

RAADSINFORMATIEBRIEF

VAN HET COLLEGE VAN B&W
VOOR de gemeenteraad
CC
DATUM 9 januari 2024
ONDERWERP Resultaten Monitor Toerisme en Recreatie

Beste meneer, mevrouw,

Hierbij bieden wij u de resultaten aan van de Monitor Toerisme en Recreatie Krimpenerwaard 2023. Dit herhaalonderzoek bestaat uit een imago-onderzoek gedaan naar de bekendheid van de Krimpenerwaard (onder 1080 Nederlanders en 128 inwoners uit de Krimpenerwaard) en een onderzoek onder recreatief-toeristische bedrijven in de Krimpenerwaard (124 bedrijven hebben deelgenomen). Dit onderzoek is uitgevoerd om de inzet van de gemeente op het gebied van recreatie en toerisme te monitoren. In 2017 en 2020 is dit onderzoek ook uitgevoerd.

De uitkomsten van deze onderzoeken worden meegenomen bij de inzet die gepleegd wordt op recreatie en toerisme door de gemeente. Hieronder vindt u enkele opvallende punten die naar voren komen uit het onderzoek:

- In 2022 zijn er 580.000 bezoekers geweest (ondanks de corona-maatregelen)
- De toegevoegde waarde van de sector Recreatie en Toerisme is in 2022 €26,3 miljoen. Dat is een stijging van 2% t.o.v. 2017.
- De Krimpenerwaard is vooral aantrekkelijk voor dagjes uit, maar niet voor kort of lang verblijf. Voor kort en lang verblijf scoort de Krimpenerwaard zelfs onvoldoende.
- Er is veel inzet gepleegd op het professionaliseren van de marketingorganisaties. Ondernemers geven aan de marketingorganisaties te kennen (86 % kent Stichting Promotie Krimpenerwaard en 56% kent Zilverstad Marketing) en geven aan dat de samenwerking goed is.

Bijlagen RIB: 1. Monitor Toerisme en Recreatie Krimpenerwaard 2023
2. Factsheet

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Krimpenerwaard,
de secretaris,

de burgemeester,

J. Hennip

Ir. J. Beenakker

Resultaten 2-meting Toerisme en Recreatie

Gemeente Krimpenerwaard
December 2023

1 Inleiding

2-meting toeristische monitor

Dit document beschrijft de belangrijkste uitkomsten van de 2-meting Toerisme en Recreatie 2023 van de gemeente Krimpenerwaard. Het onderzoek is opgebouwd uit de analyse van toeristisch-recreatieve werkgelegenheidscijfers, de resultaten van een imagopeiling en de resultaten van een bedrijvenonderzoek. De monitor is in 2017 door I&O Research en de gemeente Krimpenerwaard ontwikkeld met behulp van stakeholders en in 2020 heeft er een 1-meting plaatsgevonden. De huidige meting is de 2-meting. Dit document beschrijft kort de belangrijkste uitkomsten daarvan. Uitgebreidere uitkomsten staan in het bijbehorende tabellenboek.

Werkgelegenheidsanalyse

Voor de analyse van werkgelegenheidscijfers en de toegevoegde waarde is gebruikgemaakt van het LISA-bestand. LISA is een databestand met gegevens over alle vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht. Voor de afbakening van de Toerisme en Recreatiesector is gebruikgemaakt van de landelijke RT standaard. Dit betekent dat de uitkomsten gaan over alle toeristisch-recreatieve bedrijven en de bijbehorende werkgelegenheid in de gemeente Krimpenerwaard en in de referentiegebieden.

Imagopeiling

De imagopeiling is uitgezet onder 2.400 panelleden van het I&O Research Panel. In totaal hebben 1.080 Nederlanders tussen 21 maart 2023 en 14 april 2023 aan het onderzoek meegedaan. De resultaten van deze groep zijn herwogen op leeftijd, geslacht en opleiding zodat de uitkomsten representatief zijn voor de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder (niet woonachtig in de Krimpenerwaard). Daarnaast zijn alle 191 panelleden die in de gemeente Krimpenerwaard wonen uitgenodigd voor de imagopeiling. Hiervan deden 128 mensen mee aan het onderzoek. De uitsplitsing naar inwoner/bezoeker geeft een globaal beeld van hoe inwoners van de Krimpenerwaard naar hun eigen gemeente kijken in vergelijking met de Nederlandse bevolking. Waar het in dit document over bezoekers/gasten van de Krimpenerwaard gaat, gaat het (tenzij anders omschreven) niet om de buitenlandse toeristen. Zij hebben namelijk niet aan het onderzoek meegedaan.

Bedrijvenonderzoek

Voor het bedrijvenonderzoek zijn alle toeristisch-recreatieve ondernemers in de gemeente Krimpenerwaard per brief uitgenodigd om een online vragenlijst in te vullen. Het adressenbestand is tot stand gekomen door toeristisch-recreatieve vestigingen uit het LISA-bestand te selecteren. Vervolgens is de lijst aangescherpt door de gemeente Krimpenerwaard. In totaal hebben 335 bedrijven een brief gekregen. Na twee weken is een herinneringsbrief verstuurd aan de ondernemers die nog niet meegedaan hadden. Vervolgens zijn ondernemers nog gebeld om hen te motiveren om aan het onderzoek mee te doen. Uiteindelijk vulden 124 ondernemers de online vragenlijst (deels) in, een respons van 37 procent. Dit is een hoog percentage voor een onderzoek onder bedrijven. Omdat er geen sprake was van een steekproef (alle bedrijven zijn aangeschreven), geven de uitkomsten een goed beeld van de ervaringen van toeristische bedrijven in de Krimpenerwaard. Onder de deelnemende bedrijven zijn er 73 bedrijven met een dagrecreatieve voorziening, 39 bedrijven met een verblijfsaccommodatie en 15 bedrijven die aangaven geen toeristisch-recreatieve activiteiten te ondernemen. Deze laatste groep heeft verder geen vragen gekregen. Het aandeel bedrijven met een verblijfsaccommodatie is hiermee relatief groot. De aantallen zijn echter niet genoeg om iets te zeggen over de gehele toeristische sector in de gemeente Krimpenerwaard. De presentatie van resultaten als bezoekersaantallen, herkomst bezoekers en omzetontwikkeling geven een beeld van de bedrijven die hebben deelgenomen aan het onderzoek. Hoewel de cijfers een goede indicatie geven, zijn ze geen weergave van de gemeente als geheel.

