

Hoe ziet de toerist Maastricht?

Analyse toeristische kerncijfers Maastricht 2008-2012 en imago-onderzoek



Rapportage in opdracht van:
Gemeente Maastricht

Juli 2013

Projectnummer
12.131

ZKA Consultants & Planners
Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 210
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Vraagstelling	1
1.3.	Aanpak en leeswijzer	1
1.4.	Verrichte werkzaamheden	1
2.	ANALYSE TOERISTISCHE KERNCIJFERS	2
2.1.	Inleiding	2
2.2.	Verblijfstoerisme Maastricht	2
2.3.	Toeristisch-recreatieve werkgelegenheid	5
3.	IMAGO ONDERZOEK	7
3.1.	Inleiding	7
3.2.	Toeristisch bezoek aan Maastricht	7
3.3.	Imago Maastricht	9
4.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	11
4.1.	Conclusies	11
4.2.	Aanbevelingen	11

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

De gemeente Maastricht heeft behoefte aan cijfers over de ontwikkeling van het toerisme in Maastricht. Dit inzicht is bedoeld voor het monitoren van het convenant met VVV Maastricht en de beeldvorming over Maastricht als werk-, woon-, studeer- en bezoekstad.

1.2. Vraagstelling

De centrale vraag die wordt beantwoord in deze rapportage is: wat is de omvang van het (verblijfs)toeristisch bezoek aan Maastricht in 2012 en hoe groot is de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid?

De uitkomsten hiervan zijn vergeleken met Zuid-Limburg en Limburg.

Aanvullend wordt de vraag beantwoord wat het imago van Maastricht is onder (niet-)bezoekers van de stad.

1.3. Aanpak en leeswijzer

Deze rapportage is als volgt opgebouwd:

- Gestart wordt met een analyse van de toeristische kerncijfers voor Maastricht voor het jaar 2012 en de ontwikkeling hiervan ten opzichte van het jaar 2008 (hoofdstuk 2);
- Vervolgens wordt ingegaan op het imago van Maastricht onder (niet-)bezoekers (hoofdstuk 3);
- Afgesloten is met conclusies en aanbevelingen (hoofdstuk 4).

1.4. Verrichte werkzaamheden

Deze studie bestond uit een kort en bondig onderzoek. De volgende werkzaamheden zijn hierbij verricht:

- Bewerking statistische data Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en LISA;
- Onderzoek naar het imago van Maastricht onder (niet-)bezoekers (in samenwerking met NBTC-NIPO Research);
- Analyse, interpretaties en rapportage.

2. ANALYSE TOERISTISCHE KERNCIJFERS

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de toeristische kerncijfers voor Maastricht voor het jaar 2012 en de ontwikkeling in de periode 2008-2012. Om deze cijfers in perspectief te kunnen plaatsen, is een vergelijking gemaakt met de cijfers van Zuid-Limburg en Limburg. Omdat het verblijfstoerisme (zie paragraaf 2.2.) in Maastricht overwegend bestaat uit hotelgasten, is ervoor gekozen om de ontwikkeling te laten zien van het aantal hotelgasten en hotelovernachtingen (NB: dit is inclusief zakelijke hotelgasten). Paragraaf 2.3. schetst een beeld van de omvang en ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid.

2.2. Verblijfstoerisme Maastricht

Ontwikkeling aantal gasten: fractie meer gasten dan in 2008

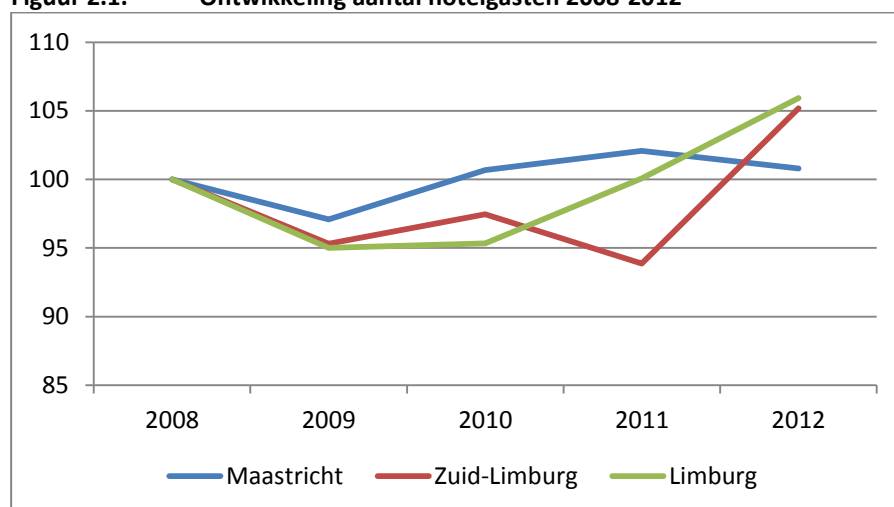
In 2012 verbleven in Maastricht bijna 518.000 hotelgasten die goed waren voor 809.900 overnachtingen (zie tabel 2.2). Dit is nagenoeg gelijk aan het aantal gasten in 2008 (+0,8%). Hiermee is het aantal hotelgasten minder hard gegroeid dan provinciaal of regionaal (beide 5-6%, zie tabel 2.1.). Uit figuur 2.1. kan worden afgelezen dat het aantal hotelgasten in Maastricht stabiel is/minder sterk fluctueert dan in Zuid-Limburg of Limburg.

Tabel 2.1. Ontwikkeling aantal hotelgasten 2008-2012¹

	2008	2009	2010	2011	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Maastricht	513.600	498.600	517.100	524.300	517.700	+0,8%
Zuid-Limburg	1.284.300	1.224.200	1.251.600	1.205.600	1.351.000	+5,2%
Limburg	1.617.000	1.536.200	1.541.600	1.618.300	1.712.800	+5,9%

Bron: CBS

Figuur 2.1. Ontwikkeling aantal hotelgasten 2008-2012



Bron: CBS

Ontwikkeling overnachtingen: nagenoeg stabiel

Zoals in tabel 2.2. zichtbaar is, laat 2012 ten opzichte van 2008 een nagenoeg gelijk aantal overnachtingen zien (+0,3%). De afgelopen drie jaar lag het aantal overnachtingen lager dan in 2008. In 2012 is het aantal overnachtingen hersteld tot net boven het niveau van 2008.

