

FEITEN & CIJFERS FACTSHEET

REGIOMONITOR 2015

INLEIDING

De vrijetijdsector is een onmisbare sector in Overijssel. Vanuit Marketing Impuls Toerisme Overijssel werken de Overijsselse merken samen met ondernemers en overheden aan het ontwikkelen en profileren van de vrijetijdsector. De ambitie is het vergroten van de naamsbekendheid, om zo een positieve bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van het aantal bezoekers, bestedingen en uiteindelijk banen.

de Regiomonitor opgezet, door het Kennispunt van MarketingOost en het Twents Bureau voor Toerisme, in samenwerking met onderzoeksbureau I&O research.

Deze factsheet geeft in één keer inzicht in dé toeristische kengetallen van de afgelopen jaren.

Vragen of opmerkingen? Neem gerust contact met ons op! info@marketingoost.nl of 038-4686651.

Gezien het belang van deze sector is in Overijssel behoefte ontstaan aan goede monitoring op regionaal niveau. Hiervoor is

CIJFERS OVERIJSSEL

ontwikkeling 2009-2014

Vrijetijdsactiviteiten door NL-ers
Activiteiten gem. 2007-2011

91,6 miljoen
DOOR
NEDERLANDSE
BEZOEKERS



Vrijetijdsactiviteiten door NL-ers
Activiteiten gem. 2009-2013

88,2 miljoen
DOOR
NEDERLANDSE
BEZOEKERS



Vrijetijdsactiviteiten door buitenlanders
Activiteiten gem. 2007-2011

5,6 miljoen
DOOR
BUITENLANDSE
BEZOEKERS



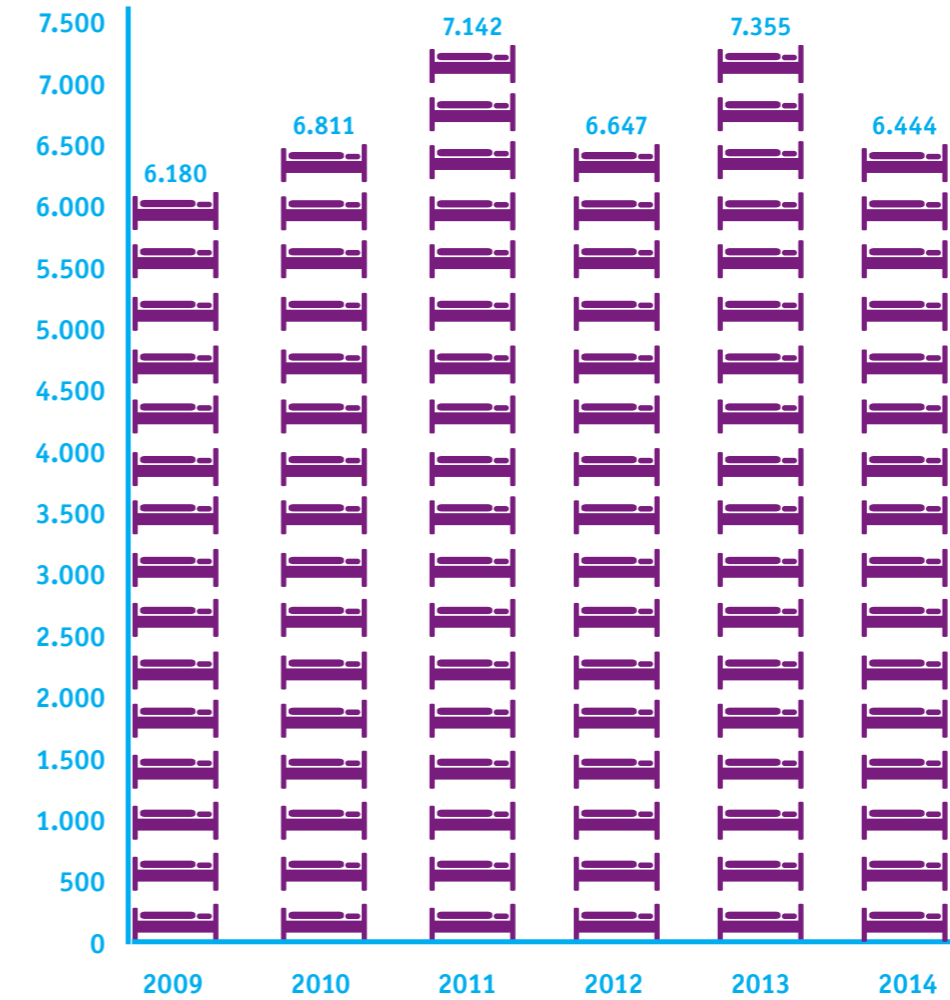
Vrijetijdsactiviteiten door buitenlanders
Activiteiten gem. 2009-2013

