

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI  
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra nederlandistiky  
Studijní rok 2016/2017



REUZENGEBERGTE ALS EEN POPULAIRE TOERISTISCHE  
BESTEMMING VOOR NEDERLANDSE TOERISTEN

The Giant Mountains as a popular area for Dutch tourists

Krkonoše jako populární cílová destinace pro nizozemské turisty

**Diplomová práce**

**Olomouc 2017**

**Bc. Iveta Landová**

Vedoucí práce:  
Prof. dr. Wilken Engelbrecht

Ik verklaar dat ik mijn masterscriptie alleen heb geschreven en alle gebruikte vakliteratuur en bronnen heb vermeld.

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškeré zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne .....

.....

Iveta Landová

### **Dankbetuiging**

Op deze plaats wil ik graag de begeleider van mijn scriptie Prof. dr. Wilken Engelbrecht bedanken voor zijn waardevolle adviezen en aanmerkingen bij de verwerking van deze scriptie.

## Inhoud

Inleiding .....	6
1. Wat is het toerisme .....	8
1.1. Begrippen in de toeristische sector .....	8
1.1.1. Definities van het toerisme .....	9
1.1.2. Wie is een toerist.....	10
1.1.3. Typologie van het toerisme.....	12
1.2. Nieuwe trends in het toerisme .....	13
1.3. Monitoring .....	15
1.3.1. Český statistický úřad .....	15
1.3.2. Ministerstvo pro místní rozvoj en CzechTourism .....	17
1.3.3. Eurostat .....	18
1.3.4. The World Tourism Organization.....	18
1.3.5. Centraal Bureau voor de Statistiek .....	19
2. Vraag en aanbod in de toeristische sector .....	21
2.1. Markt in het toerisme .....	22
2.1.1. Vraag in het toerisme .....	22
2.1.2. Aanbod in het toerisme .....	24
2.1.3. Verbindende schakels in vraag en aanbod .....	26
2.2. Aanbod in het toerisme in het Reuzengebergte .....	27
2.2.1. Lokalisatiefactoren.....	27
2.2.2. Primaire attracties gebouwd/georganiseerd door mens .....	28
2.2.3. Speciaal gebouwde/georganiseerd attracties .....	29
2.2.4. Natuurlijke attracties in het Reuzengebergte .....	30
2.3. Vraag van het toerisme in het Reuzengebergte .....	30
3. Positieve en negatieve effecten van het toerisme .....	34
3.1. Positieve effecten van het toerisme .....	34
3.1.1. BBP in het toerisme .....	36
3.1.2. Werkgelegenheid in het toerisme .....	37
3.1.3. Betalingsbalans in het toerisme .....	38
3.2. Negatieve effecten van het toerisme .....	39
3.3. Impacts van het toerisme in het Reuzengebergte (regio's Hradec Králové en Liberec) .....	40

3.3.1. Potentiële en duurzame ontwikkeling van het Reuzengebergte .....	42
4. Nederlanders en het toerisme .....	46
4.1. Hoe ondernemen Nederlanders hun vrijetijdsactiviteiten.....	46
4.2. Hoe ondernemen Nederlanders hun vakantie .....	47
4.3. Nederlanders in Tsjechië .....	48
5. Nederlanders als de potentiële toeristen in het Reuzengebergte .....	52
5.1. Beoordelen van de motivatie van de Nederlandse toeristen en hun behoeften in het Reuzengebergte .....	52
5.1.1. Onderzoeksmethode.....	52
5.1.2. Beoordeling van de vragenlijsten .....	53
5.2. Definitie van de Nederlandse toerist in het Reuzengebergte.....	61
5.3. Waarom zijn Nederlanders de potentiële voorkeursgroep van toeristen .....	63
5.4. Suggesties voor de verbetering .....	65
Conclusie .....	69
Resumé.....	71
Summary.....	72
Bronnen.....	73
Literatuur.....	73
Internetbronnen .....	74
Lijst van grafieken, tabellen en foto's .....	79
Annotatie.....	81
Bijlage 1: Foto's.....	82
Bijlage 2: Vragenlijstonderzoek.....	86

## **Inleiding**

Het toerisme speelt heel belangrijke rol in de mondiale, nationale maar ook regionale economie. De toeristische sector behoort tot één van de belangrijkste industrieën ter wereld en heeft invloed op verschillende gebieden van menselijk leven.

Het toerisme wordt in de bepaalde bestemming door verschillende factoren beïnvloed. Het toerisme heeft natuurlijk bovendien invloed op de bestemming. Het is belangrijk een evenwicht tussen deze elementen te vinden om de natuur te beschermen en het toerisme te onderscheiden.

Ik concentreer mij in de scriptie op Nederlandse toeristen in het Reuzengebergte, één van de belangrijkste toeristische bestemmingen in Tsjechië. Het doel van mijn scriptie is erachter te komen of de toeristen vaak naar het Reuzengebergte reizen en welke rol ze er spelen. Welke verwachtingen hebben ze over deze bestemming en hoe zou ik een Nederlandse toerist in het Reuzengebergte karakteriseren. Verder wil ik graag weten of ze de potentiële groep toeristen vormen die Tsjechen in het Reuzengebergte willen hebben. Ten slotte kom ik met suggesties om de verbeteringen uit te voeren en met ideeën die meer Nederlanders naar het Reuzengebergte kunnen aantrekken of hun verblijf er kunnen verbeteren.

Er bestaan meerdere redenen waarom ik dit thema voor mijn scriptie heb gekozen. Ten eerste zie ik in de Nederlandse toeristen in Tsjechië een groot potentieel. Verder heb ik de interesse voor natuur en reizen. De derde reden is het feit dat ik voor een reisbureau werk en dus heb ik al enkele ervaringen in deze sector. Het Reuzengebergte als de eindbestemming heb ik gekozen omdat ik er vaak reis en ik er ook veel Nederlanders ontmoet. Daarnaast is dit gebergte bekend als de één van de favoriete bestemmingen voor Nederlanders in Tsjechië.

Mijn scriptie bestaat uit een theoretisch en praktisch deel. In het theoretische deel geef ik informatie over de theorie van het toerisme en aanbod en vraag op de toeristische markt. Bovendien bespreek ik positieve en negatieve effecten van het toerisme. Verder stel ik typische kenmerken van Nederlanders voor tijdens hun vrijetijdsactiviteiten en vacaties en ik presenteer het Reuzengebergte als een prachtige en interessante bestemming. In het praktische deel concentreer ik me meer op Nederlanders in het Reuzengebergte, hun behoeften en prioriteiten.

Ik wil het potentieel van toeristen op grond van de gekregen gegevens van Nederlanders bepalen, die naar het Reuzengebergte reizen. Verder wil ik interwies met medewerkes verwerken om de suggesties voor verbetering aan te boden. Dat zou zeker Nederlanders waarderen.

In het eerste hoofdstuk begin ik met de verduidelijking van begrippen van het toerisme die betrekking op mijn scriptie hebben. Daarnaast stel ik enkele definities van het toerisme voor. Dan bespreek ik de factoren die hedendaags de meest belangrijke rol in het toerisme spelen. Verder stel ik enkele instituties voor die voor de monitoring van het toerisme verantwoordelijk zijn.

Bovendien verklaar ik vraag en aanbod in het toerisme en hoe ze wordt verdeeld. Ik ga in dit hoofdstuk meer uitgebreid kijken naar het aanbod in het Reuzengebergte en de vraag van de Nederlandse toeristen.

In het derde hoofdstuk laat ik positieve en negatieve effecten van het toerisme zien. Daarenboven beschrijf ik de belangrijkste economische aspecten en schade aan natuur en landschap. Verder kijk ik meer concreet naar de impacts van het toerisme in het Reuzengebergte.

In het vierde hoofdstuk worden om vrijetijdsactiviteiten en activiteiten tijdens vakantie van Nederlanders beschreven. Daarmee geef ik een overzicht van het vakantiegedrag van Nederlandse toeristen in het buitenland. Verder verzamel ik algemene gegevens over Nederlanders in Tsjechië.

In het vijfde hoofdstuk onderzoek ik behoeften van Nederlanders in het Reuzengebergte. Dat doe ik op grond van ingevulde vragenlijsten en interviews met verschillende medewerkers in het toerisme. Dan definieer ik hun gedrag en hun potentieel voor dit gebied. Op het einde stel ik op grond van alle onderzochte gegevens enkele tips voor, wat te doen het Reuzengebergte nog aantrekkelijker voor de Nederlandse toeristen te zijn, wat te verbeteren zodat Nederlanders er mooie vakanties kunnen doorbrengen.

## 1. Wat is het toerisme

Het toerisme is een grote en gecompliceerde sector die veel termen bevat. Daarom vind ik het noodzakelijk hier enkele begrippen te definiëren.

In het eerste hoofdstuk begin ik met de verduidelijking van deze begrippen die betrekking op mijn scriptie hebben. Daarnaast stel ik enkele definities van het toerisme voor.

De toeristische sector behoort tot één van de belangrijkste industrieën ter wereld, die de directe of indirecte invloed op andere gebieden heeft. Daarom vind ik belangrijk de nieuwste trends in het toerisme te volgen. Ik bespreek hier de factoren die tegenwoordig volgens mij de meest belangrijke rol in het toerisme spelen.

Ten derde worden er instituties gepresenteerd die de trends en de ontwikkeling van het toerisme volgen. Ik heb van deze instituties statistieken en andere interessante gegevens gekregen over economie in het toerisme en Nederlandse toeristen in de Tsjechische Republiek. De monitoring van het toerisme is belangrijk onder andere in internationale vergelijkingen.

### 1.1. Begrippen in de toeristische sector

Het is niet eenvoudig het begrip toerisme te definiëren. Het gaat om een ingewikkeld sociaaleconomisch verschijnsel. Daarom heeft het toerisme niet alleen effect op de economie maar ook op andere gebieden van menselijk leven zoals op het gebied van cultuur, demografie, psychologie of ecologie.<sup>1</sup>

De toeristische sector vormt één van de belangrijkste onderdelen van de mondiale, nationale maar ook regionale economie. Het toerisme omvat transport, toeristische voorzieningen, accommodatie, reisbureaus en gids diensten, toeristische informatie en andere infrastructuur en andere toeristische diensten.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> PALATKOVÁ, Monika & Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*: Praha: Grada, 2011, p.11.

<sup>2</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 29.



### 1.1.1. Definities van het toerisme

Het toerisme werd al in het jaar 1905 door E. Guyer-Freuler beschreven. Andere onderzoekers hadden maar ook interesse voor deze sector. Al in 1910 behandelde Hermann von Schullar de economische aspecten van het toerisme. De tweede golf van de belangstelling was voor deze sector de periode na de eerste wereldoorlog.<sup>3</sup>

Een goed toepasselijke definitie die een belangrijke mijlpaal was, werd in 1942 door Walter Hunziker and Kurt Krapf gegeven. Deze twee Zwitserse hoogleraren omschreven het toerisme als:

*Inbegriff der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus dem Aufenthalt Ortsfremder ergeben, sofern durch den Aufenthalt keine Niederlassung zur Ausübung einer dauernden oder zeitweiligen hauptsächlichen Erwerbstätigkeit begründet wird.*<sup>4</sup>

In het jaar 1991 werd statistiek in het toerisme op internationale vergadering van de UNWTO (United Nations World Tourism Organization) in Ottawa besproken. Op grond van deze vergadering werd in het jaar 1993 de nieuwe definitie van het toerisme door de Verenigde Naties aangenomen. Dat werd de basis voor verder onderzoek en statistiek.<sup>5</sup>

De UNWTO omschrijft toerisme zo:

*Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or nonresidents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure.*<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch: úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2010. Knížnica cestovného ruchu, 15, p. 13-16.

<sup>4</sup> HUNZIKER, Walter & Kurt KRAPF. *Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. 1. Zürich: Polygraphischer Verlag 1942. p. 21.

<sup>5</sup> Gučík, *Cestovní ruch* (2010), p. 13-16.

<sup>6</sup> Glossary of terms. UNWTO [online]. [cit. 2017-03-20]. URL: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>

Het is nog steeds een open probleem dat bijvoorbeeld door de Slowaak Marian Gúčik wordt behandeld. Hij heeft aan zijn definitie de specifieke behoeften van toeristen toegevoegd. Zijn definitie van het toerisme is:

*Met het toerisme wordt een aantal activiteiten bedoeld die gericht op de voldoening van de vraag in het toerisme zijn en op het verblijf van mensen die buiten hun woonplaats reizen om in hun vrije tijd te rusten, kennis te maken, voor de gezondheid, afleiding en vermaak, culturele en sportieve activiteiten en zakenreizen.<sup>7</sup>*

### 1.1.2. Wie is een toerist

De belangrijkste actor in het toerisme is de toerist. Bij het toerisme gaat het niet alleen om iemand die in zijn vrije tijd voor zijn plezier reist. Het gaat maar om mensen die voor hun gezondheid, studie, bezoek of kennis reizen. De zakenreizigers zijn ook toeristen ingeval dat ze vanuit de plaats van de bestemming niet worden betaald. Mensen die zich in hun normale werkomgeving zich bevinden, worden erin niet meegeteld.<sup>8</sup>

Er bestaan veel mogelijkheden hoe toeristen kunnen worden verdeeld. Daarnaast zijn deze begrippen nog steeds in ontwikkeling. De UNWTO stelde deze termen vast op de boven vermelde conferentie in Ottawa in 1991.

- **Ingezetenen** in de internationale bedoeling zijn permanente inwoners. Zulke inwoners leven minimaal één jaar in het land.
- **Bezoekers** reizen naar een ander land dat niet hun permanente verblijfplaats is voor de tijd korter dan één jaar. Het doel van hun reis is geen winstgevende activiteit.
- **Toeristen** zijn bezoekers die op een bepaalde bestemming minstens één nacht doorbrengen.
- **Dagtoeristen** reizen voor minder dan 24 uur en overnachten er niet.

---

<sup>7</sup> GÚČIK, M. 2000. Základy cestovného ruchu. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2000. p. 7.

<sup>8</sup> *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015* [online]. In: . 2016: © NRIT Media (delen 1 en 3) en CBS (deel 2), 2015 [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2015/47/tendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2015>

- **Transit toeristen** zijn bezoekers die door een land naar een andere bestemming reizen en bij deze gelegenheid er één of meer nachten blijven. Verder worden er de binnenlandse en buitenlandse toeristen onderscheiden.<sup>9</sup>

Ik vind de verdeling van toeristen volgens Eric Cohen behulpzaam. Eric Cohen is in 1932 in Zagreb, Kroatië geboren. Hij is vanwege het communisme met zijn gezin naar Israël gemigreerd. Eric Cohen is een grote persoonlijkheid in de sociologie van het toerisme en heeft voor zijn publicaties verschillende prijzen gekregen.<sup>10</sup> Het gaat om de verdeling volgens manieren van reizen. Deze typologie is gebaseerd op het aantal toeristen en hun aanpassing aan lokale normen. Het wordt over de georganiseerde massatoerist, de individuele massatoerist, de onderzoeker en de trekker gesproken.<sup>11</sup>

- **De georganiseerde massatoerist** gebruikt geen avontuurlijke manier van het reizen. Het gaat eigenlijk om een soort van het comfortabele reizen. De toerist gebruikt alleen een pakket van services op markt. Deze toerist verplaatst zich snel van plaats naar plaats met een vast reisplan en wordt door een gids begeleid.
- **De individuele massatoerist** is vergelijkbaar met het eerste type, maar met het verschil dat hij afzonderlijke delen van zijn vakantie zelf organiseert. Hij heeft een controle over zijn reisplan en reist niet in een groep. Aan de andere kant worden er belangrijke delen van zijn vakantie zoals de accommodatie en als ook het vervoer door een reisbureau georganiseerd.
- **De onderzoeker** organiseert zijn reis helemaal zelf. Hij probeert toeristische attracties en populaire bestemmingen te vermijden maar hij zoekt nog wel enig comfort. De onderzoeker probeert in contact met lokale bevolking te komen en de lokale keuken te proberen. Hij gaat maar niet volledig op in de andere cultuur. Niettemin behoudt hij nog steeds zijn sociale standaard.
- **De trekker** is geen echte toerist. Hij heeft niets gemeen met andere toeristen en het toeristische etablissement. Voor de trekker is het niet belangrijk waar hij reist. Hij houdt alleen vast aan de meest essentiële gewoonten. Hij heeft geen

---

<sup>9</sup> BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Grada Publishing, 2016. p. 16-17.

<sup>10</sup> COHEN, S.A.. A portrait of Erik Cohen. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(1) (2013), p. 104-111.

<sup>11</sup> COHEN, E. *Toward a sociology of modern tourism*. *Social Research* 1979, 39(1): p. 164-182.

routeplan en tijdslimiet. De trekker gaat volledig op in de andere cultuur. Hij verdient geld met kleine klusjes.<sup>12</sup>

### 1.1.3. Typologie van het toerisme

Zoals ik hierboven heb vermeld, bestaan er veel typen toeristen. Daarom zijn er veel vormen toerisme en veel mogelijkheden hoe het toerisme te verdelen. De typologie van het toerisme verandert zich in de loop van de tijd, wordt subjectief waargenomen en de verschillende typen worden met elkaar verweven.

De vormen van het toerisme worden gedefinieerd op basis van de motivatie van de toeristen als: het recreatieve, culturele, sportieve, sociaal georiënteerde, economische (zakenreis) of specifieke toerisme. Valene Smith onderscheidt bijv. concreet in haar antropologische beschrijving vijf typen toerisme – het culturele, historische, etnische, recreatieve toerisme en ecotoerisme.<sup>13</sup>

Aan de andere kant zijn er ook externe omstandigheden volgens welke we verschillende typen van het toerisme kunnen onderscheiden. Het gaat bijvoorbeeld om de oorsprong van een deelnemer, het aantal deelnemers, leeftijd van toeristen, verblijfsduur, bestemming, seizoen, type accommodatie, financiering etc. In het toerisme onderscheidt men dan ook inkomend toerisme, binnenlands toerisme en uitgaand toerisme.

- **Inkomend toerisme** behelst alle dagtochten en vakanties van buitenlanders in een land. In dit geval gaat het om de vakantie van een Nederlandse ingezetene in Tsjechië.
- **Binnenlands toerisme** betreft alle dagtochten en vakanties die toeristen in hun eigen land ondernemen.
- **Uitgaand toerisme** behelst alle dagtochten en vakanties van toeristen naar een ander land dan het land waarin zij wonen. Een voorbeeld van uitgaand toerisme is de vakantie van een Tsjechische ingezetene in Nederland.<sup>14</sup>

Dan worden er nog twee andere stromen intern en nationaal toerisme onderscheiden.

---

<sup>12</sup> COHEN, E. *Toward a sociology of modern tourism*. Social Research 1979, 39(1): p. 164-182.

<sup>13</sup> SMITH, V. (ed.) *Hosts and Guests. The anthropology of tourism*. 1978 Oxford: Basil Blackwell p. 4-5, 31-32.

<sup>14</sup> *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015* [online] 2015(deel 2) [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2015/47/tendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2015>

- **Intern toerisme** omvat alle dagtochten en vakanties van buitenlandse en binnenlandse toeristen die in een bepaald land plaatsvinden.
- **Nationaal toerisme** omvat alle binnenlandse en buitenlandse dagtochten en vakanties van de inwoners van een bepaald land.<sup>15</sup>

## 1.2. Nieuwe trends in het toerisme

Om het toerisme een belangrijk deel van onze economie te blijven, is het noodzakelijk de veranderende trends te volgen. Het toerisme is namelijk voortdurend in ontwikkeling. Deze ontwikkeling is grotendeels afhankelijk van de ontwikkeling van de maatschappij en de economische situatie.

*In 2003 had de Europese Commissie tien fundamentele trends gedefinieerd die invloed op het toerisme in de nabije toekomst zullen hebben. Dit omvat de volgende factoren: demografie, gezondheid, onderwijs, vrije tijd, reiservaringen, levensstijl, informatietechnologie, vervoer, duurzame ontwikkeling, veiligheid en zekerheid.<sup>16</sup>*

Het lijkt erop dat de Europese Commissie gelijk had. Nu worden er een gezonde leefstijl, sport en gezondheid meer en meer gepropageerd. Wellness en een sportief verblijf worden ook meer populair. Mensen geven de voorkeur aan een actieve vakantie in plaats van het liggen op een strand. En is sprake niet alleen van de jongeren, maar ook van de gepensioneerden.

Een andere trend van het reizen, die ik zie, bestaat in de zogenaamde soloreizigers. De soloreizigers zijn mensen die alleen op reis gaan. Deze groep vormen niet alleen mannen, maar ook vrouwen. Vrouwen zijn vandaag nog veel onafhankelijker dan voorheen.

Het is tegenwoordig niet belangrijk om reiservaringen te hebben om te reizen. Als gevolg van de globalisering en populariteit van het reizen worden er ook minder populaire bestemmingen voor toeristen bereikbaar. Het kan integendeel worden gezegd

---

<sup>15</sup> *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015* [online] 2015(deel 2) [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2015/47/tendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2015>

<sup>16</sup> KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. p. 25.

dat het moeilijk is de druk van het toerisme te vermijden. In het toerisme is overal de concurrentie gestegen. Er worden namelijk nieuwe bestemmingen en producten gecreëerd. Hogere eisen aan kwaliteit spelen ook een belangrijke rol. Dat hoeft niet te betekenen dat mensen luxe verwachten. Ze willen eenvoudig hun verwachtingen vervullen.

Verder vind ik belangrijk de ontwikkeling van de informatie-omgeving, verbetering van bestaande en ontwikkeling van nieuwe informatie- en communicatietechnologieën te laten zien. Dat levert een belangrijke bijdrage aan de ontwikkeling van het toerisme. Sociale netwerken zoals Facebook, Twitter, Instagram, of Skype kunnen als een platform dienen voor het delen van foto's, meningen en ervaringen van het reizen en voor ongecensureerde beoordelingen van betreffende diensten op de bezochte plaatsen. Tot de informatietechnologie van essentieel belang voor het toerisme behoort het Global Distribution System, namelijk databank, informatie- en boekingsystemen.<sup>17</sup>

Een volgende trend is dat duurzaam toerisme gelukkig steeds populairder wordt dan het massatoerisme. Mensen krijgen meer respect voor het milieu en de ecologie.

Het massatoerisme is in alle opzichten meer comfortabel. Mensen genieten van comfort en luxe tijdens hun verblijf en gebruiken processen die de selectie en aankoop vereenvoudigen. Het massatoerisme geeft de voorkeur aan betaalbare producten voor een brede groep van potentiële klanten. Basiskenmerken zijn: veel deelnemers op één plek, vaste programma's, weinig flexibiliteit, minimaal contact met de lokale bevolking en passiviteit. Dat alles heeft negatieve gevolgen voor het milieu. Aan de andere kant bestaat er zogenaamde duurzaam toerisme. Mensen zijn er over het gebied verspreid, zijn flexibel en spontaan, gebruiken kleinere accommodatie en hebben interesse voor de lokale levensstijl.<sup>18</sup> Met duurzaam toerisme houd ik me meer bezig in het derde hoofdstuk.