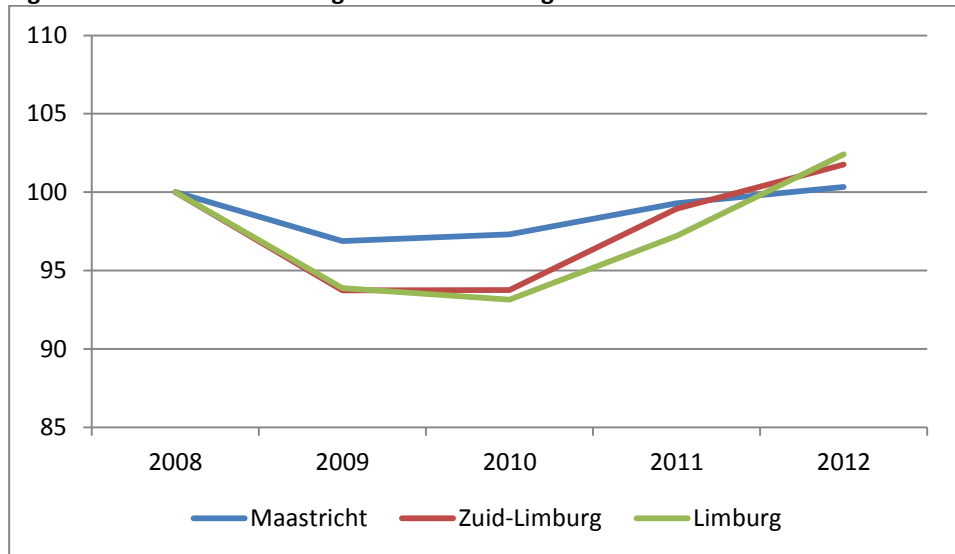
Tabel 2.2. Ontwikkeling hotelovernachtingen 2008-2012¹

	2008	2009	2010	2011	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Maastricht	807.200	782.100	785.500	801.400	809.900	+0,3%
Zuid-Limburg	2.282.100	2.139.300	2.139.400	2.258.200	2.322.400	+1,8%
Limburg	2.836.400	2.662.800	2.642.100	2.757.200	2.904.700	+2,4%

Bron: CBS

Figuur 2.2. laat zien dat de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in Maastricht stabielier verloopt dan in Zuid-Limburg en Limburg. Zuid-Limburg en Limburg kenden in 2009 (en 2010) een forsere daling van de overnachtingen dan Maastricht. Het herstel in de periode 2010-2012 is daarentegen ook sterker in (Zuid-)Limburg dan in Maastricht.

Figuur 2.2. Ontwikkeling hotelovernachtingen 2008-2012



Bron: CBS

¹ Gekozen is voor weergave van het aantal hotelovernachtingen (en -gasten) op basis van het CBS zodat een vergelijking met landelijke cijfers, provinciale cijfers en de G4 mogelijk is. Het CBS komt tot een lager aantal overnachtingen in Maastricht dan de gemeente op basis van de toeristenbelasting (circa 898.000 in 2012). Belangrijk verschil is dat in de gemeentelijke cijfers ook de overnachtingen in B&B's worden meegenomen. Als hiervoor wordt gecorrigeerd liggen de gemeentelijke cijfers in lijn met die van het CBS. Ook de ontwikkeling van de overnachtingen in Maastricht komt bij beide bronnen sterk overeen.

Verblijfsduur hotelgasten

Gemiddeld verbleven de hotelgasten 1,56 nachten in Maastricht in 2012. Dit ligt onder het gemiddelde voor hotelgasten in Nederland (1,73) en Limburg (1,70). Hotelgasten blijven over het algemeen korter in steden, hetgeen ook blijkt uit het feit dat de gemiddelde verblijfsduur in Maastricht redelijk in lijn ligt met de gemiddelde verblijfsduur in Rotterdam (1,59) en Utrecht (1,51).

Ten opzichte van 2008 is de verblijfsduur in Maastricht redelijk stabiel gebleven (destijds 1,57 nachten gemiddeld). In de andere grote steden (met uitzondering van Amsterdam), Limburg en Nederland is de gemiddelde verblijfsduur gedaald.

Ontwikkeling herkomst hotelgasten: minder buitenlandse gasten in 2012

In 2008 kwam 1 op de 3 hotelgasten (toeristen en zakelijke bezoekers samen) in Maastricht uit het buitenland. De jaren daarna daalde het aandeel gasten uit het buitenland tot ongeveer een kwart om in 2012 weer fors te stijgen tot 31% (zie tabel 2.3.).

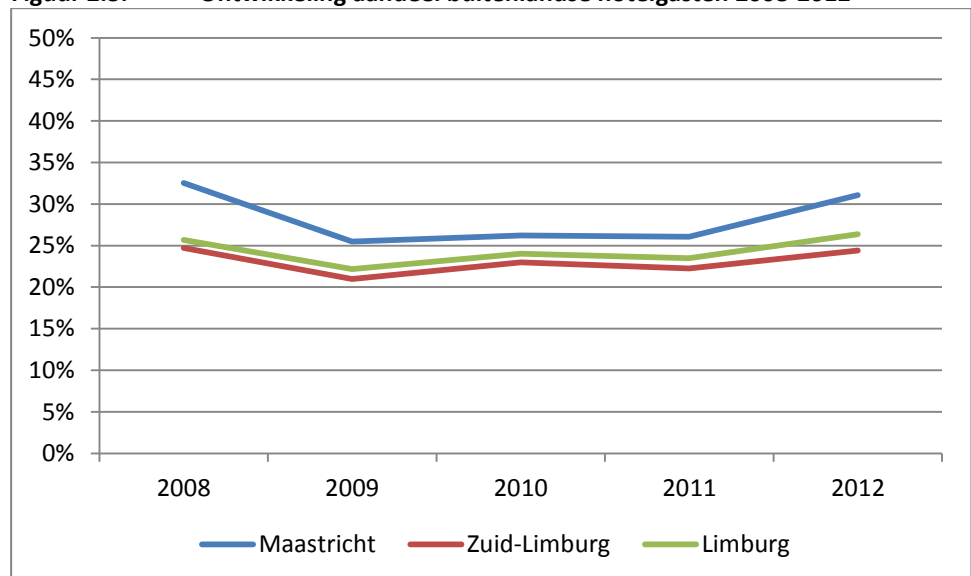
Tabel 2.3. Ontwikkeling herkomst hotelgasten Maastricht 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Nederlandse gasten	67%	75%	74%	74%	69%
Buitenlandse gasten	33%	25%	26%	26%	31%

Bron: CBS

In figuur 2.3. is de ontwikkeling van het aandeel buitenlandse hotelgasten weergegeven voor de periode 2008-2012. Hieruit blijkt dat Maastricht meer buitenlandse verblijfstoeristen trekt dan Zuid-Limburg of Limburg. Verder kan worden geconstateerd dat de ontwikkeling in Maastricht vergelijkbaar is met de regionale en provinciale ontwikkeling.

