<http://www.nritmedia.nl/kennisbank/33473>