Voor Tsjechië is hedendaags zeker positief het feit dat het als een veilig land wordt beschouwd. Niettemin is de daling van het aantal toeristen nog niet geregistreerd vanwege het terrorisme in andere landen.

---

<sup>17</sup> Kotíková, *Nové trendy* (2013), p. 25.

<sup>18</sup> HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. p. 28.

### 1.3. Monitoring

Het toerisme valt onder de bevoegdheid van gemeenten en provincies. Daarnaast zorgt het Comité voor het toerisme (een onderdeel van het Parlement van de Tsjechische Republiek) daarvoor. Verder zijn er ook sommige verenigingen en associaties van zowel natuurlijke en rechtspersonen op het gebied van het toerisme aanwezig. Bijvoorbeeld de Vereniging van Handel en Toerisme, de Nationale Federatie van Hotels en Restaurants van de Tsjechische Republiek, de Vereniging van de Reisbureaus van de Tsjechische Republiek, Associatie van Gids in de Tsjechische Republiek.<sup>19</sup>

Een belangrijke rol in de beschrijving van het toerisme spelen de statistieken. Dankzij de statistieken kunnen de ontwikkeling en trends in het toerisme worden gemonitord. Daarnaast kunnen verschillende instituties proberen de ontwikkeling te voorspellen. Onder andere hebben ze belang op het gebied van internationale vergelijking. De toeristische statistieken zijn noodzakelijk voor het ontwerpen van marketingstrategieën.<sup>20</sup>

Een essentiële voorwaarde voor statistische controle is de bepaling van vergelijkbare criteria in het toerisme. Dat betekent verwerkingsmethodologie en normen daarvoor te verzamelen, te sorteren en gegevens te verwerken. Het statistische toezicht is bezig met het binnenlandse passieve en actieve toerisme, het aanbod en de vraag.<sup>21</sup> Het wordt door instituties onderzocht zoals The World Tourism Organization (UNWTO), Český statistický úřad (ČSÚ), CzechTourism, Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR) of Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) in Nederland.

#### 1.3.1. Český statistický úřad

Český statistický úřad (Tsjechisch Bureau voor de Statistiek) is een instelling die op 8 januari 1969 werd opgericht. Deze instelling is een deel van het centrale staatsbestuur van Tsjechië. Die verzorgt statistische diensten in Tsjechië en houdt toezicht op veranderende behoeften van de gebruikers van de statistische diensten. Naast de statistiek over het toerisme zorgt de ČSÚ voor handelsstatistieken, transportstatistieken

---

<sup>19</sup> Hesková, *Cestovní ruch* (2006) p. 89-95.

<sup>20</sup> PALATKOVÁ, Monika & Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*: Praha: Grada, 2011. p. 80.

<sup>21</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 80.

en statistieken over het BBP en nationale rekeningen. Bovendien monitort deze instelling kriminaliteit, aantal van inwoners, werkgelegenheid, onderwijs en verkiezingen in Tsjechië.

De rol van deze instelling in de toeristische sector is objectieve gegevens over de economische, sociale, demografische en ecologische ontwikkeling van het toerisme in de Tsjechische Republiek aan te bieden en hun nationale en internationale vergelijkbaarheid te garanderen.

Op grond van verzamelde data biedt de ČSÚ informatie over de ontwikkeling van het toerisme in Tsjechië en een vergelijking van deze data met voorgaande jaren. Het Tsjechische bureau voor de statistiek is verantwoordelijk voor het toezicht op vraag en aanbod in het toerisme sinds de jaren 90. De ČSÚ verzamelt bovendien sinds het jaar 2003 officieel gegevens over het toerisme op het nationaal niveau.<sup>22</sup>

De database monitort: Capaciteit van collectieve logiesverstrekkende bedrijven, de opkomst in collectieve logiesverstrekkende bedrijven, conferenties in collectieve logiesverstrekkende bedrijven, binnenlands en uitgaand toerisme in de Tsjechische Republiek, langere tochten (4 en meer nachten) van bewoners in binnen- en buitenland, korte trips (1-3 overnachtingen) van bewoners in binnen- en buitenland en zakenreizen van de bewoners in het land en in het buitenland.<sup>23</sup>

Voor mijn scriptie speelt de belangrijkste rol de databank van de collectieve logiesverstrekkende bedrijven waar het mogelijk is hun capaciteit op te sporen. Dankzij deze database kan ik het aantal aankomsten en overnachtingen in de collectieve logiesverstrekkende bedrijven per nationaliteit en regio traceren.

Verder wordt door de ČSÚ het tijdschrift *Statistika&My* gepubliceerd. Het tijdschrift komt tien keer per jaar uit en zijn doel is de statistieken en andere resultaten te verspreiden. Het tijdschrift informeert over de actuele gebeurtenissen in de ČSÚ en biedt informatie over economische, demografische en andere ontwikkelingen in de Tsjechische Republiek.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 81.

<sup>23</sup> ČSÚ. Veřejná databáze. [online]. URL: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky>

<sup>24</sup> O nás. *Statistika&My* [online]. [cit. 2017-02-23]. URL: <http://www.statistikaamy.cz/o-nas/>



### 1.3.2. Ministerstvo pro místní rozvoj en CzechTourism

Het Ministerstvo pro místní rozvoj (Het Ministerie van Regionale Ontwikkeling) omvat bovendien een afdeling die zich met het toerisme bezighoudt. Deze afdeling werkt als een coördinator van alle subjecten die in het regionale toerisme geëngageerd zijn. Een belangrijk doel van het ministerie is legislatieve instrumenten voor de ontwikkeling van het toerisme in Tsjechië te gebruiken. Verder creëert het ministerie duidelijke regels om een betere bescherming van de consument en regels voor de exploitatie van de reisbureaus te garanderen.<sup>25</sup>

Het belangrijkste document is *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020* (Conceptie van de staatse politiek van het toerisme in Tsjechië van 2014 t/m 2020). Het is een strategisch document, dat op de ontwikkelingsmogelijkheden van het toerisme in Tsjechië is gebaseerd.<sup>26</sup>

Daarnaast organiseert het ministerie het aantal projecten. Deze projecten worden uit de structuurfondsen van de EU gefinancierd en bijdragen tot de ontwikkeling van het toerisme in de Tsjechische Republiek.

Een onderdeel van het ministerie is het Tsjechische Bureau voor Toerisme – CzechTourism. CzechTourism is belangrijk voor de presentatie van de Tsjechische Republiek op conferenties en toeristische beurzen. Met behulp van CzechTourism worden Tsjechië en afzonderlijke regio's in het buitenland en ook in eigen land gepresenteerd als een interessante toeristische bestemming. Verder verstrekt dit instituut analyse en informatie diensten aan andere instellingen, organisaties en ook aan grote onprofessioneel publiek.<sup>27</sup> Voor de vertegenwoordiging van de CzechTourism in de Benelux zorgt Petra Koorn-Palečková.

Er worden geleidelijk de zogenaamde Country Rapporten (rapporten over een bepaalde markt) uitgegeven, waar men informatie over de belangrijkste herkomst van het inkomend toerisme (van bepaalde landen) in een duidelijke infografiek kan vinden. Het marketing onderzoek in de rapporten bestaat uit informatie over de collectieve

---

<sup>25</sup> Cestovní ruch. Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. MMR, ©2012 [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch>

<sup>26</sup> Beschikbaar op: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-\(1\)](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-(1))

<sup>27</sup> CzechTourism [online]. CzechTourism, ©2005-2017 [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

logiesverstrekkenende bedrijven, het inkomend toerisme en uit de analyse van het toeristische potentieel in administratieve regio's. Het laatste Country Rapport voor Nederland is helaas uit het jaar 2013.<sup>28</sup>

### 1.3.3. Eurostat

De ČSÚ en andere instituties werken met het statistische bureau van de Europese Unie Eurostat samen. Eurostat is in Luxemburg gevestigd en het doel is de kwaliteit van de Europese statistieken te verbeteren. Eurostat verstrekt statistieken en vergelijkingen tussen landen en regio's aan de Europese Unie. Dat bouwt een gemeenschappelijk kader voor de systematische ontwikkeling, productie en verspreiding van kwalitatief hoogwaardige statistische informatie over het toerisme in Europa.<sup>29</sup>

Eurostat verzamelt informatie over het volume van het toerisme, het concurrentievermogen, inkomsten en uitgaven en zijn voordelen voor de Europese economie.

De belangrijkste tabellen die Eurostat over het toerisme aanbiedt zijn: maandelijks en jaarlijkse gegevens over de toeristische industrie en jaarlijkse gegevens over reizen van inwoners van de Europese Unie.

### 1.3.4. The World Tourism Organization

*The World Tourism Organization (UNWTO) is the United Nations agency responsible for the promotion of responsible, sustainable and universally accessible tourism.*

*As the leading international organization in the field of tourism, UNWTO promotes tourism as a driver of economic growth, inclusive development and environmental sustainability and offers leadership and support to the sector in advancing knowledge and tourism policies worldwide.*<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> CzechTourism [online]. CzechTourism, ©2005-2017 [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

<sup>29</sup> Overview. Eurostat [online]. [cit. 2017-02-23]. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/about/overview>

<sup>30</sup> UNWTO: Who we are [online]. [cit. 2017-02-23]. URL: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>

Deze organisatie ondersteunt de mondiale ethiek in het toerisme *Global Code of Ethics for Tourism*. De lidstaten en de regionale toeristische bestemmingen en bedrijven willen de positieve economische, sociale en culturele gevolgen van het toerisme en zijn voordelen maximaliseren. Aan de andere kant willen ze negatieve sociale en milieueffecten minimaliseren.<sup>31</sup>

De UNWTO bevordert de markt, concurrentievermogen, duurzaam beleid en instrumenten op het gebied van het toerisme. De organisatie ondersteunt verder onderwijs en opleiding in deze sector en maakt uit het toerisme een doeltreffend instrument voor de ontwikkeling van technische bijstand in meer dan 100 landen ter wereld.<sup>32</sup>

De UNWTO omvat 157 lidstaten, 6 deelgenootleden en 500 vertegenwoordigers uit de private sector, onderwijsinstellingen, toeristische verenigingen en lokale toeristische autoriteiten.<sup>33</sup>

### **1.3.5. Centraal Bureau voor de Statistiek**

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) is in Nederland vergelijkbaar met de ČSÚ in de Tsjechische Republiek. Het biedt de mogelijkheid vertrouwbare statistische informatie door andere instellingen te gebruiken.<sup>34</sup>

Eén van het gebieden waarover het CBS informatie geeft, is het gebied van vrije tijd en cultuur. Dankzij deze gegevens kan men zien bijv. waarheen Nederlanders graag op vakantie reizen en hoe lang ze daar blijven. Het CBS heeft samen met andere instituties het *Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd* uitgewerkt.

Behalve het gebied van vrije tijd en cultuur biedt deze instelling ook betrouwbare en samenhangende statistische informatie op het gebied van arbeid en sociale zekerheid, financiële en zakelijke diensten, economische groei, verkeer en vervoer etc.

---

<sup>31</sup> UNWTO (2017), Als noot 28.

<sup>32</sup> UNWTO: Who we are [online]. [cit. 2017-02-23]. URL: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>

<sup>33</sup> *ibid.*

<sup>34</sup> CBS: Over ons [online]. [cit. 2017-02-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/over-ons/organisatie>

De statistieken van het CBS nemen daarnaast deel zoals aan het opstellen van de nationale als ook aan de Europese statistieken. De informatie, die het CBS publiceert, gaat over onderwerpen die met de mensen in Nederland samenhangt.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> CBS: Over ons (2017) Als noot 34.

## 2. Vraag en aanbod in de toeristische sector

De toeristische sector speelt een belangrijke rol op de markt en daarom zijn vraag en aanbod een belangrijk deel van mijn scriptie. Ik verklaar wat vraag en aanbod in het toerisme betekenen en hoe ze worden verdeeld. Verder zijn er sommige specifieke kenmerken die ik belangrijk vind te vermelden.

Ten tweede wil ik in dit hoofdstuk meer uitgebreid naar het aanbod in het Reuzengebergte kijken waarin ik mij op de toeristen uit Nederland richt. Ik wil graag weten komen of Nederlanders een interesse hebben in deze bestemming. Vervolgens vestig ik mijn aandacht op de vragen hoeveel Nederlanders daar komen overnachten en hoe lang ze daar blijven.

Zoals ik hierboven heb vermeld, is het toerisme een integraal onderdeel van de economie en daarom ontmoeten we hier ook vraag en aanbod. De vraag en het aanbod kunnen eenvoudigweg worden beschreven als een uitwisseling van goederen en diensten om aan de menselijke behoeften voor een prijs te voldoen.<sup>1</sup>

Volgens Norbert Vanhove behoren ook de verbindende schakels tot dit systeem naast vraag en aanbod. Tot deze verbindende schakels tellen we bijvoorbeeld vervoer of reisbureaus.<sup>2</sup>

Het toerisme wordt zowel in de macro-economie en als ook in de micro-economie onderzocht. Op het macro-economische terrein zijn dat de vraag, het aanbod, de prijsstelling, de werkgelegenheid, het creëren van het BBP en de regionale ontwikkeling. In de micro-economie ligt de nadruk op de uitvoering van goederen en diensten.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 38.

<sup>2</sup> VANHOVE, N. *The economics of tourism destinations*. Elsevier Ltd., Oxford 2005. p. 75-76.

<sup>3</sup> GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch: politika a ekonómia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2011. Knižnica cestovného ruchu, 20. p. 77.

## **2.1. Markt in het toerisme**

De markt in het toerisme is een deel van de markt van producten en diensten. Het is de plaats waar de gevraagde en aangeboden hoeveelheden van een bepaald product of een bepaalde dienst worden verhandeld. We onderscheiden de vermogensmarkt, wisselmarkt, arbeidsmarkt.<sup>4</sup> Op de markt onstaat ook de prijs.

De toeristische markt heeft echter zijn specifieke kenmerken die uit het voldoen van de behoeften in het toerisme voortvloeien, uit de aard van consumptiegoederen in het toerisme en uit de effecten van algemene voorwaarden voor de ontwikkeling van het toerisme bestaat. Het verschil tussen de markt van goederen en diensten en markt van het toerisme ligt in het feit dat één deel van de goederen en diensten alleen aan toeristen worden aangeboden en één deel van goederen en diensten de behoeften van alle consumenten voldoet.<sup>5</sup>

### **2.1.1. Vraag in het toerisme**

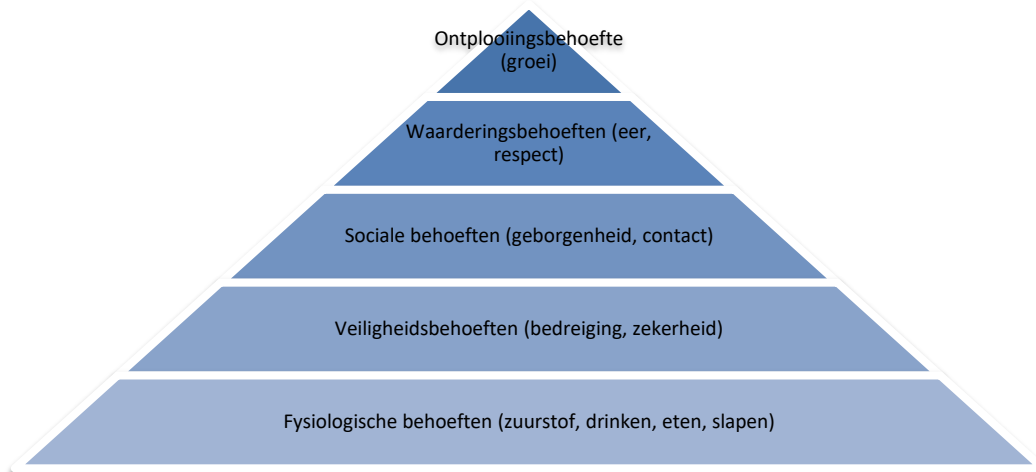
De motivatie om te reizen wordt door verschillende factoren beïnvloed. Het hangt van de persoonlijke omstandigheden van toeristen af zoals hun houdingen, meningen en persoonlijkheid. Verder gaat het om socio-economische en soms ook om demografische en politieke omstandigheden. Deze factoren kunnen mensen tijdens het beslissingen over hun vakantie motiveren of limiteren. De limiterende factoren zijn bijv. economische, sociale aspecten of de kwaliteit van diensten.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. p. 39.

<sup>5</sup> Gučík, *Cestovní ruch* (2010), p. 54.

<sup>6</sup> GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch: politika a ekonómia*. (2011), p. 80.



Grafiek 1: De behoeftepiramide van Abraham Maslow

Het is duidelijk dat behoeften een dominante rol in de vraag spelen. Vele theorieën over het toerisme gebruiken het model van Abraham Maslow.<sup>7</sup> Deze theorie onderscheidt vijf lagen van behoeftes die in een vorm van piramide worden getoond.

Volgens Vlasta Malá bestaan er twee soorten van reisbehoefte – primaire en secundaire behoeften. De primaire behoeften zijn de algemene motivaties en zijn dus impuls en doel van het deelnemen aan een reis bijv. gezondheid, kennissen, sport, avontuur, zakenreis etc. Deze behoeften zijn individueel en kunnen met leeftijd, financiële situatie etc. worden veranderd.<sup>8</sup>

Ten tweede zijn er secundaire behoeften die worden gebruikt om de primaire behoeften te voldoen zoals de behoeften van het eten en tijdelijke accommodatie. Deze behoeften zijn geen doel van de reis maar het middel voor de realisatie van de primaire behoeften. Deze behoeften hebben een invloed op het uiteindelijke resultaat van een vakantie.<sup>9</sup> De secundaire behoeften zijn ook afhankelijk van een individu. Voor de trekker is bijvoorbeeld de accommodatie en restaurants minder of helemaal niet belangrijk dan voor een individuele massa toerist.

<sup>7</sup>Nieuwenhuis, M.A., *The Art of Management* (the-art.nl), 2003-2010. URL: [http://123management.nl/0/040\\_mensen/a400\\_mensen\\_19\\_motivatïe\\_klassiek.html](http://123management.nl/0/040_mensen/a400_mensen_19_motivatïe_klassiek.html)

<sup>8</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 40-41.

<sup>9</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 39.

### 2.1.2. Aanbod in het toerisme

Volgens de economische theorie is het aanbod een samenvatting van een geplande verkoop van goederen en diensten waarmee producenten in de markt komen. Hoe duurder diensten en producten zijn, des te meer producenten op de markt willen produceren.<sup>10</sup>

Het aanbod in de toeristische sector bevat objecten, diensten en de hierboven genoemde verbindende schakels. Diensten kunnen zowel door kleine ondernemers als ook door globale instellingen zoals hotelketens worden aangeboden.<sup>11</sup> De objecten van het aanbod in het toerisme worden door de materiële goederen en hun attractiviteit bepaald. Daarnaast spelen ook nuttige effecten een rol die op een bepaalde plaats en tijd beschikbaar zijn om aan de behoeften van een toerist te voldoen en die verkopers in de toeristische markt willen implementeren.<sup>12</sup>

Het aanbod van het toerisme heeft twee belangrijke categorieën. Dat zijn de attractiviteit van de bestemming en de faciliteiten van de bestemmingen.<sup>13</sup>

**De attractiviteit van de bestemming** is een van de belangrijkste onderdelen van het aanbod omdat dat de toerist naar de bestemming aantrekt. Op grond van hun motivatiebehoeften voldoet de bestemming aan hun primaire behoeften. We sorteren deze aantrekkelijkheden zoals: primaire natuurattracties, primaire attracties gebouwd of georganiseerd door een mens (cultuurattracties) en speciaal gebouwde of georganiseerde attracties (speciale attracties).<sup>14</sup>

**Primaire natuurattracties** zijn de natuurlijke eigenschappen van een gebied. Natuurattracties trekken bezoekers door het klimaat, de vegetatie, landschap, reliëf, fauna, flora etc. aan. Tot deze groep behoren bijvoorbeeld bergressorts.

**Attracties gebouwd/georganiseerd door de mens** zijn attracties die niet voor toeristische doeleinden werden gebouwd/georganiseerd maar momenteel voor dit doel worden gebruikt. Deze omvatten architecturale en technische attracties (moderne en traditionele architectuur, monumenten, ...), gebouwde natuurlijke attracties (parken,

---

<sup>10</sup> Gučík, *Cestovný ruch* (2010), p. 55.

<sup>11</sup> Beránek, *Ekonomika cestovního ruchu*. (2013), p. 37.

<sup>12</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 58.

<sup>13</sup> Beránek, *Ekonomika cestovního ruchu* (2013), p. 37.

<sup>14</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 58.



tuinen, ...), culturele en sportieve attracties (musea, galerieën, sport evenementen, folklore ...) en de sociale attracties (tradities en gewoonten, regionale gastronomie). Ze kunnen een deel van andere attracties worden bijv. van UNESCO.<sup>15</sup>

**Speciaal gebouwde/georganiseerde attracties** zijn vooral voor het toerisme gebouwd. Het is de bedoeling om bezoekers te motiveren tot een verblijf in de bestemming. bijv. spa-centra, sportcomplexen, pretparken, etc.<sup>16</sup>

Het tweede belangrijke deel van het aanbod in het toerisme is de facilitering van bestemmingen. Het biedt diensten bij het voldoen aan secundaire behoeften van deelnemers aan het toerisme. Faciliteiten en diensten creëren voorwaarden voor het functionele gebruik van een locatie of de attractiviteit en het ontwikkelen van het toerisme.<sup>17</sup>

We spreken er ook over de toeristische infrastructuur en de suprastructuur.

*Toeristische infrastructuur zijn alle voorzieningen die nodig zijn om ergens te komen en te verblijven.*<sup>18</sup>

De infrastructuur wordt verder verdeeld in verkeersinfrastructuur (weg, spoor en lucht, ...) en openbare infrastructuur waartoe bijv. rustplaatsen, verlichting, riolering behoren. Het is niet in de eerste plaats voor het toerisme bedoeld maar er zijn hoge eisen daaraan gesteld en die hebben een aanzienlijke invloed op kosten.<sup>19</sup>

*Suprastructuur is de in aansluiting op de aanwezige infrastructuur aangebrachte voorzieningen zoals hotels, winkels, handelscentra, theaters, restaurants, e.d.*<sup>20</sup>

De suprastructuur is een gespecialiseerde infrastructuur, het is het belangrijkste onderdeel van de toeristische infrastructuur in de Tsjechische Republiek. Haar delen worden in elke bedrijf sector gebruikt.<sup>21</sup>

---

<sup>15</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 58.

<sup>16</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 59.