Figuur 2.3. Ontwikkeling aandeel buitenlandse hotelgasten 2008-2012



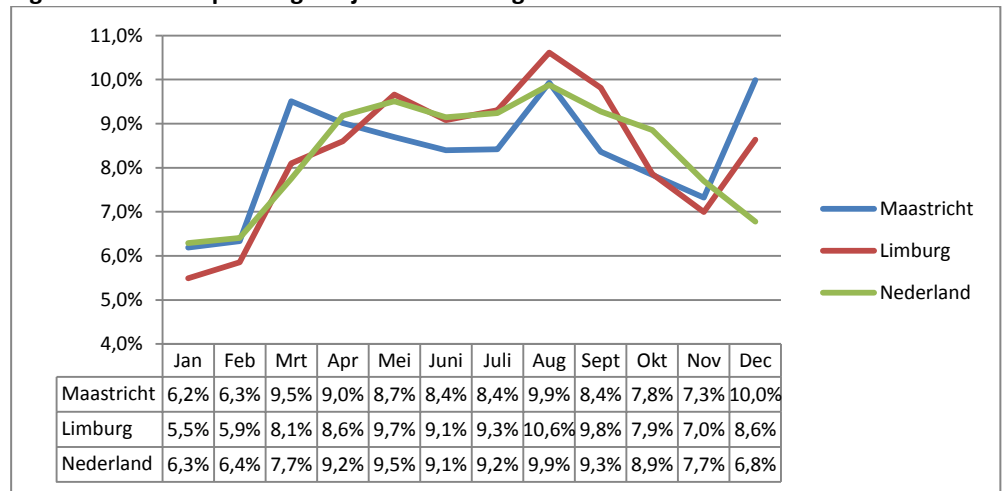
Bron: CBS

De belangrijkste herkomstlanden voor Maastricht qua aantal hotelgasten zijn België, Duitsland, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten. Met name hotelgasten uit België kennen een groei van 60%. Ander groeimarkten voor Maastricht zijn Azië, met name Japan met een groei van 87% en Amerika/VS, met een groei van 13%.

Spreiding in tijd

Uit figuur 2.4. op de volgende pagina blijkt dat Maastricht vooral in de maanden maart, augustus en december veel hotelovernachtingen realiseert. In de maanden januari en februari vinden – net als provinciaal en landelijk - de minste overnachtingen plaats. De maand december kan voor de hotels in Maastricht worden bestempeld als ‘hoogseizoen’, waar dit landelijk gezien een van de zwakste maanden is.

Figuur 2.4. Spreiding in tijd overnachtingen 2012²



Bron: CBS

2.3. Toeristisch-recreatieve werkgelegenheid

In deze paragraaf is ingegaan op de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid in Maastricht, Zuid-Limburg en Limburg conform de landelijke R&T Standaard. Zie bijlage 1 voor de afbakening hiervan.

Toeristisch recreatieve werkgelegenheid Maastricht: daling 6%

Over de afgelopen vijf jaar is een afname zichtbaar van 6% voor Maastricht (zie tabel 2.4. op de volgende pagina). In 2008 waren er 6.300 mensen werkzaam in de toeristisch-recreatieve sector en in 2012 waren dit er 5.900. Zuid-Limburg toont eveneens een afname van 6% over de afgelopen vijf jaar en Limburg kent een daling van 3%.

² In voorgaande grafieken is Limburg vergeleken met Zuid-Limburg en Limburg. Cijfers van CBS geven geen inzicht in de spreiding op jaarbasis van de overnachtingen voor Zuid-Limburg. Om die reden is gekozen om de vergelijking te maken met Nederland.

Tabel 2.4. Ontwikkeling toeristisch-recreatieve banen 2008-2012³

	2008	2009	2010	2011	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Maastricht	6.300	6.260	6.140	6.080	5.900	-6%
Zuid-Limburg	21.230	21.110	20.600	20.630	20.050	-6%
Limburg	39.480	39.660	38.910	39.260	38.110	-3%

Bron: LISA 2008-2012

Belang sector in werkgelegenheid stabiel

Het totaal aantal banen in Maastricht is de afgelopen vijf jaar eveneens afgenomen met ruim 5%. Het aandeel van de toeristisch-recreatieve sector in de totale werkgelegenheid bedroeg in 2012 circa 8,2%. Dit is nagenoeg gelijk aan het aandeel in 2008, te weten 8,3%.

Tabel 2.5. Ontwikkeling aandeel R&T sector Maastricht 2008-2012

	R&T Sector	Totaal banen	Aandeel
2008	6.300	75.500	8,3%
2009	6.260	74.060	8,5%
2010	6.140	73.660	8,3%
2011	6.080	73.380	8,3%
2012	5.900	71.620	8,2%

Bron: LISA 2008-2012

Toeristisch-recreatieve sector Maastricht van relatief groot belang

In vergelijking met Zuid-Limburg en Limburg heeft de toeristisch-recreatieve sector in Maastricht een groter aandeel in de totale werkgelegenheid. Zowel regionaal (Zuid-Limburg) als provinciaal (Limburg) ligt het aandeel van de sector in 2012 op 7,3%. Landelijk is 6,2% van de banen als toeristisch-recreatief te bestempelen.

³ Dit is – conform de landelijke R&T standaard – exclusief het aantal banen in de (mode)detailhandel. Voor toeristisch-recreatieve bezoekers vormt winkelen/funshoppen een belangrijk bezoekmotief.

3. IMAGO ONDERZOEK

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk staat het imago van Maastricht onder (niet-)bezoekers centraal (zie paragraaf 3.3.). Hiervoor is onderzoek gedaan onder Nederlanders die Maastricht (al dan niet) voor een vakantie en/of dagrecreatief bezoek hebben bezocht in de periode oktober 2011 tot en met maart 2013⁴. Alvorens op het imago van Maastricht in te gaan, gaan we in op de belangrijkste uitkomsten voor Maastricht uit het rapport 'Toeristisch bezoek aan steden 2012'⁵.

