

De impact van de bezoekerseconomie op Amsterdam



Amsterdam, oktober 2017
In opdracht van gemeente Amsterdam

De impact van de bezoekerseconomie op Amsterdam

Menno van Benthem
Julie Fijnje
Carl Koopmans
Bert Tieben



seo economisch onderzoek

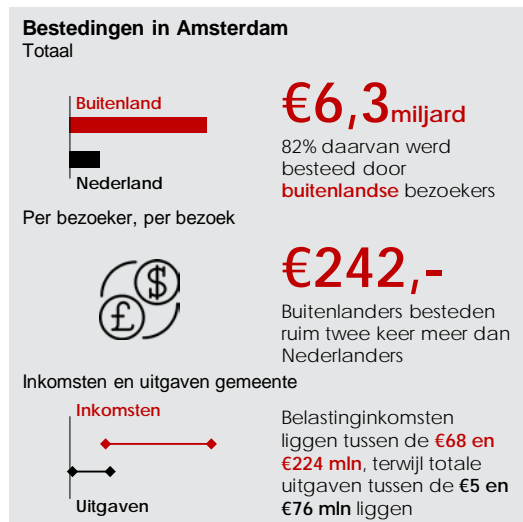
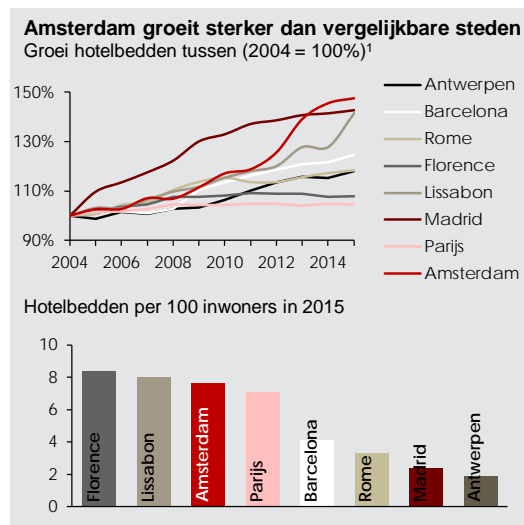
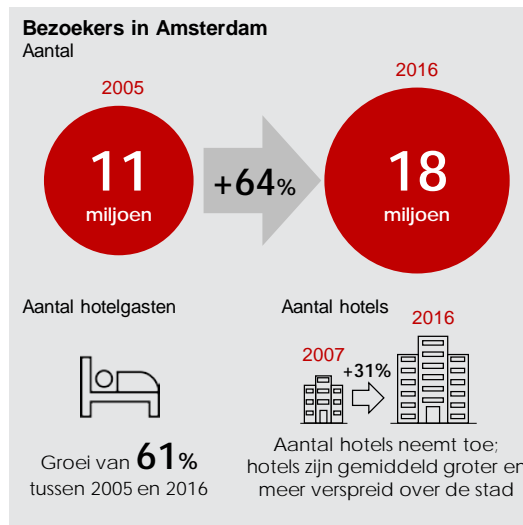
“De wetenschap dat het goed is”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winst-oogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

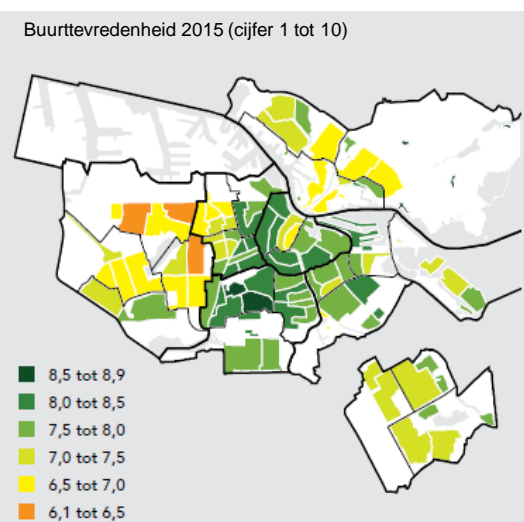
SEO-rapport nr. 2017-63

ISBN 978-90-6733-883-7

Copyright © 2017 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via secretariaat@seo.nl



- ### Leefbaarheid
- **Sociale overlast**
Toegenomen in vier buurten in het centrum (2013-2015)²
 - **Zwerfafval**
Constant gebleven (2012-2016)²
 - **Verdringing**
Vooral op specifieke locaties
 - **Misdrijven**
Gestegen in het centrum (2011-2015) t.o.v. een daling in de gehele stad (2010-2016)²
 - **Fijnstof**
Dalende trend op diverse locaties (2008-2016)²
 - **Tevredenheid over sociale cohesie**
Hoger in het centrum dan in andere stadsdelen. Stabiel (2008-2016)



Bron: SEO Economisch Onderzoek, enkele iconen gemaakt door Freepik

Noot: ¹: Data over de 50km verzorgingsgebieden rondom de luchthaven van iedere stad in de benchmark
²: Deels door bezoekers, deels door inwoners

Samenvatting

Het aantal bezoekers aan Amsterdam is tussen 2005 en 2016 gegroeid van 11 miljoen tot bijna 18 miljoen. Zij besteedden in 2015 6,3 miljard euro en creëerden daarmee circa 2 tot 2,7 miljard aan toegevoegde waarde. Er zijn 61.000 banen in de toeristische sector. De meeste negatieve effecten, zoals overlast en misdrijven, zijn voor de stad als geheel stabiel gebleven of gedaald. In het centrum zijn sommige negatieve effecten juist verergerd.

Het aantal mensen dat wereldwijd op zoek gaat naar avontuur, ontspanning of cultuur neemt sterk toe. Het gevolg is toenemende drukte in populaire bestemmingen. Ook Amsterdam ervaart de positieve en negatieve kanten van de bezoekerseconomie. Na de economische crisis kwam het herstel van het toerisme rond 2010 aanvankelijk als een zegen. In de afgelopen twee jaar neemt de discussie toe over de negatieve aspecten van het groeiend aantal bezoekers aan de stad.

Onderzoeksvragen

De gemeente Amsterdam heeft SEO Economisch Onderzoek gevraagd om de effecten van de bezoekerseconomie in Amsterdam in kaart te brengen. Daarbij staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

- Wat is de omvang van de bezoekerseconomie?
- Wat zijn de directe economische effecten die samenhangen met bezoekers?
- Wat zijn de indirecte en externe effecten die samenhangen met bezoekers?
- Wat is de verdeling van de lasten en lusten van de bezoekerseconomie?

Bezoekers

Tussen 2005 en 2016 is het aantal bezoekers aan Amsterdam gestegen van 11 miljoen tot bijna 18 miljoen. Bijna de helft van deze bezoekers komt uit Nederland zelf. Het aantal hotelgasten in de zelfde periode is met 61 procent toegenomen. De meeste hotels bevinden zich in het Centrum, maar de groei vindt plaats in Zuidoost en Nieuw-West. Hotelgasten overnachtten in 2015 het vaakst in viersterrenhotels. In 2004 waren zij nog min of meer gelijk verdeeld over de verschillende sterclassificaties. Er is dus sprake van ruimtelijke spreiding en van upgrading.

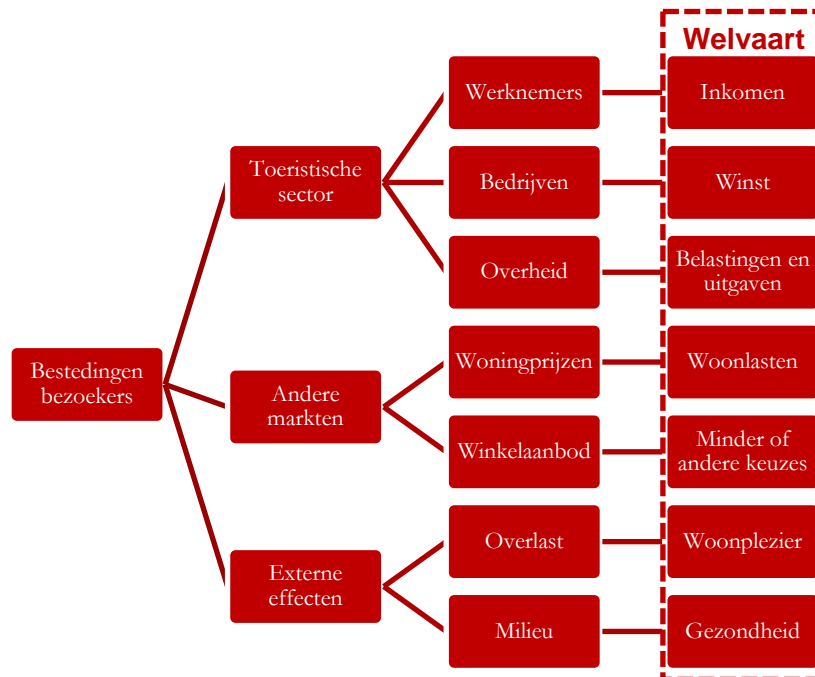
Bestedingen

Bezoekers besteedden in 2015 6,3 miljard euro in Amsterdam. 82 procent hiervan werd door buitenlanders besteed. Een gemiddelde bezoeker besteedt in Amsterdam 242 euro. Buitenlandse bezoekers gaven per persoon ruim tweemaal zoveel uit als Nederlandse bezoekers. In de berekening zijn bestedingen van verblijfsbezoekers in niet-geregistreerde accommodaties zoals vakantieverblijf niet meegenomen. Het bedrag is daarom te beschouwen als een ondergrens.

Effecten

Bestedingen van bezoekers veroorzaken positieve en negatieve effecten via verschillende kanalen (zie figuur S.1). Naast de toeristische sector (en de overheid) worden ook andere markten beïnvloed, zoals die voor woningen en winkels. Externe effecten zoals sociale overlast leiden tot ongenoegen bij bewoners in gebieden waar veel bezoekers komen.

Figuur S.1 Bestedingen van bezoekers leiden tot positieve en negatieve effecten



Bron: SEO Economisch Onderzoek.

Toegevoegde waarde en werkgelegenheid

De bestedingen van bezoekers leiden naar schatting tot een toegevoegde waarde voor Amsterdam van € 2 tot € 2,7 miljard op jaarbasis. Dit vertaalt zich door naar inkomen voor werknemers en winsten voor bedrijven. Een ander gevolg voor Amsterdam van het groeiende aantal bezoekers is de toegenomen werkgelegenheid: in 2016 zijn er in Amsterdam circa 61 duizend banen in de toeristische sector, een groei van 33 procent ten opzichte van 2007. Dit betekent 15 duizend extra banen in de toeristische sector sinds 2007.

Belastingen en subsidies

De overheid ontvangt parkeergelden, toeristenbelasting en gemakkelijksretributie; in totaal gaat het om 224 miljoen euro per jaar bedragen (exclusief bewonersvergunningen). De parkeerbelasting (€ 156 miljoen) wordt voor een deel opgebracht door inwoners. Daar staan kosten van subsidies en voorzieningen tegenover die maximaal circa 76 miljoen euro bedragen. Dit zijn deels kosten die gemaakt worden voor bezoekers. Voor het andere deel gebruiken inwoners de voorzieningen die hiermee worden bekostigd.

Effecten op andere markten

De afgelopen jaren was er een sterke stijging van de woningprijzen en een aanzienlijke verandering van het winkelaanbod. Het causale verband met bezoekers is echter onduidelijk. Op de woningmarkt is de schaarste aan woningen de belangrijkste reden van de prijsstijging. In de retailsector spelen veranderende consumentenvoorkeuren en de opkomst van de interneteconomie een grote rol. Het groeiend aanbod van winkels op het terrein van voedingsmiddelen, cosmetica en vrijetijdsartikelen lijken symptomatisch voor een stad met een sterke toename van het aantal bezoekers. Een indicatie voor de druk van de bezoekerseconomie op de samenstelling van het winkelaanbod is de ontwikkeling van de huurprijzen: De gebieden met stijgende huurprijzen voor winkels tussen 2005

en 2016 bevinden zich vooral in het centrum, terwijl de gebieden met dalende prijzen juist in de buitenwijken liggen.

De verdeling van de kosten en baten over de actoren in Amsterdam is ongelijk: sommigen profiteren waar anderen de kosten ervaren. Zo zijn verkopers van woningen beter af, ten koste van kopers.