<sup>17</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 60.

<sup>18</sup> Ensie [online]. 2017 [cit. 2017-02-23]. URL: <https://www.ensie.nl/vaklokaal-aardrijkskunde/toeristische-infrastructuur#>

<sup>19</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 61.

<sup>20</sup> Encyklo [online]. [cit. 2017-02-23]. URL: <http://www.encyclo.nl/begrip/Superstructuur>

Eén van de belangrijkste rollen spelen diensten in het toeristische aanbod. Diensten in het toerisme zijn zeer heterogeen, dat betekent dat hun structuur instabiel is en daarom is het moeilijk te definiëren of in te delen. De eenvoudigste indeling die toereikend voor mijn scriptie is, is indelen volgens een type (accommodatie, vervoer, catering, ...), volgens de belastingbetaler van de kosten (commercieel of publiek), volgens het karakter van consumptie (reparatie van sportartikelen), volgens de voldoende behoeften en andere...<sup>22</sup>

### 2.1.3. Verbindende schakels in vraag en aanbod

Verbindende schakels zijn specifiek voor de markt van het toerisme. Ze vergemakkelijken de relaties tussen vraag en aanbod in deze sector. Deze schakels zijn bijv. de infrastructuur voor transport zoals autosnelwegen, wegen en spoorwegen, lucht- en watercorridors. Ten tweede zijn dat reisbureaus. Reisbureaus werken zowel aan de vraag- als ook aan de aanbodzijde. De verbindende schakel, die speciaal tegenwoordig wordt gebruikt, zijn distributie en communicatiekanalen. Daarmee wordt internet bedoeld.<sup>23</sup>

**Reisbureaus:** De aanbieders van diensten in het toerisme kunnen zelf beslissen hoe ze hun producten zullen aanbieden of direct naar klanten ofwel door een middelaar (reisbureau). Beide opties hebben hun voordelen. Een direct contact met klanten is eenvoudig en overzichtelijk. Aan de andere kant verminderen reisbureaus de hoeveelheid productiekosten en zorgen voor permanente klanten.<sup>24</sup>

Er is echter een verschil tussen een reisbureau en reisorganisator.

*Het reisbureau fungeert als een tussenpersoon of bemiddelaar en boekt de reis voor u. De reisorganisator verzorgt de reis. De reisorganisator gebruikt daar-*

---

<sup>21</sup> Zelenka, Josef & Martina Pasková. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha 2012, p. 553.

<sup>22</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 61.

<sup>23</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 60.

<sup>24</sup> Beránek, *Ekonomika cestovního ruchu*. (2013), p. 37.

voor vaak andere bedrijven zoals een vliegmaatschappij of een accommodatie-verschaffer.<sup>25</sup>

## 2.2. Aanbod in het toerisme in het Reuzengebergte

Het berglandschap is het grootste voordeel van het Reuzengebergte. Dat betekent dat primaire natuurattracties aantrekkelijk voor bezoekers zijn. Dankzij het landschap behoort het Reuzengebergte tot de belangrijkste toeristische bestemmingen in Tsjechië. De meeste toeristen gaan naar de bekende winterressorts en daarop is het aanbod van de diensten gebaseerd.

Aantrekkelijk kan onder andere het lagere prijsniveau in vergelijking met West-Europese gebieden zijn.

### 2.2.1. Lokalisatiefactoren

Lokalisatiefactoren spelen één van de grootste rollen in de attractiviteit van het Reuzengebergte. Het toerisme is er sinds de 19<sup>e</sup> eeuw ontwikkeld. Het Reuzengebergte heeft het voordeel van de strategische positie in Centraal-Europa maar het is niet goed bereikbaar want er leidt geen goede snelweg heen.<sup>26</sup> Andere mogelijkheden zijn vluchten naar Praag en daaruit met auto of bus naar andere bestemmingen reizen.

*Naar Praag vliegen uit Amsterdam de luchtvaartmaatschappijen ČSA, KLM en EasyJet, vanaf Eindhoven vliegt Transavia en vanaf herfst 2017 zal ook Ryanair op deze route opereren. Uit Eindhoven naar Brno vliegt WizzAir en misschien zal er ook directe verbinding naar Ostrava toevoegen. Nederlanders reizen meestal met hun eigen auto naar Tsjechië maar onlangs is de trend te zien dat ze naar Tsjechië vliegen en ze een auto hier huren.<sup>27</sup>*

---

<sup>25</sup> DAS: Reizen & Verkeer [online]. [cit. 2017-04-11]. URL: <https://www.das.nl/juridische-informatie/reizen--verkeer/boeking/via-het-reisbureau-en-via-internet/verplichtingen-reisbureau-reisorganisatie/wat-is-het-verschil-tussen-een-reisbureau-en-een-reisorganisatie>

<sup>26</sup> Program rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Krkonoše: Shrnutí [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: [http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/krajsky-urad/cestovni-ruch/dokumenty-koncepce/shrnti\\_analyzy.pdf](http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/krajsky-urad/cestovni-ruch/dokumenty-koncepce/shrnti_analyzy.pdf)

<sup>27</sup> Informatie gekregen van de medewerkster van Czechtourism. (director CzechTourism Benelux - Petra Koorn Palečková, 10. 3. 2017)

Het Reuzengebergte ligt op het grondgebied van twee regio's, Liberec en Hradec Králové. In de regio Liberec heeft het gebergte 35% van het gebied met 13 gemeenten en in de regio Hradec Králové 65% van het gebied met 16 gemeenten.<sup>28</sup> De populairste toeristische steden zijn: Harrachov, Rokytnice nad Jizerou, Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Malá en Velká Úpa, Jánské Lázně, Benecko.

Het Reuzengebergte omvat de grootste en beroemdste bergen in de Tsjechische Republiek met de hoogste berg Sněžka (1602m).<sup>29</sup> Op de Tsjechische zijde heeft het Reuzengebergte 454 km<sup>2</sup>, op Poolse 177 km<sup>2</sup>.

Vanwege de uitzonderlijke geografische ligging in het hart van Europa, waarin de vorming van de Centraal-Europese natuur en het landschap in het verleden heeft plaatsgevonden, kunnen we in het Reuzengebergte een rijk aanbod met een ongelooflijke variëteit aan landschappen, flora en fauna vinden. Het is zelfs een rijker aanbod dan de natuurlijke diversiteit van de omringende Europese landen.<sup>30</sup>

Als we hier over geografische omstandigheden spreken, heeft het Reuzengebergte heel goede voorwaarden voor de ontwikkeling van het toerisme – een natuurlijk prachtig landschap met bergtoppen, diepe dalen, watervallen... Vanwege gunstige klimatologische omstandigheden (hoge regenval, lage gemiddelde temperatuur) is het in het winterseizoen hier mogelijk te skiën en andere wintersporten te bedrijven. Het gebergte heeft een zeer goed milieu en een hoog recreatieve potentieel van het landschap.<sup>31</sup>

### **2.2.2. Primaire attracties gebouwd/georganiseerd door mens**

In het Reuzengebergte bestaat het karakteristieke fenomeen van berghutten. De toeristisch meest interessante hutten op de toppen van de bergen zijn de Labská bouda, Martinova bouda, Petrova bouda, Špindlerova bouda, Luční bouda of Výrovka.<sup>32</sup>

---

<sup>28</sup> KRNAP [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: <http://www.krnep.cz/krnap-a-jeho-ochranne-pasmo/>

<sup>29</sup> Zie de foto 1 in de bijlage 1 p. 82.

<sup>30</sup> KRNAP [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: <http://www.krnep.cz/priroda-a-historie/>

<sup>31</sup> Krkonoše [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: <http://www.krkonoše.eu>

<sup>32</sup> Zie de foto's 2 en 3 in de bijlage 1 p. 82-83.

Van de cultureel-historische bezienswaardigheden in het gebied van het Reuzengebergte zijn goed bekend bijv. de kleine kerk van St. Peter en Paul in de klassieke stijl met de typische bergarchitectuur uit de 19e en 20e eeuw in Špindlerův Mlýn. In Pec pod Sněžkou bevindt zich een kroegje uit 1793, dat nog steeds zijn oorspronkelijke karakter heeft, een kapel van Onze Lieve Vrouw, de laat barokke kerk van de Heilige Drie-eenheid in Velká Úpa of het beroemde kuuroord met een neorenaissance zuilengalerij. De uitlopers van het Reuzengebergte hebben echter een interessanter aanbod van cultureel-historische bezienswaardigheden.<sup>33</sup>

De gebieden in Trutnov, Vrchlabí en Hostinné zijn tot urbanistisch en historisch belangrijke gebieden verklaard. We kunnen onder de interessante gebouwen benoemen het Graf van Harrach van st. Kruis in Horní Branná. Het is ook noodzakelijk de skischansen in Harrachov te vermelden waarvan de skischans van Mammoth de hoogste is en tot één van de zes grootste skischansen ter wereld behoort.

### **2.2.3. Speciaal gebouwde/georganiseerd attracties**

Op de hoogste berg van het Reuzengebergte, de Sněžka ligt het postkantoor Anežka dat vanaf 2009 het hoogst geplaatste gebouw in Tsjechië is. Er zijn ook het aantal musea – mijnmuseum, skimuseum, glasmuseum in Harrachov.

Tot deze attractiegroep behoren onder andere de skiressorts – de meest bezochte zijn: Skiessort Špindlerův Mlýn die uit twee delen bestaat – het gebied van St. Peter en Medvědní. Andere bekende resorts zijn bijv. Horní Mísečky, Harrachov, Rokytnice nad Jizerou of Pec pod Sněžkou.

In het Reuzengebergte zijn er meer dan 540 km gratis verzorgde crosscountry pistes. Door het hele gebied voeren ook gemarkeerde routes voor wandelaars, fietsroutes of gemarkeerde paden voor gehandicapten.

Het gebied omvat meerdere kabelbanen, één van deze kabelbanen leidt ook naar de Sněžka. De toeristen kunnen van prachtige uitzichten genieten op enkele uitkijktorens bijv. Černá hora en Hnědý vrch. Momenteel zijn scooterverhuur en klimcentrums daar erg populair of skialpinisme waarvoor daar ook gemarkeerde routes zijn.

---

<sup>33</sup> KRNAP. *Strategie komunitně vedeného místního rozvoje* [online]. MAS Krkonoše [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.mmr.cz/getmedia/c5f151c3-3f3d-485a-95b5-444f771f9cc8/Strategie-komunitne-vedeneho-mistniho-rozvoje-MAS-Krkonoše.pdf?ext=.pdf>

#### **2.2.4. Natuurlijke attracties in het Reuzengebergte**

Zoals ik boven heb vermeld, is de natuur de grootste attractie van het Reuzengebergte. De relatief lage bergen hebben een alpien karakter en alpine vegetatie. De belangrijkste en de hoogste pieken zijn: Snežka (1602 m), de hoogste berg van de Tsjechische Republiek, Luční hora (1555 m) en Studniční hora (1554 m) tweede en derde hoogste berg in Tsjechië. Niettemin zijn er deze twee toppen niet toegankelijk voor toeristen. Beide pieken worden in de zone I van het nationaal park geplaatst en leiden daar geen toeristische routes heen. Bovendien is het een gebied van hellingen met lawinegevaar.<sup>34</sup> Een typisch kenmerk van het Reuzengebergte zijn de bergweiden (bijv. Pančavská louka, de Bron van de Elbe, Bílá louka). De rivieren staan bekend om hun steile verval, de forse schommelingen in de waterstanden en diverse watervallen. In Labský důl<sup>35</sup> worden op steile hellingen een aantal watervallen gevormd, de bekendste zijn de watervallen van de rivier Elbe Pančava<sup>36</sup> en Mumlava waterval.<sup>37</sup> In Obří důl is de zogenaamde Úpská jáma - de meest ontwikkelde glaciële gletsjer aan de Tsjechische kant van het Reuzengebergte. Daarvan leiden lawine hellingen die de hoogte van 600 m bereiken.<sup>38</sup>

#### **2.3. Vraag van het toerisme in het Reuzengebergte**

Het Reuzengebergte probeert met de sterke concurrentie van andere bestemmingen zowel in de Tsjechische Republiek als in het buitenland te vechten. Zo is er in Oostenrijk het voordeel van sneeuwzekerheid. Het Reuzengebergte is op de vierde plaats van alle drieënveertig toeristische bestemmingen in Tsjechië onder buitenlanders in het winterseizoen. In de zomer is het slechter - rond de 7<sup>e</sup> plaats. De meest populaire bestemming is Praag.<sup>39</sup> Het Tsjechisch Bureau voor de Statistiek prijst de stijging van het aantal toeristen in de Tsjechische Republiek:

---

<sup>34</sup> Krkonoše [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: <http://www.krkonoše.eu>

<sup>35</sup> Zie de foto 4 in de bijlage 1 p. 83.

<sup>36</sup> Zie de foto 5 in de bijlage 1 p. 84.

<sup>37</sup> Zie de foto 6 in de bijlage 1 p. 84.

<sup>38</sup> Krkonoše [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: <http://www.krkonoše.eu>

<sup>39</sup> KRNAP (2017), als noot 25.

*In het jaar 2015 is het aantal gasten in collectieve logiesverstrekkende bedrijven met meer dan 10% gestegen.*<sup>40</sup>

Dat betekent dat het met de vraag naar bestemmingen in Tsjechië goed gaat. Ik wil echter vinden hoe het in het Reuzengebergte is.

Tussen de jaren 2000 en 2010 was er een daling van het aantal buitenlandse toeristen. Vermoedelijk was dit hoofdzakelijk het gevolg van de economische recessie want de daling op alle gebieden merkbaar was. Een andere reden kan het veranderen van trends zijn in de vraag in het toerisme en onaangepastheid aan de klanten.<sup>41</sup>

Hier beneden kunnen we in twee tabellen de ontwikkeling van het aantal gasten en overnachtingen zien in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in de regio Liberec en in de regio Hradec Králové tussen de jaren 2012 en 2016. Ik heb tabellen met de top-6 landen gemaakt waaruit het meest toeristen komen om te overnachten. Deze tabellen heb ik op grond van openbare database van het Tsjechische Bureau voor de Statistiek opgesteld. De gegevens van deze twee regio's zijn de belangrijkste want hierin liggen de grootste toeristische bestemmingen van het Reuzengebergte.

---

<sup>40</sup> KOVÁRNOVÁ, Irena. Cestovní ruch v regionálním pohledu. *Statistika&My* [online]. 2016(11-12) [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.statistikaamy.cz/2016/12/cestovni-ruch-v-regionalnim-pohledu/>

<sup>41</sup> KRNAP (2017), als noot 25.

## Regio Hradec Králové

Jaar Totaal aantal niet-ingezetenen	2012	2013	2014	2015	2016
Duitsland	98 721	101 000	97 187	114 274	114 728
Polen	35 389	37 582	34 875	47 079	49 637
Slowakije	14 382	14 844	16 001	22 223	25 374
<b>Nederland</b>	<b>16 008</b>	<b>12 946</b>	<b>11 387</b>	<b>11 059</b>	<b>11 496</b>
Rusland	11 600	9 746	7 592	5 355	5 390
Denemark	5 832	5 399	5 779	5 823	7 101

Tabel 1: Het aantal gasten en overnachtingen in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in de regio Hradec Králové<sup>42</sup>

## Regio Liberec

Jaar Totaal aantal niet- ingezetenen	2012	2013	2014	2015	2016
Duitsland	84 852	78 477	72 550	84 068	91 144
Polen	20 853	20 412	19 082	24 744	28 168
Slowakije	8 425	8 174	7 614	8 832	10 619
<b>Nederland</b>	<b>11 048</b>	<b>10 313</b>	<b>9 360</b>	<b>11 326</b>	<b>9 346</b>
Rusland	5 026	4 952	3 117	3 385	2 510
Denemark	4 477	4 474	3 472	3 598	2 995

Tabel 2: Het aantal gasten en overnachtingen in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in de regio Liberec<sup>43</sup>

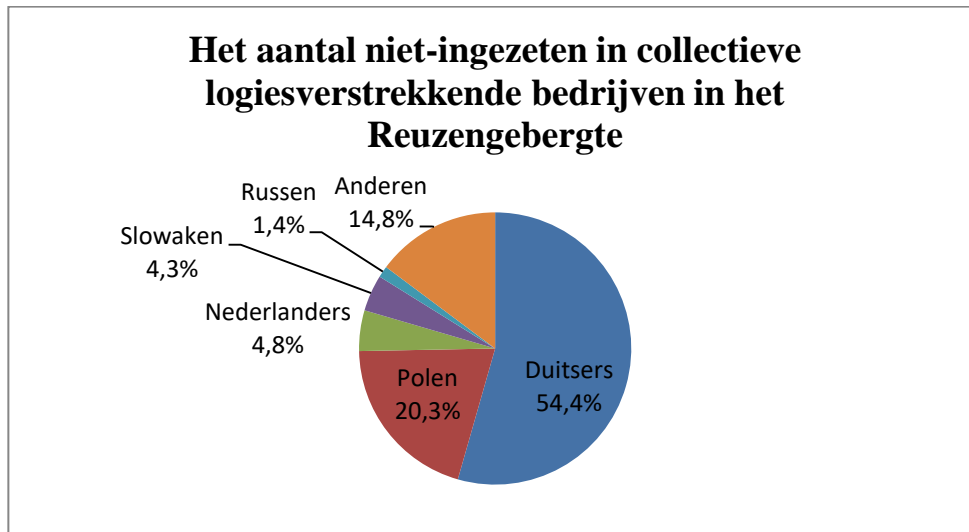
Vanaf 2012 stagneerde of daalde het aantal bezoekers licht maar in 2015 is het veel gegroeid. Er kwamen in 2015 meer Nederlanders naar de regio Liberec. Verrassend is dat het aantal van Nederlandse toeristen niet gegroeid in regio Hradec Králové is maar dat dit nog steeds stagneert of zelfs licht daalt. In 2016 is de trend in de regio's omgekeerd. Toch spelen Nederlanders een belangrijke rol in het toerisme in de regio's want ze zijn op de vierde plaats in de regio Hradec Králové na de toeristen uit Duitsland, Polen en Slowakije en op derde plaats voor de Slowaken in de regio Liberec.

<sup>42</sup>ČSÚ. Veřejná databáze [online]. [cit. 2017-03-29]. URL: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky&filtr=G~F\\_M~F\\_Z~F\\_R~F\\_P~\\_S~\\_U~301\\_null\\_&katalog=31743#katalog=31032](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~301_null_&katalog=31743#katalog=31032)

<sup>43</sup> ibid.



Beneden staat een diagram dat het aantal niet-ingezetenen in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in het Reuzengebergte in het jaar 2016 laat zien. Deze gegevens zijn alleen voorlopige informatie die ik van de ČSÚ heb gekregen.



Grafiek 2: Het aantal niet-ingezetenen in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in het Reuzengebergte  
Nederlanders maakten in het jaar 2016 4,8% uit van alle toeristen die naar het Reuzengebergte zijn gekomen te overnachten. Daaruit kunnen we aflezen dat Nederlanders op een imaginaire derde plaats van het aantal van alle toeristen bestaan. Op de eerste, tweede en vierde plaats zijn onze buurlanden - Duitsers met 54,4%, Polen met 20,3% en op de vierde plaats zijn Slowaken.

Op grond van de statistieken van de ČSÚ kan ik verder zeggen dat de Nederlandse toeristen naar de Tsjechische Republiek vooral voor een langer verblijf reizen. Ze blijven in de regio's Liberec en Hradec Králové ongeveer 4,1 nachten Terwijl gemiddelde is het 3,6 nachten. Dit is ook een belangrijke informatie. Het aantal toeristen is dus bijvoorbeeld tegen Duitsers lager, maar het aantal overnachtingen is hoog.

Aan het einde van dit hoofdstuk vind ik het belangrijk te zeggen dat het concrete aanbod belangrijk is tijdens de ontwikkeling van de toeristische bestemming. Volgens boven vermelde statistieken en cijfers spelen Nederlanders een grote rol in het Reuzengebergte. Ze zijn de derde belangrijke inkomende toeristen naar de bestemming en volgens mij is het nodig Nederlanders hier te houden en te proberen aan hun behoeften te voldoen.

### **3. Positieve en negatieve effecten van het toerisme**

In dit hoofdstuk wil ik laten zien, waarom het belangrijk is het toerisme in de Tsjechische Republiek te ontwikkelen. De toerismesector is een belangrijke economische activiteit zowel op het nationale als op het regionale niveau. Helaas kan ik niet zeggen dat het alleen positieve effecten heeft.

Ten eerste beschrijf ik de positieve effecten van het toerisme. Hier richt ik mij op economie waarin het grootste positieve effect het toerisme speelt – zijn rol in het bruto binnenlands product en in andere economische aspecten. Verder beschrijf ik ook andere positieve effecten zoals de ontwikkelingen van het gebied.

Ten tweede kijk ik op negatieve aspecten van het toerisme. Het is duidelijk, dat dit deel min of meer over ecologie en schade aan natuur zal zijn.

Daarop wil ik met positieve en negatieve impacts van het toerisme in het Reuzengebergte voortbouwen. Ik wil vinden hoeveel geld de regio's Liberec en Hradec Králové uit het toerisme krijgen en of een rol potentiële en duurzame ontwikkeling van het Reuzengebergte speelt.

#### **3.1. Positieve effecten van het toerisme**

Het grootste positieve effect van het toerisme is de rol in de economie. Sinds de tweede helft van de twintigste eeuw is het toerisme één van de snelst groeiende industrieën ter wereld. Samen met de auto- en olie-industrie behoort het toerisme tot de drie belangrijkste delen van de wereldeconomie. Het toerisme vormt het bruto binnenlands product (hierna BBP), draagt bij aan een positieve betalingsbalans, maakt een deel uit van de begroting van de staatsinkomsten en heeft een impact op de inkomsten van de regio's. Daarnaast ondersteunt het toerisme investeringsactiviteiten, ontwikkelt zakelijke activiteiten en een interregionale samenwerking en creëert nieuwe kansen op werk.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> LEJSEK, Zdeněk. Kolik vydělává tuzemský cestovní ruch? *Statistika&My* [online]. 2015(04) [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.statistikaamy.cz/2015/04/kolik-vydelava-tuzemsky-cestovni-ruch/>

De economische effecten van het toerisme worden in directe, indirecte en geïnduceerde effecten verdeeld. De directe effecten zijn direct aan het toerisme gerelateerd, want de dienstverlener is in direct contact met een toerist. De indirecte effecten worden op basis van de leverancier-klantrelatie uitgevoerd. Het gaat bijv. om faciliteiten voor hotels. De geïnduceerde effecten zijn zulke effecten die de inkomsten uit de private sector opleveren. Dat betekent dat als een eigenaar van een hotel meer klanten heeft, hij meer geld verdient. Daarom kan hij ook meer geld uitgeven.<sup>2</sup>

Een andere positieve factor is de toeristische ontwikkeling van het gebied. Het toerisme helpt de infrastructuur te ontwikkelen en te onderhouden. Deze wordt niet alleen door bezoekers gebruikt, maar ook door de bewoners van het gebied.