3.2. Toeristisch bezoek aan Maastricht

De belangrijkste uitkomsten vanuit dit rapport staan hieronder, per bullit, weergegeven:

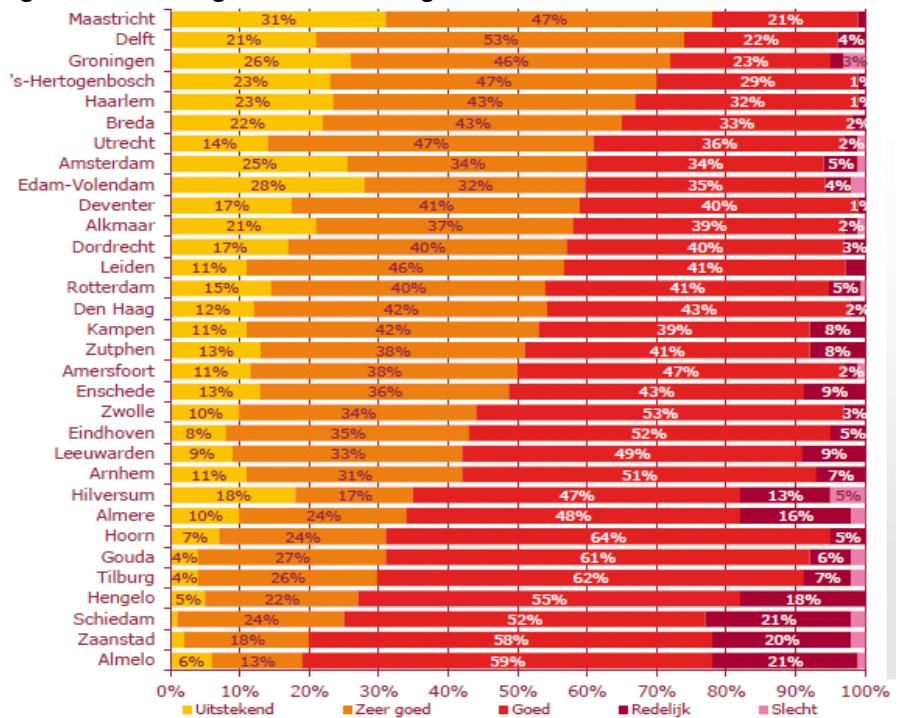
- Maastricht staat met 1,5 miljoen bezoekers in 2012 op de 7^e plaats wat betreft het aantal bezoekers. Gemiddeld hebben bezoekers Maastricht 1,9 keer bezocht waarmee het uitkomt op 2,8 miljoen bezoeken (11^e plaats). De relatief lage frequentie hangt vermoedelijk samen met de ligging van Maastricht (een grote afstand voor Nederlandse bezoekers);
- In 2010 en 2011 stond Maastricht met ruim 1,8 miljoen bezoekers (2010) respectievelijk bijna 1,7 miljoen bezoekers (2011) nog op de 5^e plaats. Inmiddels hebben 's-Hertogenbosch en Groningen Maastricht ingehaald. Overigens daalt het bezoekersaantal de laatste jaren in de meeste steden (met name door de crisis);
- In Maastricht wordt relatief het meest van alle steden bezocht voor de activiteiten 'Winkelen voor plezier' (72%), 'Uit eten in restaurant' (48%) en 'Op een terras zitten' (47%). Maastricht scoort de 2^e plaats voor 'Stadswandeling maken' (28%);
- Het bezoekmotief is divers. De belangrijkste reden om Maastricht te bezoeken is om te 'winkelen voor plezier' (39%). Dit is minder dan in de meeste andere steden zoals Breda, 's-Hertogenbosch, Zwolle (≥50%). Als 2^e reden (19%) is "geen belangrijkste activiteit" genoemd, gevolgd door "overig" (3^e met 16%) en het maken van een stadswandeling (4^e met 10%). Wij concluderen hieruit dat het 'totaalplaatje' voor Maastricht relatief belangrijk is;

⁴ Dit onderzoek is verricht door NBTC-NIPO Research. Hiervoor hebben 9 imagostellingen meegelopen in enkele kwartaalmetingen van het ContinuVakantieOnderzoek. De vragen zijn voorgelegd aan Nederlanders die Maastricht (al dan niet) ter ontspanning en/of plezier hebben bezocht.

⁵ De cijfers uit dit rapport hebben betrekking op het bezoek van Nederlanders aan de 32 onderzochte steden. Bezoeken van buitenlandse dag- en verblijfstoeristen blijven derhalve buiten beschouwing. Toeristische bezoeken van inwoners aan hun eigen gemeente zijn tevens buiten beschouwing gelaten. Een toeristisch bezoek is in dit onderzoek als volgt gedefinieerd: 'alle bezoeken aan een stad (niet de eigen woonplaats) die voor ontspanning en/of plezier worden gemaakt, zoals het bezoeken van een museum, een attractie of een evenement, winkelen voor plezier e.d. Bezoeken om zakelijke redenen, alsmede bezoek aan familie, vrienden of kennissen, blijven buiten beschouwing'.

- Gemiddeld geven de Nederlandse stadsbezoekers € 55,- per persoon uit in Maastricht.⁶ Dit is het hoogste van alle steden en ligt ver boven het gemiddelde van € 42,90 per persoon. De 2^e plaats wordt ingenomen door de stad Eindhoven (met een gemiddelde besteding van (€ 51,-). De steden 's-Hertogenbosch (€ 50,-) en Breda (€ 49,-) staan op een 3^e respectievelijk 5^e plaats en boven de grote steden zoals Amsterdam (€ 44,-), Rotterdam (€ 42,-), Utrecht (€ 41,-) en Den Haag (€ 41,-). In het (Bourgondische) zuiden wordt per bezoeker dus meer geld uitgegeven;
- De algemene waardering voor het bezoek ligt het hoogste in Maastricht (zie ook figuur 3.1.). Ruim driekwart (78%) beoordeelt het bezoek als uitstekend/zeer goed en 21% noemt het bezoek 'goed'.

Figuur 3.1. Algemene waardering bezoek steden



Bron: NBTC-NIPO – Toeristisch bezoek aan steden 2012

- De intentie voor een herhaalbezoek aan Maastricht is redelijk hoog. 82% van de bezoekers geeft aan de stad 'zeker wel' of 'waarschijnlijk wel' nogmaals te bezoeken. Hiermee komt Maastricht op de 9^e plaats in de ranglijst. Breda, Utrecht en Delft zijn de steden waarbij de intentie om nogmaals een bezoek aan de stad te brengen het hoogst ligt;

