

Inpakken en wegwezen

Vakantie en economie



Samenvatting

Inpakken en wegwezen

Inleiding

Vakantie vieren is een prettige bezigheid die ook nog eens economisch relevant is. De vakantieganger zelf wordt er gelukkiger van en hij verschaft anderen werk en inkomen. Werknemers komen met een opgeladen batterij terug en daar hebben werkgevers ook baat bij.

Vaker, verder, voordeliger

Nederlanders zijn door de jaren heen steeds grotere vakantievierders geworden. We gaan steeds vaker op vakantie en ook verder van huis. Dat heeft te maken met stijgende inkomsten en dalende kosten. Verschillende groepen Nederlanders gaan wel elk op hun eigen manier op vakantie. Huishoudens met een hoger inkomen gaan vaker en naar andere landen op reis dan de lage inkomens. Ouderen gaan vaker weg, evenals Randstedelingen.

Prikkelende prijzen

Bij het boeken van vakanties laten we ons leiden door de prijzen. De economische wet dat we meer kopen van iets dat goedkoper is – en minder van wat duur is – werkt door terwijl wij op vakantie zijn. Een goede manier om Nederlanders over het Kanaal te lokken is een lage koers van het Engelse pond. Een zwakke dollar maakt dat we eerder naar Amerika vliegen. Nederlandse toeristen besteden veel meer in het buitenland dan buitenlandse toeristen in Nederland.

Trends in de toekomst

Door de zwakke Amerikaanse dollar kunnen reisorganisaties nu goedkoop reizen inkopen naar landen waarvan de munt aan de dollar is gekoppeld. Volgend jaar zijn reizen naar Amerika en de Nederlandse Antillen daarom naar verwachting voordelig. Wel krijgen vakantiegangers tegen die tijd waarschijnlijk minder dollars voor hun euro's dan nu en zijn zij bij de uitgaven ter plekke meer geld kwijt. De verwachte koersdaling van het Engelse pond levert Nederlandse toeristen in Groot-Brittannië juist voordeel op.

Door de vergrijzing gaan we anders op vakantie: vaker en langer. Zo gaan we gemiddeld vaker op lange vakantie in eigen land, maar reizen we ook vaker af naar Duitsland en Groot-Brittannië. Daarbij liggen we vaker in een hotelbed en minder vaak in de tent. Hoe we op reis gaan verandert ook. In 2020 pakken 13% meer vakantiegangers de touringcar dan nu.

Inleiding

Vakantie en economie

Een bergtop, een blauwe zee of de bureaustoel op het werk? Vraag mensen waar zij hun gelukkigste moment beleven en weinigen zullen kiezen voor de laatste optie. Van vakantie worden mensen blij. Maar niet alleen de vakantieganger zelf ontleent daar waarde aan. Toerisme levert veel inkomsten en banen op en ook de keuzes van vakantiegangers hangen nauw samen met de economie.

Voor zo'n prettige tijdsbesteding is het een nogal ondankbaar woord. De term vakantie betekent in wezen niets anders dan 'lege periode'. Leeg aan intense ervaringen is die periode doorgaans niet. Juist tijdens de vakantie beleven velen hun passie. Er zijn ook goede economische argumenten om er geld aan uit te geven. Geld zelf maakt niet gelukkig. Wat je met geld kunt doen, kan wel gelukkig maken. Onderzoek wijst uit dat ervaringen mensen gelukkiger maken dan de aanschaf van duurzame goederen. Met andere woorden, de euro's zijn beter besteed aan vakantie dan aan bijvoorbeeld een nieuwe auto.