Vanwege de ontwikkeling van het toerisme komt ook tot bescherming en ontwikkeling van belangrijke natuurlijke, historische en culturele bronnen. De bescherming wordt bijvoorbeeld op de categorisering van de natuur in verschillende types gericht zoals de nationale parken, natuur reservaten en op de bescherming van het cultureel-historische monumenten om ze als een belangrijke toeristische attractie te gebruiken. Daarnaast onderhoudt het van de regionale bouwstijl om een onvergetelijk beeld van het gebied te bereiken.

De positieve ontwikkeling van de culturele omgeving heeft ook invloed op de kwaliteit van het leven van de lokale bevolking – door de verhoging van inkomsten, het behoud van tradities en door het bouwen van de vermelde infrastructuur etc.<sup>3</sup> Persoonlijk denk ik dat het maar alleen een poging is de gevolgen van de negatieve effecten van het toerisme te verminderen. Hedendaags zijn gelukkig processen en technieken populair die energie besparen en de uitstoot van schadelijke stoffen verminderen, luchtkwaliteit verbeteren en het geluidsniveau reduceren. Maatschappij heeft ook de interesse in het milieubewustzijn.

---

<sup>2</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 85.

<sup>3</sup> VANÍČEK, Jiří a Vladimír KŘEŠTAN. *Marketing cestovního ruchu* [online]. In: Jihlava, 2007, p. 55 [cit. 2017-01-15]. URL: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

### 3.1.1. BBP in het toerisme

Het bruto binnenlands product (BBP) is één van de belangrijkste indicatoren van de nationale economie. Met het BBP wordt bedoeld:

*De totale waarde van goederen en diensten die in het bepaalde land en bepaalde periode (meestal één jaar) worden geproduceerd.<sup>4</sup>*

Het BBP onderscheidt niet of de producten door de ingezetenen of niet-ingezetenen in het binnenland worden veroorzaakt. Het bruto nationaal product (BNP) wordt uit het aantal goederen en diensten berekend die door ingezetenen als binnenland als buitenland worden veroorzaakt. In de Tsjechische Republiek geven wij de voorkeur aan het BBP maar in Nederland en in veel andere landen is het BBP minder vaak gerapporteerd. Landen, die veel buitenlandse investies hebben, geven de voorkeur aan het BNP.

Het BBP in het toerisme wordt door de totale waarde van goederen en diensten bepaald, die voor het toerisme worden geproduceerd, en uit de uitgaven die van de toeristen worden gekregen.<sup>5</sup>

Als ik op de inkomsten uit het inkomende toerisme kijk naar de langere termijn, zie ik dat vanaf het jaar 2003 tot 2007 de inkomsten uit het inkomende toerisme zijn van 112 434 miljoen Tsjechische kronen tot 146 120 miljoen Tsjechische kronen gestegen. Daarna begonnen de inkomsten tot het laagste bedrag 113 479 miljoen Tsjechische kronen in 2010 te dalen. Sinds het jaar 2011 zijn de inkomsten opnieuw gestegen. Actuele cijfers zijn 148 224 miljoen Tsjechische kronen voor het jaar 2015 (laatste beschikbare gegevens).<sup>6</sup>

In het jaar 2015 was de totale bijdrage van het toerisme 250 miljard Tsjechische kronen. Dat is van 5,3% meer dan het vorige jaar. Het inkomende toerisme maakt 59% van deze bijdrage dus 148 miljard Tsjechische kronen. 29% van deze bijdrage werd aan goederen besteden. De toeristen besteden 20% van hun uitgaven aan het vervoer en 20% aan het eten. Aan de accommodatie betaalden ze 18% van hun budget. De marge van

---

<sup>4</sup> Beránek, *Ekonomika cestovního ruchu*. (2013), p. 102.

<sup>5</sup> Beránek, *Ekonomika cestovního ruchu*.(2013), p.102-110.

<sup>6</sup> ČSÚ: Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR [online]. [cit. 2017-03-23]. URL:[https://www.czso.cz/csu/czso/tsa\\_hlavni\\_ukazatele\\_narodniho\\_hospodarstvi\\_a\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr)

reisbureaus en gids hadden 3% gevormd.<sup>7</sup> Procentueel maakte de toeristische sector 2,8% van het totale BBP. Dat is vergelijkbaar met Nederland of Zwitserland. Daaruit kan men zien dat Tsjechië ook tot populaire bestemmingen behoort. In de populairste toeristische bestemming Cyprus maakt het toerisme ongeveer 9% van het BBP.<sup>8</sup>

### 3.1.2. Werkgelegenheid in het toerisme

Zoals ik reeds heb vermeld, is één van de effecten van het toerisme het creëren van banen. De toeristische sector biedt veel banen en indirect ondersteunt ook de ontwikkeling van de andere sectoren zoals vervoer, cultuur, techniek. Het toerisme is sterk afhankelijk van werknemers maar de meeste banen zijn deeltijdbanen of seizoensgebonden banen.<sup>9</sup>

*De arbeidsmarkt is een plaats waar vraag naar en aanbod van arbeid interacteren waar en de prijs wordt gevormd.<sup>10</sup>*

Zoals de ČSÚ heeft gemeld, speelt ook de werkgelegenheid in het toerisme een belangrijke rol in de economie van de Tsjechische Republiek.

*Het aandeel van het toerisme in de totale werkgelegenheid in de nationale economie bedroeg 4,4%. Dat betekent dat elke drieëntwintigste persoon in het toerisme werkt.<sup>11</sup>*

Het aantal banen in het toerisme tussen de jaren 2005 en 2011 was rond 235 duizend mensen. Na het jaar 2011 is het aantal beetje gedaald. Het laagste cijfer was 225 duizend banen in het toerisme in 2014. In het jaar 2015 waren in het toerisme bijna 228 duizend banen. Het was van 1,2% meer dan het voorgaande jaar. 82% daarvan zijn werknemers en 18% vormen ondernemers. Er is sprake van banen zoals banen in de horeca, reisbureaus maar ook de productie van kaarten en souvenirs. Beneden bevindt

---

<sup>7</sup> ČSÚ: Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: [https://www.czso.cz/csu/czso/tsa\\_t1\\_spotreba\\_prijezdoveho\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_t1_spotreba_prijezdoveho_cestovniho_ruchu_v_cr)

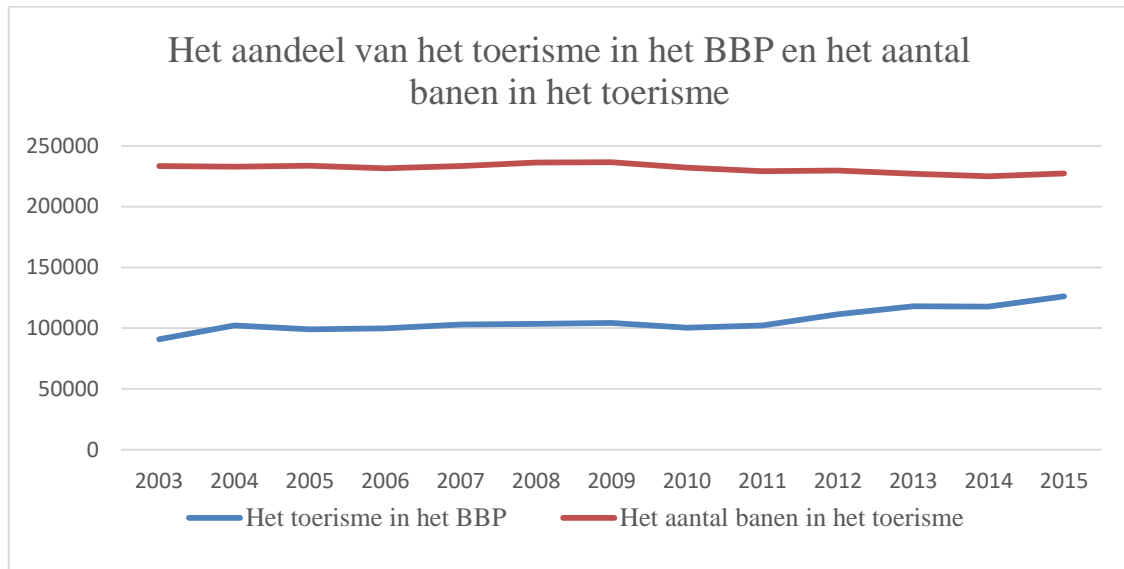
<sup>8</sup> Lejsek, *Kolik vzdělává tuzemský cestovní ruch?* (2015)

<sup>9</sup> Palatková & Zichová, *Ekonomika turismu* (2011), p. 85.

<sup>10</sup> Beránek, *Ekonomika cestovního ruchu*.(2013), p. 113.

<sup>11</sup> ČSÚ: *Zaměstnanost v odvětvích cestovního ruchu v ČR*. [online]. [cit. 2017-03-02]. URL: [https://www.czso.cz/csu/czso/tsa\\_t7\\_zamestnanost\\_v\\_odvetvich\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_t7_zamestnanost_v_odvetvich_cestovniho_ruchu_v_cr)

zich de geïllustreerde ontwikkeling van het aandeel van het toerisme in het BBP en het aantal banen in het toerisme.



Grafiek 3: Het aandeel van het toerisme in het BBP en het aantal banen in het toerisme

Bron: Eigen uitwerking op basis van de gegevens van de ČSÚ als noot 6 en 11.

### 3.1.3. Betalingsbalans in het toerisme

Het toerisme is het belangrijkste deel van de betalingsbalans. De betalingsbalans in deze sector is het macro-economische verschijnsel dat een overzicht van alle economische transacties van ingezetenen en niet-ingezetenen voor een periode monitort. De betalingsbalans bestaat uit de lopende rekening, kapitaalrekening en financiële rekening. De lopende rekening bestaat uit de goederenrekening, dienstenrekening, primaire inkomensrekening en de secundaire inkomensrekening. De toeristische sector behoort tot de lopende rekening, namelijk tot de diensten. In Tsjechië wordt de betalingsbalans door de Česká národní banka (Tsjechische Nationale Bank) bijgehouden die elke maand en elk kwartaal het overzicht publiceert.<sup>12</sup> Het verschil tussen inkomsten en uitgaven vormt een passieve, actieve of evenwichtige betalingsbalans.

De inkomsten en uitgaven in het toerisme worden naar de zakelijke en persoonlijke reizen verdeeld. De zakelijke reizen worden verder naar seizoenen, grensarbeiders en

<sup>12</sup> DE CNUYDT, Ivan a Sonia de VELDER. *Economie vandaag 2008*. Gent: Academia Press, 2008. p. 241-245.



die gericht op maximalisering van de winst zijn. Groot probleem is ook het gedrag van toeristen.<sup>17</sup> De spontane ontwikkeling van het toerisme kan ernstige problemen bij het bodemgebruik veroorzaken. Dat zijn gevallen waarbij de toeristische voorzieningen worden gebouwd op het land dat efficiënter voor andere vormen van sociaal-economische ontwikkeling kan worden gebruikt in termen van natuurlijke hulpbronnen en de duurzame ontwikkeling.<sup>18</sup>

Het toerisme kan ook negatieve effecten op de sociaal-culturele omgeving hebben. Het kan toenemende gebrek aan evenwicht in maatschappij, degradatie van de lokale tradities en de stijging van de preizen van grond, onroerende goederen en goederen en diensten veroorzaken. Verder worden vaak prioriteiten aan de behoeften van bezoekers en niet van de bewoners geven.<sup>19</sup>

### **3.3. Impacts van het toerisme in het Reuzengebergte (regio's Hradec Králové en Liberec)**

Omdat hier om een nationaal park gaat, is het duidelijk dat de ernstige negatieve effecten van het toerisme in het Reuzengebergte uit schade aan natuur en milieu bestaan. Om deze gevolgen te voorkomen zijn er natuurbeschermingsorganisaties, vooral het beheer van het nationaal park Krkonoše (KRNAP).

Het nationaal park Krkonoše is in drie zones en één overgangszone verdeeld. Voor elke zone gelden verschillende beschermingsmaatregelen. De zone I beslaat uit 6 984 hectare en hierin gelden de strengste regels, de zone II is 9 836 hectare groot en wordt ook goed gecontroleerd en de zone III met een oppervlakte van 19 507 hectare wordt veelvuldig voor recreatie en toerisme gebruikt.<sup>20</sup>

Vanwege het grote aantal toeristen is het Reuzengebergte nummer één als het om investeringen en lokale ontwikkeling gaat. Het is echter moeilijk de ontwikkeling van het toerisme en de natuurbescherming te combineren. Het is echter duidelijk dat het

---

<sup>17</sup> VANÍČEK, Jiří a Vladimír KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu* [online]. In: . Jihlava, 2007, p. 55 [cit. 2017-01-15]. URL: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

<sup>18</sup> *ibid.*

<sup>19</sup> *ibid.*

<sup>20</sup> KRNAP [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.krnep.cz/krnap-a-jeho-ochranne-pasmo/>



toerisme in het nationaal park hoofdzakelijk is gebaseerd op de aantrekkelijkheid van het landschap en is dus direct ervan afhankelijk.

Het college van gemeenten van het Reuzengebergte aanvaard op hun vergadering in het jaar 2011 het document *Integrovaná strategie regionu Krkonoše (ISRR Krkonoše 2013)* (Geïntegreerde strategie van de regio Krkonoše). Dit document werd opgericht om de balans tussen de ontwikkeling van het gebied en het beschermen van natuur te vinden door de stroomlijning van de economische, sociale en ecologische ontwikkeling. *ISRR Krkonoše 2013* coördineert publieke en private activiteiten, tot zijn prioriteiten behoren o.a.: het creëren van een uitgebreid aanbod (musea, aquaria, ...), ondersteuning van regionale producten, verbetering van transportbereikbaarheid met behulp van milieuvriendelijke vormen van vervoer en samenwerking met belanghebbenden in de toeristische sector. Men wil namelijk toeristen uit Duitsland en Nederland aantrekken.<sup>21</sup>

De positieve aspecten van het toerisme in het Reuzengebergte zijn lokale vergoedingen van het toerisme die geld in de gemeentelijke schatkist brengen.

Elke gemeente in de Tsjechische Republiek beheert de inning van vergoedingen uit het toerisme. De gemeente passen de voorwaarden van het opnemen aan. In het toerisme worden twee lokale vergoedingen onderscheid en de vergoeding van de capaciteit van de accommodaties. De lokale vergoedingen zijn recreatieve vergoeding en vergoeding voor spa. Deze vergoedingen worden door natuurlijke personen betaald die tijdelijk en ter overweging in badplaatsen of in een toeristische bestemming blijven. Het tarief bedraagt 15 Tsjechische kronen per persoon per dag. De vergoedingen van de capaciteit van de accommodaties worden in faciliteiten betaald die voor tijdelijke huisvesting worden ontworpen en hun tarief bedraagt 6 Tsjechische kronen per bed per dag. De regio Liberec verdiende in 2014 uit de vergoedingen bijna 23 500 Tsjechische kronen en de regio Hradec Králové nam ongeveer 48 600 Tsjechische kronen op.<sup>22</sup>

Een andere belangrijke indicator van de kwaliteit van het niveau van het toerisme in de bestemmingen zijn de kwaliteit en hoeveelheid (het aantal van bedden) van collectieve

---

<sup>21</sup> Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše 2014 – 2020 *Regionální rozvoj Krkonoše* [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: <http://rozvoj.krkonoše.eu/cz/projekty/integrovaná-strategie-rozvoje-regionu-krkonoše-2014-2020-s-vyhledem-do-roku-2030-7.html>

<sup>22</sup> Cestovní ruch v Libereckém kraji. ČSÚ [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.czso.cz/documents/10180/20537742/33015215a.pdf/52a9a35d-4a63-47ee-8a26-9b173b99cc34?version=1.1>

logiesverstrekkende bedrijven (HUZ - hromadná ubytovací zařízení) en het vergelijking met andere toeristische bestemmingen.

In het gebied van het Reuzengebergte waren in 2015 in totaal 988 collectieve logiesverstrekkende bedrijven met 15 251 kamers, 43 503 bedden en 1831 plekken voor tenten. In het Reuzengebergte bestaan de meest pensions en drie sterren hotels en motels. Het is het meest collectieve logiesverstrekkende bedrijven van alle 43 toeristische gebieden. Dat is zelfs meer collectieve logiesverstrekkende bedrijven dan in Praag en Zuid-Bohemen. Het Reuzengebergte is echter verspreid over een groter gebied.<sup>23</sup>

Als een voorbeeld van de negatieve socioculturele impact wil ik Russische cultuur in Harrachov laten zien. De stad wilde waarschijnlijk in het verleden de Russische toeristen aantrekken. We kunnen er nu veel Russische opschriften zien en typische Russische muziek horen. Voor andere toeristen inclusief Tsjechen kan dat misschien irritant zijn. De reden daarvoor is volgens mij dat in het verleden rijke Russen naar het Reuzengebergte kwamen.

### 3.3.1. Potentiële en duurzame ontwikkeling van het Reuzengebergte

CzechTourism definieert de duurzame ontwikkeling van het toerisme als het toerisme die voor de behoeften van de toeristen zorgt en toch de ontwikkeling van de bestemming helpt met economisch gebruik van natuurlijke en culturele waarden. Duurzaam toerisme leidt tot welvaart in het gebied.<sup>24</sup>

Om negatieve impacts van het toerisme te voorkomen, werd het *Mondiaal Ethische Codex voor Toerisme* door de UNWTO aanvaard. Het bevat regels van gedragsprincipes voor toeristen, inwoners en ondernemers waarmee het voor de duurzame ontwikkeling wordt gezorgd.<sup>25</sup> Er zijn meer vormen van duurzaam toerisme. We spreken ook over zogenaamde groen toerisme dat verdeeld wordt tot ecotoerisme en plattenlandtoerisme. Dan bestaan agrotourisme, geotourisme, etnisch toerisme etc. Alle vormen van duurzaam toerisme hebben dezelfde doel - het milieu te beschermen.

---

<sup>23</sup> ČSÚ. Veřejná databáze. [online]. URL: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky>

<sup>24</sup> CzechTourism: Udržitelný cestovní ruch [online]. 2017 [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

<sup>25</sup> ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. p. 90.

**Ecotoerisme** is volgens The International Ecotourism Society (TIES) een duurzame, milieuvriendelijke en intelligente vorm van het toerisme die in beschermde gebieden optreedt, en een minimale impact op het landschap heeft. Tot het ecotoerisme behoren toeristische producten, die door de service providers in het belang van de bescherming van het milieu worden aangeboden, ongeacht de vraag van de toeristen. Deze producten hebben meestal een educatieve functie en de aanbieders hebben daar inkomsten uit. TIES gekarakteriseerd de ecotoeristen als de toeristen die hun gevolgen op het milieu verminderen door bijv. het kiezen van het vervoer en het aankoop van de regionale producten.<sup>26</sup>

Het Reuzengebergte behoort tot één van de meest bezochte nationale parken ter wereld. Op grond van deze reden staat het ook op de lijst van de meest beschadigde beschermde gebieden, zelfs op een wereldwijde schaal. Toch hoeft de wisselwerking tussen landschap en het toerisme niet altijd negatieve gevolgen te hebben. De lokale belangenorganisatie MAS Krkonoše o.s. werd opgericht ter ondersteuning van de ontwikkeling van het gebied van het Reuzengebergte. MAS Krkonoše o.s. voert verschillende activiteiten uit ten behoeve van de bewoners en bezoekers, gemeenten, non-profitorganisatie, kleine ondernemers, kleine en middelgrote ondernemingen die actief in de regio zijn.<sup>27</sup>

De duurzame ontwikkeling is een ontwikkeling die tegemoetkomt aan de behoeften van de huidige generatie zonder die van toekomstige generaties in het gedrang te brengen. Het zorgplan voor het National park Krkonoše en zijn beschermende zone is beschreven in *Plán péče o Krkonošský národní park a jeho ochranné pásmo (2010–2020)* (Plan van de zorg van KRNAP 2010-2020).<sup>28</sup>

Het document beschrijft langetermijndoelen van het KRNAP en stelt voorwaarden aan gebruik van zijn grondgebied door het publiek voor. Zo gaat het in het document bijvoorbeeld over de bewustmaking van de lokale bevolking en de bezoekers van de zin van het bestaan en de missie van het nationaal park, de natuurlijke waarden en het belang van de natuur. Verder zorgt het document voor de uitleg over de marketingwaarde van het nationaal park label, het belang ervan voor de toestroom van

---

<sup>26</sup> ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. (2015). p. 37.

<sup>27</sup> MAS Krkonoše: Udržitelný cestovní ruch [online]. 2017 [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.mas-krkonose.cz>

<sup>28</sup> KRNAP [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: <http://www.krnep.cz/plan-pece/>

toeristen naar de regio, het informeren van de bevolking en de bezoekers over maatregelen en eventuele beperkingen die in de toeristische en economische exploitatie van het nationaal park gelden. Daarnaast betreft het document de lokale bewoners, vooral kinderen en jongeren in de actieve bescherming van natuur en milieu.<sup>29</sup>

De ontwikkeling van duurzame activiteiten is vriendelijk voor de natuurlijke omgeving in het KRNAP en zijn beschermde zone. Dat betekent dat de voorkeur wordt gegeven aan zacht toerisme boven het hard toerisme dat nog steeds overheersend is. In gerechtvaardigde gevallen kan worden toegestaan dat er toeristische attracties worden gebouwd, bestaande wandelpaden worden ontsloten of rustplaatsen worden gemaakt.

Op geschikte locaties worden kwalitatieve informatieborden geplaatst met informatie over de streek, om zo de aandacht te vestigen op interessante plaatsen, objecten en elementen in het landschap die verband met de historische ontwikkeling houden. Men kan in de zone III en in de beschermde zone van het KRNAP fietsroutes en crosscountry ski-pistes maken.

In deze zones wordt de ondersteuning en ontwikkeling van geselecteerde sociaaleconomische activiteiten, zoals het toerisme aangemoedigd en vaak nodig. Het is noodzakelijk alternatieve vormen van de toeristische attracties te zoeken. Daaraan voldoet de toeristische sector, die als eco-vriendelijk, intelligent toerisme of ecotoerisme wordt aangeduid.<sup>30</sup>

Het ecotoerisme is vast met bergen en landbouw verbonden die ecologisch is omdat er geen chemicaliën worden gebruikt en vriendelijk met dieren worden omgegaan. Het draagt aan het behoud van het landschap en het behoud van de biodiversiteit bij. Deze samenwerking brengt dus voordelen voor subjecten zoals boeren die zich met ecotoerisme bezighouden.