5,4 miljoen
DOOR
BUITENLANDSE
BEZOEKERS

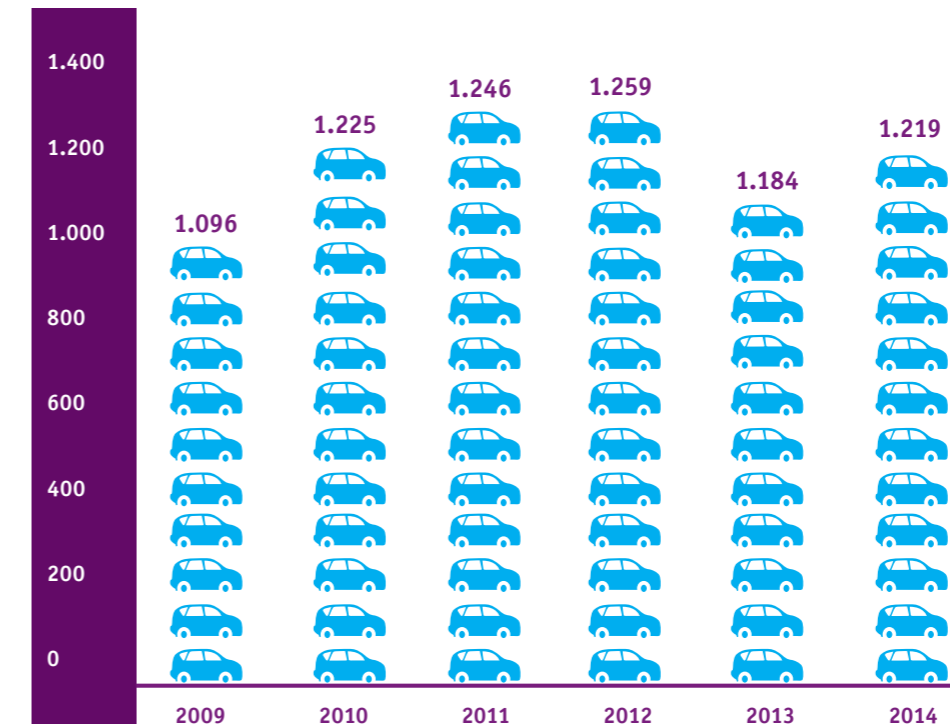


1,2 miljard Totale bestedingen tijdens vrijetijdsactiviteiten
(Nederlandse en buitenlandse bezoekers)

Totaal aantal toeristische overnachtingen door Nederlanders in Overijssel per jaar x1.000
(bron: CVO 2009-2014)

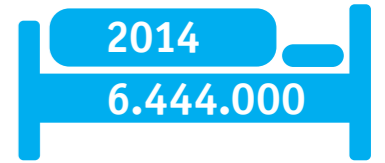
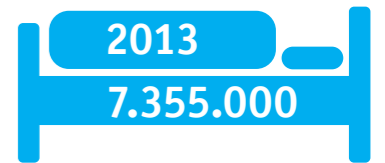


Aantal toeristische vakanties door Nederlanders in Overijssel per type x1.000
(bron: CVO 2009-2014)



Totaal aantal toeristische overnachtingen in Overijssel
(bron: CVO 2012-2014, SLA, SIT 2009)