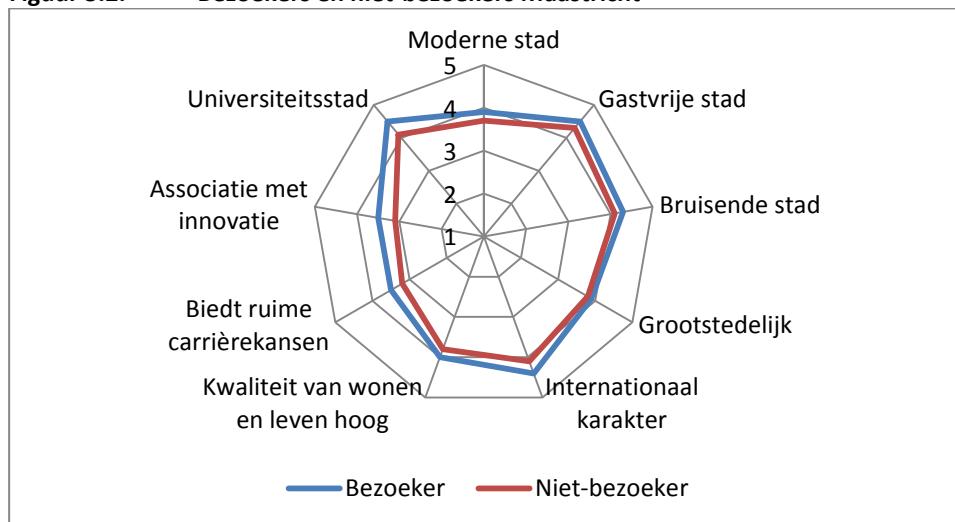
⁶ Alhoewel in het stedenonderzoek zowel dagbezoekers als verblijfstoeristen worden meegenomen, betreft het ons inziens de bestedingen exclusief logies. Logies wordt namelijk in de vragenlijst niet genoemd als mogelijke antwoordcategorie.

- De sterkte van de bezoekerrelatie wordt uitgedrukt in een zogenaamde TRI*M Index⁷. De bezoekerrelatie blijkt in Maastricht – met een TRI*M Index van 88 – het sterkst te zijn van alle steden uit het onderzoek (Amsterdam en 's-Hertogenbosch delen de 2^e plaats met een score van 83). De score van Maastricht ligt ver boven het gemiddelde van 73 voor alle steden.
- Maastricht heeft relatief weinig jonge bezoekers die jonger zijn dan 24 jaar (circa 22% versus 31% van de Nederlandse bevolking in deze categorie). In vergelijking met andere steden is deze groep ondervertegenwoordigd. Volwassenen (25-49 jaar: 35%) en senioren (50+ jaar: 44%) hebben een veel groter aandeel (samen circa 79%). Maastricht kan echter niet als 'seniorenstad' worden bestempeld: het aandeel van 44% ligt beduidend lager dan in bijvoorbeeld Zutphen (59%), Gouda (52%) of Deventer (49%).
- Maastricht trekt relatief veel bezoekers van buiten de eigen provincie: 78% van de bezoekers komt niet uit Limburg. Maastricht heeft dus een grote aantrekkingskracht voor mensen buiten de provincie Limburg. Maastricht ligt hiermee in lijn met Amsterdam (77%).

3.3. Imago Maastricht

In het imago-onderzoek zijn 9 verschillende stellingen voorgelegd aan bezoekers en niet-bezoekers van Maastricht (dit betrof een specifiek onderzoek voor Maastricht, waardoor geen vergelijking mogelijk is met andere steden). Deze stellingen zijn beoordeeld op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot en met 5 (helemaal mee eens). In figuur 3.2. staat de gemiddelde score per stelling. Hoe verder het punt voor een stelling meer naar de buitenkant van het raster ligt, hoe meer men de stelling van toepassing vindt op Maastricht.

Figuur 3.2. Bezoekers en niet-bezoekers Maastricht



⁷ De TRI*M Index is gebaseerd op de tevredenheid, aanbeveling, opnieuw kiezen en concurrentievoordeel. Het geeft aan hoe sterk de relatie van steden met hun bezoekers is. Hoe hoger de TRI*M Index, hoe hoger de bezoekerretentie of klantenbinding en hoe kleiner de kans dat bezoekers een stad niet meer zullen bezoeken. Bij een TRI*M Index vanaf 70 kan de relatie als sterk worden beschouwd.

Maastricht: gastvrije, internationale, bruisende studentenstad

Uit figuur 3.2. kan worden afgelezen dat Maastricht een redelijk eenduidig imago heeft onder bezoekers en niet-bezoekers (beide lijnen liggen dicht bij elkaar). Maastricht wordt vooral gezien als een gastvrije stad, een universiteitsstad, een stad met een internationaal karakter en een bruisende stad (gemiddelde score zowel voor bezoekers als niet-bezoekers >4). Maastricht wordt minder gezien als een stad die ruime carrièrekansen biedt of die wordt geassocieerd met innovatie (zie ook tabel 3.1.).

Tabel 3.1. Bezoekers en niet-bezoekers Maastricht % (helemaal) mee eens

Maastricht	Bezoeker	Niet-bezoeker
Is een moderne stad	63%	43%
Is een gastvrije stad	86%	65%
Is een bruisende stad	82%	62%
Is grootstedelijk	66%	48%
Heeft een internationaal karakter	83%	61%
Kwaliteit van wonen en leven is hoog	54%	34%
Maastricht biedt ruime carrièrekansen	26%	13%
Associatie met innovatie	41%	21%
Is een universiteitsstad	81%	53%

In tabel 3.1. zijn de resultaten per stelling uitgewerkt voor de score (helemaal) mee eens. Voor een volledig overzicht per stelling wordt verwezen naar bijlage 2 waarin alle scores zijn weergegeven. Uit tabel 1 kan worden afgelezen dat de niet-bezoekers het minder vaak (helemaal) eens zijn met de stellingen dan bezoekers. Dit komt voor een klein deel omdat niet-bezoekers het (helemaal) oneens zijn met de stellingen, maar hoofdzakelijk doordat zij vaker als antwoord 'weet niet' geven (zie ook bijlage 2, paragraaf 1).

Als gekeken wordt naar de verschillende leeftijdsgroepen (zie bijlage 2, paragraaf 2), kan geconcludeerd worden dat senioren (50 jaar of ouder) de stellingen significant meer van toepassing vinden dan jongeren (16 tot en met 29 jaar) of volwassenen (30 tot en met 49 jaar). Voor alle stellingen geldt dat de gemiddelde score significant hoger is voor de senioren. Verder blijkt dat met name bij jongeren het verschil tussen de bezoekers en niet-bezoekers relatief groot is (zie paragraaf 3 in bijlage 2). Blijkbaar hebben jongeren die Maastricht niet bezocht hebben een veel minder duidelijk beeld van Maastricht. Ook blijkt dat ze Maastricht in mindere mate een moderne, bruisende, studentenstad met een internationaal karakter vinden hebben. Kennelijk speelt er bij met name deze groep een 'informatiekloof' en heeft de branding een impuls nodig om dit te overbruggen.

4. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

4.1. Conclusies

Op basis van de analyses in de voorgaande hoofdstukken concluderen wij het volgende:

- Het aantal hotelgasten en -overnachtingen in Maastricht is de afgelopen vijf jaar nagenoeg stabiel gebleven;
- Maastricht realiseert opvallend veel overnachtingen in december. Deze maand kan voor Maastricht worden aangemerkt als hoogseizoen. Landelijk gezien is dit juist een van de slapste maanden voor hotels;
- Het aantal banen in de toeristisch-recreatieve sector is de afgelopen vijf jaar met 6% gedaald. Ook provinciaal was sprake van een daling. Omdat ook het totale aantal banen in Maastricht afnam, bleef het belang van de sector ongeveer gelijk. Ongeveer 8,2% van de banen in de stad is toeristisch-recreatief. Dit is relatief veel: in Limburg ligt dit aandeel op 7,3% en landelijk op 6,2%;
- Het aantal stadsbezoekers aan Maastricht is sinds 2010 gedaald. Ook in andere steden is sprake van een daling (met name door de crisis). Wel is Maastricht op de ranglijst gezakt van de 5^e positie (in 2010 en 2011) naar de 7^e positie in 2012. Maastricht is vooral populair om te winkelen, uit eten te gaan en op een terras te zitten;
- Gemiddeld geven Nederlandse bezoekers in Maastricht € 55,-- per persoon uit. Dit is het hoogste van alle steden en ligt ver boven het gemiddelde;
- Bezoekers zijn zeer tevreden over het bezoek. Met 78% bezoekers die het bezoek als zeer goed of uitstekend beoordelen, scoort Maastricht het hoogste van alle steden. Ook de bezoekrelatie is het sterkst in Maastricht met een TRI*M Index van 88. De herhaalintentie is met 82% bezoekers die aangeven de stad 'zeker wel' of 'waarschijnlijk wel' nogmaals te bezoeken redelijk hoog, alhoewel deze achterblijft bij andere steden (Maastricht 9e);
- Maastricht wordt vooral gezien als een gastvrije, internationale, bruisende studentenstad. Het imago is positief en eenduidig onder bezoekers en niet-bezoekers, alhoewel bij jongere niet-bezoekers sprake lijkt te zijn van een 'informatiekloof'.

4.2. Aanbevelingen

De discrepantie tussen de hoge waardering en het positieve imago van Maastricht enerzijds en het stabiele respectievelijk dalende bezoek en de (enigszins) achterblijvende herhaalintentie anderzijds, verdient ons inziens nader onderzoek. Ligt dit bijvoorbeeld met name aan de (perceptie van) afstand en bereikbaarheid of zijn andere impulsen/prikkels (in product en/of marketing) noodzakelijk om het positieve beeld en de waardering te kunnen vertalen in een groter volume toeristen? Daarnaast is het gezien de ligging van Maastricht relevant om inzicht te krijgen in het volume, de waardering en het beeld onder buitenlandse bezoekers.

Bijlage 1 R&T standaard voor toeristisch-recreatieve werkgelegenheid

In de landelijke R&T standaard is een afbakening gemaakt van de toeristisch-recreatieve sector voor het bepalen van de werkgelegenheid. Hierbinnen wordt onderscheid gemaakt in zeven groepen. Per activiteit is aangegeven in welke mate de werkgelegenheid wordt meegeteld voor de toeristisch-recreatieve sector (zie kolom 'weging'). Voorbeeld: de werkgelegenheid in de branche 'personenvervoer per spoor' kan niet volledig aan de toeristisch-recreatieve sector worden toegerekend, maar een deel ervan komt zeker voort uit toerisme en recreatie. Voor andere branches (zoals bijvoorbeeld kledingzaken) is bepaald dat deze helemaal niet als toeristisch-recreatief worden aangemerkt.

SBI code	Omschrijving	Weging
1. Detail- en groothandel		
45194	Handel/reparatie van caravans	100%
46492	Groothandel in watersportartikelen	100%
46493	Groothandel in kampeerartikelen	100%
4730	Benzinestations	10%
47642	Winkels in watersportartikelen	100%
47643	Winkels sportartikelen	100%
47644	Winkels kampeerartikelen	100%
47722	Winkels lederwaren en reisartikelen	30%
47781	Winkels in foto art.	30%
2. Logiesverstrekking		
55101	Hotel-restaurants	100%
55102	Hotels, pensions en conferentieoorden	100%
55201	Verhuur van vakantiehuisjes/appartementen	100%
55202	Jeugdherbergen/vakantiekampen	100%
5530	Kampeerterreinen	100%
5590	Overige logiesverstrekking	100%
3. Eet- en drinkgelegenheden		
56101	Restaurants	100%
56102	Cafetaria's, lunchrooms, e.d.	100%
56103	IJssalons	100%
5630	Cafés	100%
4. Vervoer		
4910	Personenvervoer per spoor	10%
4932	Vervoer per taxi	10%
49391	Ongeregeld personenvervoer	100%
5010	Zee- en kustvaart	50%
5030	Binnenvaart (passagiersvaart)	10%
5110	Personenvervoer door de lucht	10%
5222	Dienstverlening voor vervoer water	10%
5223	Dienstverlening voor de luchtvaart	10%
7911	Reisbemiddeling	100%
7912	Reisorganisatie	100%
7990	Informatieverstrekking op het gebied van toerisme	100%

5. Cultuur, recreatie en amusement		
5914	Bioscopen	100%
90011	Beoefening van podiumkunst	100%
90013	Circus en variété	100%
90041	Theaters en schouwburgen	100%
90042	Evenementenhallen	100%
91021	Musea	100%
91022	Kunstgalerieën/-expositieruimte	100%
91041	Dieren- en plantentuinen, kinderboerderijen.	100%
91042	Natuurbehoud	100%
93211	Pret- en themaparken	100%
93212	Kermisattracties	100%
6. Sport		
85511	Zeil- en surfscholen	100%
85519	Overige sport- en recreatieonderwijs	30%
93111	Zwembaden	30%
93112	Sporthallen, sportzalen	30%
93113	Sportvelden	30%
93119	Overige sportaccommodaties	30%
93121	Veldvoetbal	30%
93122	Veldsport in teamverband	30%
93123	Atletiek	30%
93124	Tennis	30%
93125	Paardensport en maneges	30%
93126	Wielersport	30%
93127	Auto- en motorsport	30%
93128	Wintersport	30%
93129	Overige buitenport	30%
9313	Fitnesscentra	100%
93141	Individuele zaalsport	30%
93142	Zaalsport in teamverband	30%
93143	Kracht- en vechtsport	30%
93144	Bowlen, kegelen, biljarten	30%
93145	Denksport	30%
93146	Sportscholen	30%
93149	Overige binnensport en omnisport	30%
93151	Zwem- en onderwatersport	30%
93152	Roei-, kano-, zeil- en surfsport e.d.	30%
93191	Beroepssportlieden	30%
93192	Hengelsport	100%
93193	Verzorgen van vistochten	100%
93194	Supportersverenigingen	30%
93195	Organiseren van sportevenementen	30%
93196	Overkoepelende organen	30%
93199	Overige sportactiviteiten n.e.g.	30%
93291	Jachthavens	100%
7. Overig		
3012	Bouw van sport-/recreatievaart	100%
77111	Verhuur personenauto's	10%
7712	Verhuur en lease van o.a. caravans en aanhangwagens	30%
7721	Verhuur van sport- en recreatieartikelen	30%
7734	Verhuur en lease van schepen	30%
8230	Organiseren van congressen en beurzen	100%
92001	Loterijen en kansspelen	100%
92009	Exploitatie van amusements- en speelautomaten	100%
93299	Overige recreatie n.e.g.	30%
9604	Sauna's, solaría, baden e.d.	100%