De inkomsten van deze twee activiteiten vullen elkaar aan, want indien het buiten het seizoen is, zijn er aanzienlijk minder toeristen en de belangrijkste bron van inkomsten is de landbouw voor hen. Inkomsten in het toeristische hoogseizoen overschrijden echter de inkomsten uit de landbouw. Toeristische producten zijn eigen producten, dat

---

<sup>29</sup>KRNAP [online]. [cit. 2017-02-11]. URL: [http://www.krn timer.cz/data/File/letaky\\_brozury/planpeceweb.pdf](http://www.krn timer.cz/data/File/letaky_brozury/planpeceweb.pdf)

<sup>30</sup> KRNAP. *Strategie komunitně vedeného místního rozvoje* [online]. MAS Krkonoše [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.mmr.cz/getmedia/c5f151c3-3f3d-485a-95b5-444f771f9cc8/Strategie-komunitne-vedeneho-mistniho-rozvoje-MAS-Krkonoše.pdf?ext=.pdf>

betekent dat de kosten minimaal zijn, de opbrengst maximaal is en dat er voor de toeristen een garantie voor kwaliteit is. Ecotoeristische activiteiten zijn modieus en aantrekkelijk en het is de motivatie voor de boeren om het aanbod van de diensten en de producten uit te breiden.<sup>31</sup>

Voor het ecotoerisme in het Reuzengebergte is er in vergelijking niet alleen met landen als Duitsland, Oostenrijk, Frankrijk en Nederland, maar ook met Polen en Slovenië nog steeds veel werk te doen. Aan de andere kant behoort het Reuzengebergte samen met het Bohemer Woud (Šumava) tot de baanbrekende ecotoeristische regio's in de Tsjechische Republiek.<sup>32</sup>

In 2002 waren in het Reuzengebergte slechts zeven biologische landbouw subjecten. Binnen drie jaren is het aantal deze subjecten tot 17 verhoogd en sindsdien zijn er zeker meer bij gekomen.<sup>33</sup>

De oplossing voor schade aan de natuur lijkt in het ecotoerisme en ecolandbouw te zijn. Echter, Pavel Klapka, Eva Klapková en Stanislav Martinát verwijzen in hun publicatie (onderzoek) *Ekologické formy zemědělství v Krkonoších: krajina, ekoturismus, udržitelnost* naar een probleem. Als er een enorme uitbreiding van het ecotoerisme zou zijn, zou het evenwicht tussen de bronnen gaan ontbreken dat door het ecotoerisme wordt ondersteund. De boeren zouden vanwege een extreme vraag naar ecoproducten de productie moeten verhogen ten koste van het beschermde gebied. Dan zou het ecotoerisme zinloos zijn.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> KLAPKA, Pavel. Krkonoše a udržitelný turismus. *Časopis Krkonoše - Jizerské hory* [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: [http://krkonose.krnep.cz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=9866](http://krkonose.krnep.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=9866)

<sup>32</sup> *ibid.*

<sup>33</sup> *ibid.*

<sup>34</sup> KLAPKA P., KLAPKOVÁ E. & MARTINÁT P. 2005: *Ekologické formy zemědělství v Krkonoších: krajina, ekoturismus, udržitelnost*. – *Opera Corcontica*, 42: p. 127–137.

## **4. Nederlanders en het toerisme**

Ten eerste wil ik in dit hoofdstuk vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders in het algemeen beschreven. Op grond van gegevens wil ik meer over hun activiteiten tijdens vakantie in het buitenland vaststellen.

In het tweede deel van dit hoofdstuk stel ik een overzicht van het vakantiegedrag van Nederlanders voor. Hoeveel Nederlanders gaan op vakantie en hoe is dit verdeeld over het jaar. Welke bestemmingen zijn het meest populair en hoeveel geld Nederlanders voor hun vakantie besteden. Verder verzamel ik algemene gegevens over Nederlanders in de Tsjechische Republiek.

### **4.1. Hoe ondernemen Nederlanders hun vrijetijdsactiviteiten**

Ik heb uit *Continu Vrije Tijds Onderzoek 2015 (CVTO)* enkele tips gekozen die mij laten zien wat Nederlanders in hun vrijetijd doen. Het onderzoek gaat over vrijetijdsactiviteiten van de Nederlanders in het binnenland. Niettemin denk ik, dat het mij vertelt iets over hoe ze hun vrijetijd in het buitenland willen ondernemen en op welke activiteiten hen hier aantrekken.

Zoals we kunnen zien, zijn Nederlanders actief. 98,9% van de Nederlandse bevolking heeft in het jaar 2015 ten minste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis van meer dan één uur ondernomen. Dit betekent circa 16,4 miljoen Nederlanders. De vrijetijdsparticipatie van Nederlanders is dus heel hoog.<sup>1</sup>

Verder blijkt het uit het onderzoek dat tot favoriete activiteiten van Nederlanders in hun vrije tijd het uitgaan, buitenrecreatie en winkelen voor plezier behoren. De activiteiten zoals het bezoeken sportwedstrijden en wellness zijn het minst populair. De frequentie, waarmee de verschillende vrijetijdsactiviteiten worden ondernomen, varieert van gemiddeld meerdere malen per week tot eens per twee maanden. Vrouwen hebben een grotere interesse in het winkelen voor plezier, in het bezoek attracties, cultuur en wellness dan mannen. Bij mannen ligt de participatie juist weer hoger bij sport,

---

<sup>1</sup> In: *Continu Vrije Tijds Onderzoek 2015: Tussentijdse rapportage jaarmeting* [online]. NBTC-NIPO Research [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.nationaleparkenwereldklasse.nl/wp-content/uploads/2016/07/Samenvatting-jaarmeting-CVTO-2015-Nationale-Parken-1.pdf>

watersport en bezoek aan sportwedstrijden.<sup>2</sup> Nederlanders geven de voorkeur aan het korte wandelingen boven fysiek zwaardere sporten zoals mountainbiken of bergwandelen. Toch zie ik daarin een potentieel voor de toeristische sector in het Reuzengebergte.

#### **4.2. Hoe ondernemen Nederlanders hun vakantie**

In deze paragraaf kijk ik op hoe Nederlanders vakantie in het buitenland ondernemen. De informatie heb ik uit *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016* gekregen, dat in samenwerking met NRIT Media, NBTC Holland Marketing en het kenniscentrum CELTH wordt gemaakt.<sup>3</sup>

Het aantal webben en facebook pagina's over het reizen en verschillende reisfora's laten zien dat Nederlanders heel reislustig zijn.

In het jaar 2015 ging 80% van Nederlanders op vakantie. 18,1 miljoen vakanties werd in het buitenland ondernomen. Aan de andere kant wordt bijna helft van de vakanties in eigen land ondernomen. Er waren ruim één miljoen meer buitenlandse dan binnenlandse vakanties ondernomen. Nederlanders gaan vaak meer dan één keer op vakantie. Hun vakantieparticipatie is één van de hoogste in Europa. Deze cijfers zijn opzichte van het jaar 2014 niet veel veranderd. Nederlanders gaan vooral naar het buitenland voor lange vakanties. Dat betekent dat 80% (14,4 miljoen) van de buitenlandse vakanties meer dan drie overnachtingen duurden.<sup>4</sup>

Twee derde van alle lange buitenlandse vakanties brachten Nederlanders in de zomer. In de winter gaan 4,7 miljoen Nederlanders op lange wintervakanties naar het buitenland. Aan de andere kant lijken korte buitenlandse vakanties in de winter meer populair te zijn. In de winterperiode gaan 2,1 miljoen Nederlanders naar het buitenland voor minder dan 4 overnachtingen, in de zomer is het 1,6 miljoen Nederlanders. Rond één miljoen Nederlanders gaan op wintersportvakantie en dit zijn vaak van 4 of meer

---

<sup>2</sup> In: *ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2015: Tussentijdse rapportage jaarmeting* [online]. NBTC-NIPO Research [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.nationaleparkenwereldklasse.nl/wp-content/uploads/2016/07/Samenvatting-jaarmeting-CVTO-2015-Nationale-Parken-1.pdf>

<sup>3</sup> *Kenniscentrum Kusttoerisme: Over ons* [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.kenniscentrumtoerisme.nl/nl/overons/algemeen>

<sup>4</sup> *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016* [online]. In: . 2016: © NRIT Media (delen 1 en 3) en CBS (deel 2), 2016 [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/48/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2016>

overnachtingen. In het jaar 2015 was er 900 wintersportvakanties. Dat betekent 6% van het totaal aantal lange vakanties.<sup>5</sup>

De hoeveelheid buitenlandse vakanties van Nederlanders in Tsjechië is gedaald. Ook het aantal buitenlandse vakanties in Duitsland, Italië en Griekenland is verminderd. Op korte buitenlandse vakantie gaan Nederlanders meestal naar Duitsland, België, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Luxemburg. De populairste bestemmingen voor lange vakantie waren in de zomerperiode in het jaar 2015 Frankrijk, Duitsland, Spanje en Italië en in de winterperiode ook Oostenrijk. Verder blijkt uit het onderzoek dat de auto het populairste vervoermiddel voor vakanties naar het buitenland is. Eén vakantie van een Nederlander in het buitenland duurde in de winterperiode in het jaar 2015 gemiddeld 11,2 dagen en in de zomerperiode 13,9 dagen.<sup>6</sup>

In 2015 hebben Nederlanders in totaal 15,9 miljard euro aan hun vakanties besteed. Dat is ongeveer 53 euro per persoon per dag. In de zomer is het bedrag bijna twee keer zo veel als in de winter. Op lange buitenlandse vakanties besteden Nederlanders 12,1 miljard euro, op binnenlandse alleen 1,9 miljard euro. Op korte buitenlandse vakantie besteden ze 0,9 miljard euro en op binnenlandse 1,1 miljard euro. Nederland, Finland, Tsjechië, Denemarken, Luxemburg, Noorwegen en Zwitserland zijn landen binnen Europa waarvan de inwoners het meest op vakantie gaan.<sup>7</sup>

### 4.3. Nederlanders in Tsjechië

Het is belangrijk te merken dat het Reuzengebergte niet de enige populaire bestemming in Tsjechië is waar Nederlanders op vakantie reizen. Ze reizen ook graag naar het Zuid Bohemen, rond Lipno nad Vltavou, Zuid Moravië en natuurlijk ook naar Praag.

**Toeristische bezoekersgroepen.** Volgens het *Country Rapport Nederland* voor het jaar 2013 dat heeft CzechTourism gepubliceerd, reist naar Tsjechië het hele scala van toeristen vanaf jongeren, gezinnen met kinderen tot gepensioneerden. Daarnaast reizen

---

<sup>5</sup> *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016* [online]. In: . 2016: © NRIT Media (delen 1 en 3) en CBS (deel 2), 2016 [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/48/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2016>.

<sup>6</sup> *ibid.*

<sup>7</sup> *ibid.*



daar ook schoolgroepen, business klanten en LGBT (lesbian, gay, bisexual, transgender).<sup>8</sup>

Hier vind ik noodzakelijk te zeggen dat de LGBT klanten voor het toerisme de belangrijkste potentiële groep is dan men misschien denkt. De LGBT toeristen brengen jaarlijks meer dan 202 miljard US dollar naar wereldeconomie. De LGBT toeristen kunnen meer geld besteden want ze hebben meestal geen kinderen. Volgens hoteliers geven gay toeristen twee keer meer geld uit dan andere toeristen. Volgens CzechTourism komen de LGBT toeristen grotendeels uit Duitsland, Nederland, Slowakije, de Verenigde Staten, België en Oostenrijk. Jaromír Beránek, een analist van het toerisme uit Mag Consulting, zei voor podnikatel.cz<sup>9</sup>

*Jaarlijks zijn naar Tsjechië ongeveer half miljoen gay toeristen gekomen, die er vanaf 8% tot 10% van de totale inkomsten vormen. Dat betekent dat ze er vanaf 9 tot 10 miljard Tsjechische kronen besteden.*<sup>10</sup>

Ik vind dat belangrijk in verband met de Nederlandse toeristen want Nederland is het liberale land en Nederlanders zijn aan tolerantie gewend.

Uit bovenstaande hoofdstukken blijkt dat Nederlanders in Tsjechië zijn geïnteresseerd. Ze worden door natuur en door bergen getrokken. Ze geven de voorkeur aan actieve vakantie. Ze vooral fietsen en wandelen. Voor een accommodatie kiezen ze volledig ingericht vakantiehuisjes en kampen. Sommige Nederlanders hebben zelfs in Tsjechië onroerende goederen in eigendom. Na het jaar 2000 zijn heel veel Nederlanders naar het Reuzengebergte gekomen die er wilde blijven te leven. Op dat moment begonnen er zogenaamde Nederlandse dorpjes (holandské vesničky) te groeien.

De economische crisis vanaf het jaar 2008 en vooral dan na het jaar 2012 was waarschijnlijk de oorzaak van de daling van het belang van westerse toeristen. In plaats daarvan kwamen meer toeristen uit Polen en Rusland.

---

<sup>8</sup> PALATKOVÁ, Monika et al.

*Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013):* Nizozemsko. Czechtourism [online]. Praha, 2013 [cit. 2017-04-10]. URL: [http://www.czechtourism.cz/getmedia/8f13949d-e3a7-4308-8b73-b0f911fc981d/country\\_report\\_nizozemsko\\_2013.pdf.aspx](http://www.czechtourism.cz/getmedia/8f13949d-e3a7-4308-8b73-b0f911fc981d/country_report_nizozemsko_2013.pdf.aspx)

<sup>9</sup> Podnikatel.cz [online]. 2012 [cit. 2017-04-10]. URL: <http://www.podnikatel.cz/clanky/ruzova-turistika-by-se-mohla-stat-podnikatelskym-zlatym-dolem/>

<sup>10</sup> *ibid.*

**Business to business.** Volgens het agentschap CzechTourism heeft ook samenwerking B2B (business to business) en B2C (business to customer) belang voor de ontwikkeling van het toerisme. CzechTourism nodigde in het jaar 2008 Nederlandse experts in het toerisme uit om hun het Reuzengebergte en regio Liberec voor te stellen. CzechTourism presenteerde steden zoals Špindlerův Mlýn, Harrachov en Liberec en stelde hen projecten over cross-country skiën en fietsen voor.

Volgens de voormalige vertegenwoordigster van CzechTourism in Nederland mevrouw Lucie Struik Brehova hebben Nederlanders tendentie iets nieuws te creëren en daarom kopen ze hier ook oudere huisjes. Het Reuzengebergte trekt Nederlanders aan met zijn mogelijkheid van creative ruimte.<sup>11</sup>

Vanaf 2014 is het belang van de toeristen uit Nederland opnieuw gestegen. Het bewijs daarvoor is onder andere dat Nederlanders Tsjechië in 2016 als de beste Europese bestemming voor het kamperen waardeerden. Het onderzoek werd op het Nederlandse reisportaal *Zoover* gedaan. Ik denk dat de reden daarvoor is, dat Tsjechen evenals Nederlanders van kamperen en kampeerauto's houden. Daarom hebben we in Tsjechië mooie campings.

Verder werd de Tsjechische Republiek bekroond door het online reisportaal *Reisgraag* als de beste bestemming voor het bezoek van de bezienswaardigheden. In 2015 kwamen naar Tsjechië de grootste Nederlandse touroperator TUI en zijn Belgische collega Jetair met hun salesteam, reisagenten maar ook journalist en bloggers.<sup>12</sup>

In 2016 waren volgens CzechTourism Nederlanders de meest geïnteresseerd in Zuid-Bohemen, waar de Lipnemeer en het omliggende gebied populair is, Noord Bohemen met Tsjechisch Zwitserland en het Reuzengebergte. Meer bezoekers komen ook naar Moravië (voornamelijk Zuid-Moravië). Ze worden er door UNESCO bezienswaardigheden aangetrokken.<sup>13</sup>

Ik wil graag ook de ondersteuning van de Nederlandse foundation FACE (Forest Absorbing Carbondioxide Emission) noemen, die tussen de jaren 1992 en 2001 het

---

<sup>11</sup> Holand'ané na studijní cestě v Krkonoších. *Venkovské noviny* [online]. 2008(4), 16 [cit. 2017-03-23]. URL: [http://www.venkovskenoviny.cz/dat/vyd/venkovske\\_noviny\\_2008\\_04.pdf](http://www.venkovskenoviny.cz/dat/vyd/venkovske_noviny_2008_04.pdf)

<sup>12</sup> *Průvodní zpráva k závěrečnému účtu kapitoly* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2016 [cit. 2017-03-23]. URL: [https://www.mmr.cz/getmedia/1afd75f9-f5d4-4a18-9480-2e74031546a3/MMR-final\\_zprava-2015\\_proweb-\(3\)\\_12-12-2016.pdf?ext=.pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/1afd75f9-f5d4-4a18-9480-2e74031546a3/MMR-final_zprava-2015_proweb-(3)_12-12-2016.pdf?ext=.pdf)

<sup>13</sup> Informatie gekregen van de medewerkster van Czechtourism. (director CzechTourism Benelux - Petra Koorn Palečková, 10. 3. 2017)

herstel van meer dan 5200 hectare van de bergbossen in het Reuzengebergte met het bedrag van 350 miljoen Tsjechische kronen ondersteunde. Zijn doel is het broeikasseneffect te elimineren. In het Reuzengebergte ondersteunde de foundation herbossing door milieuvriendelijke technologieën en onderzoeken.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> KRNAP: Nadace Face [online]. [cit. 2017-03-23]. URL: <http://www.krnep.cz/nadace-face/>

## **5. Nederlanders als de potentiële toeristen in het Reuzengebergte**

Op grond van het onderzoeken van statistieken van de ČSÚ is duidelijk dat het toerisme een grote rol niet alleen in de Tsjechische Republiek maar ook in het Reuzengebergte speelt. Het aantal Nederlandse toeristen, die in het Reuzengebergte reizen is ook niet te verwaarlozen. Het doel van het onderzoek is erachter te komen of Nederlanders goed potentiële toeristen speciaal voor dit gebied zijn en of het zin heeft zich op die specifieke groep te concentreren.

Ten eerste analyseer ik de vragenlijsten, die door de Nederlandse toeristen die naar het gebergte reizen, zijn ingevuld. Ik vergelijk de resultaten met enkele van bovenstaande toeristische trends en met informatie die ik over Nederlanders in Tsjechië heb gekregen. In het tweede deel van mijn onderzoek zal ik de Nederlandse toeristen in het Reuzengebergte definiëren op grond van gekregen informatie uit de vragenlijsten en uit interviews met mensen die iets met het toerisme in het Reuzengebergte te doen hebben.

Daarvan wil ik ook bepalen of Nederlanders meer positieve of negatieve impacts op het gebied hebben en of ze de goede potentiële toeristen zijn. Op het einde stel ik op grond van alle onderzochte informatie enkele tips voor hoe het Reuzengebergte nog aantrekkelijker voor de toeristen uit Nederland doen, wat te verbeteren om Nederlanders er mooie vakanties door te brengen.

### **5.1. Beoordelen van de motivatie van de Nederlandse toeristen en hun behoeften in het Reuzengebergte**

#### **5.1.1. Onderzoeksmethode**

Ik besloot zowel het kwalitatief als ook kwantitatief onderzoek te combineren om het betere beeld van de situatie te krijgen. Ten eerste heb ik het kwantitatieve onderzoek in vorm van een vragenlijst<sup>1</sup> gebruikt. Het kwalitatieve onderzoek heb ik gedaan door de gesprekken met Nederlandse toeristen, met de medewerkers van de informatiecentra, reisbureaus en de Bergreddingsdienst van het Reuzengebergte.

---

<sup>1</sup> Zie de bijlage 2 p. 86-87.

Met de enquête wil ik weten komen of de Nederlandse toeristen naar het Reuzengebergte reizen om de natuur te genieten of vanwege de lage prijzen. Of ze gebruik van sport en wellness mogelijkheden maken en of ze er via reisbureaus reizen. Verder wil ik vastzetten of ze tevreden over de kwaliteit en volledigheid van de diensten in het Nederlands zijn en of het een rol tijdens het kiezen van de bestemming voor hun vakantie speelt. Op het einde analyseer ik hun algemene tevredenheid over het Reuzengebergte en of ze er graag terugkomen.

Ik vergelijk deze resultaten met informatie die ik over Nederlanders in Tsjechië en binnenland heb gekregen. Al deze gegevens helpt mij hun gedrag in het Reuzengebergte te analyseren. De enquêtes werden door 190 respondenten gevuld. Ik heb proberen om het op Nederlanders te concentreren die naar Tsjechië reizen. Daarom heb ik de vragenlijsten verspreid op reisforums en webpagina's over het Reuzengebergte en Tsjechië zoals *tsjehie.net*<sup>2</sup>, *wereldwijzer.nl*<sup>3</sup> en facebookpagina's *Genieten in Tsjechië*<sup>4</sup> en *Vakantie locaties in Tsjechië*<sup>5</sup>. Enkele respondenten hebben de vragenlijst voor mij verder verspreid.