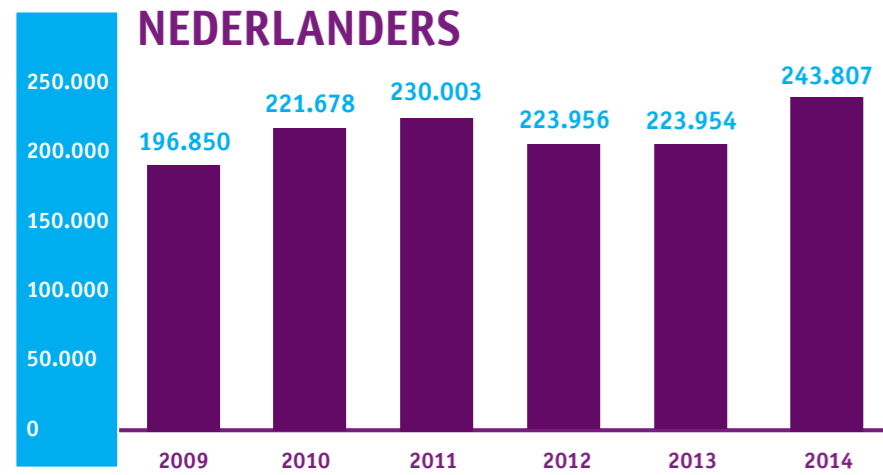
Binnenlandse overnachtingen



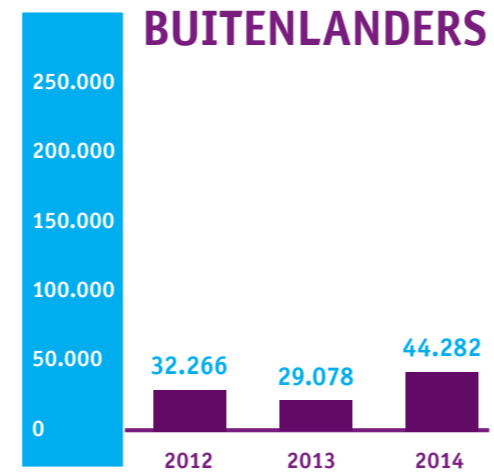
Buitenlandse overnachtingen



Totale uitgaven aan binnenlandse vakanties in Overijssel per jaar en type x1.000
(bron: CVO 2009-2014)



Bestedingen tijdens toeristische overnachtingen in Overijssel x1.000
(bron: CVO 2012-2014, SLA, SIT 2009 en 2014)



Profiel

Welke leefstijlen hebben de vakantiegangers van Overijssel?



Op basis van leefstijlen RECRON Innovatie Campagne
*groter poppetje = profiel sterker vertegenwoordigd in Overijssel dan gemiddeld in Nederland

Werkgelegenheid toerisme- en recreatiesector Overijssel naar jaar
(bron: LISA 2014)