Hogere uitgaven aan vakantie

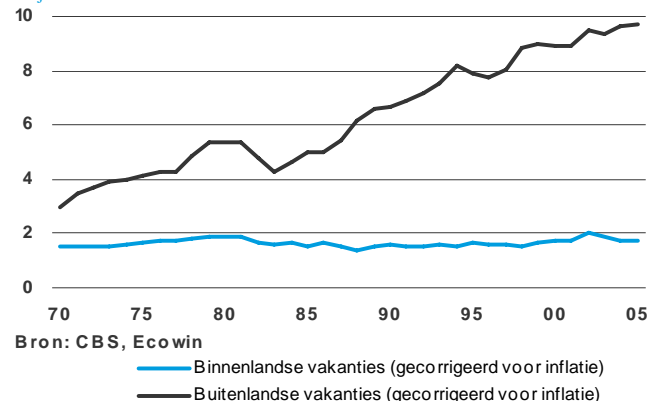
Dat wij vakantie belangrijk vinden blijkt ook uit het geld dat wij eraan besteden. De uitgaven van Nederlanders aan hun vakanties zijn de afgelopen decennia flink gestegen: van 1 miljard euro in 1969 naar 11 miljard euro vorig jaar. Gecorrigeerd voor de stijging van het prijspeil betekent dat een verdrievoudiging van de uitgaven. Deden we eind jaren zestig 70% van de uitgaven aan vakantie in het buitenland, in 2006 was dat 85%. Daar staat tegenover dat buitenlandse toeristen ook Nederland steeds beter weten te vinden. In 2005 gaven 10 miljoen buitenlandse gasten in totaal 8,4 miljard euro in Nederland uit.

Wereldwijd besteden 800 miljoen internationale toeristen meer dan 600 miljard Amerikaanse dollars en verschaffen daarmee veel mensen werk. Op bijvoorbeeld de Nederlandse Antillen is de toerismesector niet weg te denken. Voor veel ontwikkelingslanden zijn toeristen een belangrijke bron van inkomsten.

Vakantie goed voor werknemer en werkgever

De boog kan niet altijd gespannen staan. Door er even tussenuit te gaan kunnen werknemers de batterij weer even opladen. Dat is niet alleen prettig, het helpt ook voorkomen dat werknemers overspannen raken. Werkgevers hebben daar baat bij. Een kleine kanttekening is op zijn plaats. Bedrijven zullen minder blij zijn met werknemers die in de eerste dagen na de vakantie eerst nog een jetlag moeten verwerken voor zij weer op volle toeren presteren.

Uitgaven van Nederlanders aan vakantie
miljarden euro's



Verder, vaker, voordeliger

Vakanties van Nederlanders

Nederlanders zijn door de jaren heen steeds grotere vakantievierders geworden. We gaan steeds vaker op vakantie en ook verder van huis. Dat heeft te maken met stijgende inkomsten en dalende kosten.

Vaker weg omdat het kan

Van de 7,1 miljoen vakanties in 1969 brachten Nederlanders er 3 miljoen in het buitenland door. In 2005 gingen Nederlanders veel vaker de grens over: 14 miljoen van de in totaal 22 miljoen vakanties. Verschillende factoren hebben bijgedragen aan de grotere reislust. De inkomens zijn over deze periode flink gestegen waardoor consumenten meer kunnen besteden aan vakanties. Ook is het autobezit gestegen en het aantal kinderen per huishouden gedaald. Tripjes zijn dus makkelijker gemaakt. De gedaalde kosten voor vliegverkeer hebben het reizen gestimuleerd, evenals de gulden (en later de euro) die steeds meer waard is geworden in het buitenland. Maar het heeft niet alleen te maken met geld. We zijn ook korter gaan werken en hebben daardoor meer tijd om vakantie te vieren.

Inkomen bepaalt bestemming...

Verschillende inkomensgroepen gaan anders op vakantie. Mensen met een hoog inkomen gaan vaker op een lange vakantie – dat wil zeggen minimaal vier nachten - naar het buitenland. Huishoudens met een bruto inkomen boven de 56.000 euro deden dat in 2005 gemiddeld 21% vaker dan huishoudens die minder dan 17.500 euro verdienen. Ook de favoriete bestemmingen verschillen. Zo gaan huishoudens met een inkomen onder de 23.000 euro veel vaker dan gemiddeld lang op vakantie naar Groot-Brittannië. Die bestemming laten de hogere inkomensgroepen vaker links liggen. Zij gaan juist extra vaak naar Frankrijk, Oostenrijk en Italië, waar lagere inkomens op hun beurt minder komen.