### 5.1.2. Beoordeling van de vragenlijsten

#### 1. Reist u via een reisbureau?

Eerste vraag gaat over het reizen via reisbureaus. De moderne trend is op de vakantie zonder reisbureau te gaan. Mensen plannen graag wanneer en waar ze zullen reizen. Dankzij het internet en andere moderne technologieën is het voor hen ook heel eenvoudig de accommodatie en vervoer zelf te vinden. Het gebruik van eigen auto is voor hen ook meer comfortabel. Het positief is onder meer het feit dat hoe minder mensen via reisbureaus reizen des te minder massa toeristen naar het Reuzengebergte komen en dat ondersteunt duurzaam toerisme. Dat is niet natuurlijk positief voor de grote reisbureaus maar misschien kan dat een voordeel voor kleine ondernemers zijn (kleine “familie” pensions en hotels). Enkele Nederlanders organiseren ook de reizen naar Tsjechië en naar het Reuzengebergte. Dat zou ik liever “georganiseerde

---

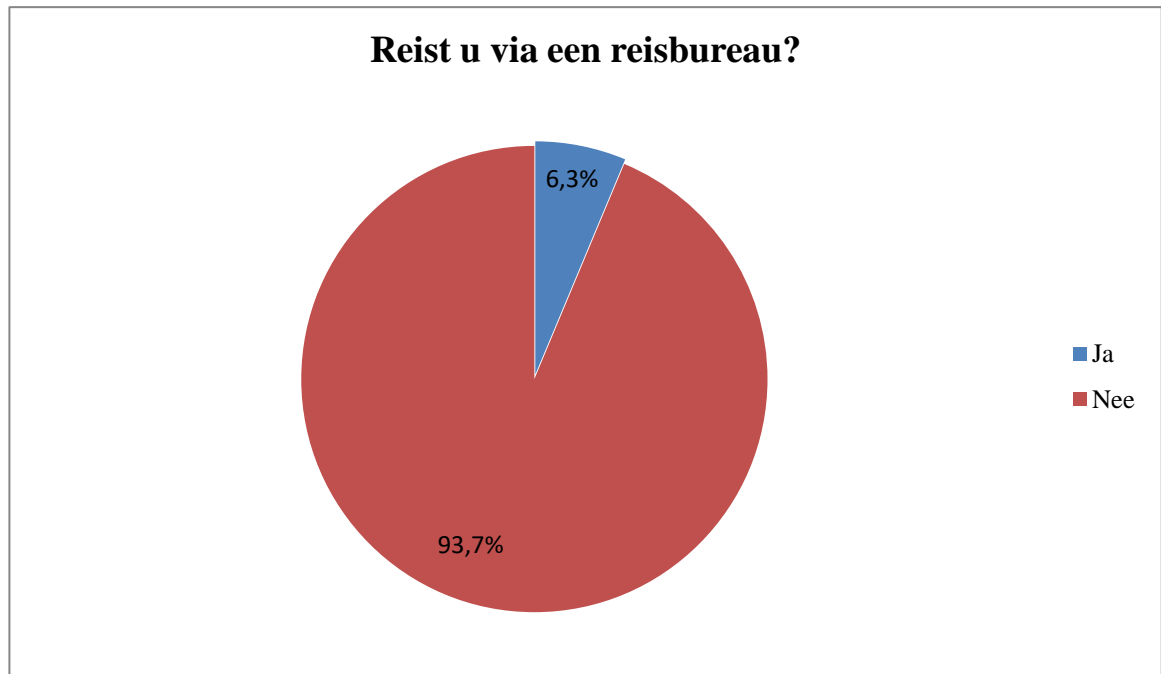
<sup>2</sup> <https://www.tsjehie.net/forum/portal>

<sup>3</sup> <http://www.wereldwijzer.nl/forumdisplay.php?f=1000>

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/groups/GR281247/>

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/groups/1012809198758289/>

groepvakantie” dan het reizen via een reisbureau noemen. Uit de bovenstaande feiten blijkt dat Nederlanders graag met hun eigen auto reizen. Daarom verwacht ik, dat ze niet vaak via reisbureaus naar het Reuzengebergte reizen.



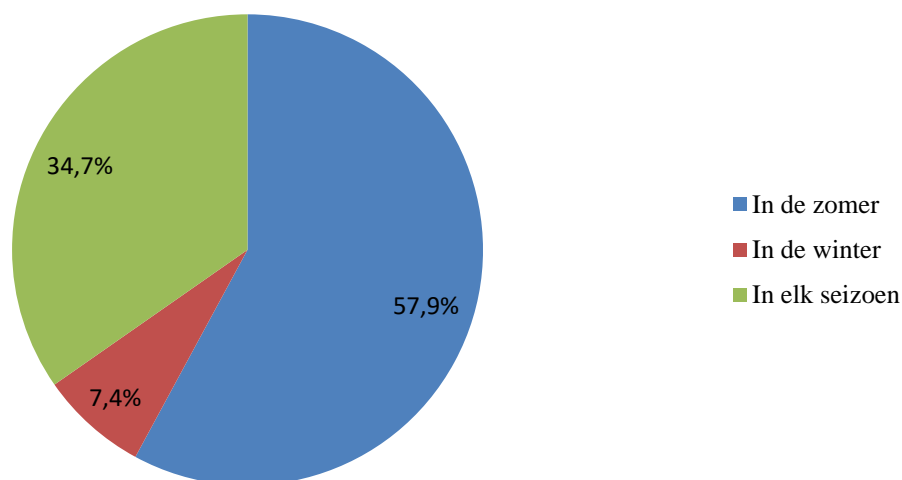
Grafiek 4: Reist u via een reisbureau?

Ik heb geen verrassende resultaten gekregen. 93,7% Nederlanders reizen niet naar het Reuzengebergte via een reisbureau. Dat betekent dat alleen 11 uit 190 mensen diensten van reisbureaus gebruiken. Voor het gebied is dat het positieve feit want de toeristen die zelf reizen, ondersteunen duurzame toerisme en verspreiden wel zich beter over het gebied. Ik veronderstel dat de 6,3% respondenten die via reisbureaus reizen, de voorkeur aan een betere dienstverlening en superieur comfort geven.

## 2. In welk seizoen reist u naar het Reuzengebergte?

Uit bovenstaande hoofdstukken blijkt dat toeristen naar het Reuzengebergte liever in de winter komen. Dat komt vanwege winter sportmogelijkheden. De statistieken over de Nederlandse toeristen laten ons maar zien dat het meest Nederlanders naar Tsjechië in de zomer tijdens zomervakantie komen. Ik wil dus graag weten welke trend voor het gebied van het Reuzengebergte geldt.

### In welke seizoen reist u naar het Reuzengebergte?

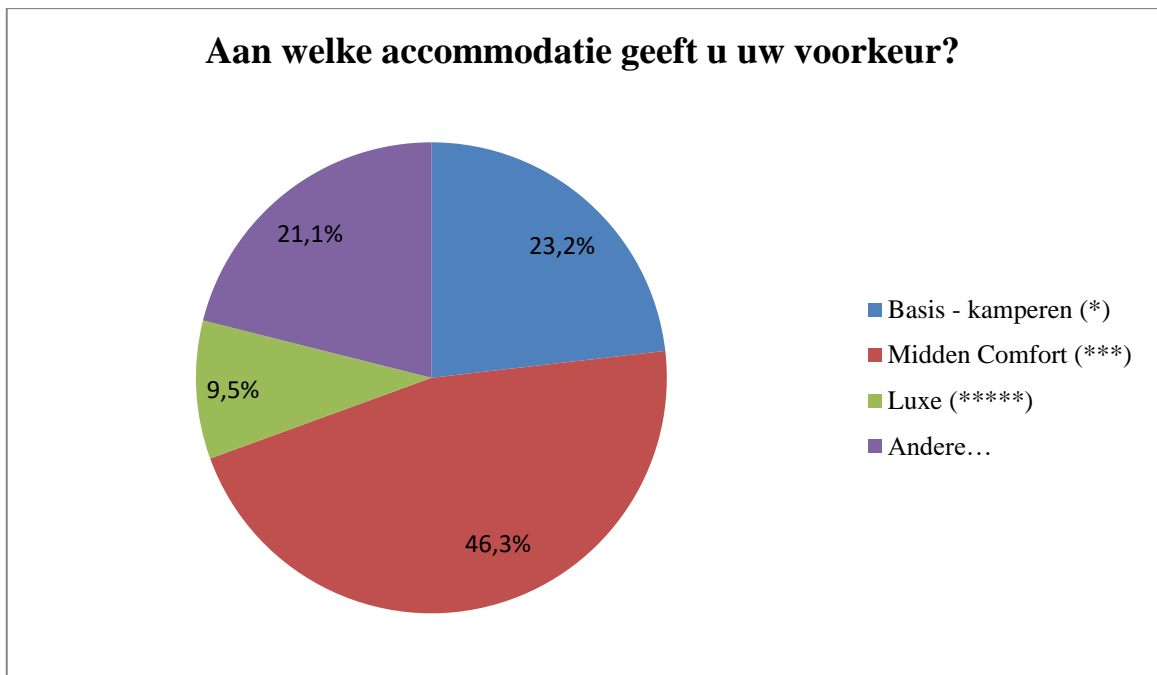


Grafiek 5: In welke seizoen reist u naar het Reuzengebergte?

Op grond van het bovenstaande diagram kunnen wij zien, dat het Reuzengebergte voor Nederlanders een interessante bestemming zowel in de zomer als ook in de winter is. Zelfs 57.9% Nederlanders reizen er in de zomer, 34,7% Nederlanders reizen er in de winter en 7,4% respondenten hebben geantwoord dat ze naar het Reuzengebergte in elk seizoen reizen. De reden daarvoor kan over meer het feit zijn dat Nederlanders in het Reuzengebergte hun eigen accommodatie hebben en daarom ze er verblijven zowel in de zomer als ook in de winter.

### 3. Aan welke accommodatie geeft u uw voorkeur?

Volgens bovenstaande onderzoeken verblijven meest Nederlanders tijdens hun vakantie in het buitenland in middel comfort hotels. Toch zijn ze bekend als liefhebbers van het kamperen. Ik verwacht dat sommige respondenten ook eigen vakantiehuis in het Reuzengebergte hebben want het bekend is dat Nederlanders er eigen onroerende goederen hebben. Dat laat mij ook zien aan welke prijs niveau geven ze voorkeur.



Grafiek 6: Aan welke accommodatie geeft u uw voorkeur?

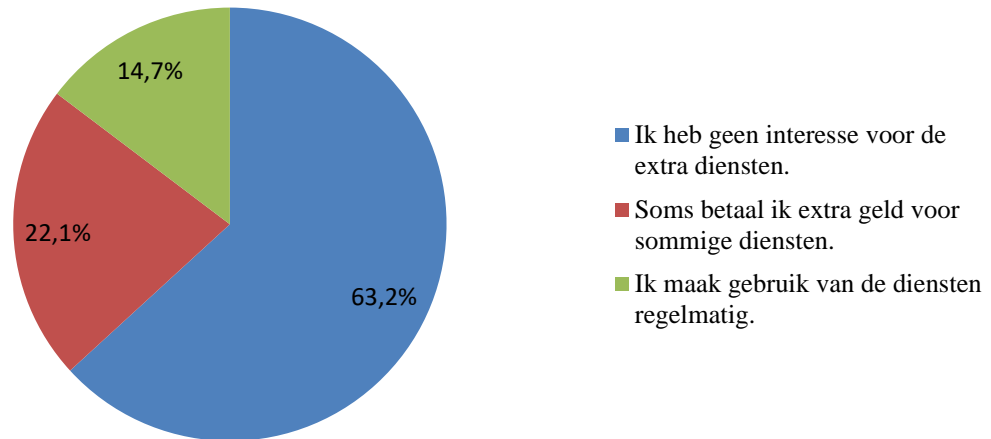
Zoals heb ik verwacht bijna de helft van de respondenten in het Reuzengebergte in midden comfort accommodatie overnachten. Dat betekent prima kwaliteit hotels en pensions voor een goede prijs. 23,2% Nederlanders geven hun voorkeur aan het kamperen. Dat is nog meer dan ik heb verwacht. Ze kamperen maar meestal niet met tent 's maar ze hebben eigen woonwagen of caravans. Alleen 9,5% toeristen wonen tijdens hun vakantie in vier en vijf sterren hotels en in andere luxe accommodaties. 23,2% respondenten antwoordden "andere". Deze groep van de respondenten heeft meestal in het Reuzengebergte hun eigen vakantiehuisje. Daarnaast waren er vier keer B&B en één keer vrijstaand huis. Bijna 20% respondenten hebben er dus eigen accommodatie. Volgens mij is het een groot aantal.

4. Hebt u interesse voor extra diensten? (wellness, skischool, verhuur van sportmateriaal, ...)

Met deze vraagstelling wil ik bepalen of Nederlanders enkele diensten in het Reuzengebergte gebruiken en dus of ze er extra geld besteden. In het Reuzengebergte is een grote scala van verschillende diensten – verhuur, skischolen, wellness centra, klimcentra's en andere adrenaline mogelijkheden. Het meest van deze diensten zijn niet goedkoop en in gemiddelde kwaliteit, voornamelijk in de grootste ressort's zoals Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou en Harrachov.



### Hebt u interesse voor extra diensten? (wellness, skischool, verhuur van sportmateriaal, ...)



Grafiek 7: Hebt u interesse voor extra diensten? (wellness, skischool, verhuur van sportmateriaal, ...)

Uit de resultaten blijkt dat Nederlanders geen grote interesse voor deze extra diensten hebben. 63,2% respondenten antwoordde dat ze de extra diensten helemaal niet gebruiken. Soms betalen 22,1% Nederlanders extra geld voor sommige diensten en alleen 14,7% Nederlandse toeristen maken gebruik van deze diensten regelmatig. De percentages laten ons zien dat Nederlanders niet veel geld voor de extra diensten besteden.

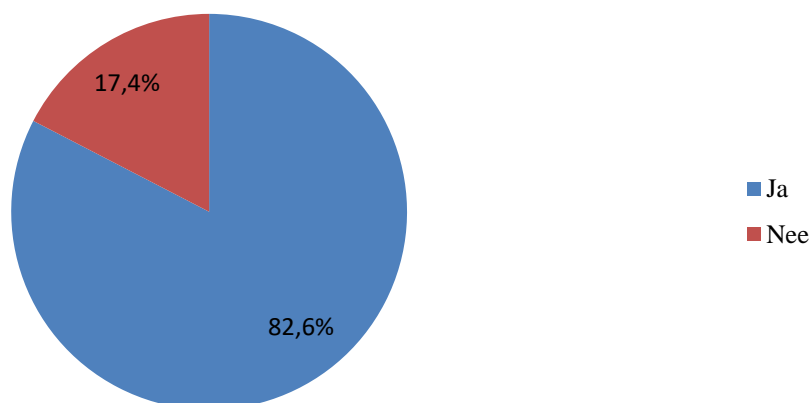
Ik denk dat het met het feit samenhangt dat Nederlanders graag kamperen. Het is geen vraag van geld maar van hun privacy, comfort en rust. Het is ook bekend dat Nederlanders waar voor hun geld willen.

Degenen die deze diensten gebruiken zijn vaak gezinnen met kleine kinderen die er een vermaak nodig hebben. Ze meestal gaan naar aquaparken of ze gebruiken diensten van ski scholen. Anderen gebruiken soms deze diensten in hotels waar ze verblijven.

5. Bent u tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands? (brochures, Nederlands sprekende ski & snb leraren, menu's, gids ...)

Ik heb in informatiecentra naar een brochure in het Nederlands of enkele folders over het Reuzengebergte gevraagd maar ik heb bijna geen gevonden. Daarom wilde ik eraan in deze enquête vragen. Ik verwacht dat Nederlanders niet tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands zijn.

**Bent u tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands? (brochures, Nederlands sprekende ski & snb leraren, menu's, gids ...)**



Grafiek 8: Bent u tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands? (brochures, Nederlands sprekende ski & snb leraren, menu's, gids ...)

Het verassend is dat 83,5 % respondenten tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands zijn of ze het gebrek van het aanbod in het Nederlands niet erg vinden. Alleen 17,6% Nederlanders die naar het Reuzengebergte reizen, willen graag grotere aanbieding in de Nederlandse taal.

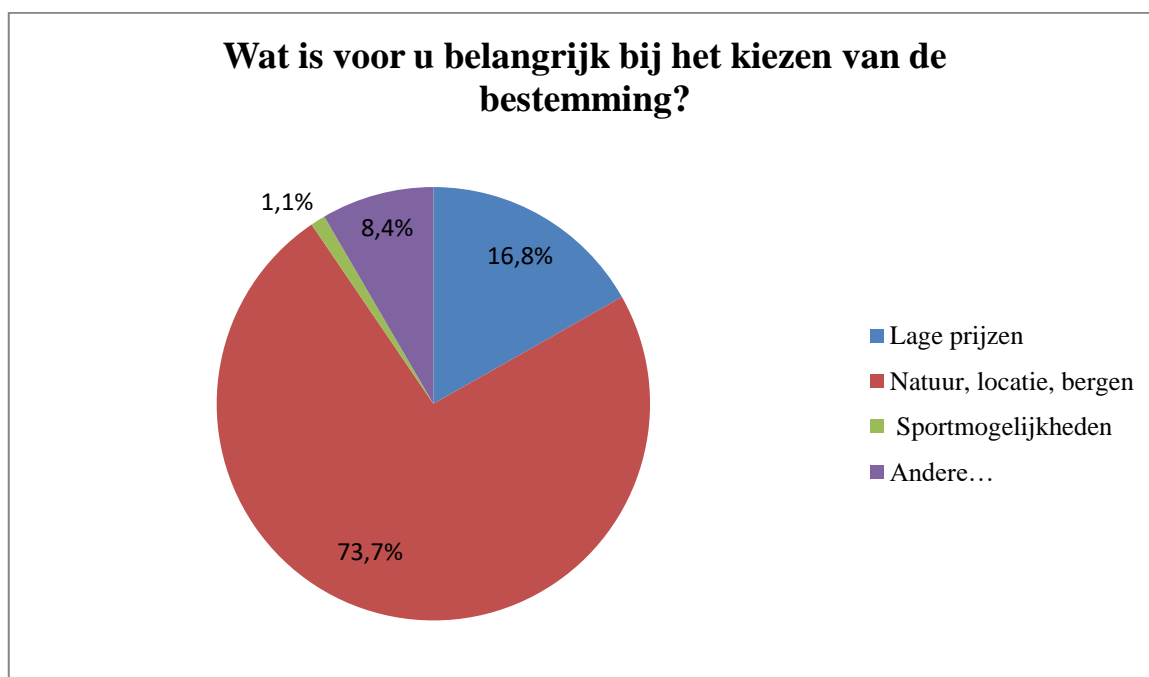
Er was bijvoorbeeld een commentaar: “Camping huisjes eigenaren Nederlands spreken fijn” Dat laat zien dat enkele ondernemers al hebben gevonden dat Nederlanders voor hen belangrijk zijn.

Respondenten, die “nee” hebben geantwoord, hebben meestal een interesse voor brochure, folders speciaal in kastelen en ook menu’s in restaurants. Rondleidingen bezienswaardigheden in het Nederlands zouden volgens sommige ook handig zijn. Enkele respondenten hebben geantwoord, dat er zulk materiaal weinig in het Nederlands bestaat maar veel in het Duits en het Engels. Dat vinden ze ook goed.

De reden daarvoor is misschien het feit dat veel Nederlanders er een eigen vakantiehuisje hebben en dus beetje Tsjechisch spreken. Dat kon ik ook op verschillende reisfora’s zien waar ze eenvoudig in het Tsjechisch communiceren. De andere reden kan zijn dat Nederlanders meestal heel goed Engels of Duits spreken (ook oudere mensen) en dus vinden ze het niet nodig de informatie in het Nederlands te krijgen.

## 6. Wat is voor u belangrijk bij het kiezen van de bestemming?

Zoals heb ik boven vermeld, is de natuur in het Reuzengebergte de attractie nummer één. Geldt dat ook bij Nederlanders of reizen ze er vanwege de lage prijzen? Nederlanders hebben geen grote bergen. Dat kan de reden zijn waarom ze door de natuur en landschap worden aangetrokken. Toch speelt geld volgens mij een rol want er wordt aangenomen dat Nederlanders niet graag onnodig geld uitgeven.



Grafiek 9: Wat is voor u belangrijk bij het kiezen van de bestemming?

We kunnen zien dat allen bij 16,8% respondenten geld een rol speelt. Dat is minder dan ik heb verwacht. Aan de andere kant speelt de natuur echt de grote rol. 73,7% respondenten reizen naar het Reuzengebergte vanwege de natuur, landschap of locatie. Men kan hier zien, dat Nederlanders bijna geen interesse voor sportmogelijkheden hebben. Alleen 1,1% Nederlanders willen er een sport maken. Dat zijn 2 van 190 respondenten.

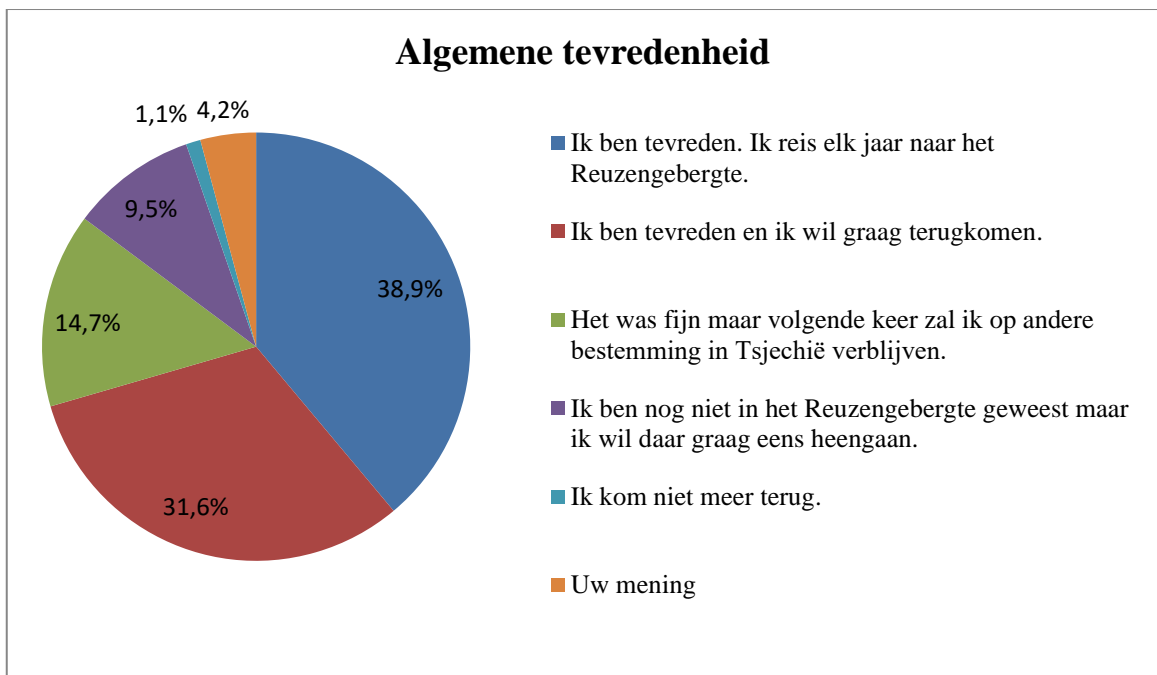
Onder “andere” antwoordden ze: “We zien altijd wel wat we onderweg tegenkomen.” en “Hou van zelf bepalen wat ik doe.” Nederlanders zien erin een vorm van vrijheid.

Enkele mensen antwoordden dat alles samen de rol speelt, en wel de mooie natuur, heerlijk land en lage prijzen. Onder andere werd ook het doel “kinderen” genoemd. Voor gezinnen met kinderen is het belangrijk dat er voor kinderen wat te doen is.

Nog een keer hebben we hier ook de groep van toeristen die er naar hun eigen huis gaan. Ze reizen er om te ontspannen.

## 7. Algemene tevredenheid

Ik denk dat Nederlanders min of meer in het Reuzengebergte tevreden zijn. Ze bouwen er hun eigen huisjes en ik ontmoet ze er vaak. Ik wil weten komen of de andere groep die er geen vakantiehuis heeft er ook regelmatig reist of naar een andere bestemming reist of ze niet tevreden waren en niet meer terug willen komen.



Grafiek 10: Algemene tevredenheid

Het positieve feit is dat 38,9% respondenten tevreden zijn en elk jaar naar het Reuzengebergte reizen. Bijna één helft van hen heeft er zijn eigen vakantiehuisje. Enkelen wonen zelfs in het Reuzengebergte of in de andere bestemming in Tsjechië door de het hele jaar. “Woonachtig in Tsjechië, ga af en toe naar RG”, aldus één van de respondenten.