BANEN

2009	30.883	2010	31.635	2011	31.599
2012	32.135	2013	31.764	2014	32.142

CIJFERS PER REGIO

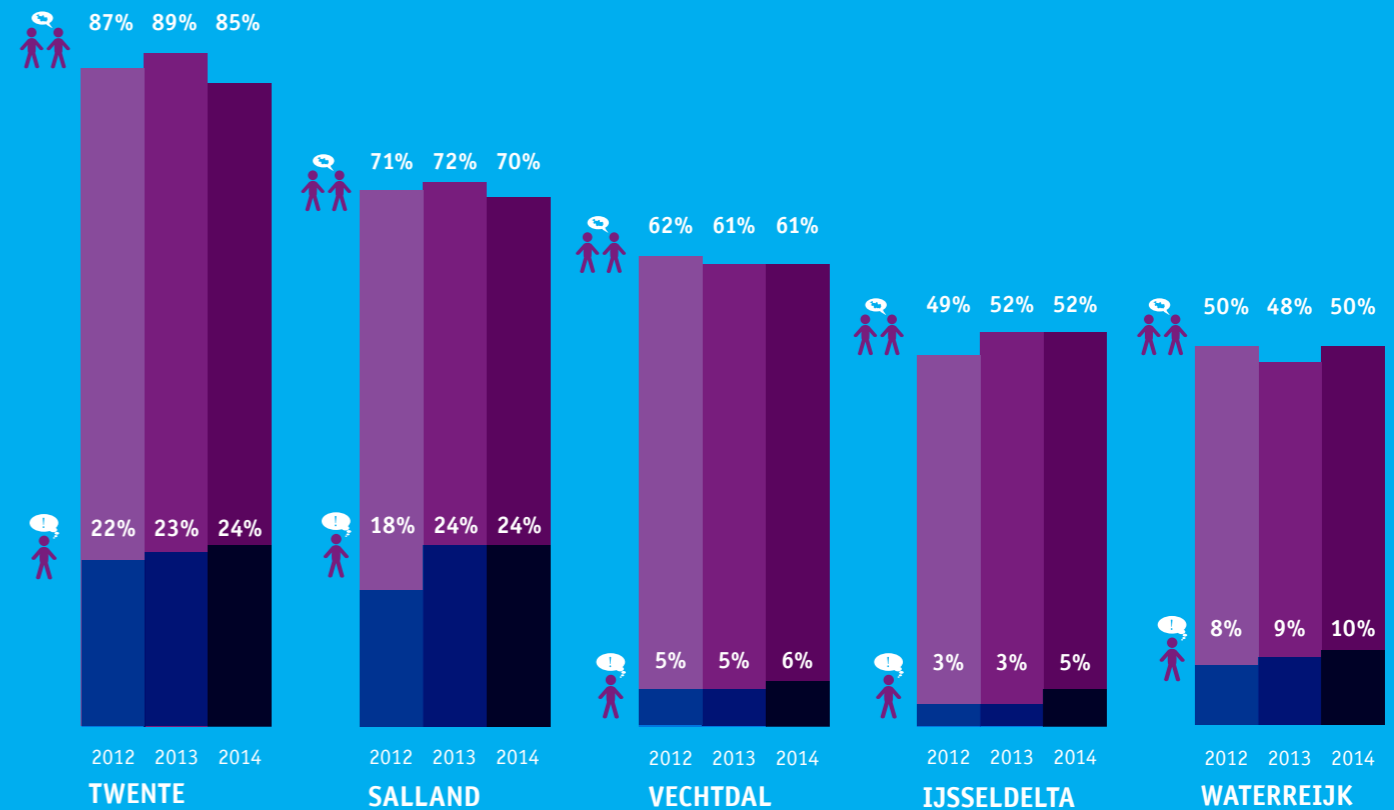
Ontwikkeling 2012-2014

SPONTANE BEKENDHEID REGIO

De provincie Overijssel kent een aantal toeristische regio's. Welke regio's binnen Overijssel kent u?

GEHOLPEN BEKENDHEID REGIO

Kunt u aangeven in hoeverre u bekend bent met de volgende regio's?