...maar bepaalt niet de uitgaven

De gemiddelde uitgaven per vakantieganger zijn niet het laagste bij de huishoudens met het laagste bruto inkomen. De groep daar net boven – 17.000 tot 23.000 euro – gaf in 2005 per persoon het minst uit aan lange vakanties in het buitenland: 586 euro tegen 694 euro gemiddeld. Overigens dalen de uitgaven als percentage van het inkomen naarmate het inkomen stijgt. De groep met een bruto inkomen onder de 17.500 geeft procentueel het meest aan vakantie uit, daarboven wordt het steeds minder. Dat betekent dat van elke extra verdiende euro een kleiner deel aan vakantie wordt besteed. In de hoogste categorie zijn de inkomens drie keer zo hoog als in de laagste categorie,

maar liggen de uitgaven in euro's per vakantieganger gemiddeld 'slechts' 20% hoger.

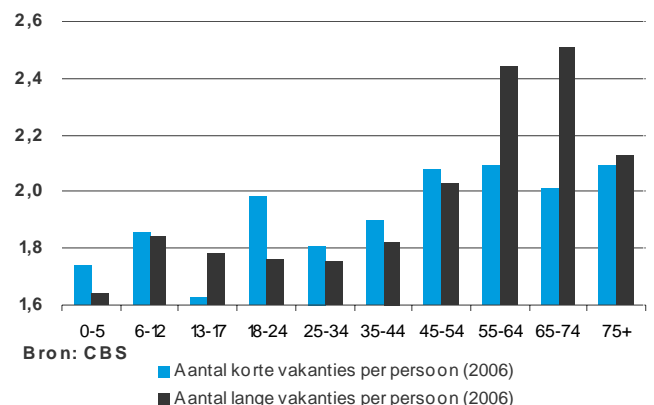
Ontsnappen aan de Randstad

Het meest geneigd tot vakantie zijn bewoners van Utrecht, Noord-Holland en Zuid-Holland. Zeeuwen en Drentenaren gaan het minst. Mogelijk hebben zij minder behoefte om er even tussenuit te gaan omdat er meer rust en ruimte in de woonomgeving is en het dagelijkse leven minder gejaagd. Niet voor niets zijn Zeeland en Drenthe ook belangrijke toeristische bestemmingen. Ook het gemiddeld lagere inkomen in deze regio's kan de lagere vakantiedeelname verklaren.

Ouderen vaakst weg

Hoe ouder, hoe reislustiger. Het aantal lange vakanties is het grootst onder 65-74 jarigen: gemiddeld gaan zij 2,5 keer per jaar op reis. Bij het aantal korte vakanties strijden de 55-64 jarigen om de eer met de 75-plussers: beide leeftijdsgroepen gaan gemiddeld 2,1 keer per jaar. Voor Nederlanders onder de 45 jaar ligt zowel het aantal korte als lange vakanties gemiddeld onder de twee keer per jaar. Ouderen kunnen vaker op vakantie omdat zij gemiddeld minder werken. Ook komen er steeds meer ouderen met een aanvullend pensioen. Twee belangrijke voorwaarden om op vakantie te kunnen - genoeg tijd en genoeg geld - zijn daarmee in veel gevallen vervuld.

Aantal vakanties per jaar naar leeftijdsgroep



Prikkelende prijzen

Gaan als het goedkoop is

Ook bij het boeken van vakanties laten we ons leiden door de prijzen. De economische wet dat we meer kopen van iets dat goedkoper is – en minder van wat duur is – werkt door terwijl wij op vakantie zijn. De prijzen van vliegtickets en wisselkoersen doen ertoe.