Tabel S.1 Groeiend aantal bezoekers veroorzaakt kosten maar kent ook opbrengsten

Sector/markt	Actoren	Effect	Omvang/Bedrag
Toeristische sector	Bezoekers	Bestedingen	€ 6,3 miljard
	Bedrijven	Toegevoegde waarde	€ 2,0 à 2,7 miljard
	- waarvan werknemers	Inkomen	2/3 van de toegevoegde waarde
	- waarvan eigenaars	Winsten	1/3 van de toegevoegde waarde
	Gemeente Amsterdam	Belastingen*	€ 68 à 224 miljoen
		Subsidies	€ 5 à 31 miljoen
		Andere kosten	€ 45 miljoen
Arbeidsmarkt	Werknemers en zelfstandigen	Werkgelegenheid toeristische sector	61.000 banen*
Woningmarkt	Huizenbezitters	Hogere woningprijzen**	Prijsstijging 25,7% (2007-2016) / € 767 miljoen
	Starters, doorstromers	Hogere woningprijzen**	Prijsstijging 25,7% (2007-2016) / € 767 miljoen
Detailhandel	Inwoners	Meer aanbod**	21,3% meer vestigingen (2007-2015), o.a. door webwinkels
	Winkeliers, klanten	Minder winkels**	11% minder winkels (2007-2016)
	Verhuurders onroerend goed	Winkelhuren**	Stijging in het centrum, daling daarbuiten
Mobiliteit	Vervoerders	Meer reizigers	48% stijging op weekenddagen (1990-2015)
	Inwoners	Congestie op de A10**	56% daling 2008-2015
Huishoudens	Inwoners	Sociale overlast**	Stabiel voor Amsterdam als geheel (2012-2016) Toegenomen in vier buurten in het Centrum (2013-2015)
Openbare ruimte	Inwoners	Zwerfafval**	Constant gebleven (2012-2016) Aantal klachten hoger dan landelijk gemiddelde
Openbare ruimte	Inwoners	Verdringing	Vooral op specifieke locaties
Veiligheid	Inwoners	Misdrijven**	In Amsterdam 8% gedaald (2010-2016) In het Centrum 7% gestegen (2011-2015)
Milieu (luchtkwaliteit)	Inwoners	Fijnstof**	Dalende trend op diverse locaties (2008-2016)
Sociale cohesie	Inwoners	Tevredenheid over sociale cohesie	Stabiel (2008-2016) In centrum hoger dan gemiddeld in andere stadsdelen

* deels gerelateerd aan bestedingen van bezoekers, deels van inwoners

** dit effect wordt deels veroorzaakt door bezoekers, deels door andere factoren

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Externe effecten

De meeste externe effecten zijn stabiel of ontwikkelen zich gunstig voor Amsterdam als geheel. In het centrum is het aantal misdrijven echter gestegen. In vier buurten in het Centrum is de sociale

overlast toegenomen. Ook bij de externe effecten geldt dat de causale relatie met de groei van het aantal bezoekers zwak is. Vaak zijn lokale factoren belangrijker dan de bezoekers van buiten, zoals bij het effect op de sociale cohesie. Wel is de overlast duidelijk op locaties die bekend staan om hun aantrekkingskracht op bezoekers, zoals de Wallen. De impact van de bezoekerseconomie moet dus vooral op buurtniveau worden beschouwd als het gaat om het oplossen van problemen.

Totaalbeeld

Het aantal bezoekers en hun bestedingen zijn sterk gegroeid, terwijl de meeste negatieve effecten voor de stad als geheel stabiel zijn gebleven of zijn gedaald (zie tabel S.1). Wel nemen misdrijven toe in het Centrum en is de leefbaarheid afgenomen door sociale overlast.

Inhoud

Samenvatting	i
1 Inleiding	1
2 De omvang van de bezoekerseconomie in Amsterdam	7
2.1 Bezoekers en hun activiteiten.....	7
2.2 Vervoer in en naar Amsterdam.....	9
2.3 Overnachtingen.....	11
2.4 Amsterdam in internationale context.....	14
2.5 Bestedingen bezoekers.....	15
2.6 Conclusie.....	17
3 Directe effecten	19
3.1 Toegevoegde waarde.....	19
3.2 Belastinginkomsten.....	21
3.3 Subsidies.....	22
3.4 Overheidsdiensten.....	23
3.5 Conclusie.....	25
4 Indirecte effecten	27
4.1 Werkgelegenheid.....	28
4.2 Huizenprijzen.....	30
4.3 Veranderend winkelaanbod.....	32
4.4 Aantrekkelijkheid als woon- en vestigingsplaats.....	37
4.5 Infrastructuur.....	38
4.6 Historisch erfgoed.....	38
4.7 Conclusie.....	39
5 Externe effecten	41
5.1 Sociale overlast.....	41
5.2 Zwerfafval.....	43
5.3 Congestie en verdringing.....	45
5.4 Veiligheid.....	45
5.5 Milieu.....	48
5.6 Sociale cohesie.....	50

5.7	Conclusie.....	51
6	Conclusies.....	53
	Literatuur	57

1 Inleiding

Aanleiding

De stad en regio Amsterdam hebben te maken met een toename van het aantal bezoekers. Het toerisme is van oudsher een sector die conjunctuurgevoelig is. Stijgende aantallen toeristen zijn dan ook een periodiek terugkerend fenomeen. De laatste jaren lijkt er echter sprake van een structurele verandering in het aantal mensen dat wereldwijd op zoek gaat naar avontuur, ontspanning of cultuur en dat heeft ook gevolgen voor het aantal bezoekers aan Amsterdam dat sinds 2005 sterk is toegenomen.

Veelgenoemde oorzaken van deze beweging zijn de opkomst van prijsvechters in de luchtvaart waardoor reizen goedkoper wordt, de economische ontwikkeling in landen als China en India waarvan de bevolking ook gaat reizen en de opkomst van de deeleconomie. Platforms als Airbnb bieden bezoekers van vooral steden een goedkoper alternatief voor hotels, wat de kosten van het reizen nog verder verlaagt. Het gevolg is toenemende drukte in populaire bestemmingen zoals Praag, Barcelona en Amsterdam en een aanzwellend maatschappelijk debat over de negatieve impact van bezoekers op de lokale bevolking.

Ook de Amsterdamse economie ervaart de positieve en negatieve kanten van bezoekers, waarbij de vraag is wat de effecten precies zijn. Al in 1981 voorzagen sociaal-geografen Ruud Bergh en Geurt Keers dat de binnenstad zou veranderen in een “swingend vrijetijdscentrum”. De opbouw van een bezoekers- en vrijetijdseconomie is vanaf de jaren tachtig een structureel onderdeel geweest van de wederopbouw van Amsterdam. In de jaren '90 leidde dit tot investeringen in de culturele iconen van Amsterdam en het aantrekkelijk maken van de binnenstad als winkelgebied. Begin deze eeuw kwamen daar onder meer Project 1012 (criminaliteitsvermindering en economische opwaardering van het centrum) en een nieuwe hotelstrategie bij. Ook de aanleg van de Noord-Zuidlijn is mede bedoeld om de bereikbaarheid van het Centrum te verbeteren. De effecten hiervan op het aantal bezoekers zal pas op termijn zichtbaar worden.

Na de economische crisis kwam het herstel van het aantal bezoekers rond 2010 aanvankelijk als een zegen. In de afgelopen twee jaar lijkt de stemming echter omgeslagen, getuige het debat in media en politiek over de negatieve kanten van het aantal bezoekers in Amsterdam.

De Rekenkamer Amsterdam heeft zich eind 2016 gebogen over de Amsterdamse aanpak van de drukte in de stad. Een van de aanbevelingen was om de kosten en baten van de bezoekerseconomie in kaart te brengen. Het College van B&W van Amsterdam heeft deze aanbeveling opgevolgd en SEO opdracht gegeven voor dit onderzoek. Tegelijk is de Argumentenfabriek gevraagd om een zogenaamde ‘Argumentenkaart’ op te stellen, met daarin een kwalitatieve opsomming van alle voor- en nadelen van het grote aantal bezoekers van Amsterdam. Dit onderzoek probeert waar mogelijk deze argumenten te kwantificeren. Bijlage A bevat een overzicht van de relaties tussen dit onderzoek en de Argumentenkaart.

Vraagstelling

Hoe zit het nu precies met de effecten van de bezoekerseconomie voor de stad Amsterdam? Als er sprake is van kosten en baten waaruit bestaan die dan? Deze studie beoogt een antwoord te geven op deze vragen. Concreet staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

- Wat is de omvang van de bezoekerseconomie in Amsterdam?
- Wat zijn de directe economische effecten die samenhangen met bezoekers in Amsterdam?
- Wat zijn de indirecte en externe effecten die samenhangen met bezoekers in Amsterdam?
- Wat is de verdeling van de lasten en lusten van de bezoekerseconomie?

Methode

Voor een economische analyse van de bezoekerseconomie zijn verschillende methoden beschikbaar. Gebruikelijk is om de effecten van bezoekers te onderzoeken in een *impactanalyse*. De impactanalyse volgt de geldstroom die bezoekers tot stand brengen via hun bestedingen. Deze bestedingen hebben invloed op inkomsten, winsten en belastingen, die als economische effecten zijn te beschouwen. De impactanalyse is een statische methode die kijkt naar de impact van een verandering van bezoekersstromen (x procent meer of minder). Bovendien is de methode partieel: inkomsten, winsten en belastingen kunnen stijgen als gevolg van meer bezoekers, maar betekent dat ook dat dit goed is voor de samenleving? De kosten van de bezoekerseconomie blijven in een impactstudie vaak buiten beeld.

Berekeningen via *input-output modellen* en *toegepaste evenwichtsmodellen* zijn wel in staat het effect op de welvaart – het bruto binnenlands product – te berekenen en bevatten terugkoppelingsmechanismen. Dergelijke modellen beschrijven echter niet alle markten die belangrijk zijn voor de bezoekerseconomie. Bovendien laten de modellen effecten zoals milieuschade vaak buiten beschouwing.

Dergelijke effecten kunnen in een *maatschappelijke kosten-batenanalyse* (MKBA) wel aan de berekening worden toegevoegd. Kenmerk van een MKBA is dat alle effecten die samenhangen met een investering of een wijziging van beleid onderdeel zijn van de analyse. Dit kunnen effecten zijn die nu optreden of in de verre toekomst; de MKBA houdt rekening met verschillen in de timing van effecten. De effecten worden gewaardeerd in euro's zodat ze vergelijkbaar zijn waarbij effecten in de toekomst via een discontovoet worden uitgedrukt in euro's van het huidige jaar. De optelsom van kosten en baten bepaalt vervolgens het effect op de welvaart. Deze optelsom houdt rekening met effecten die niet of slecht in euro's te waarderen zijn. Deze posten worden in elk geval vermeld en beschreven in de analyse. Een MKBA gebruikt scenario's als basis, bijvoorbeeld staand beleid versus nieuw beleid, of de situatie met een investering versus de situatie zonder. De berekening van de kosten en baten is de uitkomst van deze verschilanalyse.

De vraagstelling van dit rapport past goed bij de MKBA als onderzoeksmethode. Dit rapport hanteert daarom het denkkader van de MKBA maar voert geen integrale MKBA uit van de bezoekers-economie in Amsterdam. Voor deze beperking zijn verschillende redenen. In de eerste plaats ontbreken de scenario's waarop de MKBA gebaseerd zou moeten zijn, zoals een mogelijke wijziging van het beleid van de gemeente Amsterdam ten aanzien van de bezoekers aan stad en regio. Deze scenario's zijn niet beschikbaar voor dit onderzoek. In de tweede plaats vraagt een MKBA dat ook

de toekomstige effecten in beeld komen wat de analyse complex maakt en een relatief lange doorlooptijd van het onderzoek noodzakelijk maakt. Voor de beleidsdiscussie is vooral informatie nodig over de effecten van de bezoekerseconomie op de korte en middellange termijn. Dit rapport combineert daarom de economische impactstudie met elementen van de MKBA.¹

De werkwijze van het rapport is als volgt. De economische impactstudie vormt het startpunt, waarbij de bestedingen van bezoekers centraal staan en vervolgens wordt gekeken welke inkomsten, winsten en belastingen samenhangen met deze bestedingen. Hierbij horen ook de eventuele kosten die samengaan met de bezoekersstroom. Dit zijn de *financiële* effecten van de bezoekerseconomie die *direct* verband houden met de bestedingen van bezoekers in Amsterdam. Het is echter van belang om verder te kijken dan de directe financiële gevolgen waarvoor de effectindeling van de MKBA wordt gebruikt. Voordeel van deze aanpak is dat effecten gestructureerd worden onderzocht en ondergebracht in categorieën die samenhangen met het effect dat bezoekers hebben op de welvaart in Amsterdam. Daarbij wordt ook rekening gehouden met de verdeling van de lusten en lasten van de bezoekerseconomie wat aansluit bij de vraagstelling. Naast de directe effecten analyseert dit rapport daarom de *indirecte* effecten van de bezoekerseconomie. Hieronder vallen geïnduceerde of doorgegeven effecten van de bezoekerseconomie op andere sectoren. In aanvulling daarop is het nodig om de *externe* effecten in kaart te brengen. Dit zijn niet-financiële gevolgen van de bezoekerseconomie die toch van invloed zijn op de welvaart van burgers, zoals de leefbaarheid en milieukwaliteit van Amsterdam.. Box 1.1 werkt deze driedeling van effecten verder uit.

