

VERBLIJFSTOERISME

TREND



Auteur Magda Monballyu

(Westtoer)

Lector Robert Govers

(Steunpunt Toerisme en Recreatie)

→ WAAROM DEZE INDICATOR?

Het volume van verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen is belangrijk binnen de duurzaamheidsproblematiek van het toerisme aan de Kust om een gedifferentieerd toerisme te kunnen instandhouden waarbij de cliënteel niet enkel bestaat uit tweede verblijvers en dagtoeristen maar ook uit verblijfstoeristen die voor korte termijn logies huren in hotels, campings, vakantiecentra of vakantie woningen. Op deze manier kan de kust verder blijven functioneren als bestemming voor een breed publiek en kan een grotere bezetting gehaald worden over het jaar.

→ WAT ZEGT DEZE INDICATOR?

Het volume van het verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen wordt gemeten in aankomsten en in overnachtingen. De aankomsten geven een indicatie van het aantal toeristen dat aan de kust verblijft voor kortere perioden. Het aantal overnachtingen is veeleer een indicatie van de impact en het economische belang van het verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen. Door de overnachtingen te delen door de aankomsten kunnen we de gemiddelde verblijfsduur berekenen. De gegevens voor aankomsten en overnachtingen van verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen worden verzameld door de Federale Overheidsdienst (FOD) Economie. Deze dienst baseert zich op de gegevens die worden aangeleverd door de logiesuitbaters met een vergunning zoals hotels en campings (waarvoor een informatieplicht naar FOD Economie bestaat) en op de gegevens van de immobiliënkantoren. Het probleem stelt zich echter dat heel wat vakantie woningen rechtstreeks, d.w.z. zonder tussenkomst van een kantoor, worden verhuurd. Deze overnachtingen worden door FOD-economie dus niet geregistreerd. Om rekening te houden met deze directe verhuur voert Westtoer op basis van een wetenschappelijk verantwoorde methodologie een correctie uit op deze gegevens.

→ WAT ZIJN DE RESULTATEN?

De kust slaagt erin om iets meer (+2 %) toeristen (vakanties=aankomsten) in commerciële logies aan te trekken in 2006 dan in 1997. Door een dalende gemiddelde verblijfsduur zet zich dit echter om in een daling in overnachtingen voor deze periode van 14 %. Deze daling van de gemiddelde verblijfsduur doet zich voor bij de meeste bestemmingen. Voor de kust heeft het fenomeen wellicht ook te maken met de stijgende voorkeur voor de kust als bestemming voor een tweede vakantie of voor korte verblijven.

Uit de evolutie van de GINI-coëfficiënt, die de spreiding weergeeft, kan worden afgeleid dat het toerisme aan de kust de laatste jaren meer over het jaar gespreid is. Een gelijkmatiger spreiding van het verblijfstoerisme in commerciële logiesvorm over het hele jaar komt de duurzame ontwikkeling ten goede. Heel veel acties in verband met het kusttoerisme (zowel productontwikkeling als marketing) waren dan ook gericht op het verbreden van het seizoen.

Samen met het tweedeverblijfstoerisme dat wordt ingeschat op 14,8 miljoen overnachtingen, brengt het verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen een niet te verwaarlozen ecologische druk op de kustregio met zich mee, vooral wat de productie van huishoudelijk afval en het waterverbruik betreft. Acties voor het sensibiliseren van toeristen over afvalpreventie en rationeel gebruik van water, kunnen dat verhelpen.

→ WAT VOOR DE TOEKOMST?

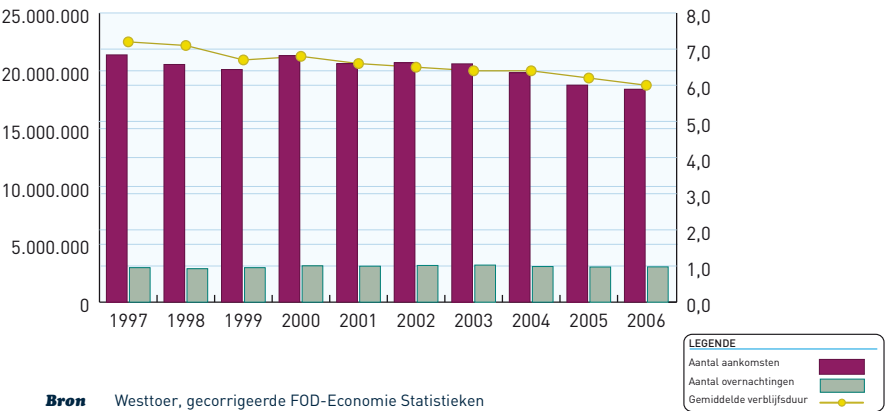
Commerciële logiesvormen zijn van belang omdat ze iedereen in de gelegenheid stellen om voor kortere perioden vakantie te nemen aan de kust (bv. verblijf in hotel, op camping, of in huurwoning). Ze genereren een hogere bezettingsgraad dan het tweedeverblijfsaanbod en realiseren een efficiënter gebruik van de ruimte.