2 Aanbod

De gemeente Krimpenerwaard heeft op toeristisch-recreatief gebied veel te bieden. Met zijn historische slagenlandschap, groene polders met koeien, knotwilgen en slootjes. En ook de charmante dorpskernen met fraaie monumenten en gezellige horeca. Er zijn veel fiets- en wandel- en ook kanoroutes door het gebied. Ook is de Krimpenerwaard interessant voor de vogelliefhebbers vanwege de weidevogels die er leven. Bezoekers komen vooral voor een dagje uit naar de Krimpenerwaard. Het aanbod aan verblijfsaccommodaties kenmerkt zich door Bed & Breakfasts, (mini)campings en enkele hotels. Plaatsen in de gemeente zijn onder andere Schoonhoven, Ouderkerk aan de IJssel, Lekkerkerk, Krimpen aan de Lek, Bergambacht en Stolwijk.

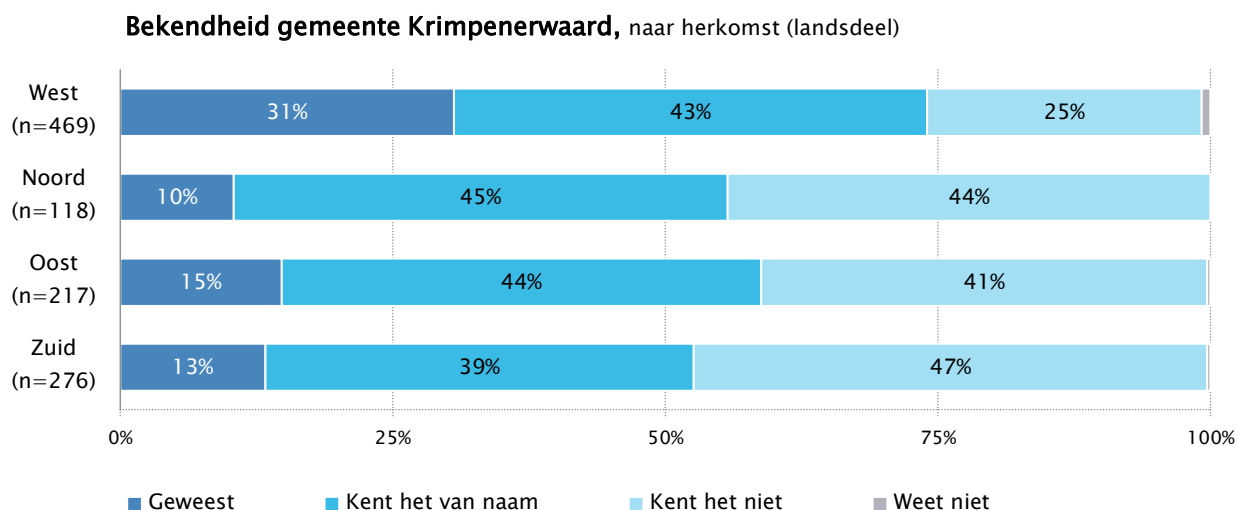


3 Bereik en gebruik

Eén op de vijf Nederlanders wel eens in de Krimpenerwaard geweest

Eén op de vijf Nederlanders die niet in de Krimpenerwaard woont (21%), zegt wel eens in de Krimpenerwaard te zijn geweest. Twee op de vijf (43%) kennen de Krimpenerwaard van naam. Een derde (36%) heeft nog nooit van de Krimpenerwaard gehoord. De bekendheid is het grootst in landsdeel West (Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht) (figuur 3.1).

Figuur 3.1 Bekendheid gemeente Krimpenerwaard, naar herkomst (landsdeel)



Bron: Imagopeiling I&O Research.

De bekendste plaatsen in de gemeente Krimpenerwaard onder de Nederlandse bevolking zijn Lekkerkerk (41%), Ouderkerk aan de IJssel (38%), Krimpen aan de Lek (35%) en Zilverstad Schoonhoven (31%). Een derde van de Nederlanders kent geen enkele plaats in de Krimpenerwaard.

Vooraf inwoners uit West-Nederland op Krimpenerwaard georiënteerd

Van de inwoners uit het westelijke deel van Nederland hebben drie op de tien (31%) de gemeente Krimpenerwaard wel eens bezocht. Dit geldt voor 15 procent van de inwoners van landsdeel Oost, 13 procent van landsdeel Zuid en 10 procent van landsdeel Noord.

Dagrecreatieve ondernemers (recreatie zonder verblijfsmogelijkheid) geven aan dat zes op de tien bezoekers (60%) uit de eigen gemeente komen en een zesde uit de Randstad (17%) komt (zie tabel 3.1). Eenzelfde percentage komt uit andere delen van Nederland (17%). Zes procent van de bezoekers zijn buitenlandse toeristen. De bezoekers van verblijfsaccommodaties komen voornamelijk van buiten de Krimpenerwaard: 9 procent komt uit de Randstad (9%), de helft uit andere delen van Nederland (48%) en een derde uit het buitenland (31%).