Box 1.1 De bezoekerseconomie heeft directe, indirecte en externe effecten.

De analyse van de kosten en baten van de bezoekerseconomie voor Amsterdam onderscheidt drie soorten effecten: directe effecten, indirecte effecten en externe effecten. Maatschappelijke kosten-batenanalyses maken dit onderscheid omdat het iets vertelt over hoe kosten en baten ontstaan en waar ze neerslaan.

Directe effecten zijn in maatschappelijke kosten-batenanalyses de effecten op de markt waarop de maatregelen aangrijpen. In het geval van de bezoekerseconomie betreft dat markten die direct diensten en goederen leveren aan bezoekers, zoals de horeca en musea. Een direct effect is bijvoorbeeld dat ondernemers in de genoemde sectoren meer toegevoegde waarde (winst) genereren.

Indirecte effecten ontstaan op andere markten dan de sectoren die diensten en goederen direct aan toeristen leveren. Meestal gaat het om doorgegeven directe effecten. Als restaurants goed draaien vanwege het toerisme, gaat ook de vraag naar horecaproducten omhoog. De toeleverancier van het horecabedrijf heeft hier voordeel van. De omzet die daarmee samenhangt, is een indirect effect. Doorgegeven effecten kunnen voorwaarts of achterwaarts zijn. De toegenomen omzet bij een toeleverancier is een voorbeeld van een achterwaarts effect, omdat het bedrijf meer vooraan in de horecawaardeketen zit. Ook werknemers zijn ‘toeleveranciers’: zij leveren diensten die een ‘input’ vormen voor het horecabedrijf en de toeleverende bedrijven. Extra werkgelegenheid is daarom ook een indirect effect, in dit geval op de arbeidsmarkt. Een voorwaarts effect kan zijn dat de kosten van het levensonderhoud stijgen als gevolg van de koopkracht van toeristen.

¹ Alternatieve methoden zoals input-outputanalyse en toegepaste evenwichtsmodellen vallen af wegens gebrek aan data en het niet beschikbaar zijn van de benodigde modellen.

Dit betekent dat de lonen van werknemers in steden met veel toerisme over het algemeen ook hoger zullen zijn, wat weer nadelig is voor bedrijven in de regio.

Externe effecten zijn effecten die niet via markten worden doorgegeven, zoals verspreiding van kennis, CO₂-emissies en allerlei vormen van overlast. Uiteindelijk hebben deze effecten wel de- gelijk hun weerslag op markten, bijvoorbeeld als klimaatverandering leidt tot andere kosten van landbouwproducten. Innovatie heeft positieve externe effecten doordat bedrijven van nieuwe kennis profiteren waarmee kosten verlaagd of nieuwe producten verkocht kunnen worden. Ken- merkend voor externe effecten is dat de veroorzaker geen rekening houdt met dergelijke gevol- gen. Zonder overheidsingrijpen is de prikkel om externe effecten te beperken of te stimuleren onvoldoende. Externe effecten zijn vaak lastig in geld uit te drukken, omdat een marktprijs ont- breekt. Om ze toch in euro's te kunnen uitdrukken is een alternatieve waarderinggrondslag nodig.

Bestedingen en welvaart

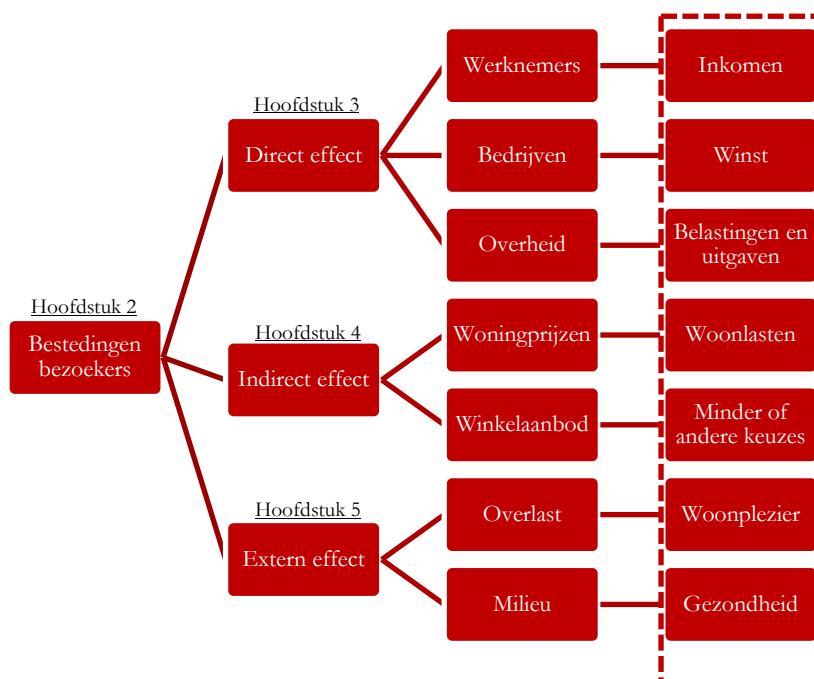
Dit rapport onderzoekt de economische effecten van de bezoekerseconomie conform de hier ge- schetste indeling. De bedoeling is een integraal overzicht op te stellen van de relevante effecten en aan te geven of deze effecten positief of negatief bijdragen aan de welvaart in Amsterdam.

De bestedingen van bezoekers vormen de bron van het welvaartseffect, maar vormen zelf geen welvaart. Een MKBA is gericht op het gezamenlijke nut van alle individuen in een samenleving, de 'sociale welvaart'. In het geval van de bezoekerseconomie komen de consumenten echter van bui- ten de regio waarvoor het welvaartseffect wordt gemeten. De nadruk ligt dus op het effect voor producenten en dat zijn in dit geval werknemers en bedrijven. Het welvaartseffect voor deze twee groepen bestaat uit respectievelijk inkomen en winsten. Via de kosten en baten voor de regionale overheid kunnen de ingezetenen van de regio ook profiteren. Daarom zijn deze kosten en baten ook bepalend voor de regionale welvaart.

De overige effecten van bezoekers veroorzaken plussen en minnen voor de regionale welvaart via andere kanalen, die (gedeeltelijk) zijn weergegeven in Figuur 1.1. De laatste kolom in de figuur geeft het effect op de welvaart weer.

Dit rapport verzamelt gegevens over de genoemde effecten. Waar beschikbaar berekent het rapport de kosten en baten in euro's. Waar dat niet mogelijk is, geven we inzicht in het fysieke effect, zoals aantallen klachten of emissies van schadelijke stoffen in fysieke eenheden. Waar ook deze gegevens niet beschikbaar zijn, geven we dat aan zodat toekomstig onderzoek daar mogelijk in kan voorzien.

Figuur 1.1 Bestedingen van bezoekers hebben positieve en negatieve effecten op de welvaart.



Bron: SEO Economisch Onderzoek.

Leeswijzer

Voor de uitwerking van de vraagstelling kijkt dit rapport eerst naar de gegevens over de bezoekers-economie in Amsterdam. Hoofdstuk 2 bespreekt de ontwikkeling van de bezoekerseconomie in de hoofdstad. Is het aantal bezoekers gegroeid? Zo ja, hoeveel? En zien we deze groei ook in andere steden en landen?

De daarna volgende hoofdstukken bespreken de kosten en baten van de bezoekerseconomie. De indeling van de effecten is gebaseerd op de methodiek van de maatschappelijke kosten-batenanalyse. Deze analyse onderscheidt directe, indirecte en externe effecten. Dit rapport gaat per effect na of de bezoekerseconomie kosten en baten veroorzaakt voor Amsterdam en de metropoolregio Amsterdam. Deze analyse vindt plaats in de hoofdstukken 3 (direct), 4 (indirect) en 5 (extern). Hoofdstuk 6 besluit met een conclusie.

Box 1.2 Bezoeker of toerist?

Dit rapport bespreekt de effecten van de bezoekerseconomie op Amsterdam. Hierbij is het de vraag wat precies de definitie is van een “bezoeker”. Het CBS publiceert statistieken over toeristen waarbij het *toerisme* gedefinieerd is als “De activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht.” Het CBS sluit aan bij de UNWTO-definitie, die is te beschouwen als de internationale standaard. “A *visitor* is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than

to be employed by a resident entity in the country or place visited. These trips taken by visitors qualify as tourism trips. Tourism refers to the activity of visitors. A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a *tourist* (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise.” De begrippen bezoeker en toerist liggen met andere woorden in elkaars verlengde. Een toerist is altijd een bezoeker, maar een bezoeker is niet altijd een toerist.

Voor SEO is de CBS-definitie van bezoekers leidend omdat deze aansluit bij de internationale standaard. Dit rapport hanteert bij voorkeur de term bezoeker en spreekt van toeristen als sprake is van verblijfsbezoek (bezoek inclusief overnachting).

Bron: United Nations, International Recommendations for Tourism Statistics 2008, artikelen 2.12 en 2.13.

2 De omvang van de bezoekerseconomie in Amsterdam

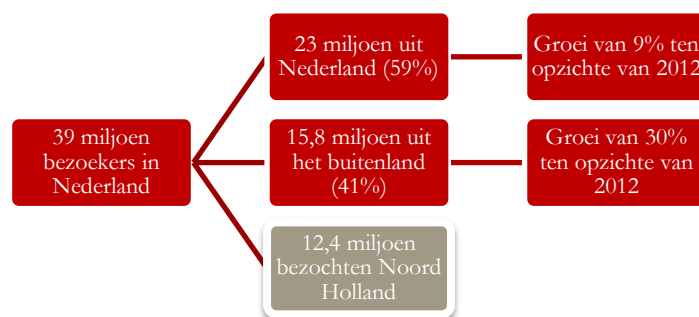
Om een goed beeld te krijgen van de economische effecten van bezoek aan Amsterdam wordt in paragraaf 2.1 de omvang van het bezoek getalsmatig beschreven. Hierbij gaat het niet alleen om de verblijfsbezoekers; Amsterdam ontvangt immers ook veel dagjesmensen die de stad bezoeken vanwege haar cultuur, musea en attracties. Paragraaf 2.2 gaat in op de logistiek achter het bezoek. Hoe komen bezoekers naar de stad? En hoe verplaatsen ze zich binnen de stad? Aangezien de meerderheid van de buitenlandse bezoekers aan Amsterdam in een hotel verblijven wordt hier nader op ingegaan in paragraaf 2.3. In paragraaf 2.4 wordt Amsterdam internationaal vergeleken met andere steden. Tot slot maakt paragraaf 2.5 een schatting van de bestedingen van bezoekers. Paragraaf 2.6 biedt een kort overzicht van de conclusies met betrekking tot de in hoofdstuk 2 besproken thema's.

De cijfers in dit hoofdstuk, met name paragraaf 2.3, zijn grotendeels ontleend aan de database van de dienst Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS) van de gemeente Amsterdam. De gebruikte cijfers zijn terug te vinden op de OIS-website: <http://www.ois.amsterdam.nl/feiten-en-cijfers/>. Een deel van de informatie is ook beschreven in het rapport "Toerisme in MRA 2015-2016. Overnachtingen, hotelmarktontwikkelingen en werkgelegenheid in toeristische sector" van OIS Amsterdam.

2.1 Bezoekers en hun activiteiten

In 2016 telde Nederland bijna 39 miljoen bezoekers, waarvan 59 procent uit eigen land. In 2016 kwamen er 15,8 miljoen bezoekers uit het buitenland, een stijging van bijna 30 procent ten opzichte van 2012. Ook het aantal Nederlanders dat te gast was in eigen land nam toe. In 2016 waren dat er 23 miljoen, een stijging van 9 procent ten opzichte van 2012. Van de bijna 39 miljoen bezoekers waren er 12,4 miljoen te gast in Noord-Holland.²

Figuur 2.1 In 2016 ontvangt Nederland 17 procent meer bezoekers dan in 2012.