Bijlage 2 Imagostelling Maastricht

Inleiding

In deze bijlage zijn de tabellen opgenomen behorende bij het onderzoek naar het imago van Maastricht onder (niet-)bezoekers. Hiervoor is onderzoek gedaan onder Nederlanders die Maastricht (al dan niet) voor een vakantie en/of dagrecreatief bezoek hebben bezocht in de periode oktober 2011 tot en met maart 2013. Dit onderzoek is verricht in samenwerking met NBTC-NIPO Research. Hiervoor hebben 9 imagostellingen meegelopen in enkele kwartaal-metingen van het ContinuVakantieOnderzoek. In totaal hebben 762 mensen aan het onderzoek meegewerkt: 319 bezoekers en 443 niet-bezoekers.

In deze bijlage zijn 3 soorten tabellen opgenomen:

1. Bezoekers versus niet-bezoekers;
2. Naar leeftijdscategorie;
3. Naar leeftijdscategorie voor zowel bezoekers als niet-bezoekers.

1. Tabellen bezoekers versus niet-bezoekers

Tabel 1.1. Maastricht is een moderne stad

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	1%	1%
Mee oneens	5%	8%
Neutraal	25%	21%
Mee eens	36%	28%
Helemaal mee eens	27%	15%
Weet niet	6%	26%
Gemiddelde	3,9	3,7

Tabel 1.2. Maastricht is een gastvrije stad

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	1%	0%
Mee oneens	2%	2%
Neutraal	6%	9%
Mee eens	31%	32%
Helemaal mee eens	55%	33%
Weet niet	4%	24%
Gemiddelde	4,5	4,3

Tabel 1.3. Maastricht is een bruisende stad

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	0%	1%
Mee oneens	2%	3%
Neutraal	11%	11%
Mee eens	35%	33%
Helemaal mee eens	47%	29%
Weet niet	5%	23%
Gemiddelde	4,3	4,1

Tabel 1.4. Maastricht is grootstedelijk

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	1%	0%
Mee oneens	7%	7%
Neutraal	20%	19%
Mee eens	36%	30%
Helemaal mee eens	30%	18%
Weet niet	7%	26%
Gemiddelde	3,9	3,8

Tabel 1.5. Maastricht heeft een internationaal karakter

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	0%	1%
Mee oneens	2%	3%
Neutraal	8%	11%
Mee eens	29%	34%
Helemaal mee eens	54%	27%
Weet niet	7%	24%
Gemiddelde	4,4	4,1

Tabel 1.6. Kwaliteit van wonen en leven in Maastricht is hoog

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	0%	0%
Mee oneens	1%	1%
Neutraal	16%	16%
Mee eens	35%	25%
Helemaal mee eens	19%	9%
Weet niet	29%	49%
Gemiddelde	4,0	3,8

Tabel 1.7. Maastricht biedt ruime carrièrekansen

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	1%	2%
Mee oneens	5%	6%
Neutraal	22%	21%
Mee eens	16%	9%
Helemaal mee eens	10%	4%
Weet niet	46%	59%
Gemiddelde	3,5	3,2

Tabel 1.8. Maastricht is een stad die wordt geassocieerd met innovatie

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	2%	3%
Mee oneens	9%	14%
Neutraal	29%	21%
Mee eens	25%	15%
Helemaal mee eens	16%	6%
Weet niet	19%	41%
Gemiddelde	3,5	3,1

Tabel 1.9. Maastricht is een universiteitsstad

	Bezoeker	Niet-bezoeker
Helemaal mee oneens	1%	1%
Mee oneens	2%	4%
Neutraal	7%	11%
Mee eens	24%	22%
Helemaal mee eens	57%	31%
Weet niet	9%	30%
Gemiddelde	4,5	4,1

2. Tabellen naar leeftijdscategorie

Tabel 2.1. Maastricht is een moderne stad

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	1%	1%	1%
Mee oneens	9%	9%	5%	7%
Neutraal	20%	29%	21%	23%
Mee eens	29%	25%	35%	31%
Helemaal mee eens	18%	18%	22%	20%
Weet niet	24%	29%	16%	18%
Gemiddelde	3,7	3,6	3,9	3,8

Tabel 2.2. Maastricht is een gastvrije stad

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	0%	1%	0%
Mee oneens	1%	3%	2%	2%
Neutraal	8%	10%	7%	8%
Mee eens	35%	37%	28%	31%
Helemaal mee eens	31%	33%	50%	43%
Weet niet	25%	17%	13%	16%
Gemiddelde	4,3	4,2	4,4	4,4

Tabel 2.3. Maastricht is een bruisende stad

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	1%	1%	0%	1%
Mee oneens	4%	2%	3%	2%
Neutraal	15%	12%	10%	11%
Mee eens	28%	42%	32%	34%
Helemaal mee eens	27%	28%	43%	37%
Weet niet	25%	16%	13%	15%
Gemiddelde	4,0	4,1	4,3	4,2

Tabel 2.4. Maastricht is grootstedelijk

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	1%	0%	1%
Mee oneens	10%	11%	4%	7%
Neutraal	12%	21%	21%	20%
Mee eens	29%	31%	34%	33%
Helemaal mee eens	20%	19%	26%	23%
Weet niet	28%	17%	15%	18%
Gemiddelde	3,8	3,7	4,0	3,9

Tabel 2.5. Maastricht heeft een internationaal karakter

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	1%	0%	1%	1%
Mee oneens	8%	2%	1%	2%
Neutraal	9%	13%	8%	10%
Mee eens	29%	38%	30%	32%
Helemaal mee eens	26%	29%	45%	38%
Weet niet	25%	18%	14%	17%
Gemiddelde	4,0	4,1	4,4	4,3