Tabel 3.1 Herkomst bezoekers, gemiddelde van bedrijven (ongeacht grootte, zelfopgave)

	Dagrecreatie	Verblijfsrecreatie	Totaal
Gemeente Krimpenerwaard	60%	13%	45%
Randstad	17%	9%	14%
Overig Nederland	17%	48%	27%
België	1%	6%	3%
Duitsland	2%	7%	4%
Overig Europa	2%	13%	5%
Buiten Europa	1%	5%	2%
Totaal	100%	100%	100%
n	55	27	82

Bron: Bedrijvenonderzoek I&O Research

Een aantal ondernemers kan geen inschatting geven van de herkomst van de gasten. Zij zijn buiten beschouwing gelaten.

Bezoek aan plaatsen populaire activiteit

Het bezoeken van een dorp of stad is de voornaamste reden voor een recreatief bezoek aan de Krimpenerwaard. Een op de drie (30%) Nederlanders die de afgelopen twee jaar de Krimpenerwaard bezochten, noemt dit als een van de bezoekredenen. Een derde van de bezoekers (33%) ging bij het bezoek aan de Krimpenerwaard langs in Schoonhoven. Daarna zijn Bergambacht (21%), Haastrecht (21%) en Ouderkerk aan de IJssel (20%) de meest bezochte plaatsen. Andere veelgenoemde activiteiten zijn recreatief fietsen (22%), recreatief wandelen (15%) en recreëren in de natuur (10%). Het merendeel van de bezoekers (93%) heeft bij het bezoek niet overnacht in de gemeente. Van de Nederlandse bezoekers combineert 7 procent het verblijf met een toeristisch bezoek aan plaatsen in de omgeving zoals bijvoorbeeld Oudewater, Gouda, Kinderdijk en/of de Reeuwijkse plassen.

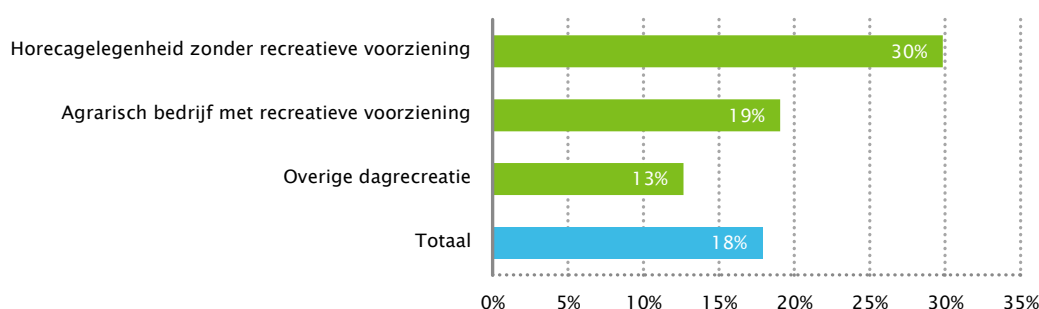
Merendeel inwoners Krimpenerwaard wandelt in vrije tijd

De meest populaire recreatieve activiteit onder inwoners in de Krimpenerwaard is wandelen. Vier op de vijf inwoners (83%) deden dit in de afgelopen twee jaar in de gemeente. Naast wandelen worden ook een bezoek aan een dorp/stad (75%), recreatief fietsen (73%) en winkelen/shoppen (71%) vaak genoemd. Plaatsen die inwoners vaak bezoeken zijn Bergambacht (94% van de inwoners in afgelopen twee jaar), Stolwijk (75%), Lekkerkerk (75%) en Schoonhoven (74%).

Dagrecreatieve bedrijven zien nabije toekomst erg positief in

De 59 dagrecreatieve bedrijven die hebben deelgenomen aan het bedrijvenonderzoek schatten het aantal bezoekers in 2022 op ongeveer 583 duizend. Deze bedrijven verwachten in 2023 samen 18 procent meer bezoekers te ontvangen dan in 2022.

Figuur 3.2 Verwachte procentuele stijging bezoekersaantal, 2022-2023



Bron: Bedrijvenonderzoek I&O research.

Gemiddelde bezetting deelnemende verblijfsaccommodaties is 47 procent

De gemiddelde bezetting van de verblijfsaccommodaties die een bezettingsgraad hebben opgegeven is 47 procent. De helft van deze bedrijven geeft aan minder dan 50 procent bezet te zijn. De bedrijven is ook gevraagd naar hun gewenste bezettingsgraad. Niet elke ondernemer wil of kan 100 procent bezet zijn, zo worden bijvoorbeeld B&B's in sommige gevallen hobbymatig gerund. Zeven op de tien bedrijven (71%) die hebben deelgenomen aan het onderzoek zitten meer dan vijf procentpunt onder hun gewenste bezettingsgraad. Een vijfde (22%) zit rond de gewenste bezetting en 7 procent ontvangt meer bezoekers dan gewenst.