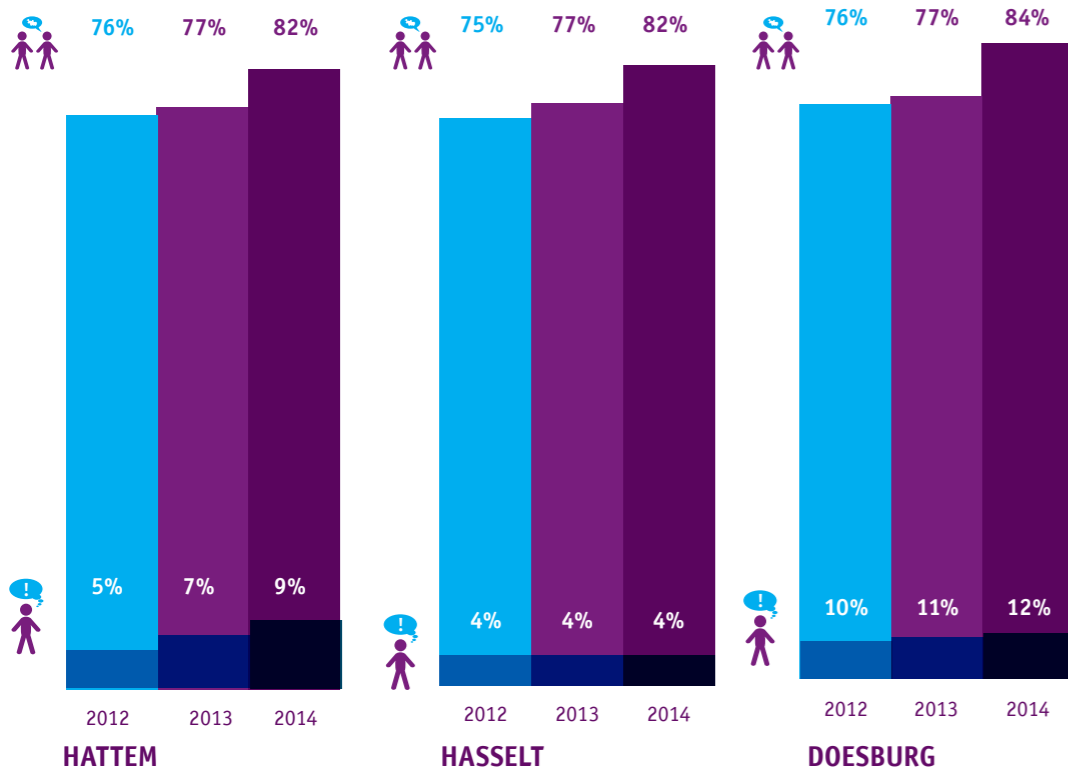
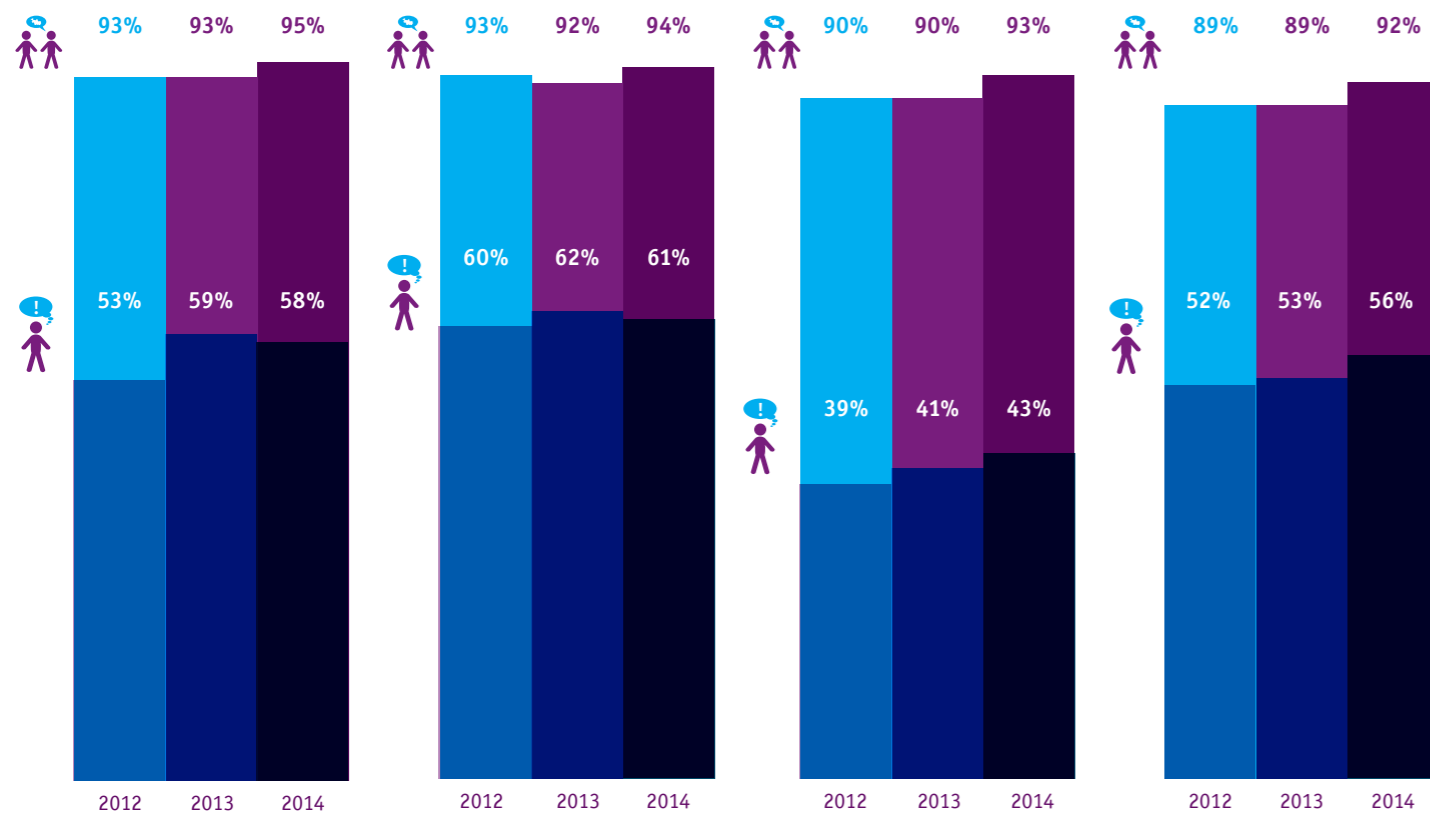