Tabel 2.6. De kwaliteit van wonen en leven in Maastricht is hoog

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	1%	0%	0%
Mee oneens	1%	2%	1%	1%
Neutraal	16%	20%	14%	16%
Mee eens	31%	33%	27%	29%
Helemaal mee eens	13%	8%	15%	13%
Weet niet	39%	37%	42%	40%
Gemiddelde	3,9	3,7	4,0	3,9

Tabel 2.7. Maastricht biedt ruime carrièrekansen

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	2%	2%	1%	1%
Mee oneens	8%	13%	2%	6%
Neutraal	23%	21%	20%	21%
Mee eens	17%	14%	10%	12%
Helemaal mee eens	8%	4%	7%	6%
Weet niet	42%	46%	59%	54%
Gemiddelde	3,4	3,1	3,5	3,4

Tabel 2.8. Maastricht associeer ik met innovatie

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	1%	5%	2%	3%
Mee oneens	21%	16%	7%	12%
Neutraal	19%	30%	24%	25%
Mee eens	16%	14%	22%	19%
Helemaal mee eens	10%	6%	12%	10%
Weet niet	33%	29%	33%	32%
Gemiddelde	3,2	3,0	3,5	3,3

Tabel 2.9. Maastricht is een universiteitsstad

	16-29 jaar	30-49 jaar	≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	2%	1%	1%	1%
Mee oneens	2%	6%	2%	3%
Neutraal	12%	11%	8%	9%
Mee eens	22%	31%	20%	23%
Helemaal mee eens	34%	31%	48%	42%
Weet niet	28%	20%	21%	22%
Gemiddelde	4,2	4,1	4,4	4,3

3. Tabellen naar leeftijdscategorie voor bezoekers en niet-bezoekers

Tabel 3.1. Maastricht is een moderne stad

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	1%	1%	0%	1%	1%	1%
Mee oneens	9%	7%	3%	10%	10%	7%	7%
Neutraal	20%	29%	25%	20%	28%	19%	23%
Mee eens	37%	30%	38%	23%	21%	32%	31%
Helemaal mee eens	30%	25%	27%	8%	12%	18%	20%
Weet niet	4%	8%	6%	38%	28%	23%	18%
Gemiddelde	3,9	3,8	3,9	3,5	3,5	3,8	3,8

Tabel 3.2. Maastricht is een gastvrije stad

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Mee oneens	2%	2%	2%	0%	3%	2%	2%
Neutraal	7%	10%	4%	8%	10%	9%	8%
Mee eens	41%	32%	28%	30%	41%	28%	31%
Helemaal mee eens	43%	48%	62%	22%	20%	41%	43%
Weet niet	7%	7%	3%	40%	26%	19%	16%
Gemiddelde	4,3	4,4	4,5	4,2	4,1	4,3	4,4

Tabel 3.3. Maastricht is een bruisende stad

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	0%	1%	2%	1%	0%	1%
Mee oneens	2%	1%	2%	5%	2%	3%	2%
Neutraal	15%	11%	10%	15%	12%	9%	11%
Mee eens	35%	40%	33%	23%	43%	31%	34%
Helemaal mee eens	43%	39%	52%	15%	19%	36%	37%
Weet niet	4%	8%	3%	40%	23%	19%	15%
Gemiddelde	4,3	4,3	4,4	3,8	4,0	4,2	4,2

Tabel 3.4. Maastricht is grootstedelijk

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%
Mee oneens	15%	10%	3%	7%	12%	4%	7%
Neutraal	9%	22%	22%	15%	20%	20%	20%
Mee eens	43%	30%	37%	18%	31%	32%	33%
Helemaal mee eens	26%	29%	32%	15%	11%	22%	23%
Weet niet	7%	8%	6%	45%	25%	22%	18%
Gemiddelde	3,9	3,8	4,0	3,8	3,5	3,9	3,9

Tabel 3.5. Maastricht heeft een internationaal karakter

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	0%	1%	2%	0%	1%	1%
Mee oneens	11%	0%	0%	7%	4%	2%	2%
Neutraal	4%	13%	8%	13%	14%	9%	10%
Mee eens	37%	36%	24%	23%	39%	34%	32%
Helemaal mee eens	41%	44%	62%	15%	17%	34%	38%
Weet niet	7%	8%	6%	40%	27%	20%	17%
Gemiddelde	4,2	4,3	4,6	3,7	3,9	4,2	4,3

Tabel 3.6. De kwaliteit van wonen en leven in Maastricht is hoog

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
Mee oneens	2%	0%	1%	0%	3%	1%	1%
Neutraal	15%	20%	15%	17%	20%	14%	16%
Mee eens	46%	41%	30%	20%	27%	25%	29%
Helemaal mee eens	17%	13%	22%	10%	5%	11%	13%
Weet niet	20%	25%	33%	53%	46%	49%	40%
Gemiddelde	4,0	3,9	4,1	3,9	3,6	3,9	3,9

Tabel 3.7. Maastricht biedt ruime carrièrekansen

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	4%	0%	1%	0%	3%	2%	1%
Mee oneens	11%	9%	2%	5%	16%	3%	6%
Neutraal	24%	24%	20%	22%	19%	21%	21%
Mee eens	26%	18%	13%	10%	10%	8%	12%
Helemaal mee eens	15%	7%	10%	3%	2%	5%	6%
Weet niet	20%	41%	55%	60%	50%	62%	54%
Gemiddelde	3,5	3,4	3,7	3,3	2,9	3,35	3,4

Tabel 3.8. Maastricht is een stad die ik associeer met innovatie

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	2%	3%	1%	0%	6%	3%	3%
Mee oneens	22%	14%	3%	20%	18%	10%	12%
Neutraal	26%	32%	29%	13%	28%	20%	25%
Mee eens	24%	22%	27%	10%	7%	19%	19%
Helemaal mee eens	15%	9%	19%	7%	3%	7%	10%
Weet niet	39%	20%	21%	50%	37%	41%	32%
Gemiddelde	3,3	3,2	3,7	3,1	2,7	3,3	3,3

Tabel 3.9. Maastricht is een universiteitsstad

	Bezoeker 16-29 jaar	Bezoeker 30-49 jaar	Bezoeker ≥ 50 jaar	Niet-bezoeker 16-29 jaar	Niet-bezoeker 30-49 jaar	Niet-bezoeker ≥ 50 jaar	Totaal
Helemaal mee oneens	2%	0%	1%	2%	1%	1%	1%
Mee oneens	0%	7%	1%	3%	6%	3%	3%
Neutraal	7%	9%	5%	17%	12%	10%	9%
Mee eens	33%	31%	19%	13%	31%	21%	23%
Helemaal mee eens	52%	43%	65%	20%	22%	37%	42%
Weet niet	7%	10%	10%	45%	28%	28%	22%
Gemiddelde	4,4	4,2	4,6	3,8	3,9	4,3	4,3