Vaker vliegen

Sinds de opkomst van prijsvechters heeft het vliegverkeer een grote vlucht genomen, vooral naar bestemmingen binnen Europa. Vliegen is voordeliger geworden en daarom doen we het ook vaker. Voor lange vakanties in het buitenland namen we in 1990 in 19% van de gevallen het vliegtuig. Dat percentage is bijna verdubbeld tot 37% vorig jaar. Voor korte buitenlandse vakanties steeg het percentage van 3% naar 14%. De toegenomen concurrentie in de lucht is door twee ontwikkelingen gestimuleerd: liberalisering van het Europese vliegverkeer en de mogelijkheid om via het internet te boeken.

Meer waar voor sterke munt

Door de jaren heen hebben Nederlanders kunnen profiteren van een sterke munt. Zo is in de jaren zeventig en tachtig de koers van de gulden gestaag opgelopen ten opzichte van de Belgische en Franse franc. Tegelijkertijd nam ook het aantal Nederlandse toeristen toe dat zijn heil zocht in België of Frankrijk. Vanaf de jaren negentig is de wisselkoers gestabiliseerd evenals het aantal vakantiegangers naar beide landen.

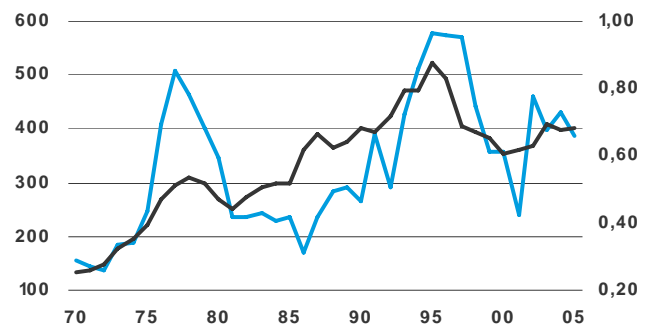
Goedkopere vliegtickets brengen andere landen binnen bereik waar de koopkracht van een gulden of euro groter is dan thuis, denk aan Turkije of Griekenland. Nog verder van huis, zoals in Indonesië of Guatemala, ligt het prijsniveau nog lager. Daar staat doorgaans natuurlijk wel een duurdere vlucht tegenover.

Wisselkoers stuurt toeristenstroom

De invloed van wisselkoersen op vakantiegangers valt te illustreren met de koers van het Engelse pond. Deze is door de jaren behoorlijk op en neer gegaan, met de nodige effecten op het toerisme over en weer. Het aantal overnachtingen van Britse toeristen in Nederland is hoger naarmate het Engelse pond sterker staat ten opzichte van de euro. Zo stond eind jaren negentig het pond sterk. Onze hotels zaten toen vol met Britten, terwijl Nederlanders toen juist minder naar het Verenigd Koninkrijk gingen. Verzwakking van het pond tot een dieptepunt in 2003 zorgde voor een afname van het Britse toerisme naar ons land en een opleving van het aantal Nederlanders dat de Noordzee overstak. Een

vergelijkbaar patroon doet zich voor bij de koers van de dollar en het aantal vakanties naar de Verenigde Staten. Toeristenaantallen reageren op de wisselkoers. Reisorganisaties kunnen goedkoper inkopen als een munt van een land minder sterk staat. Naar die bestemmingen kunnen zij dan ook makkelijker stunten met de prijs. Ook zijn vakantiegangers ter plaatse minder geld kwijt aan bijvoorbeeld uit eten gaan. Het loont dus om de wisselkoersen in de gaten te houden.

Nederlanders op vakantie naar Engeland



Bron: CBS, Ecowin

— Nederlanders op vakantie naar Groot-Brittannië (dznd, links)
— Aantal Engelse pond per euro (rechts)

Euro op vakantie

Sinds de invoering van de euro hoeven vakantiegangers bij veel Europese bestemmingen geen geld meer te wisselen. Dat maakt de prijzen makkelijker te vergelijken met thuis. Voor veel mensen is dat een argument om een vakantiebestemming uit te kiezen waar met de euro kan worden betaald. Uit een peiling onder 30.500 bezoekers van Postbank.nl gaf 55% aan het belangrijk te vinden om op vakantie met de euro te kunnen betalen (35% vond dat niet belangrijk en 10% had geen mening). Zie ook het artikel [Geld, gemak en vakantie op www.postbank.nl/economischnieuws](http://www.postbank.nl/economischnieuws).