31,6% Nederlanders, die er voor één keer waren, willen graag terug komen. 14,7% respondenten vonden deze bestemming goed maar volgende keer willen ze op een andere bestemming in Tsjechië verblijven. Ze antwoordden: “We willen heel Tsjechië doen dus iedere keer een aan” en “Ik kom al sinds 1986 in Tsjechië” De reden daarvoor is meestal niet ontevredenheid met het Reuzengebergte maar dat ze van hele Tsjechië houden willen en dat ze dus elk jaar andere bestemming willen bezoeken.

Alleen 1,1% respondenten – 2 mensen uit 190 willen niet meer naar het Reuzengebergte terugkomen. Toch heeft deze bestemming een heel goede score, denk ik. Dan is er ook de groep van potentiële toeristen, die in het Reuzengebergte niet geweest is, maar die daar eens heen wil gaan. Het maakt bijna 19 Nederlanders uit 190 respondenten.

## **5.2. Definitie van de Nederlandse toerist in het Reuzengebergte**

De Nederlandse toeristen reizen naar het Reuzengebergte net als andere volken om de natuur te genieten. Ze hebben echter ook interesse voor historische monumenten, kastelen, architectuur en musea. Aan de andere kant hebben ze geen grote interesse voor attracties zoals wellness, adrenalinecentra 's, attractieparken.

Het meest gewaardeerd is echter vooral relatieve comfort en de rust, het is geen drukke vakantiebestemming zoals het zuiden van Frankrijk waarnaar enkele Nederlanders ook graag reizen. Verder prijzen ze in het Reuzengebergte de vrijheid en het feit dat ze weten wat ze daarvan te wachten.

Bovendien speelt ook de lage prijs niveau van het Reuzengebergte een rol. In vergelijking met het andere gebergte in Europa is het de goedkoopste bestemming. De reden daarvoor is niet, dat Nederlanders niet veel geld aan hun vakantie willen uitgeven, maar omgekeerd. Nederlanders geven veel geld aan vakanties uit maar ze moeten het voor goede doelen geven.

Naar het Reuzengebergte reizen meestal mensen ouder dan 35 jaar, gepensioneerden en gezinnen met kinderen. Soms komen er groepen jongeren. In dit geval maar meestal om scholen of sportcursussen. Jongeren reizen er individueel bijna niet.

Uit de vragenlijsten blijkt dat de overgrote meerderheid Nederlandse toeristen naar het Reuzengebergte individueel reist en dat ze niet vaak diensten van reisbureaus gebruiken. Ze organiseren hun vakantie zelfs met behulp van het internet. Ze communiceren veel samen op sociale netwerken en aanbevelen aan andere Nederlanders de locaties, accommodatie, attracties etc. De vakantie voorbereiding is voor hen dan heel eenvoudig en kost weinig tijd.

Er bestaat ook de groep van Nederlanders die in het Reuzengebergte hun eigen accommodatie hebben. Voor hen is de vakantie nog goedkoper. In de tussenperiode,

wanneer ze hun vakantiehuisjes niet gebruiken, verhuren ze het aan anderen. De gepensioneerden en ondernemers leven in het Reuzengebergte vaak door het hele jaar.

Nederlanders reizen naar het Reuzengebergte zowel in de zomer als ook in de winter en meestal blijven ze er ongeveer voor één week. Een vakantie die drie weken duurt, is echter geen uitzondering. Ze bezoeken echter meestal ook andere bestemmingen tijdens de langere vakantie.

Ze kiezen graag het reizen met hun eigen auto vanwege de flexibiliteit. Daarom kunnen ze onderweg Praag of nabijgelegen bestemmingen zoals het IJzergebergte (Jizerské hory) en het Boheems Paradijs (Český ráj) bezoeken. Het Reuzengebergte is echter vaak voor hen de eindbestemming. Nederlanders beschouwen het Reuzengebergte en Tsjechië in het algemeen als de veilige bestemming. Helaas is nu de veiligheid een actueel thema.

Nederlanders hebben min of meer geen probleem met de taalbarrière omdat ze goed Engels en Duits spreken. Ze zouden wel meer informatie materialen welkomen. De belangstelling is er vooral voor folders in het Nederlands over kerken, musea en andere historische gebouwen. Ze zouden ook blij zijn met menu's in de restaurants minstens in het Engels. De onnodige ingewikkelde namen van de Tsjechische keuken zouden voor hen een probleempje zijn.

Er kan probleem met taalbarrière zijn als ze iets met politie of andere overheidsinstuties moeten oplossen. De meeste politieagenten spreken niet Engels of Duits (en buiten Praag bijna helemaal niet). Als er bijv. een auto-ongeluk heeft plaatsgevonden, hebben Nederlanders bijna geen kans deze situatie op te lossen.

Nederlanders zorgen voor hun verzekering. Dat is vooral in het gebergte belangrijk. Dat betekent dat ze verantwoordelijk zijn. Toch vinden er veel ongevallen elk jaar plaats, die door Nederlanders worden veroorzaakt. In het Reuzengebergte vinden er de meeste ongevallen van alle Tsjechische gebergten plaats. De meeste ongelukken gebeuren in de winter tijdens het skiën en sleeën. In dit winter seizoen (vanaf 1 december 2016) behandelde de Bergreddingsdienst in het Reuzengebergte 91 Nederlanders van het totale aantal 2539 behandelde mensen (3,5%). De Bergreddingsdienst heeft ook geen probleem met de taalbarrière. Jongere mensen spreken Engels en oudere Duits.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Informatie gekregen van de medewerker van de Bergreddingsdienst voor het Reuzengebergte Pavel Jirsa, 11. 4. 2017

Nederlanders vragen vaak voor lokale tradities en hebben de interesse voor de lokale producten. Ze houden van Tsjechisch eten en bier. Vooral Tsjechische goulash en ossenhaas zijn geliefd. De meeste Nederlanders doen geen actieve sport. Ze geven hun voorkeur aan het wandelen, korte tochtjes, uitstapjes en in de winter aan het skiën. Ze doen het crosscountryskiën gewoon echt recreatief. Het fietsen in het gebergte is voor vrijetijdssporters en beginners te moeilijk.

Aan de andere kant hebben ze interesse voor lokale tradities, gewoontes en historie. Dat komt overeen met de leeftijdsstructuur.

Nederlanders, die er een vakantiehuisje hebben of ze zelfs er leven, organiseren bijeenkomsten waar ze hun ervaringen uitwisselen.

Nederlanders bezoeken heel vaak informatiecentrums. Meestal willen ze souvenirs kopen of zich over de stad informeren, wat zou er interessant zijn te bezoeken of waar ze een uitstapje kunnen maken. Ze communiceren met de medewerkers van de centra in het Engels of in het Duits.<sup>7</sup>

Ze communiceren vaak samen op verschillende sociale netwerken en blogs. Ze delen er foto's en geven advies welke mooie plaatsen ze kunnen bezoeken, waar ze kunnen gaan om te eten of zelfs hoe goulash om te koken. Ze bieden ook de accommodatie aan.

### **5.3. Waarom zijn Nederlanders de potentiële voorkeursgroep van toeristen**

Elk jaar komen meer dan 12000 Nederlanders naar het Reuzegebergte. Naast Polen en Duitsers is het de meest talrijke groep toeristen. Dat betekent dat ze aan de Tsjechische economie belangrijk bijdragen. Alles gaat echter niet alleen over geld. Er bestaan ook andere redenen waarom het belangrijk is om het aantal Nederlanders in het Reuzengebergte te behouden en meer Nederlanders aan te trekken.

---

<sup>7</sup> Informatie gekregen van de medewerkster van informatiecentrum in Vrchlabí, 31. 3. 2017

Jaar	2012	2013	2014	2015	2016
Het aantal niet ingezette in het Reuzengebergte	216 890	212 116	207 991	251 292	256 451
Duitsers	122977	117724	116683	139718	139509
Polen	36654	38605	34943	49002	52060
Nederlanders	17134	12727	12064	13821	12310
Slowaken	6507	6363	7072	9549	11027
Russen	4338	5303	4160	3769	3590

Tabel 3: Het aantal niet ingezette in het Reuzengebergte

De bovenstaande cijfers laten de vergelijking met het aantal toeristen uit andere landen zien.<sup>8</sup> Uit bovenstaande gegevens en uit de enquête blijkt dat de Nederlandse toeristen vooral de positieve impact op het toerisme in het Reuzengebergte hebben.

Een fictief minpunt kan het feit zijn dat bijna 20% Nederlanders die naar het Reuzengebergte regelmatig reizen, er hun eigen vakantiehuisje hebben. Daarom maken ze geen gebruik van de lokale accommodatie. Aan de andere kant kan dat als een voordeel worden gezien want ze zijn meer betrokken bij de lokale bevolking. Hoe meer tijd besteden ze er des te meer geven ze hun geld voor dingen uit, die nodig voor een gewoon leven zijn. Daarnaast zijn deze mensen meer geïnteresseerd voor het welzijn van het lokale landschap.

Verder maken ze niet vaak gebruik van diensten zoals wellness en verhuur. Het lijkt misschien dat ze in de economie geen extra geld bijdragen. Doordat ondersteunen ze echter duurzaam toerisme en kleinere ondernemers.

De Nederlandse toeristen waarderen rust en natuur. Het is niet nodig voor hen nieuwe toeristische attracties te bouwen die het karakter van de bergen zouden verstoren. Daarnaast zijn ze aanpasbaar en ze dus behoeven geen extravagante voorzieningen zoals toeristen uit Azië.

Nederlanders reizen naar het Reuzengebergte zowel in de zomer als ook in de winter. Het evenwichtige seizoen van de interesse van de Nederlandse toeristen betekent vooral dat hun uitgaven wel van belang zijn voor het gebied voor het hele jaar. Dit is positief voor eliminatie van de seizoenfluctuaties.

De leeftijdsopbouw draagt bij aan dat ze de reinheid onderhouden en geen lawaai maken.

<sup>8</sup> Informatie gekregen van de medewerkster van de ČSÚ Dagmar Dvořáková, 1. 3. 2017



#### **5.4. Suggesties voor de verbetering**

Volgens mij is het nodig te beseffen dat Nederlanders een goede potentiële groep van toeristen zijn die regelmatig terug komen en de natuur niet vernietigen. Bijgevolg corresponderen hun behoeften met onze denkbeeld van het toerisme in de bestemming in het nationale park.

De natuur en het landschap zijn de doelen waarom Nederlanders naar het Reuzengebergte reizen. Daarom moeten we het beschermen. In de Poslanecká sněmovna (de Tsjechische Tweede Kamer) werd op 4 april 2017 een nieuwe wet aangenomen waarin de bescherming van de nationale parken in Tsjechië werd geregeld. De Poslanecká sněmovna moest de Senát (de Tsjechische Eerste Kamer) en dan ook het veto van de president Miloš Zeman overstemmen. Dankzij het wet wordt het natuurgebied meer beschermd, bijv. tegen industrie, het bouwen van nieuwe gebouwen en de vuurwerken. Aan de andere kant zou erin sommige delen van het nationale parken worden toegestaan om te kamperen. Daarmee wil ik zeggen dat het belangrijk is om zulke dingen te ondersteunen. Daarmee bedoel ik bijvoorbeeld om het bouwen van moderne attracties te voorkomen die het landschap zouden vernietigen zoals aquaparken, winkelcentrums en pretparken.

Ik zou proberen om jongeren, die interesse voor de natuur en sport hebben, met nieuwe moderne sportieve en avontuurlijke mogelijkheden aan te trekken. Het zou praktisch zijn om de twee tot drie dagen tours uit Praag organiseren.

Ik vind het noodzakelijk de informatiecentrums te ontwikkelen als de instelling die het hele gebied representeert. Er bestaan twee typen ervan – informatiecentrums van het gebied het Reuzengebergte en de informatiecentrums van KRNAP. In de informatie centrum van KRNAP zijn geen folders en informatie in het Nederlands. Zelfs de medewerkster van het centrum in Harrachov geeft toe dat enkele materialen in het Nederlands nodig zou zijn. Volgens mij is ook belangrijk de Nederlandse toeristen en natuurlijk ook andere toeristen over het milieu en duurzaam toerisme te informeren. Alle informatiefolders bestaan alleen in het Engels en in het Duits, enkele in het Pools.

De toeristische informatiecentrums van het gebied behoren tot de belangrijkste communicatie middelen tussen toeristen, vooral tussen de individuele toeristen en de bestemming. In de informatiecentrums in het Reuzengebergte hebben ze niet veel informatie in het Nederlands. Er zijn folders van Špindlerův Mlýn, een brochure over

actieve vakantie en relaxatie in het Reuzengebergte. Dat vind ik beetje zinloos want Nederlanders hebben voor deze activiteiten bijna geen interesse. In plaats daarvan zou ik de aanbieding van informatie folders over de cultuur, eten en historie van het Reuzengebergte uitbreiden, zeker ook met ideeën voor uitstapjes en foto 's. Czechtourism biedt brochures in het Nederlands over de Tsjechische bergen met een paar typen voor uitstapjes en brochures over de regio's, er zijn echter alleen beknopte informatie over elke regio.

Verder zou het volgens mij praktisch zijn om ten minste officiële websites in het Nederlands te hebben. Enkele steden van het Reuzengebergte hebben hun web 's in het Nederlands. De meeste van hen hebben alleen grondige informatie in het Nederlands en actualiteiten die alleen in het Engels zijn. Enkele worden direct door de Google vertaald. Verder wordt ook een nieuwe applicatie gemaakt, die tot nu alleen in het Pools en in het Duits bestaat. Daarin kunnen de toeristen naast mapjes ook veel typen voor uitstapjes, informatie over het gebied, evenementkalender, accommodatie, bus roosters en veel meer praktische informatie vinden.

Het zou prachtig zijn de grotere aandacht van kinderen te krijgen omdat er naar het Reuzengebergte ook veel gezinnen met kinderen komen. De informatiecentrums van KRNAP hebben heel mooie miniexpositie niet alleen voor kinderen waar ze interessante kennis over de natuur en historie met verschillende speelelementen kunnen genieten. Helaas bestaat niet in het Nederlands of in het Engels.<sup>9</sup>

Vanuit het oogpunt van de veiligheid zou het goed zijn de websites van de Bergreddingsdienst niet alleen in het Nederlands maar ten minste in het Engels te hebben. De Bergreddingsdienst laat over een lawinegevaar en andere veiligheidsmaatregelen weten. Verder bestaat er een applicatie van de Bergreddingsdienst die een verwonde mens helpen. Daarover zouden toeristen geïnformeerd zijn. In het Nederlands kan men alleen informatie vinden, dat er voor het ingrijpen van de Bergreddingsdienst geen internationale verdragen zijn en daarom is er verzekering nodig. Het zou ook leuk zijn om meer pictogrammen te gebruiken.

Nederlanders zouden ook meer stelplaatsen en campings nodig, die door het hele jaar geopend zijn, verwelkomen. In een kampeerauto is het mogelijk ook in de winter te kamperen maar geopende campings zijn bijna de hele winter vol. In andere Europese

---

<sup>9</sup> Zie de foto 7 - bordje in het Tsjechisch op de toeristische plek Krakonošova snídaně in de bijlage 1 p. 85

bestemmingen is het mogelijk onder de skipistes meestal ook voor meerdere dagen gratis of voor symbolische prijs te kamperen. In het Reuzengebergte gaat het echter niet. Het parkeren is er in het algemeen zeer beperkt.

In een kampeerauto hebben de toeristen meestal hun eigen water en sanitair. Daarom hebben ze nodig geen grote sanitaire voorzieningen te bouwen. Aan de andere kant zou heel praktisch zijn het meer plaatsen te vestigen voor het legen van het toilet en afvaltank. Dat is in het buitenland heel normaal bijvoorbeeld op benzinstations.

Nederlanders zouden ook betere infrastructuur waarderen. Nu duurt het uit Amsterdam naar Špindlerův Mlýn meer dan tien uur om erheen te reizen. Verder zou ik ze over goede restaurants informeren. De gastronomie in het Reuzengebergte is fantastisch en speciaal in het gebergte kunnen toeristen meestal in vele berghutten kleine bakkerijen en brouwerijen zoals op berghut Dvoračky en Luční bouda bezoeken.

Als gevolg van de leeftijdsopbouw zou het positief zijn om het er meer kwaliteit toegangen voor rolstoelgebruikers op te bouwen en over paden voor gehandicapten te informeren. Verder is de verbetering en uitbreiding van openbaar vervoer nodig. Bijvoorbeeld verbindingen te maken tussen de steden en het begin van de wandelpaden. Ergens werken deze bussen wel maar alleen in het hoogseizoen.

Het Reuzengebergte kunnen ook uit zijn locatie profiteren. Het zou ook praktisch zijn de toeristen over natuurattracties te informeren die niet direct in het Reuzengebergte geplaatst zijn maar ook niet zeer ver bijvoorbeeld Ještěd in Liberec, kastelen en de rotsformatie van het Boheems Paradijs en het Ijzergebergte waar de internationale crosscountryrace Jizerská 50 plaatsvindt. Naar deze bestemmingen is het mogelijk een eendaagse tocht uit het Reuzengebergte te organiseren.

Steden in het Reuzengebergte kunnen partnerschappen met steden in het Nederland vormen. Deze partnerschappen leiden onder meer tot een culturele samenwerking. Tot nu bestaat er geen zo'n samenwerking tussen Nederlandse steden en steden in het Reuzengebergte.

Nederlandse toeristen, die er buiten het seizoen reizen, zouden zeker het verstrekken van comfort door het hele jaar waarderen. Openingsuren in de infocentrum vooral in het weekend. Ze zijn in het tussenseizoen op het weekend gesloten. Het is algemeen bekend dat Nederlanders als zuinig worden bestempeld en dat ze zeker ook van

kortingen houden. Fijn zouden er kortingen voor verschillende toegangen, mapjes en souvenirs voor alle terugkomende bezoekers zijn.

Het Reuzengebergte vecht goed met concurrentievermogen met andere bestemmingen maar in afgelopen jaren zijn de prijzen in het Reuzengebergte sneller gestegen dan de kwaliteit van diensten. Als deze trend zal doorgaan, verliest het Reuzengebergte zijn klanten die dan liever naar Oostenrijk zullen gaan.

Het zou leuk zijn georganiseerde uitstapjes met uitleg over de natuur, planten en dieren ten minste in het Engels te regelen. KRNAP organiseert zulke'n uitstapjes of foto uitstapjes maar alleen met een commentaar in het Tsjechisch.

Verder vind ik de propagatie van lokale merken en producten belangrijk. Op dit moment is de trend om lokale producten te eten en lokale boeren te ondersteunen. Belangrijk is dus de hoge kwaliteit van deze producten te beveiligen.

Daarmee is verwant de propagatie van kleinere dorpjes. Dat is ook goed te zien dat mensen vaak alleen naar grote resorts reizen, vooral in de winter om te skiën. Deze dorpjes zouden Nederlanders door hun rust enthousiasmeren. Ik bedoel bijvoorbeeld dorpje Jestřebí v Krkonoších.

## Conclusie

Het Reuzengebergte is één van de belangrijkste toeristische bestemmingen in Tsjechië. Zoals heb ik verwacht, reist er ook een groot aantal Nederlanders heen. Elk jaar komen meer dan 12000 Nederlanders naar het Reuzengebergte. Naast Polen en Duitsers zijn Nederlanders de meest talrijke groep toeristen. Ze zijn met de bestemming tevreden en ze komen vaak terug. Meestal blijven ze er meer nachten dan toeristen uit andere landen.

Nederlanders reizen daarheen bijna niet via reisbureaus. Het doel voor de keuze van het Reuzengebergte is duidelijk natuur en landschap. Het lage prijs niveau speelt ook de belangrijke rol. Eén van de veraasende informatie was voor mij het feit dat meer dan 80% respondenten tevreden zijn over de kwaliteit en volledigheid van de diensten en producten in het Nederlands en dat het bijna geen rol speelt tijdens hun vakantie in het Reuzengebergte. De reden daarvoor is dat ze goed Engels en Duits spreken. Ze zouden graag vooral folders in het Nederlands over het gebied, kastelen en ideeën voor uitstapjes verspreiden. Respondenten antwoordden dat ze niet of zelden speciale extra diensten gebruiken. Net als in andere bestemmingen geven ze de voorkeur aan gemiddeld comfortabele accommodaties en zeer veel Nederlanders reizen naar het Reuzengebergte met hun eigen camperauto's en caravans.

Uit alle gekregende gegevens blijkt dat Nederlanders in veel opzichten de goede potentiële toeristen voor het gebied van het Reuzengebergte zijn. Daarom is het belangrijk om ze niet te verwaarlozen en zich niet alleen op de toeristen uit Rusland en Polen te richten, want Nederlanders zijn voor het gebied meer belangrijk.

Nederlanders geven relatief veel geld ondanks het feit uit dat ze er vaak hun eigen accommodatie hebben en zelden de diensten gebruiken. Aan het andere kan zijn ze dankzij hun vakantiehuisjes meer betrokken bij de lokale bevolking. Hoe meer tijd besteden ze er des te meer geld geven ze er uit. De andere indikator van hun potentieel is het evenwichtige seizoen van de interesse van de Nederlandse toeristen dat betekent dat hun uitgaven wel van belang zijn voor het gebied om het hele jaar. Dat is positief voor de eliminatie van de seizoenfluctuaties. Hun interesse voor natuur, rust, landschap, tradities en cultuur helpt duurzaam toerisme en kleinere ondernemers te ondersteunen

en het Reuzengebergte te beschermen. Ik zie erin ook de grote potentieel in de toekomst want duurzaam toerisme is momenteel een heel actueel thema.

Het belangrijkste is Nederlandse toeristen informatie over veiligheid in het Nederlands te geven en informatie waarvoor ze interesse hebben, dus natuur en cultuur en daardoor te vermijden het bouwen van moderne toeristische attracties. Verder is het belangrijk de lage prijs niveau te houden om met de andere Europese bestemmingen te concurreren. In het Reuzengebergte zou een grotere aanbieding van stelplaatsen en campings moeten bestaan en de diensten voor campers worden verbeterd.

## Resumé

Tato diplomová práce se zabývá nizozemskými turisty v Krkonoších. Zkoumá jejich návštěvnost a jejich potenciální přínos pro tuto oblast. V teoretické části vysvětluje některé pojmy týkající se cestovního ruchu. Dále se věnuje statistikám, které jsou s touto problematikou spojeny. Na základě těchto statistik je zřejmé, že Nizozemci v Krkonoších nejsou zanedbatelnou skupinou turistů, a tudíž je třeba jim věnovat pozornost jako turistům z ostatních zemí, jako z Německa nebo Polska atd.