CIJFERS OVERIJSSSEL

Ontwikkeling 2012-2014

 SPONTANE BEKENDHEID STEDEN

 GEHOLPEN BEKENDHEID STEDEN



VRIJETIJDSACTIONEITEN

VRIJETIJDSACTIONEITEN DOOR NL-ERS



	ACTIVITEITEN 2007-2011	GEMIDDELDE 2009-2013
Twente	46.900.000	43.900.000
Vechtdal	10.500.000	10.700.000
IJsseldelta	18.100.000	18.000.000
Salland	17.200.000	17.200.000
Hanzesteden	31.000.000	30.600.000

VRIJETIJDSACTIONEITEN DOOR BUITENLANDERS



	ACTIVITEITEN 2007-2011	GEMIDDELDE 2009-2013
Twente	2.900.000	2.700.000
Vechtdal	600.000	700.000
IJsseldelta	1.100.000	1.100.000
Salland	1.100.000	1.100.000
Hanzesteden	1.900.000	1.900.000



TOTAAL AANTAL TOERISTISCHE OVERNACHTINGEN IN OVERIJSEL

(bron: op basis van bedrijvenonderzoek en CVO 2012-2014 en SLA en SIT 2015)

BINNENLANDSE OVERNACHTINGEN



	2012	2013	2014
WaterReijk	632.000	700.000	653.000
IJsseldelta	211.000	235.000	199.000
Vechtdal	2.005.000	2.210.000	1.942.000
Salland	1.446.000	1.646.000	1.404.000
Twente	3.108.000	3.402.000	2.939.000
Hanzesteden	533.000	597.000	497.000
OVERIJSEL	6.647.000	7.355.000	6.444.000

BUITENLANDSE OVERNACHTINGEN



	2012	2013	2014
WaterReijk	43.000	40.000	46.000
IJsseldelta	14.000	13.000	14.000
Vechtdal	137.000	126.000	137.000
Salland	99.000	94.000	99.000
Twente	213.000	194.000	208.000
Hanzesteden	36.000	34.000	35.000
OVERIJSEL	454.000	419.000	456.000