Vakantiebalans uit evenwicht

Nederlanders gaan graag over de grens op vakantie. Wij geven meer geld uit op vakantie in het buitenland dan dat buitenlandse toeristen hier besteden. In bijna alle landen geven wij meer uit dan andersom. Toch zijn er landen waarvan de inwoners het nog leuker vinden om geld uit te geven bij ons dan wij bij hen. De belangrijkste waren in 2006 Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Japan.

Prijsbewust over de grens

Op vakantie over de grens slaan veel Nederlanders goedkope producten in voor thuis: 28% van de bezoekers aan Postbank.nl geeft aan dit te doen. Ook wordt er op vakantie vaker afgedongen dan thuis. Tweederde van de bezoekers dingt op vakantie wel eens af, terwijl slechts de helft dat in Nederland doet. Zie ook het artikel [Prijsbewust over de grens op www.postbank.nl/economischnieuws](http://www.postbank.nl/economischnieuws).

Reizen in de toekomst

Trends in vakantieland

Wat brengt de toekomst? In welke windstreken kunnen vakantiegangers profiteren van zwakkere munten? Trends als vergrijzing en technologische ontwikkeling zullen invloed hebben op het vakantiegedrag. Het best voorspelbaar zijn de effecten van de vergrijzing.

Bestemmingen

We hebben gezien dat wisselkoersen een rol spelen voor vakantiegangers. Bij de huidige wisselkoersen is een aantal bestemmingen aantrekkelijker dan vorig jaar. Vakantiegangers profiteren nu van koopkrachtvoordeel in onder meer de Verenigde Staten, de Nederlandse Antillen, Japan en Egypte. De huidige koersen bepalen ook hoe voordelig reisorganisaties de reizen voor volgend jaar kunnen inkopen. Deze bestemmingen liggen volgend jaar waarschijnlijk voordelig in de schappen van het reisbureau. Het Postbank Economisch Bureau gaat er wel van uit dat tegen die tijd de dollar weer is aangesterkt tot 1,28 dollar per euro (tegenover de huidige koers van 1,36). Dat levert vakantiegangers ten opzichte van nu een nadeel van 6% in euro's op bij hun uitgaven in dollars. Voordeel valt dan te halen in een ander Engelstalig land. Volgend jaar zomer gaan er naar onze verwachting 5% meer Engelse ponden in een euro dan nu.

Voor opkomende landen geldt over het algemeen dat ze niet goedkoper worden op lange termijn. Naarmate de economieën zich verder ontwikkelen stijgen de prijzen en de waarde van de munt. Zo is Tsjechië in de afgelopen jaren een stuk duurder geworden. China houdt zijn munt kunstmatig laag. Als dat op termijn verandert, wordt China een duurder bestemming, maar kunnen we ook meer Chinese toeristen in Nederland verwachten.

Vergrijzing en vakantie

Nederland heeft te maken met vergrijzing. De komende jaren gaan steeds meer mensen van de naoorlogse geboortegolf met (vervroegd) pensioen. Een steeds groter deel van de bevolking is ouder dan 65 jaar. Zij gaan anders op vakantie dan jongeren en geven er meer aan uit. Dat betekent dat de gemiddelde vakantie er door de vergrijzing anders uit komt te zien.

Vaker en langer

Als vakantiegangers van verschillende leeftijden zich blijven gedragen zoals in de afgelopen jaren, dan gaan we door de vergrijzing gemiddeld vaker en langer op vakantie. De groei zit vooral in de lange binnenlandse vakanties (+5% in 2020), maar ook sommige buitenlandse bestemmingen profiteren. Zo kan

Duitsland in 2020 op 8% meer Nederlanders rekenen die voor een lange vakantie neerstrijken en Groot-Brittannië op 6%. De populaire bestemming Frankrijk krijgt juist te maken met krimp. De Fransen blijven wel lijststaanvoerder.