Analýzou dotazníkového šetření a informací od zaměstnanců v turistickém ruchu v Krkonoších byly zjištěny preference nizozemských turistů v této turistické oblasti, jejich zájmy a motivace jezdit do Krkonoš na dovolenou. Dále z průzkumu vyplývá, že jsou Nizozemci pro tuto oblast přínosnou skupinou turistů zejména z hlediska ochrany přírody a z hlediska sounáležitosti s místním obyvatelstvem.

Závěrem jsou předloženy nápady a návrhy na zlepšení nebo udržení stávající situace tak, aby bylo do Krkonoš přilákáno více nizozemských turistů, nebo se alespoň jejich počet nesnižoval. Ukázalo se, že je třeba klást větší důraz na rozvoj kempů, na ochranu přírody a historických památek. Mělo by překvapující je, že Nizozemci nemají větší problémy s jazykovou bariérou.

## **Summary**

The diploma thesis is concerned with Dutch tourists in the Giant Mountains in the Czech Republic. It examines their visitation and their potential contribution to the area. The theoretical part explains some of the terms related to tourism and provides statistics associated with the subject matter. The statistics show that the Dutch in the Giant Mountains represent a significant number of tourists and therefore deserve special attention in a similar way to tourists from countries such as Germany or Poland.

The survey analysis and information provided by the visitors bureau in the Giant Mountains reveal preferences, interests and motivations of Dutch tourists for their holiday in the area. It also shows that the Dutch represent a valuable group of tourists in terms of environmental protection and harmony with the local residents.

The conclusion provides suggestions and recommendations for improving or retaining the current situation in order to attract more Dutch tourists or prevent their decline. It was shown that more attention must be paid to the advancement of campsites, environmental protection and historic preservation. It was a pleasant surprise to discover that the language barrier does not impose great difficulty to the Dutch.



## Bronnen

## Literatuur

BERÁNEK, J. e.a. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG CONSULTING 2013.

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Grada Publishing, 2016.

COHEN, E. *Toward a sociology of modern tourism*. Social Research 1979, 39(1).

COHEN, S.A. (2013). *A portrait of Erik Cohen*. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(1).

DE CNUYDT, Ivan a Sonia de VELDER. *Economie vandaag 2008*. Gent: Academia Press, 2008.

GÚČIK, M. 2000. *Základy cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2000.

GÚČIK, Marian. *Cestovní ruch: úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2010. Knižnica cestovního ruchu, 15.

GÚČIK, Marian. *Cestovní ruch: politika a ekonomia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2011. Knižnica cestovního ruchu, 20.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006.

HUNZIKER, Walter & Kurt KRAPF. *Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. 1. Zürich: Polygraphischer Verlag 1942.

KLAPKA P., KLAPKOVÁ E. & MARTINÁT p. 2005: *Ekologické formy zemědělství v Krkonoších: krajina, ekoturismus, udržitelnost*. – Opera Corcontica, 42.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013.

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada Publishing, 2011.

SMITH, V. (ed.) *Hosts and Guests. The anthropology of tourism*. 1978 Oxford: Basil Blackwell.

VANHOVE, N. *The economics of tourism destinations*. Elsevier Ltd., Oxford 2005.

ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012.

## **Internetbronnen**

Cestovní ruch v Libereckém kraji. ČSÚ [online]. URL:

<https://www.czso.cz/documents/10180/20537742/33015215a.pdf/52a9a35d-4a63-47ee-8a26-9b173b99cc34?version=1.1>

Cestovní ruch. Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. URL:

<https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch>

CBS: Over ons [online]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/over-ons/organisatie>

ČNB: BISTAT. Platební bilance v podrobném členění [online]. URL:

[https://www.cnb.cz/analytics/saw.dll?Dashboard&PortalPath=%2Fshared%2FUNIBOP\\_WEB%2F\\_portal%2FBISTAT&Page=DBOP\\_R&P1=dashboard&Action=Navigate&ViewState=9ohi54v4vdv99lavect9mpibeq&P16=NavRuleDefault&NavFromViewID=d%3Adashboard~p%3Atdppn6rbilu6v8m0](https://www.cnb.cz/analytics/saw.dll?Dashboard&PortalPath=%2Fshared%2FUNIBOP_WEB%2F_portal%2FBISTAT&Page=DBOP_R&P1=dashboard&Action=Navigate&ViewState=9ohi54v4vdv99lavect9mpibeq&P16=NavRuleDefault&NavFromViewID=d%3Adashboard~p%3Atdppn6rbilu6v8m0)

ContinuVrijeTijdsOnderzoek 2015: Tussentijdse rapportage jaarmeting [online].

NBTC-NIPO Research, URL: <http://www.nationaleparkenwereldklasse.nl/wp-content/uploads/2016/07/Samenvatting-jaarmeting-CVTO-2015-Nationale-Parken-1.pdf>

ČSÚ: Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR [online].  
URL: [https://www.czso.cz/csu/czso/tsa\\_hlavni\\_ukazatele\\_narodniho\\_hospodarstvi\\_a\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr)

ČSÚ: Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR [online]. URL:  
[https://www.czso.cz/csu/czso/tsa\\_t1\\_spotreba\\_prijezdoveho\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_t1_spotreba_prijezdoveho_cestovniho_ruchu_v_cr)

ČSÚ. Veřejná databáze. [online]. URL:  
<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky>

ČSÚ: Zaměstnanost v odvětvích cestovního ruchu v ČR. [online]. URL:  
[https://www.czso.cz/csu/czso/tsa\\_t7\\_zamestnanost\\_v\\_odvetvich\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/tsa_t7_zamestnanost_v_odvetvich_cestovniho_ruchu_v_cr)

CzechTourism [online]. URL: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

CzechTourism: Udržitelný cestovní ruch [online]. URL: <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

DAS: Reizen & Verkeer [online]. URL: <https://www.das.nl/juridische-informatie/reizen--verkeer/boeking/via-het-reisbureau-en-via-internet/verplichtingen-reisbureaureisorganisatie/wat-is-het-verschil-tussen-een-reisbureau-en-een-reisorganisatie>

Encyklo [online]. URL: <http://www.encyclo.nl/begrip/Superstructuur>

Ensie [online]. URL: <https://www.ensie.nl/vaklokaal-aardrijkskunde/toeristische-infrastructuur#>

Eurostat Overview. [online]. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/about/overview>

Glossary of terms. UNWTO [online]. URL: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>

Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše 2014 – 2020 Regionální rozvoj Krkonoše [online]. URL: <http://rozvoj.krkonoše.eu/cz/projekty/integrovana-strategie-rozvoje-regionu-krkonoše-2014-2020-s-vyhledem-do-roku-2030-7.html>

Krkonoše [online]. URL: <http://www.krkonoše.eu>

KRNAP. Strategie komunitně vedeného místního rozvoje [online]. MAS Krkonoše,  
URL: <https://www.mmr.cz/getmedia/c5f151c3-3f3d-485a-95b5-444f771f9cc8/Strategie-komunitne-vedeneho-mistniho-rozvoje-MAS-Krkonoše.pdf?ext=.pdf>

KOVÁRNOVÁ, Irena. Cestovní ruch v regionálním pohledu. Statistika&My [online]. 2016(11-12), URL:  
<http://www.statistikaamy.cz/2016/12/cestovni-ruch-v-regionalnim-pohledu/>

KRNAP [online]. URL: <http://www.krnep.cz/krnap-a-jeho-ochranne-pasmo/>

KRNAP [online]. URL: <http://www.krnep.cz/plan-pece/>

KRNAP [online]. URL: [http://www.krnep.cz/data/File/letaky\\_brozury/planpeceweb.pdf](http://www.krnep.cz/data/File/letaky_brozury/planpeceweb.pdf)

KRNAP. Strategie komunitně vedeného místního rozvoje [online]. MAS Krkonoše.  
URL: <https://www.mmr.cz/getmedia/c5f151c3-3f3d-485a-95b5-444f771f9cc8/Strategie-komunitne-vedeneho-mistniho-rozvoje-MAS-Krkonoše.pdf?ext=.pdf>

KLAPKA, Pavel. Krkonoše a udržitelný turismus. Časopis Krkonoše - Jizerské hory [online]. URL:  
[http://krkonose.krnep.cz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=9866](http://krkonose.krnep.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=9866)

KRNAP [online]. URL: <http://www.krnep.cz/krnap-a-jeho-ochranne-pasmo/>

KRNAP [online]. URL: <http://www.krnep.cz/priroda-a-historie/>

Kenniscentrum Kusttoerisme: Over ons [online].  
URL:<http://www.kenniscentrumtoerisme.nl/nl/overons/algemeen>

KRNAP: Nadace Face [online]. URL: <http://www.krnep.cz/nadace-face/>

LEJSEK, Zdeněk. Kolik vydělává tuzemský cestovní ruch? Statistika&My [online]. 2015(04), URL:  
<http://www.statistikaamy.cz/2015/04/kolik-vydelava-tuzemsky-cestovni-ruch/>

LEJSEK, Zdeněk. Platební bilance a statistika cestovního ruchu Statistika&My [online]. 2012(09) URL:

[https://www.czso.cz/documents/10180/20555407/1804120924\\_25.pdf/84e2d3ea-2dc8-48c1-beab-054c35375c4e?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/10180/20555407/1804120924_25.pdf/84e2d3ea-2dc8-48c1-beab-054c35375c4e?version=1.0)

MAS Krkonoše: Udržitelný cestovní ruch [online]. URL: <http://www.mas-krkonose.cz>

Nieuwenhuis, M.A., The Art of Management (the-art.nl), 2003-2010. URL: [http://123management.nl/0/040\\_mensen/a400\\_mensen\\_19\\_motivatatie\\_klassiek.html](http://123management.nl/0/040_mensen/a400_mensen_19_motivatatie_klassiek.html)

PALATKOVÁ, Monika et al.

Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013): Nizozemsko. Czechtourism [online]. Praha, 2013 URL: [http://www.czechtourism.cz/getmedia/8f13949d-e3a7-4308-8b73-b0f911fc981d/country\\_report\\_nizozemsko\\_2013.pdf.aspx](http://www.czechtourism.cz/getmedia/8f13949d-e3a7-4308-8b73-b0f911fc981d/country_report_nizozemsko_2013.pdf.aspx)

Podnikatel.cz [online]. 2012. URL: <http://www.podnikatel.cz/clanky/ruzova-turistika-by-se-mohla-stat-podnikatelskym-zlatym-dolem/>

Průvodní zpráva k závěrečnému účtu kapitoly [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2016, URL: [https://www.mmr.cz/getmedia/1afd75f9-f5d4-4a18-9480-2e74031546a3/MMR-final\\_zprava-2015\\_proweb-\(3\)\\_12-12-2016.pdf?ext=.pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/1afd75f9-f5d4-4a18-9480-2e74031546a3/MMR-final_zprava-2015_proweb-(3)_12-12-2016.pdf?ext=.pdf)

Program rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Krkonoše: Shrnutí [online]. URL: [http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/krajsky-urad/cestovni-ruch/dokumenty-koncepce/shrnti\\_analyzy.pdf](http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/krajsky-urad/cestovni-ruch/dokumenty-koncepce/shrnti_analyzy.pdf)

Statistika&My O nás [online]. URL: <http://www.statistikaamy.cz/o-nas/>

Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015 [online]. In: . 2016: © NRIT Media (delen 1 en 3) en CBS (deel 2), 2015 [cit. 2017-03-23]. URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2015/47/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2015>

Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016 [online]. In: . 2016: © NRIT Media (delen 1 en 3) en CBS (deel 2), 2016, URL: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/48/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2016>

UNWTO: Who we are [online]. URL: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>

VANÍČEK, Jiří a Vladimír KŘEŠŤAN. Marketing cestovního ruchu [online]. In: . Jihlava, 2007, URL: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

Venkovské noviny Holanďané na studijní cestě v Krkonoších. [online]. 2008(4), 16  
URL: [http://www.venkovskenoviny.cz/dat/vyd/venkovske\\_noviny\\_2008\\_04.pdf](http://www.venkovskenoviny.cz/dat/vyd/venkovske_noviny_2008_04.pdf)

## **Lijst van grafieken, tabellen en foto's**

Grafiek 1: De behoeftepiramide van Abraham Maslow .....	23
Grafiek 2: Het aantal niet-ingezeten in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in het Reuzengebergte.....	33
Grafiek 3: Het aandeel van het toerisme in het BBP en het aantal banen in het toerisme .....	38
Grafiek 4: Reist u via een reisbureau? .....	54
Grafiek 5: In welke seizoen reist u naar het Reuzengebergte? .....	55
Grafiek 6: Aan welke accommodatie geeft u uw voorkeur? .....	56
Grafiek 7: Hebt u interesse voor extra diensten? (wellness, skischool, verhuur van sportmateriaal, ...) .....	57
Grafiek 8: Bent u tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands? (brochures, Nederlands sprekende ski & snb leraren, menu's, gids ...) .....	58
Grafiek 9: Wat is voor u belangrijk bij het kiezen van de bestemming? .....	59
Grafiek 10: Algemene tevredenheid .....	60
Tabel 1: Het aantal gasten en overnachtingen in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in de regio Hradec Králové.....	32
Tabel 2: Het aantal gasten en overnachtingen in collectieve logiesverstrekkende bedrijven in de regio Liberec .....	32
Tabel 3: Het aantal niet ingezette in het Reuzengebergte.....	64
Foto 1: Sněžka .....	82
Foto 2: Berghutte Luční bouda .....	82

Foto 3: Berghutte Výrovka .....	83
Foto 4: Labský důl .....	83
Foto 5: Pančava waterval .....	84
Foto 6: Muhlava waterval .....	84
Foto 7: Het bordje op toeristische plek Krakonošova snídaně in het Tsjechisch .....	85



## **Annotatie**

<b>Jméno autora:</b>	Iveta Landová
<b>Název fakulty a katedry:</b>	Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra nederlandistiky
<b>Název diplomové práce:</b>	Reuzengebergte als een populaire toeristische bestemming voor de Nederlandse toeristen
<b>Anglický název diplomové práce:</b>	The Giant Mountains as a Popular Destination for Dutch Tourists
<b>Český název diplomové práce:</b>	Krkonoše jako cílová destinace pro nizozemské turisty
<b>Vedoucí diplomové práce:</b>	Prof. dr. Wilken Engelbrecht
<b>Počet znaků (bez mezer):</b>	111 173
<b>Počet stran:</b>	87
<b>Počet příloh:</b>	2
<b>Počet použitých titulů:</b>	a) literární zdroje 18 b) internetové zdroje 43
<b>Klíčová slova:</b>	cestovní ruch, nizozemští turisté, Krkonoše, statistiky, cílová destinace

### **Krátká charakteristika:**

Tato diplomová práce se zabývá nizozemskými turisty v Krkonoších. V teoretické části vysvětluje některé pojmy týkající se cestovního ruchu. Dále se věnuje statistikám, které jsou s touto problematikou spojeny. Také analyzuje výsledky dotazníkového šetření, z kterého vyplývají preference nizozemských turistů, jejich zájmy a motivace jezdit do Krkonoš na dovolenou. Cílem diplomové práce je zjistit, jaký potenciál mají nizozemští turisté v této turistické oblasti. Závěrem je předloženo několik návrhů na nalákání více Nizozemců do Krkonoš nebo zpříjemnění jejich dovolené.

## Bijlage 1: Foto's<sup>1</sup>



Foto 1: Sněžka



Foto 2: Berghutte Luční bouda

---

<sup>1</sup> Foto's van de auteur



Foto 4: Berghutte Výrovka

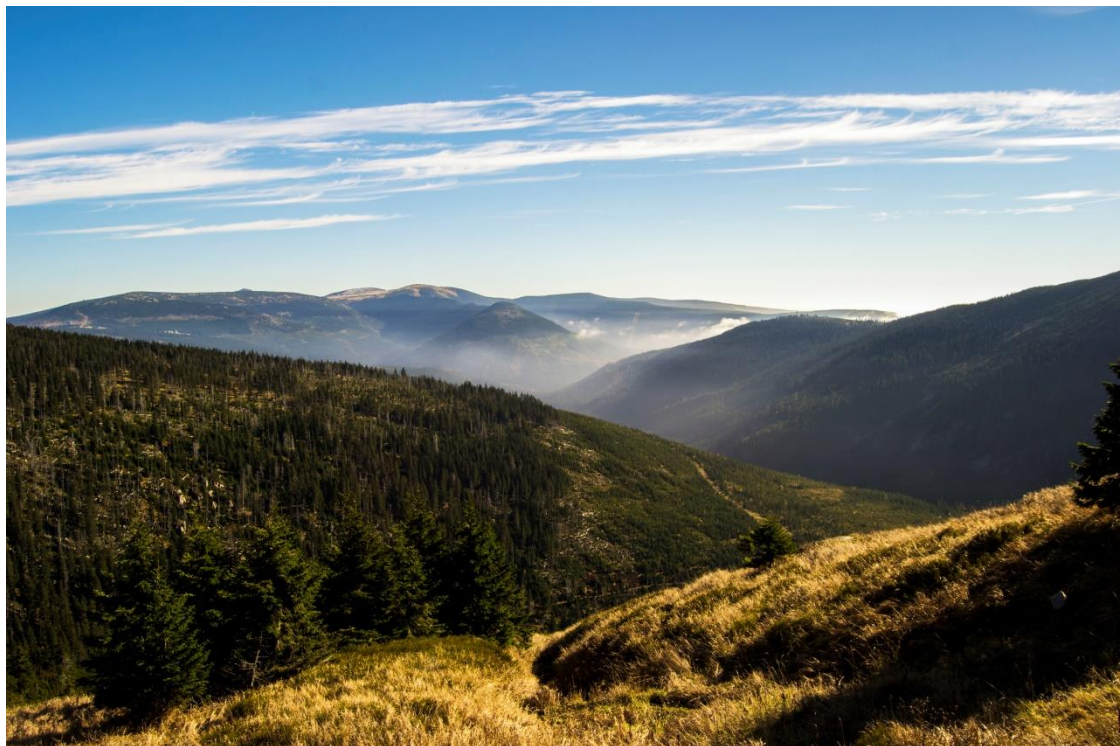


Foto 3: Labský důl



Foto 5: Pančava waterval

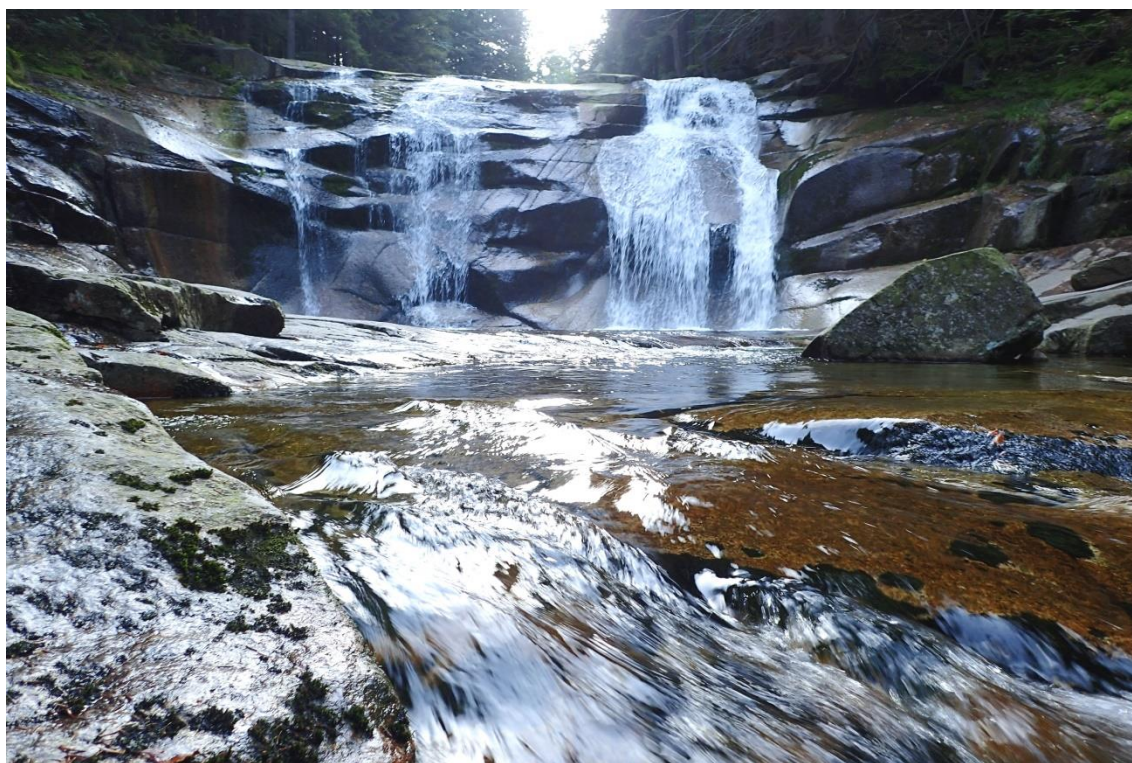


Foto 6: Mumlava waterval



Foto 7: Het bordje op toeristische plek Krakonošova snídaně in het Tsjechisch

## Bijlage 2: Vragenlijstonderzoek

Aantrekkelijkheid van het Reuzengebergte voor Nederlandse toeristen

Deze vragenlijst gaat over de aantrekkelijkheid van het Reuzengebergte voor Nederlandse toeristen.

Ik hoop dat de lijst de kwaliteit van uw vakantie in het Reuzengebergte zal helpen verbeteren.

- 1) Reist u via een reisbureau?
  - Ja
  - Nee
  
- 2) In welke seizoen reist u naar het Reuzengebergte?
  - In de zomer
  - In de winter
  - In elk seizoen
  
- 3) Aan welke accommodatie geeft u uw voorkeur?
  - Basis - kamperen (\*)
  - Midden Comfort (\*\*\*)
  - Luxe (\*\*\*\*\*)
  
- 4) Hebt u interesse voor extra diensten? (wellness, skischool, verhuur van sportmateriaal, ...)
  - Ik heb geen interesse voor de extra diensten.
  - Soms betaal ik extra geld voor sommige diensten.
  - Ik maak regelmatig gebruik van de diensten.
  
- 5) Bent u tevreden over het aanbod van diensten in het Nederlands? (brochures, Nederlands sprekende ski & snb leraren, menu's, gids ...)
  - Ja
  - Nee. Ik wil graag in het Nederlands  
.....
  
- 6) Wat is voor u belangrijk bij het kiezen van de bestemming?
  - Lage prijzen
  - Natuur, locatie, bergen
  - Sportmogelijkheden
  - Andere .....

7) Algemene tevredenheid

- Ik ben tevreden. Ik reis elk jaar naar het Reuzengebergte.
- Ik ben tevreden en ik wil graag terugkomen.
- Het was fijn maar volgende keer zal ik op een andere bestemming in Tsjechië verblijven.
- Ik ben nog niet in het Reuzengebergte geweest maar ik wil daar graag eens heengaan.
- Ik kom niet meer terug.

DANK U WEL voor het invullen van de vragenlijst