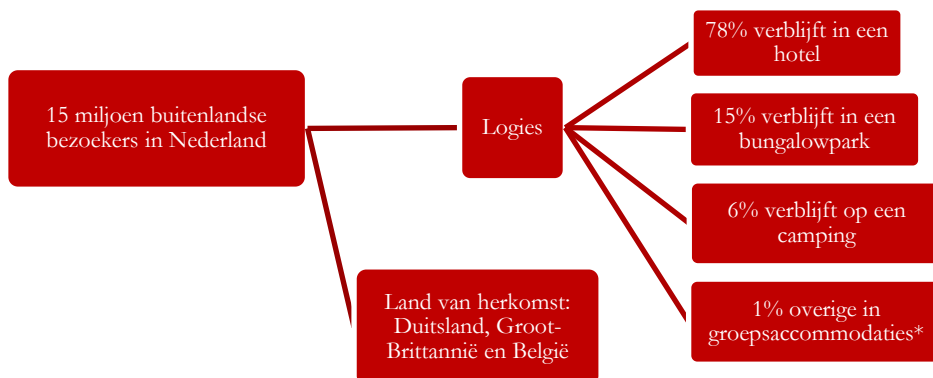


Bron: CBS Statline (2017). Logiesaccommodaties; gasten, nachten, logiesvorm, regio.

² CBS Statline (2017). Logiesaccommodaties; gasten, nachten, logiesvorm, regio

In 2015 ontving Nederland 15 miljoen buitenlandse bezoekers. Zij kwamen voornamelijk uit Duitsland, Groot-Brittannië en België. 78 procent logeerde in een hotel, 15 procent in een bungalowpark, 6 procent op een camping en de overige logeerden in groepsaccommodaties.³ Nederlanders die in eigen land op vakantie gaan, verblijven het liefst in een bungalow of vakantiehuisje (29 procent). 24 procent kiest voor een hotel, 18 procent verblijft op een vaste standplaats en bijna 15 procent gaat kamperen.⁴

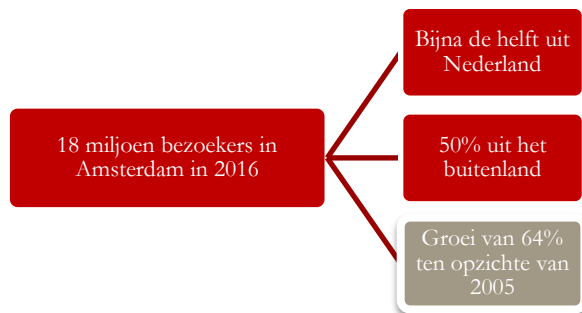
Figuur 2.2 Bezoekers aan Nederland verblijven het meest in een hotel



Bron: NBTC. Kerncijfers. * Vakantieverhuur is geen afzonderlijke categorie in de statistieken, Bed & Breakfast wel.

In 2016 trok Amsterdam 17,9 miljoen bezoekers, een stijging van 64 procent ten opzichte van 2005, toen de stad 10,9 miljoen bezoekers ontving.⁵ Bijna de helft van deze bezoekers komt uit Nederland zelf. Tijdens een bezoek aan een stad in Nederland gaat de helft van de Nederlanders winkelen, een derde gaat lunchen of dineren in een restaurant, 21 procent gaat op een terrasje zitten, 14 procent bezoekt een museum en 13 procent maakt een stadswandeling.⁶

Figuur 2.3 Aantal bezoekers aan Amsterdam groeit met 64% in 10 jaar tijd.



Bron: Amsterdam City Index

Amsterdam Marketing onderscheidt vier categorieën bezoekers. De stadbezoekers van Amsterdam (“citytrippers”) zijn relatief jong: gemiddeld 38 jaar oud. De helft is zelfs tussen de 21 en 40 jaar. Een ding doen ze allemaal: bijna 90 procent maakt een stadswandeling. Daarnaast bezoekt ruim 80

³ NBTC. Kerncijfers

⁴ NBTC. Kerncijfers

⁵ Gereconstrueerd op basis van de Amsterdam City Index

⁶ NBTC. Top 10 activiteiten van Nederlanders tijdens toeristisch bezoek aan Nederlandse stad (2015).

procent één of meerdere musea en de helft gaat winkelen. De dagbezoekers in de Metropoolregio Amsterdam zijn gemiddeld veel ouder, namelijk 50 jaar. Zij komen met hun partner of familie naar de regio om cultuur te ervaren. Hun bezoek duurt gemiddeld vijf uur. Voor 87 procent is dit een herhaalbezoek. De verblijfsbezoekers in de kustplaatsen in de MRA ondernemen vooral strandactiviteiten, maar ruim een kwart brengt ook een bezoek aan Amsterdam. Bijna de helft van de verblijfsbezoekers bestaat uit Duitsers die in een van de kustplaatsen in bungalowparken, campings of vakantiehuizen verblijven. Internationale congresbezoekers zijn voornamelijk man en gemiddeld 41 jaar oud. Congresbezoekers zijn ook cultuurliefhebbers: 40 procent bezoekt tijdens zijn verblijf een museum.⁷

De 15 miljoen buitenlandse verblijfsbezoekers die in 2015 Nederland bezochten, ondernamen soortgelijke activiteiten. Vooral de stadswandeling, cafébezoek en shoppen zijn populaire activiteiten. Ook de musea worden goed bezocht. De Amsterdamse musea zijn in het bijzonder populair onder bezoekers. Van de Nederlandse en buitenlandse bezoekers bezocht 2,3 miljoen het rijksmuseum, 1,9 miljoen het Van Gogh museum en 1,3 miljoen het Anne Frank museum. Ook het Stedelijk Museum Amsterdam, Sexmuseum Venustempel, Nemo Science Center en het Amsterdam Museum staan in de top 10 van meest bezochte Nederlandse musea. In Tabel 2.1 zijn de populairste activiteiten vermeld die buitenlandse bezoekers ondernemen tijdens hun verblijf in Nederland.

Tabel 2.1 Buitenlandse bezoekers maken het liefst een stadswandeling.

Activiteiten buitenlandse bezoekers	Percentage
Stadswandeling gemaakt	59%
Een bar of café bezocht	50%
Wandelen	47%
Funshoppen/winkelen	46%
Een ander restaurant/eetcafé/brasserie bezocht	44%
Museum bezocht	41%
Bezienswaardig/historische plaatsen of locaties bezocht	40%
Tochtje gemaakt in rondvaartboot	29%
Strand bezocht voor strandwandeling/uitwaaien	27%
Gastronomisch restaurant bezocht	27%
Fietsen	26%
Natuurgebied of bos bezocht	26%
De Wallen in Amsterdam bezocht	26%
Architectonisch interessante gebouwen of locaties bezocht	26%
Haven bezocht	22%

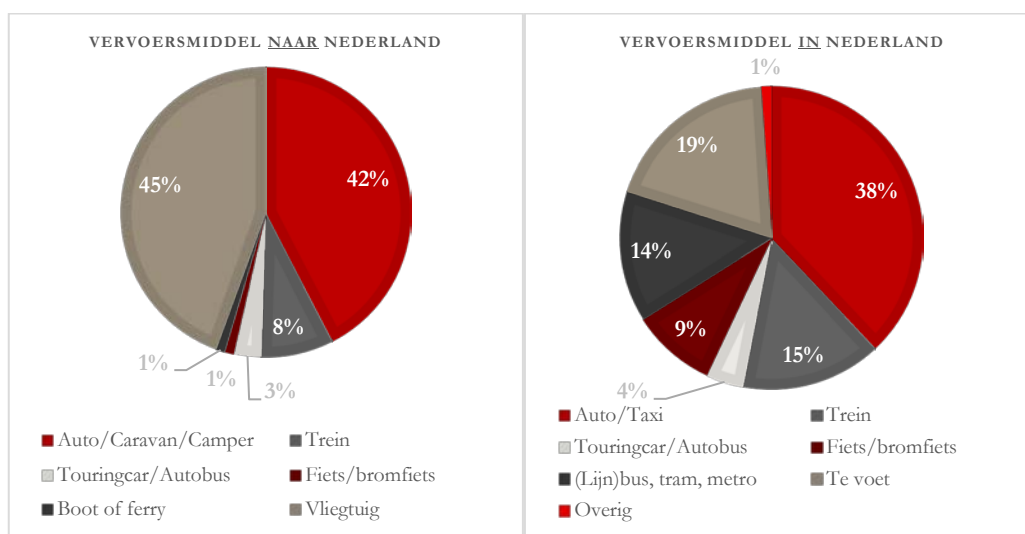
Bron: NBTC.

2.2 Vervoer in en naar Amsterdam

De belangrijkste vervoermiddelen van de 15 miljoen buitenlandse bezoekers die Nederland in 2015 bezochten, waren het vliegtuig en de auto. Daarnaast komt men sinds 2005 vaker met de trein naar Nederland, wat ten koste gaat van de touringcar. Eenmaal in Nederland blijft de auto of taxi het belangrijkste vervoersmiddel, gevolgd door verplaatsing te voet en overig openbaar vervoer (Figuur 2.4).

⁷ Amsterdam Marketing (2016). Bezoekersonderzoek Metropool Amsterdam 2016

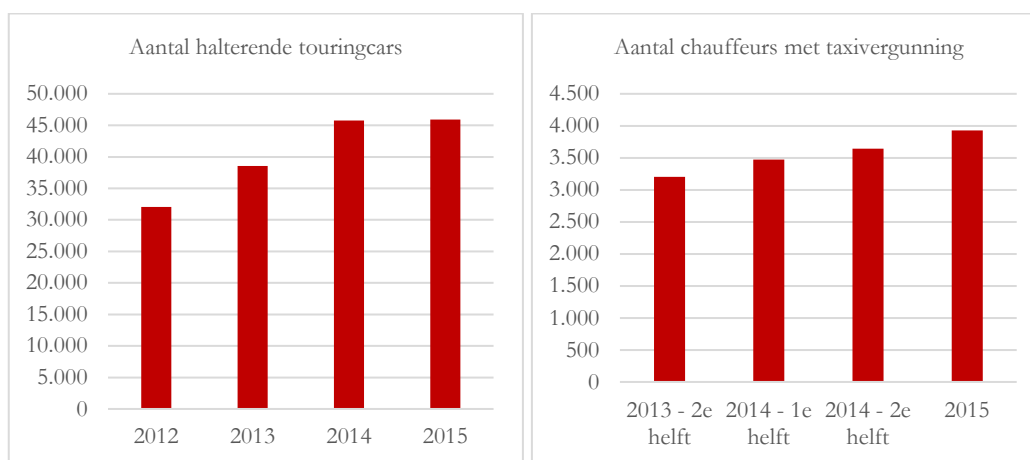
Figuur 2.4 Auto zowel belangrijkste vervoermiddel naar Nederland als in Nederland.



Bron: Ministerie van Infrastructuur en Milieu. Mobiliteitsbeeld 2016.

Tussen 2014 en 2015 is het aantal halterende touringcars vrijwel gelijk gebleven. Dit terwijl er tussen 2012 en 2013 en tussen 2013 en 2014 nog jaarlijks bijna zeventuizend touringcars bijkwamen. Daarentegen neemt het aantal chauffeurs in Amsterdam met een taxivergunning gestaag toe. Tussen 2014 en 2015 kwamen er 450 taxivergunningen bij, een groei van 13 procent (Figuur 2.5).

Figuur 2.5 Aantal halterende touringcars stabiliseert, aantal taxivergunningen neemt toe.