Hotelbed of bij bekenden

Ouderen slapen veel liever in een hotel dan in een tent of appartement. Als gevolg van de veranderende leeftijdsopbouw van de bevolking neemt het aantal hotelovernachtingen tot 2020 met 7% toe. Het overnachten bij vrienden en bekenden neemt met 8% toe, maar blijft beperkt in omvang. Dit gaat ten koste van het aantal overnachtingen in (bungalow)tenten (-6%) en zomerhuisjes en vakantiebungalows (-2%).

Auto, vliegtuig en bus

Als verschillende leeftijdsgroepen met hun favoriete vervoermiddel naar de vakantiebestemming blijven gaan dan heeft dat weinig invloed op het gebruik van de auto of het vliegtuig. Er is wel een verschuiving te zien bij de bus. Twee groepen maken meer dan evenredig gebruik van de touringcar: jongeren tussen de 13 en 17 jaar en 55-plussers. De eerste groep krimpt, de tweede groep groeit. Die laatste ontwikkeling weegt veel zwaarder. Per saldo stijgt het gebruik van de touringcar tot 2020 in totaal met 13%. De vergrijzing vraagt om meer buschauffeurs, niet om meer piloten.

Technologie en andere trends

Vergrijzing is natuurlijk niet de enige trend die in de toekomst speelt. Zo kan op lange termijn klimaatverandering de populariteit en de prijzen van bestemmingen beïnvloeden. Hogere heffingen kunnen vliegen duurder maken. Grotere concurrentie in de lucht kan de ticketprijzen juist verlagen. Technologische ontwikkelingen zullen ook invloed hebben op vakanties van Nederlanders. Denk maar aan de verdere rol van het internet bij het samenstellen van de reis. Inmiddels boekt al 60% van de Nederlanders wel eens een reis via het internet.

Bronnen

Centraal Bureau voor de Statistiek, Vakanties van Nederlanders 2006

Centraal Bureau voor de Statistiek, Toerisme en recreatie in cijfers 2006

Centraal Bureau voor de Statistiek, Statline (<http://statline.cbs.nl>)

Centraal Planbureau, Centraal Economisch Plan 2007

Ruigrok (2007), *Online of offline? Een kwantitatief onderzoek naar de digitalisering anno 2007*, in opdracht van de Postbank, juli 2007.

Wereld Toerisme Organisatie, *Tourism Indicators*, (www.umwto.org)

Jonathan Clements, 'Money and Happiness: Here's why you won't laugh all the Way to the Bank', column in de *Wall Street Journal*, 16 augustus, 2006.

ING Economisch Bureau (2007), *Sectorvisie Reisbranche*, juli 2007.

Postbank, resultaten van de *vraag van vandaag* zoals besproken op www.postbank.nl/economischnieuws

Disclaimer

Deze publicatie is geschreven in opdracht van Postbank N.V. (handelsregister Amsterdam 33184000) ter informatie voor haar klanten. De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op de door Postbank N.V. vergaarde informatie en door Postbank N.V. betrouwbaar geachte bronnen. Deze gegevens zijn op zorgvuldige wijze in onze analyses verwerkt. Noch Postbank N.V., noch medewerkers van Postbank N.V. kunnen aansprakelijk worden gesteld voor de in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. Aan de verstrekte informatie kunnen geen rechten worden ontleend. Postbank N.V. aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor de inhoud van de publicaties of voor informatie die op of via de sites wordt verstrekt. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Het is derden wél toegestaan (delen van) de publicatie te citeren, mits daarbij de bron – Postbank Economisch Bureau - en de naam van de betreffende auteur wordt vermeld. Niets in deze publicatie mag worden gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd zonder de voorafgaande uitdrukkelijke toestemming van Postbank N.V. Postbank N.V. behoudt zich alle intellectuele eigendomsrechten en databankrechten voor. De afnemer van deze informatie is verplicht aanwijzingen van de Postbank N.V. betreffende het gebruik van de informatie op te volgen. Nederlands recht is van toepassing.