4 Economisch belang

Aantal toeristisch-recreatieve banen gelijk gebleven tussen 2017 en 2022

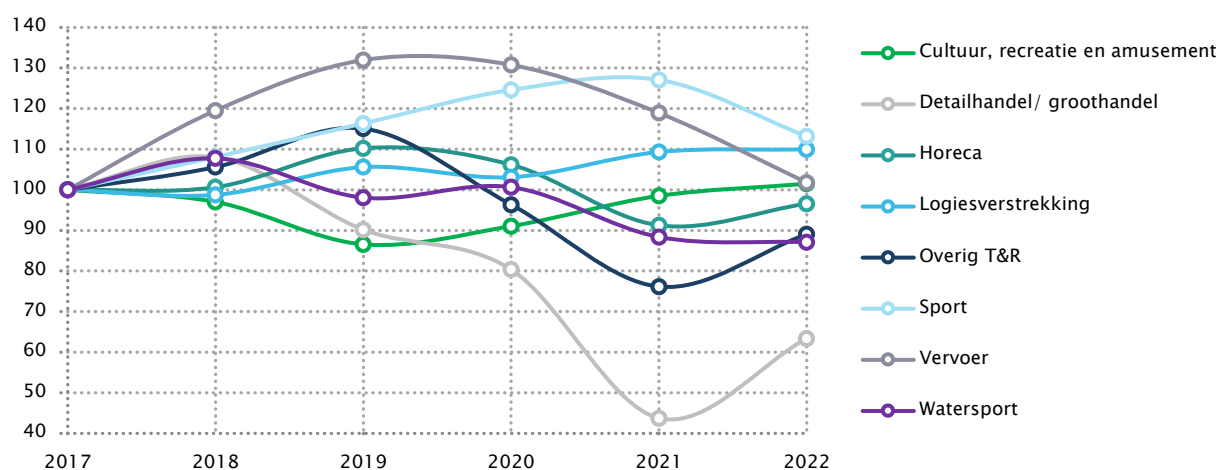
In 2022 zijn er in de gemeente Krimpenerwaard 837 banen in de sector Recreatie en Toerisme (R&T). Dit is vergelijkbaar met 2017 (839 banen). In de COROP-regio Oost-Zuid-Holland en Nederland is hetzelfde beeld te zien. Tot aan 2019 groeide op alle drie de schaalniveaus het aantal R&T-banen (Krimpenerwaard 8%, Oost-Zuid-Holland 4% en Nederland 6%). In 2020 en 2021 is er lichte krimp, die vermoedelijk wordt veroorzaakt door de coronacrisis en bijbehorende maatregelen. In 2022 steeg het aantal banen weer iets, waardoor het weer op het niveau van 2017 uitkomt.

Invloed corona verschildt per sector

In een aantal sectoren – zoals in de detailhandel/groothandel, horeca en de sector ‘overig T&R’ – is het aantal banen in 2020 en 2021 gedaald maar is in 2022 weer sprake van een stijging. In de watersportsector blijft de werkgelegenheid dalen. Andere sectoren kennen juist groei, ook in de coronajaren 2020 en 2021. Dit is onder andere in de logiesverstrekking en de sportsector te zien. Ten opzichte van 2017 is de banenkrimp in de detailhandel/groothandel sector het grootst (37%). Logiesverstrekking kende de grootste groei (10%).

In de horecasector is het aantal banen met 3 procent afgenomen, maar deze sector is net als in 2020 nog steeds verantwoordelijk voor 54 procent van de toeristische werkgelegenheid.

Figuur 4.1 Geïndexeerde ontwikkeling R&T banen, 2017-2022 (2017=100)



Bron: LISA, bewerking: I&O Research.

Relatief klein werkgelegenheidsaandeel toerisme en recreatie

In totaal zijn er in de gemeente Krimpenerwaard ruim 21.000 banen. Hiervan is 3,9 procent toeristisch-recreatief. In Nederland is dit aandeel hoger (6,7%). Dit verschil is deels te verklaren door het kleinschalige dagrecreatieve karakter van de gemeente. Zo genereren grote verblijfsaccommodaties, attracties en parken relatief veel toeristisch-recreatieve werkgelegenheid. In de Krimpenerwaard zijn er gemiddeld 2,5 toeristische banen per toeristisch bedrijf, in Nederland is dit gemiddeld 3,6.

De toeristische werkgelegenheid in de Krimpenerwaard leunt sterk op de horeca en logiesvertrekking: meer dan de helft van de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid in de Krimpenerwaard bestaat uit banen in de horeca (54%; Nederland: 50%) en logiesverstrekking (21%, Nederland: 14%). In COROP-regio Oost-Zuid-Holland is duidelijk minder werkgelegenheid in logiesverstrekking (6%) dan in de Krimpenerwaard. Ten opzichte van de COROP-regio en Nederland is vooral de werkgelegenheid in de sector cultuur, recreatie & amusement minder (Krimpenerwaard 8%; Oost-Zuid-Holland 14%; Nederland 13%).

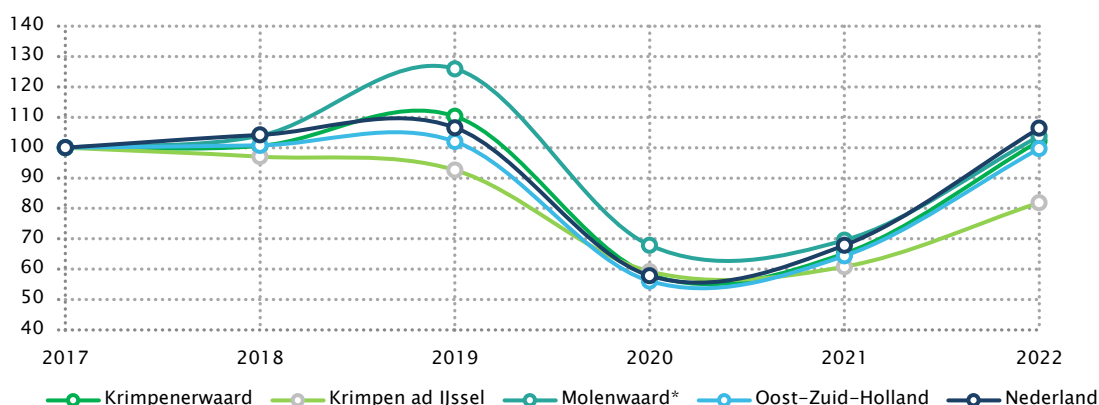
Relatief veel toeristische banen in Ammerstol en Vlist

Plaatsen in de gemeente Krimpenerwaard met veel toeristische banen zijn Schoonhoven (296 banen; 6,4% van het totaal aantal banen), Lekkerkerk (121 banen; 4,1%) en Bergambacht (111 banen; 2,8%). In Ammerstol (12,3%) en Vlist (7,3%) is het aandeel toeristische werkgelegenheid groot, maar gaat het in absolute zin niet om veel banen.