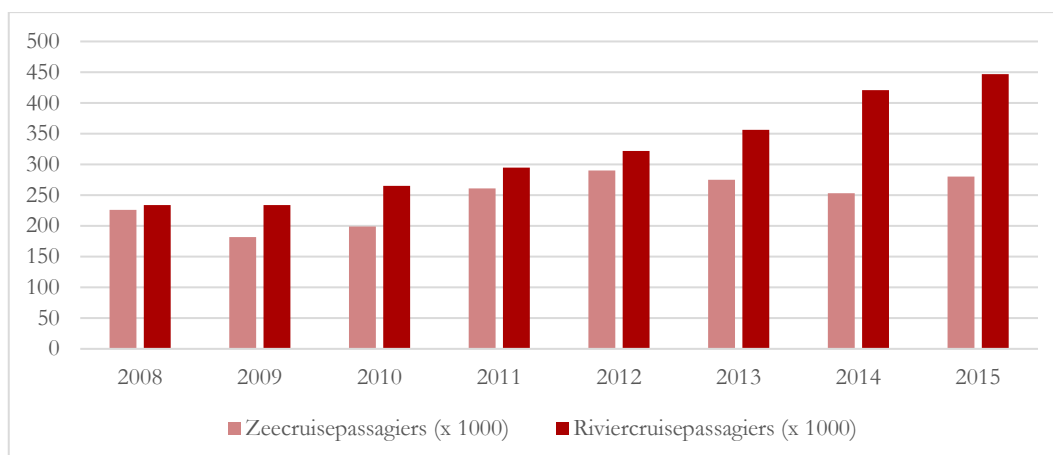


Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van data Stichting Welkom Amsterdam en V&OR.

Bezoekers kunnen de stad ook als zeecruisepassagier bezichtigen. In 2015 had Amsterdam 134 *cruise calls* van zeecruisschepen met ruim 280 duizend passagiers.⁸ Deze zeecruisepassagiers kwamen voornamelijk uit Duitsland, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten. Een kleine zeven procent kwam uit Nederland zelf. Daarnaast passeerden 1.876 rivier cruises Amsterdam met bijna een half miljoen passagiers aan boord. Tussen 2008 en 2015 is het aantal zeecruisepassagiers met 24 procent toegenomen. Dit is echter geen lineaire toename, het aantal passagiers fluctueert van jaar tot jaar. Het aantal riviercruisepassagiers is tussen 2008 en 2015 bijna verdubbeld (Figuur 2.4).

⁸ In 2016 is het aantal cruise calls 121, met 282 duizend passagiers. Daarnaast meerden er in 2016 in IJmuiden 32 zeecruisen aan met bijna 53 duizend passagiers.

Figuur 2.6 Aantal zeecruisepassagiers fluctueert over de jaren, aantal riviercruisepassagiers in zeven jaar verdubbeld.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van data van OIS en Amsterdam Marketing.

2.3 Overnachtingen

Hotelgasten

In 2016 overnachtten in Amsterdam 7,3 miljoen hotelgasten. Tussen 2005 en 2016⁹ is het aantal hotelgasten met 61 procent toegenomen (Figuur 2.7). Gezien de ontwikkelingen de afgelopen jaren en het verwachte economisch herstel de komende jaren, is het te verwachten dat deze trend doorzet. Niet iedereen die Amsterdam bezoekt, overnacht ook in Amsterdam. Eerder onderzoek uit 2014 liet zien dat nog eens 2,8 miljoen hotelgasten in de metropoolregio van Amsterdam verbleven.¹⁰

Het aantal overnachtingen in Amsterdam is tussen 2005 en 2016 met 71 procent toegenomen. Gemiddeld verblijven hotelgasten in 2016 bijna twee nachten in Amsterdam. In 2005 betekende dit bijna acht miljoen overnachtingen. In 2016 is het aantal overnachtingen toegenomen tot bijna 14 miljoen.¹¹ Van deze overnachtingen is in 2016 in Amsterdam iets meer dan 4,5 miljoen zakelijk (32 procent). In totaal zijn er in Nederland in 2016 17,8 miljoen zakelijke overnachtingen. Ruim een kwart van het totaal aantal zakelijke overnachtingen in heel Nederland verblijft dus in 2016 in Amsterdam. Het aantal zakelijke overnachtingen groeit in Amsterdam minder snel dan de overnachtingen van niet-zakelijk bezoek. De groei van het aantal zakelijke overnachtingen tussen 2012 en 2016 is 10 procent waar het totaal aantal overnachtingen in Amsterdam met 32 procent toenam.¹² Het totaal aantal overnachtingen nam in Amsterdam sterker toe dan in de rest van Nederland. In de periode 2012 – 2015 groeide het aantal overnachtingen met 14 procent in Nederland, terwijl dit in Amsterdam met 22 procent toenam.¹³

⁹ Sinds 2012 worden de cijfers volgens een nieuwe methode gemeten, hierdoor is er sprake van een trendbreuk tussen 2011 en 2012.

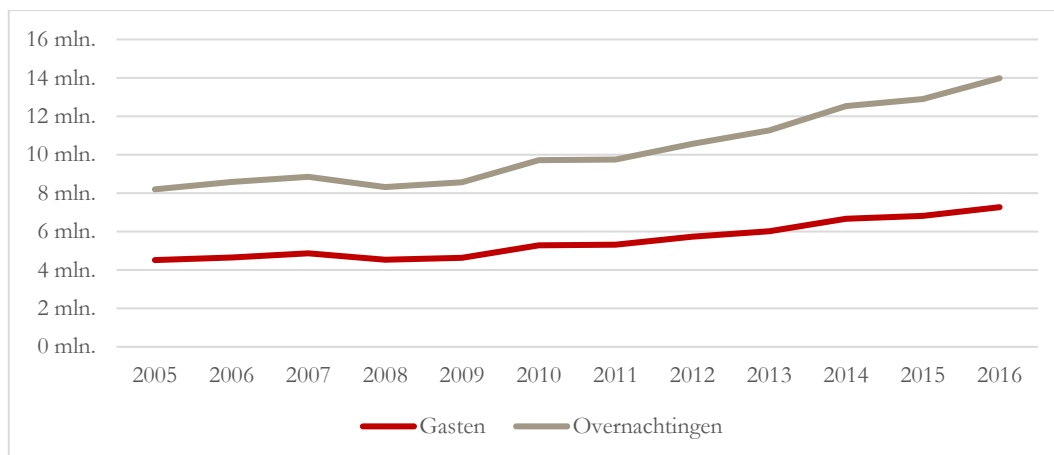
¹⁰ Politie Eenheid Amsterdam (2016). De impact van het toenemende toerisme op de veiligheid en leefbaarheid in Amsterdam

¹¹ CBS Statline (2017). Hotels; gasten, overnachtingen, woonland, sterklasse

¹² Landelijk groeit het aantal zakelijke overnachtingen met 13 procent iets sneller dan in Amsterdam.

¹³ CBS Statline (2017). Hotels; zakelijke overnachtingen, regio.

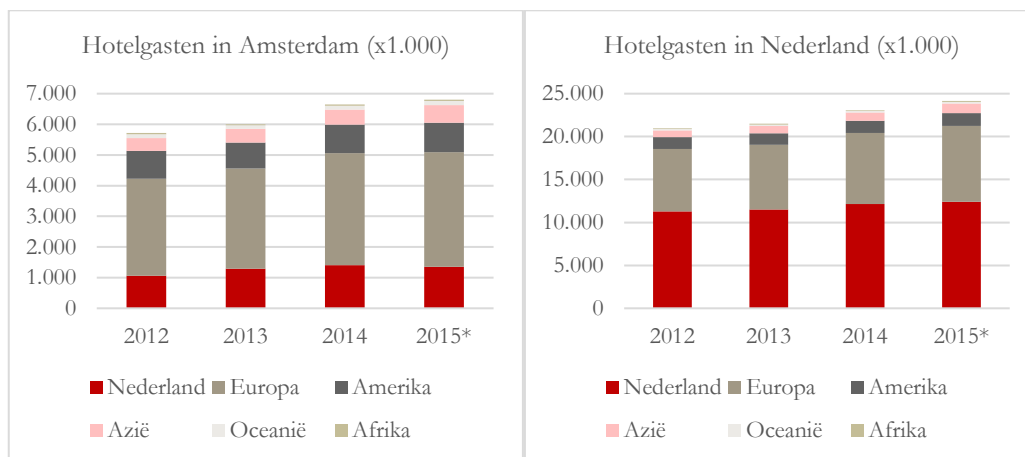
Figuur 2.7 Aantal hotelgasten en overnachtingen in Amsterdam sinds 2005 met 61 respectievelijk 71 procent toegenomen.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van data van OIS Amsterdam.

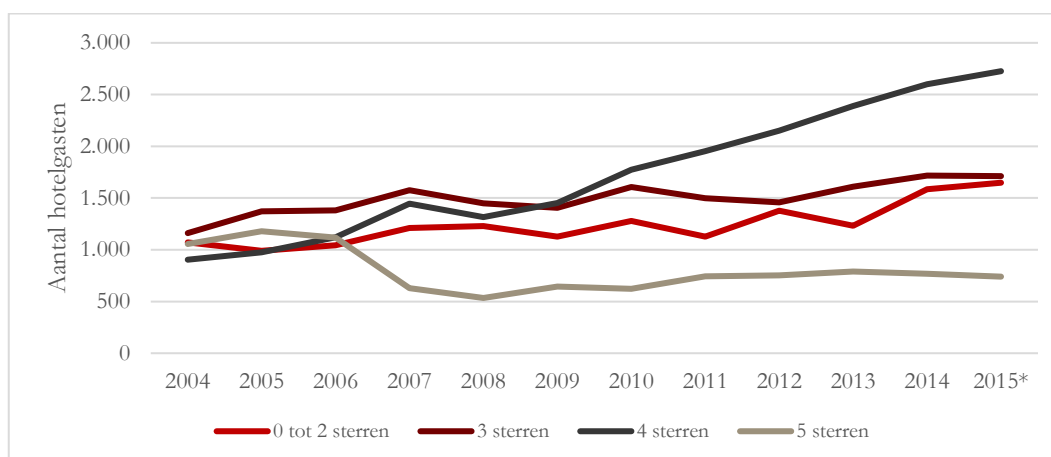
Tachtig procent van de hotelgasten in Amsterdam kwam in 2015 uit het buitenland (Figuur 2.8). In de rest van Nederland kwam minder dan de helft van alle hotelgasten uit het buitenland. Van de buitenlandse hotelgasten in Amsterdam kwam 68 procent uit Europa. Het Verenigd Koninkrijk was koploper met iets meer dan 1 miljoen hotelgasten, gevolgd door Duitsland met 600 duizend hotelgasten. Uit de overige Europese landen kwamen 2,1 miljoen hotelgasten. Het aantal hotelgasten groeit in Amsterdam sneller dan in de rest van Nederland. In de periode 2012 – 2015 groeide het aantal hotelgasten in Nederland met 15 procent, terwijl in dezelfde periode 19 procent meer hotelgasten verbleven in Amsterdam.

Figuur 2.8 Amsterdamse hotelgasten zijn voornamelijk buitenlanders.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam. *De cijfers over 2015 zijn voorlopig.

Hotelgasten in Amsterdam overnachtten in 2015 het vaakst in viersterrenhotels (Figuur 2.9). Dit is een nieuwe ontwikkeling. In 2004 waren hotelgasten nog min of meer gelijk verdeeld over de verschillende sterclassificaties.

Figuur 2.9 Hotelgasten verbleven in 2015 het meest in viersterrenhotels.

Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

Amsterdam heeft een aanzienlijke hotelsector met in 2016 459 hotels en ruim 67.000 hotelbedden. In de periode 2007-2016 nam het aantal hotels met 31 procent toe en het aantal bedden met 61 procent. Hotels in Amsterdam worden dus steeds groter. Sinds 2015 is er sprake van een vrijwillige sterclassificatie. Hierdoor nam het aantal hotels zonder ster tussen 2007-2016 met 80 procent toe. De grootste toename was voor hotels met een viersterrenclassificatie. In de periode 2007-2016 kwamen er 40 viersterrenhotels bij, een groei van 93 procent. Hotels met één of twee sterren hadden te maken met een krimp van 24 en 6 procent. Daarvoor in de plaats nam het aantal hotels met drie en vijf sterren met 40 en 60 procent toe. Sinds 2007 hebben de meeste hotels in Amsterdam een driesterrenclassificatie, maar de meeste hotelbedden hebben een viersterrenclassificatie. De meeste hotels bevinden zich in het stadsdeel Centrum, maar de meeste groei vindt plaats in stadsdelen Zuidoost en Nieuw-west. Er is dus sprake van een uitbreiding naar de randen van de stad. Deze en aanvullende informatie over hotels, hotelbedden en bezettingsgraden in Amsterdam is opgenomen in Bijlage B.