AANTAL TOERISTISCHE VAKANTIES DOOR NEDERLANDERS PER OVERIJSELE REGIO

Op basis van bedrijvenonderzoek en CVO 2012-2014



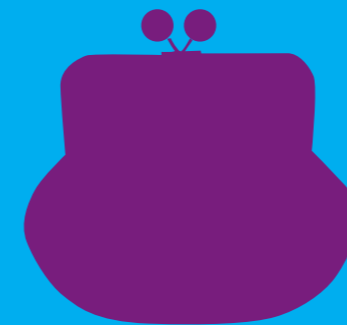
	2012	2013	2014
WaterReijk	120.000	113.000	124.000
IJsseldelta	40.000	38.000	38.000
Vechtdal	380.000	356.000	367.000
Salland	274.000	265.000	266.000
Twente	589.000	548.000	556.000
Hanzesteden	101.000	96.000	94.000
OVERIJSEL	1.259.000	1.184.000	1.219.000



BESTEDINGEN TIJDENS TOERISTISCHE OVERNACHTINGEN IN OVERIJSEL

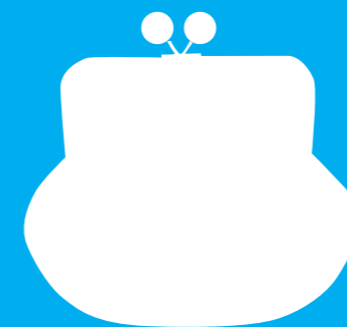
(bron: SIT 2015 i.p.v. SIT 2009)

BESTEDINGEN DOOR NEDERLANDERS



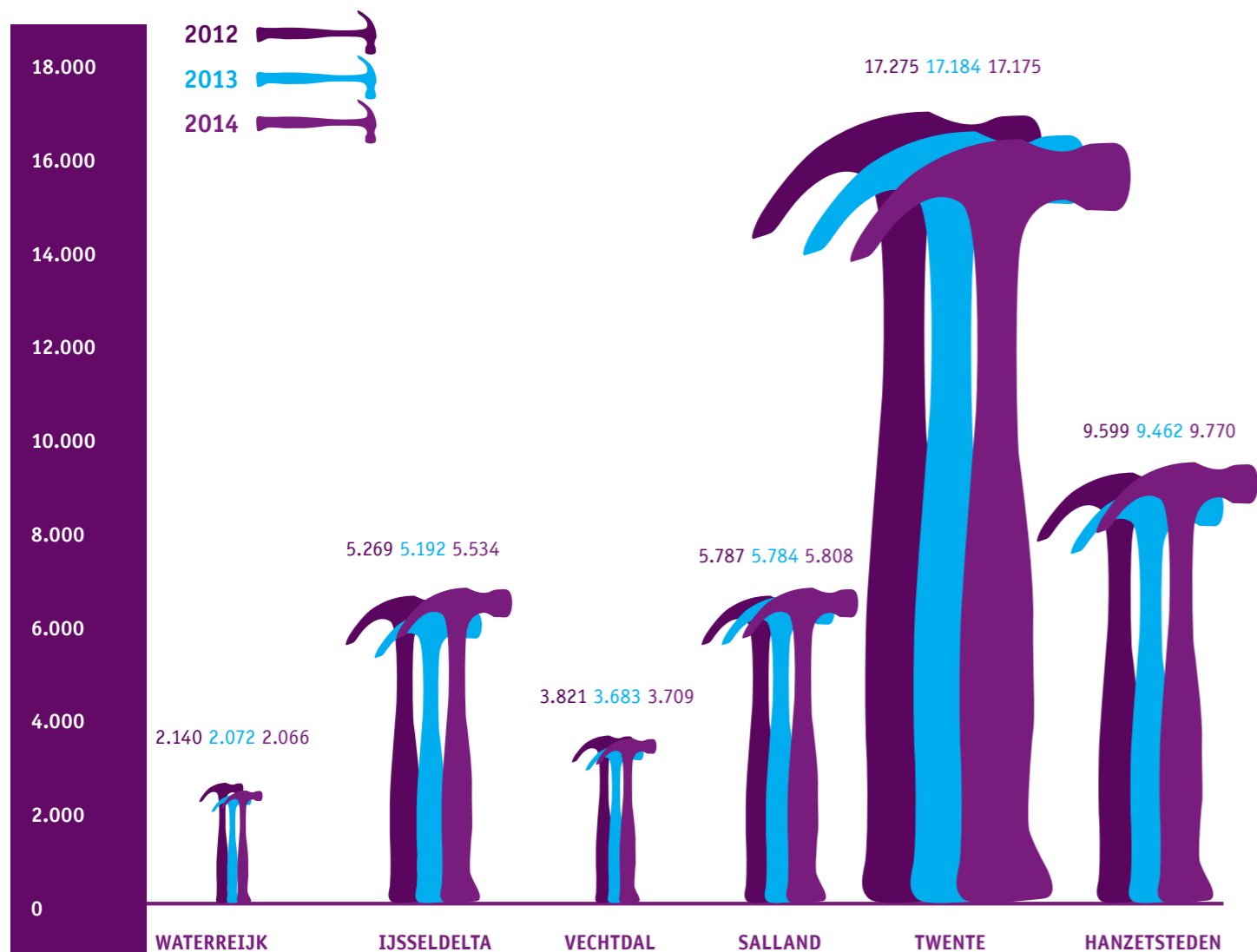
	2012	2013	2014
WaterReijk	€ 20.968.000	€ 21.033.000	€ 24.657.000
IJsseldelta	€ 10.319.000	€ 9.935.000	€ 10.707.000
Vechtdal	€ 58.624.000	€ 59.187.000	€ 64.459.000
Salland	€ 49.531.000	€ 50.850.000	€ 55.668.000
Twente	€ 111.491.000	€ 110.430.000	€ 117.396.000
Hanzesteden	€ 23.269.000	€ 22.765.000	€ 24.118.000
OVERIJSEL	€ 223.956.000	€ 223.954.000	€ 243.807.000