Dal in toegevoegde waarde van toerisme en recreatie

Om het economisch belang van toerisme en recreatie te duiden kan, naast de werkgelegenheid, ook worden gekeken naar de toegevoegde waarde van de sector. In 2017 was de toegevoegde waarde van toeristische bedrijvigheid €25,7 miljoen. De toegevoegde waarde kende een stijging tot en met 2019, waarna tijdens de coronacrisis een flinke daling in 2020 (€15 miljoen) en 2021 (€16,8 miljoen) plaatsvond (figuur 4.2). Inmiddels is de toegevoegde waarde weer gestegen tot €26,3 miljoen, een stijging van 2 procent ten opzichte van 2017. In dezelfde periode was er een vergelijkbare ontwikkeling in de referentiegebieden. Wel is de totale stijging tussen 2017 en 2022 in de voormalige gemeente Molenwaard (+4%) en Nederland (+6%) groter dan in de gemeente Krimpenerwaard. Krimpen aan den IJssel blijft erg achter bij Krimpenerwaard en de andere referentiegebieden.

Figuur 4.2 Toegevoegde waarde R&T-sector geïndexeerd, 2017-2022 (2017=100)



* Het gaat hier om de voormalige gemeente Molenwaard.

Bron: LISA, bewerking: I&O Research.

Hogere omzet in 2022 bij helft van de bedrijven

In lijn met de stijging in toegevoegde waarde tussen 2021 en 2022 (figuur 4.2) geeft de helft van de bedrijven in het bedrijvenonderzoek (48%) aan dat de omzet in 2022 hoger was dan in 2021. Ondernemers geven onder andere aan dat er in 2022 meer vraag was naar zijn/haar (type) voorziening, dat de algemene economische omstandigheden in de vrijetijdssector beter waren in 2022 dan in 2021 en dat de bezoekers gemiddeld meer besteedden. Een tiende van de ondernemers had in 2022 minder omzet dan een jaar eerder. Men noemt onder andere dat het bedrijf in 2022 (tijdelijk) gesloten is geweest en/of dat de algemene economische omstandigheden in de vrijetijdssector in 2022 slechter waren dan in 2021. Een derde van de bedrijven (31%) had een vergelijkbare omzet met het jaar ervoor. De helft van de bedrijfseigenaren (45%) verwacht in 2023 een vergelijkbare omzet als in 2022. Meer ondernemers verwachten een positieve omzetontwikkeling (37%) dan een negatieve ontwikkeling (6%).

5 Vergelijking met 0- en 1-meting

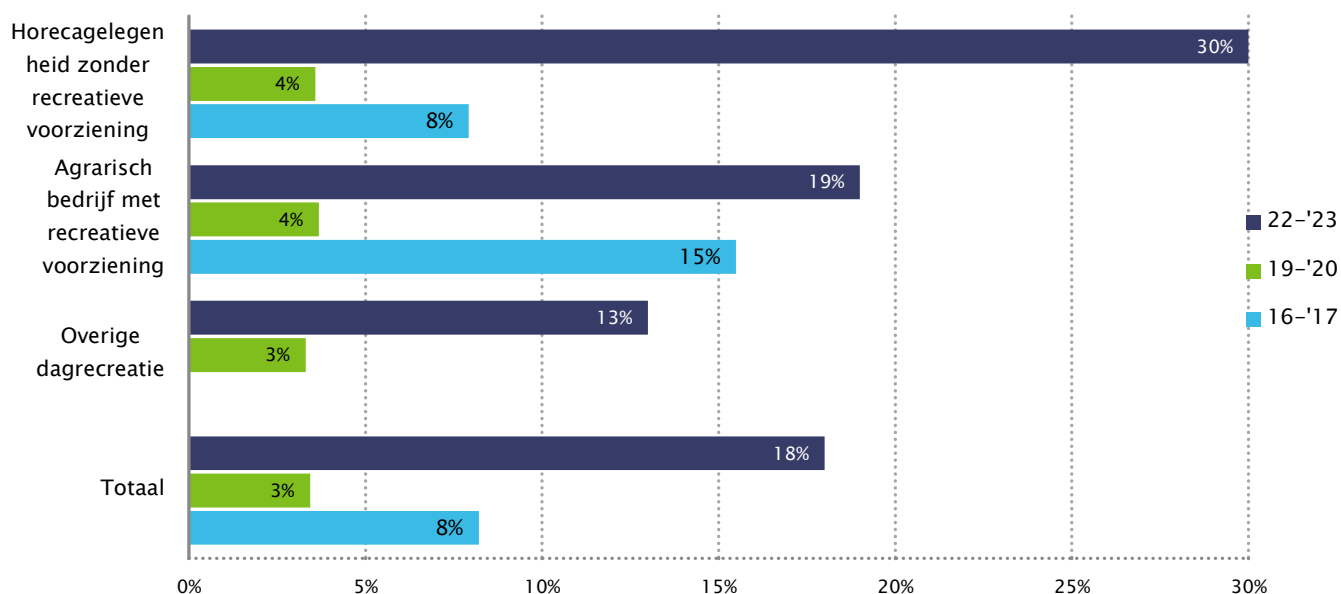
Imago-peiling

Veel uitkomsten zijn tussen 2017 en 2023 stabiel gebleven, zoals het percentage dat een bezoek aan de Krimpenerwaard combineert met een bezoek aan de omgeving, het oordeel over de aantrekkelijkheid en de samenwerking met de gemeenten en de waardering voor collega-ondernemers. Aan de andere kant zijn er een aantal opvallende ontwikkelingen te zien die (mede) toegeschreven kunnen worden aan de coronacrisis. Vergeleken met 2017 en 2020 hebben minder mensen een activiteit ondernomen tijdens hun bezoek aan de Krimpenerwaard de afgelopen twee jaar (2017: 8% geen activiteit; 2020: 29% geen activiteit; 2023: 42% geen activiteit).