Alternatieven voor hotels

Naast het reguliere hotelaanbod worden via onlineplatforms steeds vaker accommodaties door particulieren verhuurd. Het grootste aanbod in deze markt komt van Airbnb. Volgens Inside Airbnb worden er momenteel via dit platform 13.849 accommodaties verhuurd in Amsterdam. Daarvan is 80,6 procent een geheel huis of appartement en 18,8 procent een privékamer. Het restant bestaat uit gedeelde kamers. Voor een Airbnb-accommodatie betaal je gemiddeld 133 euro per nacht, dit bedrag ligt tussen de prijs van een drie- en een vijfsterrenhotel in.¹⁴ De accommodaties zijn over het algemeen ruimer en naar verhouding goedkoper, omdat je het huis of appartement met meer personen kunt huren.

Het platform Tripping bundelt 18 verschillende verhuurplatforms van private verhuurders van vakantiewoningen. In Amsterdam zijn via dit platform 4.526 accommodaties beschikbaar. Via Tripping kost een accommodatie tussen de 25 en 9.942 euro per nacht.¹⁵ Voor zowel Airbnb als verhuurdersplatform Tripping geldt dat uitsluitend het aantal aangeboden accommodaties geregistreerd wordt. Hoeveel toeristen daadwerkelijk in een accommodatie overnachten is niet bekend.

¹⁴ Inside Airbnb

¹⁵ Tripping.com

Bezoekers aan Amsterdam kunnen ook verblijven op één van de vijf campings in Amsterdam of op een camping in de metropoolregio. Daarnaast zijn er vakantieparken in de metropoolregio waar bezoekers kunnen overnachten.¹⁶ Het daadwerkelijke aantal bezoekers dat in Amsterdam overnacht is door deze accommodatiesubstituten hoger dan het aantal geregistreerde hotelgasten.

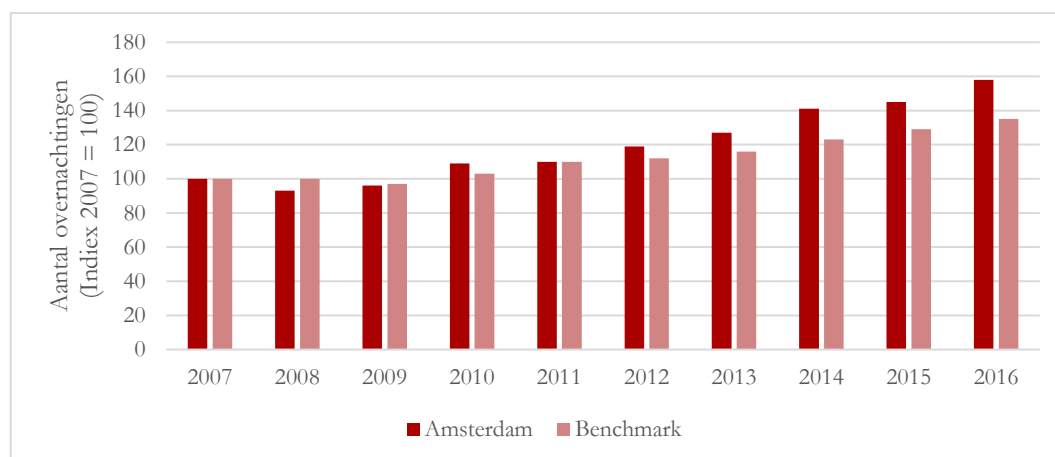
Om zicht te krijgen op het totaal aantal overnachtingen in Amsterdam, is informatie nodig over het aantal overnachtingen in alle accommodatiesoorten. Er is voldoende informatie beschikbaar over hotelgasten, maar voor andere overnachtingsvormen ontbreekt deze informatie. Op regioniveau, dus voor Noord-Holland, is het aantal gasten en overnachtingen per accommodatietype wel beschikbaar. Hierbij maakt CBS onderscheid tussen hotels, pensions, jeugdaccommodaties, kampeerterreinen, huisjesterreinen en groepsaccommodaties.¹⁷

2.4 Amsterdam in internationale context

De vraagstukken rond bezoekers zijn niet uniek voor Amsterdam. Venetië is het oudste voorbeeld van een stad die worstelt met de effecten van massatoerisme, maar de laatste jaren vallen ook de namen van steden als Barcelona en Brugge regelmatig. Het is daarom nuttig om de ontwikkelingen in Amsterdam in internationaal perspectief te plaatsen.

In Figuur 2.10 is de groei van het aantal overnachtingen in Amsterdam afgezet tegen een Europese benchmark van met Amsterdam vergelijkbare steden. Hieruit blijkt dat de groei van het aantal bezoekers in Amsterdam bovengemiddeld is. De Europese benchmark is ten opzichte van 2007 gegroeid met 35 procent. Voor Amsterdam is de groei gelijk aan 58 procent.

Figuur 2.10 Bezoek Amsterdam groeit 23 procent sneller dan Europese benchmark.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van Tourmis. De benchmark is het gemiddelde van alle Europese steden waarvoor gegevens beschikbaar waren (dit zijn er ongeveer 100).

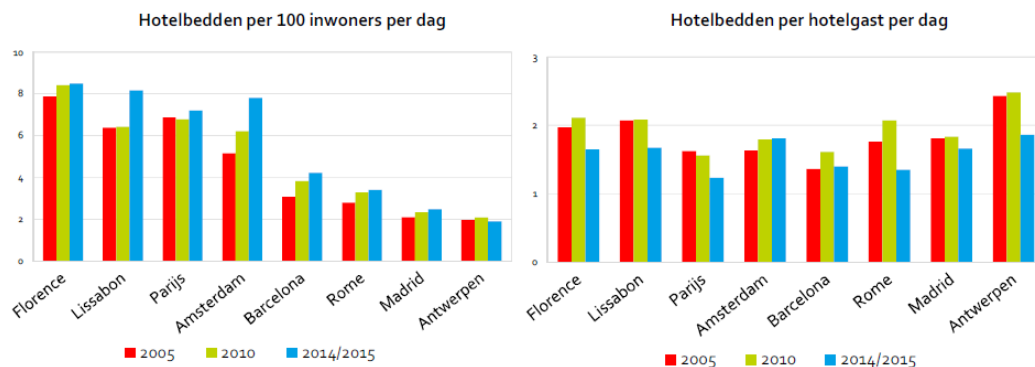
In Figuur 2.11 wordt deze groei gerelateerd aan het aantal inwoners. Ook hier blijkt dat bezoek aan Amsterdam sneller groeit dan in vergelijkbare Europese steden. Het aantal hotelbedden per inwoner stijgt in tien jaar van viereneenhalf naar bijna acht. In andere steden is deze groei (met uitzondering van Lissabon) zeer beperkt. Figuur 2.11 toont ook dat deze groei niet verklaard kan worden

¹⁶ Politie Eenheid Amsterdam (2016). De impact van toenemende toerisme op de veiligheid en leefbaarheid in Amsterdam.

¹⁷ CBS Statline (2017). Logiesaccommodaties; gasten, nachten, woonland, logiesvorm, regio

door een lagere bezettingsgraad. Het aantal bedden per hotelgast stijgt beperkt en wijkt niet veel af van het Europees gemiddelde.

Figuur 2.11 Bezoek aan Amsterdam snelste groeier naar aantal hotelbedden per inwoner, aantal hotelbedden per hotelgast stijgt licht.



Bron: OIS Amsterdam (2016), op basis van Tourmis.

2.5 Bestedingen bezoekers

In 2016 droeg het toerisme voor € 75,7 miljard bij aan de Nederlandse economie.¹⁸ Het grootste deel van de toeristische bestedingen wordt door de Nederlanders zelf gedaan, in 2016 € 51,4 miljard. Daarvan is bijna € 45 miljard gekoppeld aan een binnenlandse bestemming. Het overige deel is gerelateerd aan een buitenlandse bestemming. Buitenlandse toeristen besteedden in 2016 € 21 miljard in ons land.¹⁹

De toeristische bestedingen zijn ten opzichte van 2010 met 27 procent gegroeid. Dit is voornamelijk het gevolg van de toegenomen bestedingen door buitenlanders. Deze zijn sinds 2010 met 70 procent toegenomen, terwijl de bestedingen door binnenlandse toeristen met niet meer dan 17 procent stegen. Deze groei hangt samen met de sterke groei van het aantal buitenlandse toeristen. Daarnaast geeft het CBS aan dat meer boekingen in de toeristische sector via Nederlandse bedrijven plaatsvinden, zoals boekingen van hotels en vluchten.

Volgens het NBTC bedroegen de totale bestedingen van bezoekers in Amsterdam in 2015 € 6,3 miljard. De buitenlandse bezoekers leverden de stad € 5,16 miljard op. De overige € 1,17 miljard wordt door Nederlanders zelf besteed. Een gemiddelde (dag- en verblijfs-)bezoeker besteedt in Amsterdam € 242 per bezoek, maar buitenlandse bezoekers besteden aanzienlijk meer dan Nederlandse. Een Nederlandse dagbezoeker besteedt gemiddeld € 51 per bezoek,²⁰ terwijl een buitenlandse dagbezoeker gemiddeld € 110 per bezoek besteedt. Nederlandse verblijfsbezoekers besteden gemiddeld € 266 per bezoek, buitenlandse verblijfsbezoekers gemiddeld € 608 per bezoek.²¹

¹⁸ Definitie CBS: Dit zijn de bestedingen gedaan door toeristen of ten behoeve van toeristen voor, tijdens en na de reis en het verblijf op de plaats van bestemming bij een Nederlands bedrijf of dienstverlener, door ingezetenen als niet-ingezetenen.

¹⁹ CBS Statline. Toeristische bestedingen; nationale rekeningen

²⁰ Dit is meer dan in andere steden. De gemiddelde uitgaven per persoon tijdens een toeristisch bezoek aan een Nederlandse stad zijn 40,60 euro. Daarvan besteden bezoekers 46 procent aan horeca, 38 procent aan winkelen en 16 procent aan overige zaken.

²¹ NBTC Kerncijfers Toerisme Amsterdam

Verblijfsbezoekers in hotels blijven gemiddeld bijna 2 nachten in Amsterdam. De dagelijkse bestedingen van verblijfsbezoekers in Amsterdam variëren van € 125 per persoon per dag voor verblijfsbezoekers uit Frankrijk tot € 180 per persoon per dag voor verblijfsbezoekers uit de Verenigde Staten. Verblijfsbezoekers uit Groot-Brittannië, België, BRIC-landen, Duitsland, Spanje, Italië en Nederland zitten daar tussenin met € 135 tot € 155 euro per dag.²²

Internationale bezoekers gaven in 2014 tijdens hun verblijf in Nederland gemiddeld € 47 uit aan winkelen en souvenirs. Belgen besteden hieraan het minst, gemiddeld € 27, terwijl intercontinentale bezoekers hier het meeste aan uitgeven: € 244 per persoon per bezoek.²³

Het CBS registreert gasten die in hotels, op een bungalowpark, op een camping of in een groepsaccommodatie overnachten.²⁴ Vakanties op boten, verblijven in tweede woningen, cruises en overnachtingen in nieuwe opkomende vormen (zoals social travelling) worden niet meegenomen in de CBS-berekening. Tevens blijven bezoeken aan familie, vrienden en kennissen buiten beschouwing.²⁵ De totale bestedingen van bezoekers kunnen dus hoger liggen dan berekend door het CBS. NBTC merkt op dat in 2015 circa een half miljoen gasten hebben verbleven in een Airbnb accommodatie in Amsterdam, waarvan de meerderheid uit het buitenland komt. De bestedingen van deze bezoekers moeten worden opgeteld bij de hierboven vermelde som van € 6,3 miljard aan bestedingen van bezoekers aan Amsterdam.