BESTEDINGEN DOOR BUITENLANDERS



	2012	2013	2014
WaterReijk	€ 3.021.000	€ 2.731.000	€ 4.478.000
IJsseldelta	€ 1.487.000	€ 1.290.000	€ 1.945.000
Vechtdal	€ 8.446.000	€ 7.685.000	€ 11.707.000
Salland	€ 7.136.000	€ 6.602.000	€ 10.111.000
Twente	€ 16.063.000	€ 14.338.000	€ 21.322.000
Hanzesteden	€ 3.352.000	€ 2.956.000	€ 4.381.000
OVERIJSEL	€ 32.266.000	€ 29.078.000	€ 44.282.000

Werkgelegenheid toerisme- en recreatiesector per regio naar jaar
(bron: LISA 2014)



	2012	2013	2014
OVERIJSEL:	32.135	31.764	32.142
NEDERLAND:	504.360	503.140	502.390

IMAGO HANZESTEDEN VAKANTIEGANGER



IMAGO IJSSEDELTA VAKANTIEGANGER



IMAGO SALLAND VAKANTIEGANGER



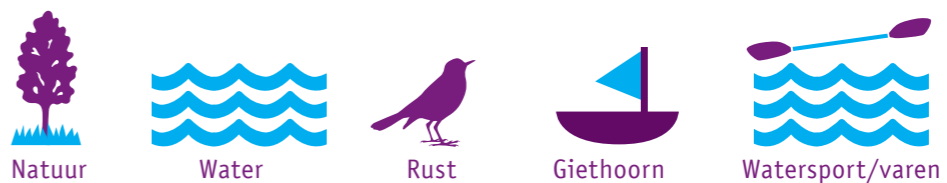
IMAGO TWENTE VAKANTIEGANGER



IMAGO VECHTDAL VAKANTIEGANGER



IMAGO WATERREIJK VAKANTIEGANGER



De Regiomonitor is een product van het Twents Bureau voor Toerisme en MarketingOost en is tot stand gekomen in samenwerking met Provincie Overijssel.

Twents Bureau
voor Toerisme



MarketingOost
REGIO- EN STADSMARKETING



www.marketingoost.nl/kennis