Bedrijvenonderzoek

Ondernemers hebben positievere verwachtingen dan in de eerdere metingen. Ze verwachten een grotere stijging van het bezoekersaantal dan in 2017 en 2020.

Verwachte procentuele stijging bezoekersaantal



Naast een positieve ontwikkeling van het aantal bezoekers, hebben ondernemers naar eigen zeggen een grotere omzetstijging dan in 2017 en 2020 en zijn de verwachtingen ook positiever.

Economisch belang

LISA-data wordt met terugwerkende kracht bijgewerkt. In dit onderzoek is actuele data van 2022 gebruikt waarbij we vijf jaar terugkijken tot 2017. Het is daarom niet mogelijk om vanaf de nulmeting een trendanalyse weer te geven. In grote lijnen valt wel te zeggen dat het aantal banen tussen 2014 en 2016 is gestegen, waarna er een stabilisatie plaatsvond. Vanaf 2017 zijn er verschillen in ontwikkeling per sector. Zo is vanaf 2017 de banenkrimp in de detailhandel/groothandel sector het grootst (-37%) en kende logiesverstrekking de grootste groei (+10%).

Uit de meting van 2020 bleek dat de toegevoegde waarde in de T&R-sector tussen 2014 en 2019 met ongeveer een derde steeg. Tijdens de coronacrisis vond een flinke daling plaats. Daarna steeg de toegevoegde waarde weer van €15 miljoen in 2020 naar €26,3 miljoen in 2022. Dit is een toename van 2 procent ten opzichte van 2017.

6 Kansen en bedreigingen

Dit afsluitende hoofdstuk geeft een beeld van de kansen en bedreigingen die er zijn voor de toeristische sector in de gemeente Krimpenerwaard. Op basis van de kwantitatieve resultaten en de gegeven antwoorden bij de open vragen uit het imago- en bedrijvenonderzoek zijn deze geformuleerd.¹ Sommige zaken zijn nog niet eerder genoemd in deze notitie.

6.1 Bedreigingen

De toeristische sector van de gemeente Krimpenerwaard kent de volgende bedreigingen:

Bedreigingen
Weinig landelijke bekendheid
Saai en eenzijdig imago (niet aantrekkelijk voor verblijf)
Bezettingsgraad lager dan gewenst

Weinig landelijke bekendheid

Uit de imagopeiling blijkt dat 36 procent van de Nederlanders nog nooit van de Krimpenerwaard heeft gehoord. Dit heeft deels te maken met het feit dat de gemeente pas sinds 2015 bestaat. Veel dagrecreatieve ondernemers leunen ook sterk op inwoners uit de eigen gemeente en de rest van de Randstad.

Saai en eenzijdig imago

Gemiddeld beoordelen Nederlanders de gemeente Krimpenerwaard vaker dan inwoners als saai

¹ De volledige uitkomsten zijn te vinden in het tabellenboek en de open antwoorden.

en eenzijdig. Het gebied is voldoende (gemiddeld rapportcijfer: 6,1) voor een dagje uit, maar onvoldoende voor een korte vakantie (5,4) of lange vakantie (3,8). Ook eigen inwoners vinden gemeente niet heel aantrekkelijk voor een lange vakantie (5,5).

Bezettingsgraad lager dan gewenst

Zeven op de tien ondernemers (71%) geven aan dat de bezettingsgraad vijf of meer procentpunten lager is dan gewenst. Een kanttekening hierbij is dat het om zelfopgave gaat en deze vraag door weinig bedrijven is ingevuld (27 bedrijven in totaal). Daarnaast golden er begin 2022 (de periode waarnaar gevraagd is) ook nog coronamaatregelen.

6.2 Kansen

Naast bedreigingen zijn er kansen voor toerisme en recreatie in de gemeente Krimpenerwaard. Enkele kansen zijn opgesomd in onderstaande tabel en worden vervolgens nader toegelicht.

Kansen
Positieve omzetverwachting
Promotie via (landelijke) kanalen, mond-tot-mondreclame en promotie evenementen
Doorverwijzen en samenwerking
Marketing sterker dan in 2020
Promotie als natuurlijk recreatiegebied

Positieve omzetverwachting

Na een dal tijdens corona had de helft van de bedrijven in 2022 een hogere omzet dan in 2021. Ook de verwachting voor 2023 is positief: een derde verwacht een hogere omzet, terwijl 6 procent een lagere omzet verwacht. De rest van de bedrijven verwacht dat de omzet ongeveer gelijk zal zijn als in 2022.

Promotie via (landelijke) kanalen, mond-tot-mondreclame en promotie evenementen

De landelijke bekendheid van de Krimpenerwaard is laag: een derde van de Nederlanders heeft nog nooit van het gebied gehoord. Vier op de tien kennen het alleen van naam. Promotie via (landelijke) kanalen zou een kans kunnen bieden om meer bezoekers van buiten de regio te trekken, met name voor de verblijfsrecreatie die grotendeels leunen op bezoekers van buiten de Randstad. Daarnaast wordt mond-tot-mondreclame genoemd als een goede manier om meer bezoekers te trekken. Ook voor de promotie van evenementen onder Nederlanders ligt een kans: de voorgelegde evenementen die in de Krimpenerwaard plaatsvinden zijn bij minder dan 10 procent van de Nederlanders bekend.