Amsterdam Marketing bereikt via enquêtes onder 12.000 buitenlandse en binnenlandse bezoekers een bredere doelgroep dan gasten in geregistreerde accommodaties. Volgens Amsterdam Marketing was de omzet als gevolg van bezoekers in 2016 gelijk aan € 18,7 miljard, driemaal het bedrag van het NBTC. De in totaal 17 miljoen bezoekers aan Amsterdam verbleven volgens Amsterdam Marketing in totaal 138 miljoen dagen in Amsterdam. De bestedingen per persoon per dag van bezoekers in Amsterdam zijn volgens Amsterdam Marketing € 50,5 voor binnenlandse dagbezoekers, € 121,7 voor binnenlandse verblijfsbezoekers, € 85,1 voor buitenlandse dagbezoekers en € 168,1 voor buitenlandse verblijfsbezoekers.^{26,27}

Een bijzondere categorie buitenlandse bezoekers zijn cruisepassagiers en bemanningsleden van zee cruiseschepen.²⁸ In 2015 meerden er 134 zee cruiseschepen aan in Amsterdam met ruim 280.000 passagiers aan boord. In IJmuiden meerden in 2015 45 zee cruiseschepen aan met 70.000 passagiers waarvan een deel Amsterdam en de regio bezoekt. Dit brengt het totaal aantal zee cruiseschepen in 2015 op 179 met in totaal 350 duizend passagiers.²⁹

De uitgaven van de cruise passagiers en bemanning van deze 179 zee cruiseschepen in 2015 waren 31,6 miljoen euro. Hiervan wordt het overgrote deel door passagiers besteed en iets meer dan een

²² OIS Amsterdam. Dagelijkse bestedingen toeristische verblijfsbezoekers in Amsterdam naar land van herkomst. Op basis van data van ATCB

²³ NBTC Kerncijfers

²⁴ Deze gegevens zijn opgenomen in de Statistiek Logiesaccommodaties.

²⁵ Zie: NBTC (2016), p. 8.

²⁶ Amsterdam Marketing (2016). Bezoekersonderzoek Metropool Amsterdam 2016

²⁷ De methodologie van het onderzoek waarmee Amsterdam Marketing gegevens over bezoekers aan Amsterdam verzamelt verschilt van de methode van het NBTC-onderzoek dat de bron vormt voor de CBS-statistieken. SEO Economisch Onderzoek doet geen uitspraak over de voor- en nadelen van de gebruikte methodes. Duidelijk is dat Amsterdam Marketing een bredere groep bezoekers bereikt en mede daarom hogere bestedingen berekent.

²⁸ Deze bestedingen zijn geen onderdeel van de bestedingen zoals berekend door NBTC. Zie hierboven.

²⁹ Cruise statistieken regio Amsterdam 2016 gaat uit van 178 calls met 339 duizend passagiers.

miljoen euro door bemanningsleden. Bijna 10 miljoen werd besteed aan tours en transport, 8 miljoen aan accommodatie in de stad en 4,4 miljoen aan eten en drinken.³⁰ Gemiddeld komen hiermee de bestedingen van cruisepassagiers uit op € 90 per passagier per bezoek.

Gedurende 2014 en 2015 is aan 1.156 passagiers en 906 bemanningsleden gevraagd wat hun bestedingen aan wal waren. Transit passagiers geven gemiddeld € 71 uit als ze in de stad zijn. Hun grootste uitgaven zijn aan transport en tourdeelname. Passagiers die hun cruise beginnen in Amsterdam hebben een ruimer bestedingspatroon. Dit heeft er mee te maken dat zij gemiddeld ruim 2 nachten in de stad verblijven. Veelal verblijven ze voor vertrek van de cruise en bij aankomst een nacht in Amsterdam. Hun bestedingen zijn gemiddeld € 230 per persoon. Bemanningsleden besteden gemiddeld € 21 aan wal. Het grootste deel van hun budget geven zij uit aan eten, drinken en winkelen.³¹

Van de bezoekers aan Amsterdam zijn alleen hun totale bestedingen bekend. Een onderverdeling van de bestedingen per sector kan een vollediger beeld geven. De bestedingen in de volgende sectoren zijn hiervoor relevant:

- Accommodatie, bestaande uit hotels en particuliere verhuur (al dan niet via onlineplatforms zoals Airbnb);
- Overige horeca, voornamelijk restaurants en cafés;
- Toeristische attracties, waaronder musea;
- Detailhandel, in eerste instantie winkels gericht op toeristen (souvenirs, afhaaleten, etc.), maar ook algemene winkels zoals warenhuizen en kledingzaken;
- Vervoer, zowel openbaar vervoer als persoonlijk vervoer zoals taxi's;
- Bemiddeling, te weten bedrijven zoals reisbureaus en Tours & Tickets;
- Evenementen en congressen.

Daarnaast is het interessant om na te gaan of bezoekers in Amsterdam een ander bestedingspatroon hebben dan in andere steden en of dit per type bezoeker verschilt.

2.6 Conclusie

Uit de in dit hoofdstuk gepresenteerde cijfers zijn een aantal conclusies te trekken.

- Amsterdam heeft een belangrijk aandeel in het toerisme in Nederland. In 2016 kwamen 18 miljoen van de in totaal 39 miljoen bezoekers naar Amsterdam. In 2005 ontving de stad nog 10,9 miljoen bezoekers.
- De 15 miljoen buitenlandse toeristen die Nederland in 2015 bezochten, hadden als belangrijkste vervoermiddel het vliegtuig en de auto. Eenmaal in Nederland blijft de auto het belangrijkste vervoermiddel, gevolgd door verplaatsing te voet.
- In 2015 had Amsterdam 134 *cruise calls* van zeeschepen met ruim 280 duizend passagiers. Daarnaast passeerden 1.876 riviercruises Amsterdam met aan boord in totaal een half miljoen passagiers.
- Het aantal hotelgasten is sinds 2005 gegroeid: van 4,5 miljoen naar 7,3 miljoen. Het aantal hotelovernachtingen steeg van 8,2 miljoen naar 14 miljoen.

³⁰ Amsterdam Cruise Port (2016). Sea cruise passenger and crew survey Amsterdam region

³¹ Amsterdam Cruise Port (2016). Sea cruise passenger and crew survey Amsterdam region

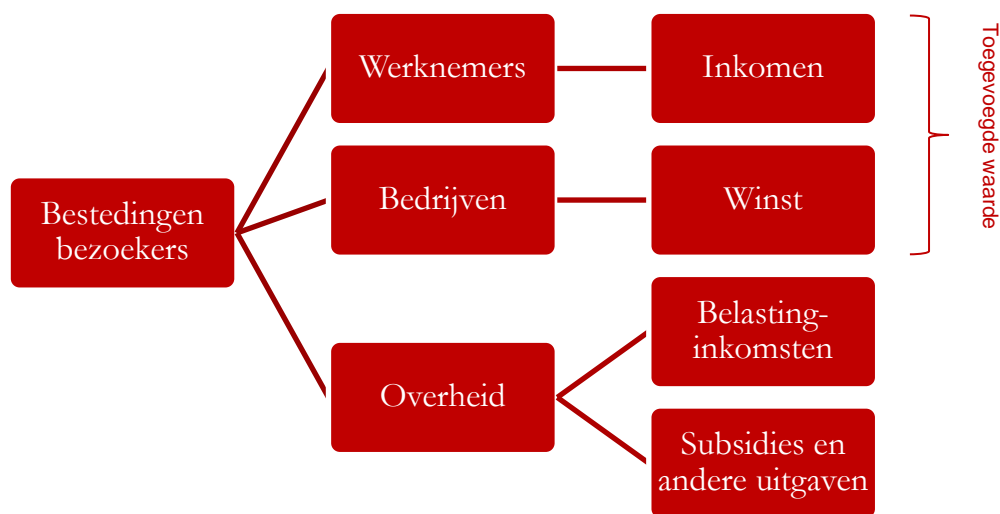
- Amsterdam heeft een relatief grote aantrekkingskracht op buitenlanders. Tachtig procent van de hotelgasten in Amsterdam in 2015 kwam uit het buitenland. Van alle buitenlandse hotelgasten die naar Nederland komen verblijft ruim 46 procent in Amsterdam. Van de hotelgasten die niet uit Europa komen, verblijft zelfs bijna 60 procent in Amsterdam.
- Amsterdam heeft een aanzienlijke hotelsector met in 2016 459 hotels en ruim 67.000 hotelbedden. In de periode 2007-2016 nam het aantal hotels met 31 procent toe en het aantal bedden met 61 procent. Hotels in Amsterdam worden dus steeds groter. De grootste toename was voor hotels met een viersterrenclassificatie. Ook het aantal hotels zonder ster is toegenomen, terwijl bij hotels met één of twee sterren er sprake is van krimp.
- De meeste hotels bevinden zich in het stadsdeel Centrum, maar de meeste groei vindt plaats in stadsdelen Zuidoost en Nieuw-west. Er is dus sprake van een uitbreiding naar de randen van de stad.
- Het aantal bezoekers in de hoofdstad groeit sneller dan in vergelijkbare steden: ten opzichte van een Europese benchmark groeide het toerisme in Amsterdam de afgelopen tien jaar 23% sneller. Amsterdam is ook de snelste groeier gemeten naar het aantal hotelbedden per inwoner.
- Bezoekers gaven in 2015 € 6,3 miljard uit in Amsterdam. Buitenlandse bezoekers waren verantwoordelijk voor 82 procent van het totaal, slechts 18 procent kwam van Nederlandse bezoekers. In de berekening zijn bestedingen van verblijfsbezoekers in niet-geregistreerde accommodaties zoals vakantieverhuur niet meegenomen. Het bedrag is daarom te beschouwen als een ondergrens.
- Bezoekers gaven in 2015 gemiddeld € 242 uit per bezoek aan Amsterdam. Dit bedrag is hoog in vergelijking met de bestedingen van bezoekers in andere Nederlandse steden. De gemiddelde uitgaven per persoon tijdens een toeristisch bezoek aan een Nederlandse stad bedragen € 41.
- Buitenlandse bezoekers in Amsterdam gaven per persoon ruim tweemaal zoveel uit als Nederlandse bezoekers. Een Nederlandse dagbezoeker besteedt in Amsterdam gemiddeld € 51 per bezoek, terwijl een buitenlandse dagbezoeker gemiddeld € 110 per bezoek besteedt. Nederlandse verblijfsbezoekers besteden gemiddeld € 266 per bezoek, buitenlandse verblijfsbezoekers gemiddeld € 608 per bezoek;
- Passagiers van zeescruiseschepen geven minder uit dan de gemiddelde buitenlandse bezoeker. Transitpassagiers geven gemiddeld € 71 uit per bezoek. Zeecruispassagiers die ook in Amsterdam overnachten besteden gemiddeld € 230 per bezoek.

3 Directe effecten

Directe economische effecten zijn in dit verband inkomsten en uitgaven die direct gekoppeld zijn aan de bestedingen en activiteiten van bezoekers van Amsterdam. Dit hoofdstuk bespreekt vier van zulke effecten. Deze effecten zijn weergegeven in Figuur 3.1.

Paragraaf 3.1 analyseert de toegevoegde waarde in de toeristische sector. Levering van goederen en diensten aan bezoekers genereert inkomen en winst voor respectievelijk werknemers en bedrijven in de toeristische sector. Beide categorieën dragen bij aan de welvaart van de Nederlandse samenleving. De bezoekerseconomie heeft ook effect op de overheidsfinanciën. Bepalend voor dit effect zijn enerzijds de belastingen die direct samenhangen met de bestedingen van bezoekers, zoals de toeristenbelasting.³² Anderzijds zijn dit overheidsuitgaven, zoals subsidies aan voorzieningen voor bezoekers en de aanleg en het onderhoud van infrastructuur. Paragraaf 3.2 bespreekt de belastingen die worden opgebracht door bezoekers. De subsidies van de gemeente ten behoeve van bezoekers van Amsterdam en de kosten van overheidsdiensten die ten goede komen aan bezoekers volgen in paragraaf 3.3 en 3.4. Hoofdstuk 3.5 trekt enkele conclusies met betrekking tot de directe effecten.

Figuur 3.1 Maatschappelijke kosten en baten als gevolg van directe effecten



3.1 Toegevoegde waarde

De economie van Amsterdam is vanaf 2010 structureel sneller gegroeid dan de economie van Nederland in zijn geheel. Tussen 2010 en 2015 groeide de Amsterdamse economie gemiddeld jaar op jaar met 3,3 procent, terwijl de Nederlandse economie gemiddeld met 1,4 procent groeide. In 2015

³² De omzetbelasting (btw, belasting toegevoegde waarde) is een rijksbelasting en valt om die reden buiten het bereik van dit onderzoek.

