

De Chinezen komen!

Hoe duurzaam zijn nieuwe toeristenstromen?

De Chinese toerist weet Nederland steeds vaker te vinden. In 2025 staat China naar verwachting op plaats vijf van de Nederlandse ranglijst van belangrijkste herkomstlanden van inkomend toerisme. Hoe kan de toeristische sector hier duurzaam op inspelen?

Daarover ging het tijdens de Groeneveld Conferentie, op 11 september in Wageningen. Het MVO Netwerk Toerisme organiseerde deze bijeenkomst samen met Wageningen UR, NBTC Holland Marketing, CELTH en Universiteit Leiden.



Voor het inkomende toerisme in Nederland vormt China naar verwachting in 2025 de vijfde herkomstmarkt. Eddie Yang van de Chinese tak van NBTC Holland Marketing, schetst eerst de aantallen. In 2012 overnachtten 196.000 Chinese bezoekers in Nederland en in 2025 zullen dat er ruim 800.000 zijn - een stijging van meer dan 300%. Ongeveer de helft van hen verblijft dan in Amsterdam. Maar zij gaan ook steeds meer het land in, naar plaatsen als Rotterdam en Giethoorn of bekend attracties als de Keukenhof.

Trends

Bekend is het beeld van de Chinese toerist die door touroperators in grote groepen per bus langs de toeristische highlights wordt geloodst. De trend is echter dat het aantal individuele reizen toeneemt ten koste van groepsreizen. De consument wint terrein op de traditionele touroperators en reizen worden steeds vaker geboekt via internet en social media, vertelt Yang: 'click and book'. De Nederlandse reisbranche komt niet makkelijk in contact met deze Chinese toeristen, aangezien het merendeel van hen geen Engels spreekt of leest, het internet door de Chinese overheid wordt afgeschermd en zij ook andere sociale media gebruiken dan wij in het Westen.

Ontmoeting

Over de trends in het Chinese toerisme vertellen zowel Pál Nyiri, professor aan de VU Amsterdam, als Chin-Ee Ong van Wageningen UR. Dat de Chinese overheid bijvoorbeeld het uitgaand toerisme reguleert en dit bevordert in landen waarmee het ook een economische relatie heeft, zoals Afrika. Binnen China zijn het boeddhisme, regionale themaparken en 'recordbreaking' nu gewild. Daarnaast zijn reizen gericht op beleving, met kunstmatige varianten van natuur. Populair is ook de variant waarin Chinezen internationale gasten kunnen ontmoeten in speciale café's en resorts, met de Europese toerist als attractie.

Andere wensen

Hoe kunnen we als toeristische sector inspelen op deze nieuwe toeristenstroom? Hans Dominicus van CELTH (Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality) geeft aan dat de Chinese toerist een heel ander wensen- en uitgavenpatroon heeft dan de toeristen waarmee we nu in Nederland vaak van doen hebben. Ze komen vooral voor kunst en cultuur, lekker eten en luxe shopping. Behalve dat zij goed geld uitgeven, ziet Dominicus ook indirect voordelen voor de economie: de Chinezen komen hier om kennis op te doen van ons land en nemen die ook mee naar huis. Met als gevolg dat ook Chinese bedrijven Nederland steeds vaker weten te vinden. Om mogelijke ergernis over deze

toeristenstroom te voorkomen, zouden we de Chinezen meer kunnen helpen om hier hun weg te vinden en het contact met de lokale bevolking kunnen stimuleren.

Stappen

En wat kunnen wij van de Chinezen leren als het gaat om duurzaam toerisme? Rachel Feng van het Shanghai Institute of Tourism vertelt over 'smart tourism' waarin e-tools worden gebruikt voor boekingen en zakelijke ondersteuning. En over andere trends in de markt, waaronder regelingen van de Chinese overheid voor betaald verlof, die oudere werknemers de kans geven om verre reizen te maken. Maar ook hoe in China zelf de reisbranche stappen zet in 'crowd control': het beperken van de druk van toeristen op populaire vakantiebestemmingen, met name populaire steden als Hangzhou en Shanghai. Hiervoor worden vrijwilligers ingezet, veelal studenten en plaatselijke bewoners. Maar de bescherming van het milieu is in het bedrijfsleven nog altijd ondergeschikt aan geld verdienen.

People en planet

Moeten we nu blij zijn met die Chinese toerist of niet? Van de 3 P's komen 'people' en 'profit' tijdens de conferentie vaker aan bod dan 'planet', maar de impact op het milieu blijkt nog niet zo eenvoudig te bepalen. Na een luchtvervuilende intercontinentale vlucht naar Europa, worden de Chinezen door touroperators groepsgewijs in de bus langs de toeristische highlights geloodst. Wanneer zij echter vaker individueel gaan reizen, zou dat in theorie meer milieubelasting kunnen opleveren. Maar de Chinezen reizen vrijwel altijd met het openbaar vervoer. Bij NBTC Holland Marketing merken ze op dat Chinezen na hun eerste flitsbezoek steeds vaker terugkomen voor een langer verblijf. En dat zij dan steeds vaker kiezen voor bestemmingen buiten het drukke Amsterdam. Goed voor een kleine gemeenschap als Giethoorn, waar plaatselijke voorzieningen een nieuwe impuls krijgen.

De kapitaalkrachtige, hoger opgeleide Chinese toerist is dus best een graag geziene gast en een interessante groeimarkt, met name voor het regionale toerisme. Mits we de hem aanspreken in hun eigen taal en de juiste ingang vinden via internet en social media. Dankzij deze conferentie hebben we zijn wensen en verwachtingen al wel wat beter in beeld.