Doorverwijzen en samenwerking

In 2022 werd er door bedrijven iets vaker doorverwezen naar te ondernemen activiteiten in de gemeente Krimpenerwaard of naar specifieke voorzieningen of collega-ondernemers dan in 2020. Dit kan al met simpele dingen zoals een folderrek. De samenwerking met collega-



ondernemers wordt beoordeeld met een 7 en één op de zeven ondernemers geeft aan samen te werken met collega-ondernemers. Een aantal bedrijven geeft aan dat men elkaar wel weet te vinden, maar dat men nog meer concreet zou kunnen samenwerken.

Marketing sterker dan in 2020

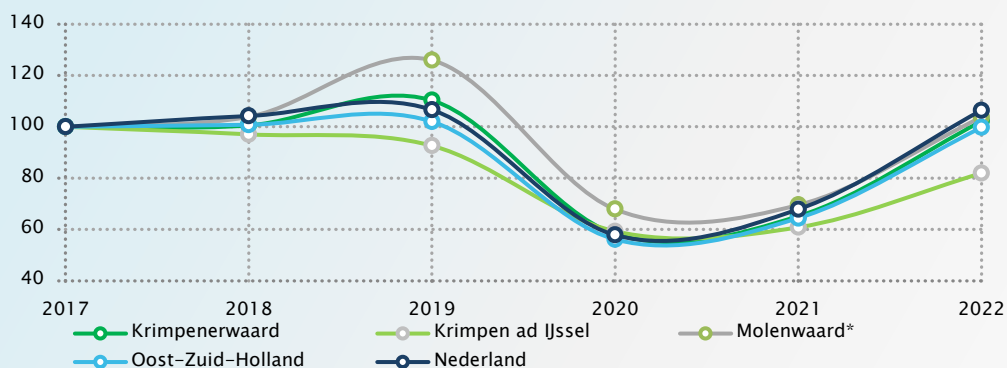
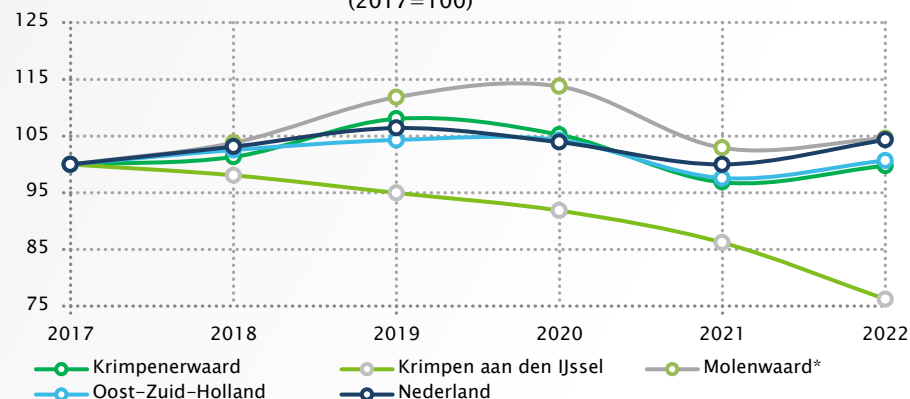
De gezamenlijke marketing en promotie van de gemeente Krimpenerwaard wordt beter beoordeeld door de ondervraagde bedrijven dan in 2020 (2023: 6,9; 2020: 6,2). Stichting Promotie Krimpenerwaard is bekend bij 86 procent van de bedrijven. Zilverstad Marketing (56%) en de VVV-punten in de Krimpenerwaard (55%) zijn bij minder bedrijven bekend, hier is nog ruimte voor verbetering.

Promotie als natuurlijk recreatiegebied

Uit het imago-onderzoek blijkt dat mensen bij de Krimpenerwaard vaak aan zaken zoals groen, agrarisch, landelijk, water, polder en natuur denken. Verschillende ondernemers vinden dat de marketing zich moet richten op de aantrekkelijkheid van het gebied om te fietsen en te wandelen. Ook streekproducten worden veel genoemd. Deze activiteiten sluiten goed aan bij het imago dat de Krimpenerwaard heeft, waardoor er potentie zit in het (meer) ontwikkelen van deze activiteiten en het promoten van de Krimpenerwaard als natuurlijk recreatiegebied.

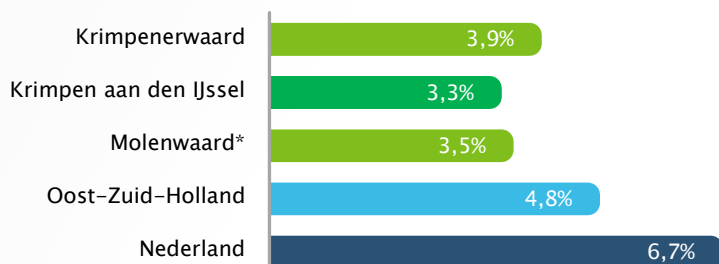


Toeristisch-recreatieve economie


 Toegevoegde waarde R&T-sector geïndexeerd, 2017-2022
 (2017=100)

 Geïndexeerde ontwikkeling R&T banen, 2017-2022
 (2017=100)

 Samenstelling sector Toerisme en Recreatie naar branche
 op basis van aantal banen (2022)