Het in stand houden van de aankomsten en overnachtingen in commerciële logiesvormen vormt een uitdaging voor het kustbeleid. Naast geschikte marketinginitiatieven om meer cliënteel aan te trekken over het hele jaar in deze vorm van logies, is in dit verband ook een instandhoudingsbeleid van het bestaande aanbod van commerciële logiesvormen noodzakelijk. Ook is het belangrijk dat de gezamenlijke marketinginspanningen (Toerisme Vlaanderen, Westtoer en kustgemeenten) voor de kust zich verder richten op het spreiden van de vraag in commerciële logiesvormen over het jaar om de rendabiliteit van de logies te verhogen.

Jaarlijks bezoeken heel wat binnen- en buitenlandse toeristen de kust, al dan niet gecombineerd met een overnachting. De kust slaagt erin om iets meer toeristen in commerciële logies aan te trekken. In 2006 waren er 2 % meer aankomsten dan in 1997, ondanks een verschuiving bij de Belgen van het huren van een vakantiewoning naar het gebruik van een eigen tweede verblijf (aankomsten niet opgenomen bij commerciële logies).

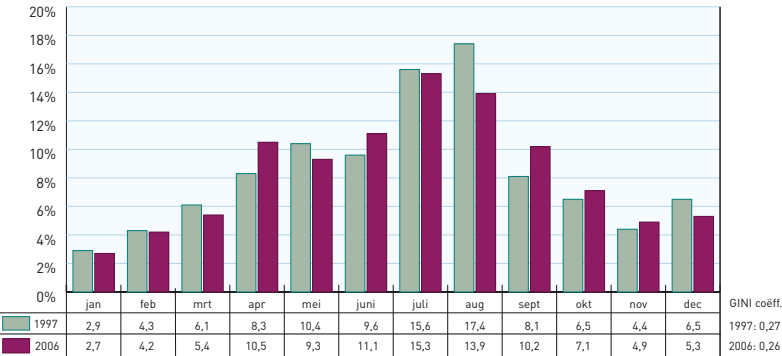
Omdat de gemiddelde verblijfsduur daalde, zette deze trend zich tussen 1997 en 2006 toch om in een belangrijke daling van het aantal overnachtingen met 14 %. Het stijgende aantal aankomsten en het dalende aantal overnachtingen toont aan dat de kust als nabije vakantiebestemming een grotere aantrekkingskracht heeft voor kortere dan voor langere periodes. Marketing- en productbeleid moeten hier rekening mee houden.

Grafiek 1 Evolutie aantal overnachtingen, aankomsten en gemiddelde verblijfsduur in commerciële logiesvormen (inclusief huren) aan de Kust, 1997-2006



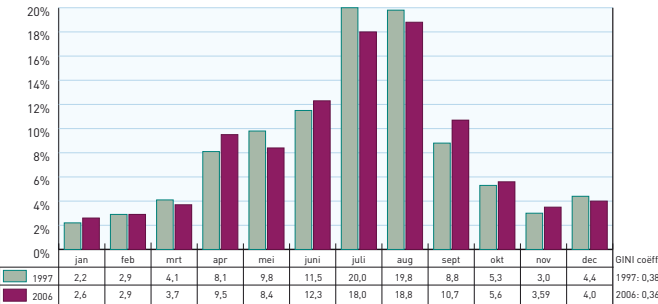
Bron Westtoer, gecorrigeerde FOD-Economie Statistieken

Grafiek 2 Evolutie van de spreiding van de aankomsten in commerciële logiesvormen (inclusief huren) in %, 1997-2006



Bron Originele FOD-Economie Statistieken

Grafiek 3 Evolutie van de spreiding van de overnachtingen in commerciële logiesvormen (inclusief huren) in %, 1997-2006



Bron Originele FOD-Economie Statistieken