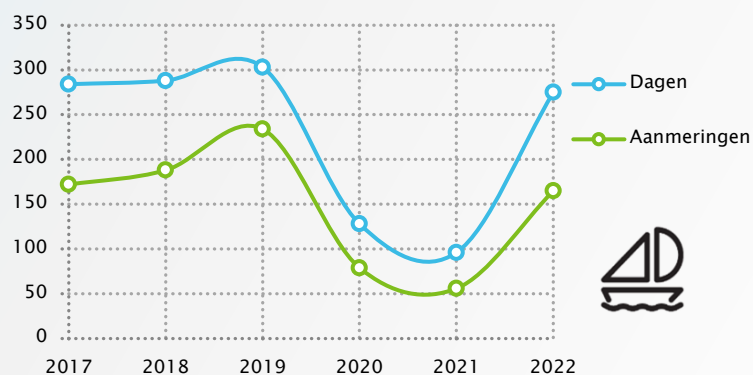
	Krimpenerwaard	Krimpen aan den IJssel	Molenwaard*	Oost-Zuid-Holland	Nederland
Horeca	54%	56%	67%	54%	50%
Logiesverstreking	21%	0%	5%	6%	14%
Cultuur, recreatie en amusement	8%	11%	17%	14%	13%
Sport	8%	20%	4%	9%	6%
Overig T&R	4%	4%	2%	6%	6%
Watersport	2%	2%	2%	4%	2%
Vervoer	2%	4%	1%	6%	6%
Detailhandel/ groothandel	1%	3%	1%	2%	2%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Aandeel R&T in totale werkgelegenheid (2022)

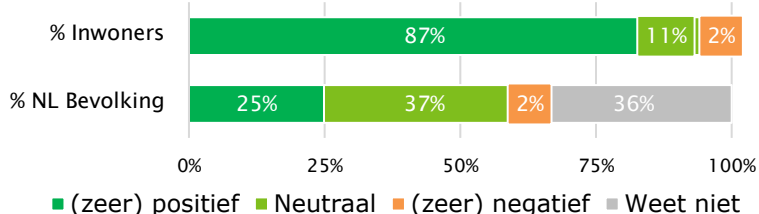


Bron: LISA

Toeristisch-recreatief imago


 Aantal aanmeringen en dagen cruiseschepen,
 2017-2022


Algemeen oordeel / beeld


 Aantrekkelijkheid gebied
 voor... (rapportcijfer)

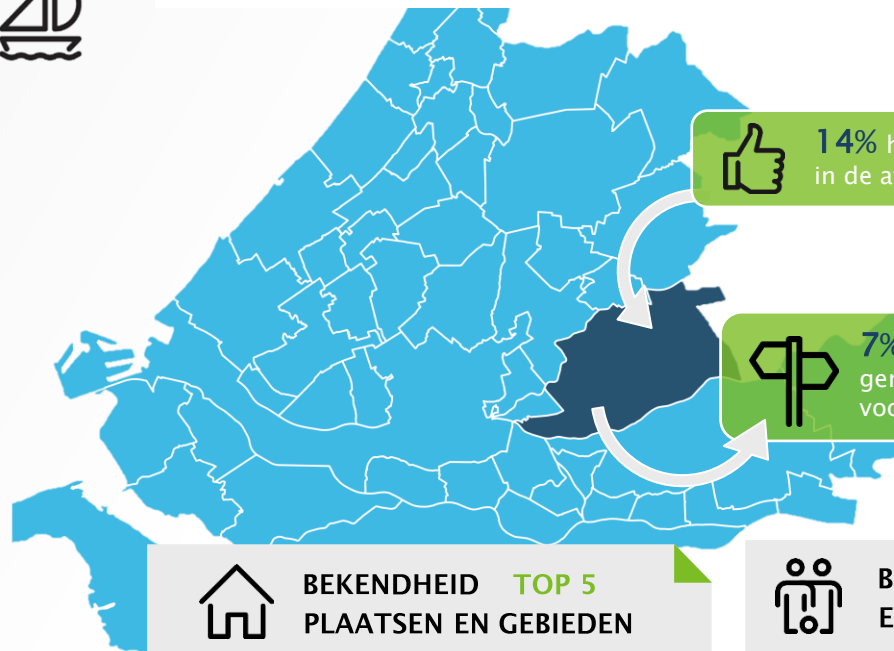
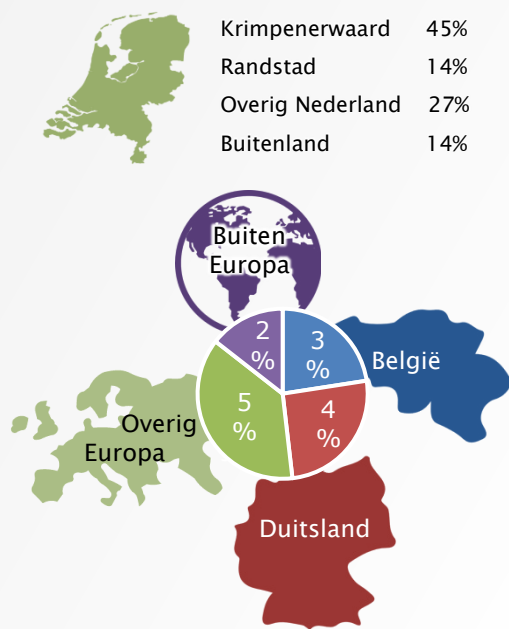
NL bevolking: 2023 2020 2017

Dagje uit 6,1 6,0 6,5

Korte vakantie 5,4 5,1 5,1

Lange vakantie 3,8 3,8 3,8

Herkomst bezoekers


 14% heeft de gemeente Krimpenerwaard
 in de afgelopen 2 jaar bezocht

 7% combineert verblijf in de
 gemeente met toeristisch-recreatieve
 voorzieningen buiten de gemeente


BEKENDHEID TOP 5 PLAATSEN EN GEBIEDEN

1. Lekkerkerk 45%
2. Ouderkerk aan de IJssel 42%
3. Krimpen aan de Lek 39%
4. (Zilverstad) Schoonhoven 38%
5. Bergambacht 33%



BEKENDHEID TOP 5 EVENEMENTEN

1. Zilverdag Schoonhoven 17%
2. Wielerronde Lekkerkerk 11%
3. Lammetjesdagen 10%
4. Dorpsbraderie Bergambacht 8%
5. Nacht van het zilver 7%