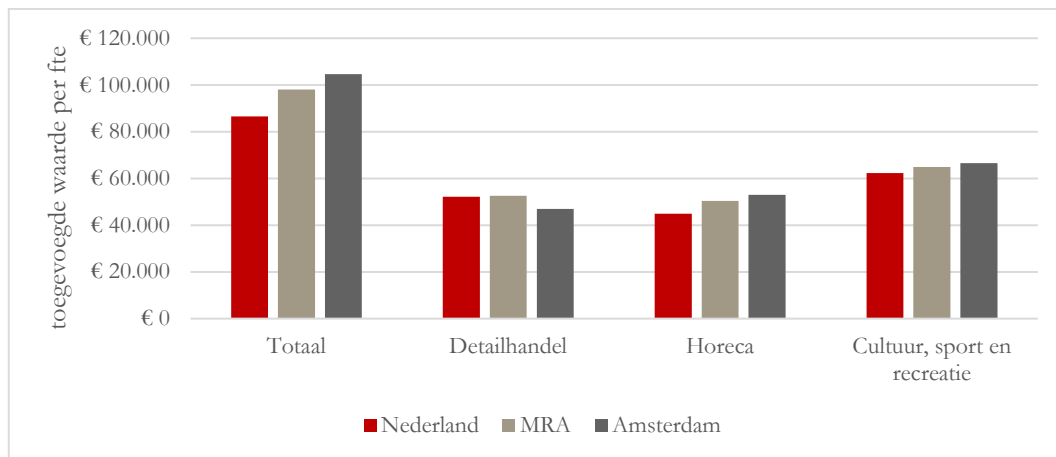
was het bruto binnenlands product (bbp) in Nederland € 677 miljard, waarvan € 64 miljard in Amsterdam werd gerealiseerd. Per inwoner van Nederland groeide het bbp gemiddeld met 1 procent, terwijl het bbp per inwoner in Amsterdam gemiddeld met 1,9 procent toenam.

De totale toegevoegde waarde van de Nederlandse economie bedroeg in 2015 € 608 miljard, 7 procent meer dan in 2010.³³ Zuid-Holland en Noord-Holland realiseerden het grootste aandeel in de toegevoegde waarde. Beide hadden een aandeel van 21 procent. Amsterdam had in 2015 een toegevoegde waarde van € 58 miljard, 45 procent van de toegevoegde waarde van heel Noord-Holland. De toegevoegde waarde van Amsterdam als stad ligt daarmee tussen die van de provincies Utrecht (€ 53 miljard) en Gelderland (€ 61 miljard) in.³⁴

Het belangrijkste effect van bestedingen is de toegevoegde waarde, die als indicator kan dienen voor de welvaart. De toeristische bestedingen droegen in 2015 € 23,3 miljard bij aan de totale toegevoegde waarde van de Nederlandse economie, bijna vier procent.³⁵ Sinds 2010 is deze toegevoegde waarde met 35 procent toegenomen, terwijl de bestedingen van toeristen sinds 2010 met ‘slechts’ 22 procent zijn toegenomen.³⁶

De sectoren detailhandel, horeca en “cultuur, sport en recreatie” drijven voor een relatief groot deel op bezoekers. De toegevoegde waarde per fte van deze sectoren is relatief lager dan die van andere sectoren. Figuur 3.2 geeft voor Nederland, metropoolregio Amsterdam en de stad Amsterdam de toegevoegde waarde per arbeidsjaar weer. Voor het totaal van alle economische activiteiten is de toegevoegde waarde per arbeidsjaar in de MRA en in Amsterdam hoger dan landelijk. De detailhandel heeft in Amsterdam een lagere toegevoegde waarde per arbeidsjaar dan in de MRA en in Nederland. Voor de horeca en de sector “cultuur, sport en recreatie” is de toegevoegde waarde per arbeidsjaar in Amsterdam hoger dan in de MRA en in Nederland.

Figuur 3.2 De toeristische sectoren kennen een relatief lage arbeidsproductiviteit.



Bron: Economische Verkenningen Metropoolregio Amsterdam 2017

³³ Definitie CBS: De toegevoegde waarde is gelijk aan het verschil tussen de productie (basisprijzen) en het intermediair verbruik (aankooprijzen) van een bedrijfseenheid.

³⁴ CBS Statline (2017). Regionale kerncijfers; nationale rekeningen.

³⁵ Definitie CBS: De toeristische toegevoegde waarde tegen basisprijzen van Nederland is de toegevoegde waarde gekoppeld aan de interne toeristische bestedingen.

³⁶ CBS Statline (2017). Toerisme; kernindicatoren, nationale rekeningen.

De beschikbare data geven dus inzicht in de toegevoegde waarde van toerisme in zijn geheel en in de toegevoegde waarde van Amsterdam in zijn geheel. De toegevoegde waarde van toerisme in Amsterdam is niet beschikbaar, maar kan wel geschat worden. Voor heel Nederland creëren toeristische bestedingen van € 72,7 miljard (zie paragraaf 2.5) een toegevoegde waarde van € 23,3 miljard. Ervan uitgaande dat deze verhouding representatief is voor Amsterdam, zorgen bestedingen van 6,3 miljard in Amsterdam voor een toegevoegde waarde van € 2,0 miljard.

In 2014 was het aandeel van het cluster toerisme in de toegevoegde waarde van de MRA 4,6 procent.³⁷ Op basis van dit aandeel zou de toegevoegde waarde van de toerismesector in Amsterdam in 2015 circa € 2,7 miljard bedragen. SEO Economisch Onderzoek concludeert op basis van deze gegevens dat de toegevoegde waarde van de toerismesector in Amsterdam ligt tussen € 2,0 en 2,7 miljard.

De verdeling van winst en inkomen

De toegevoegde waarde in de sectoren die goederen en diensten leveren aan bezoekers maakt deel uit van het directe welvaartseffect van de bezoekerseconomie in Amsterdam. Dit effect komt deels terecht bij de werknemers in deze sectoren in de vorm van loon en deels bij de ondernemers in de vorm van winst. Het aandeel van zelfstandigen en werknemers in de toegevoegde waarde heet de arbeidsinkomensquote. Deze quote is niet bekend voor alle deelsectoren die in deze paragraaf zijn genoemd. Voor de horecasector was de arbeidsinkomensquote in 2015 gelijk aan 72 procent. Dit is het aandeel van de beloning van arbeid in het totale verdiende inkomen (toegevoegde waarde). Voor de sector cultuur is dit percentage 63 procent en in de deelsector vervoer 72 procent.³⁸ Het resterend deel is de kapitaalinkomensquote, het deel dat als winst gaat naar de eigenaren van de bedrijven in de genoemde sectoren. Grofweg betreft het winstdeel een derde van de toegevoegde waarde. De werknemers en zelfstandigen nemen tweederde van de toegevoegde waarde als loon mee naar huis.

3.2 Belastinginkomsten

De tweede directe baat als gevolg van bezoek aan Amsterdam zijn de additionele belastinginkomsten voor de gemeente. Hoofdzakelijk gaat het hier om drie soorten belasting:

- Toeristenbelasting;
- Vermakelijkheidsretributie (een belasting op het vervoer van betalende gasten op het water binnen Amsterdam, voornamelijk rondvaartboten);
- Parkeerbelasting.

In Figuur 3.3 is de groei van de inkomsten uit toeristenbelasting, vermakelijkheidsretributie en parkeerbelasting weergegeven. In een periode van tien jaar (2007-2016) zijn de inkomsten voor toeristenbelasting en vermakelijkheidsretributie met een factor tweeënehalf toegenomen: van € 27,5 mln. in 2007 naar € 68,4 mln. in 2016. Ook de parkeergelden zijn in dezelfde periode fors toegenomen: van € 100 mln. in 2007 naar € 199 mln. in 2016. € 43 miljoen van de parkeergelden betreft

³⁷ Zie: Gemeente Amsterdam (2016), p. 160.

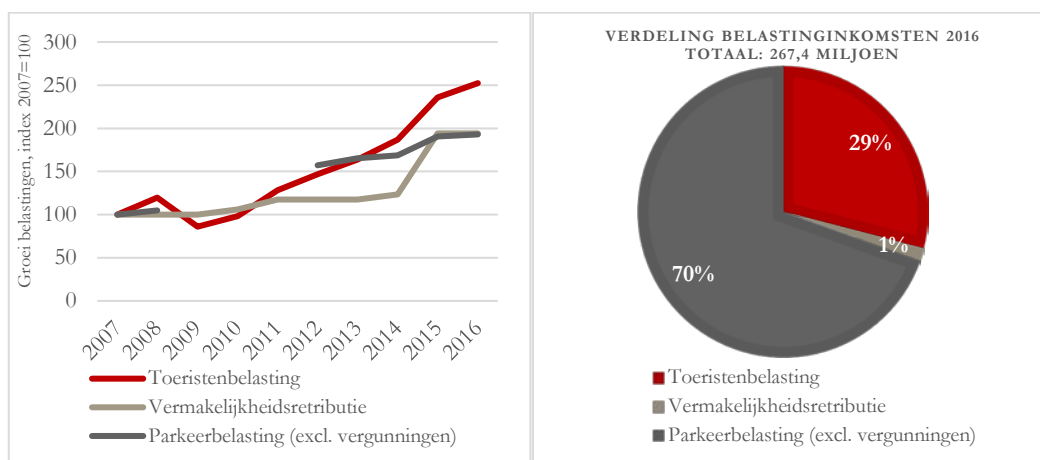
³⁸ Zie: CBS (2017), p. 42. Dit betreft de AIQ conform de nieuwe berekeningswijze. Specifiek voor Amsterdam of de MRA is geen naar sector gespecificeerde AIQ beschikbaar. De Economische Verkenningen MRA 2017 geeft wel een AIQ op basis van de bruto toegevoegde waarde, die niet vergelijkbaar is met de gegevens van het CBS (het verschil betreft de afschrijvingen).

de kosten van parkeervergunningen voor bewoners. Dit deel van de parkeergelden heeft dus geen relatie met bezoekers aan de stad.

De totale belastinginkomsten voor de gemeente Amsterdam gerelateerd aan bezoekers bedroegen in 2016 daarmee € 224,5 miljoen. Deze waren in 2007 in totaal 108,4 miljoen. In 2016 was daarvan 70 procent inkomsten uit parkeerbelasting, 29 procent uit toeristenbelasting en 1 procent uit vermakelijkheidsretributie, zoals weergegeven in Figuur 3.3.

Bij de toeristenbelasting is een duidelijk crisiseffect waarneembaar: de inkomsten liggen in 2009 en 2010 lager dan in 2007 en 2008. Bij de vermakelijkheidsretributie is dit effect er niet. Voor de parkeerbelasting ontbreken de cijfers voor de jaren 2009-2011.

Figuur 3.3 Inkomsten gemeenten gekoppeld aan bezoekers in tien jaar meer dan verdubbeld.



Bron: SEO Economisch Onderzoek. Gegevens parkeerbelasting voor 2009 t/m 2011 ontbreken.

Idealiter zouden deze cijfers uitgesplitst worden naar inkomsten afkomstig van bezoekers en inkomsten afkomstig van inwoners. Met name voor de parkeerbelasting zou dit meer inzicht geven in het effect van bezoekers. Ook een uitsplitsing van de inkomsten naar prijs en hoeveelheid zou nuttig zijn, omdat hiermee het effect van prijsstijgingen gescheiden kan worden van het effect van stijgende aantallen. Ook dit is vooral van belang voor de parkeerinkomsten.³⁹ De parkeertarieven kennen zeven tariefschalen. De tarieven binnen deze schalen zijn onveranderd sinds 2009, maar delen van de stad zijn wel ingedeeld in een hogere schaal.⁴⁰

3.3 Subsidies

Bezoekers hebben ook effect op door de gemeente verstrekte subsidies. De gemeente subsidieert een aantal instellingen, evenementen en diensten dat deels ten goede komt aan bezoekers. Of dit zorgt voor kosten of baten is niet op voorhand duidelijk. Wanneer subsidies vooral variabele kosten moeten dekken, betekent meer gebruikers ook meer subsidie. Wanneer echter vooral vaste kosten

³⁹ Volgens het Parool is de stijging van inkomsten uit de parkeerbelasting in 2014 vooral het gevolg van de verhogingen van de tarieven in Centrum en West. Hoeveel Amsterdam daar daadwerkelijk aan overhoudt is niet bekend, omdat het niet bekend is wat de kosten van de parkeerbeheerder zijn.

⁴⁰ Amsterdamse thermometer van de bereikbaarheid (2016).

gedekt moeten worden, betekent meer gebruikers met name meer inkomsten. Hierdoor is mogelijk minder subsidie nodig. De gemeente verstrekt onder andere subsidies aan:

- **Musea.** In het Kunstenplan 2013-2016 reserveert de gemeente jaarlijks € 22,6 mln. voor subsidies aan musea, waarvan € 11,6 mln. aan het Stedelijk Museum en € 8,1 mln. aan het Amsterdam Museum.
- **Citymarketing.** De gemeente geeft jaarlijks rond de € 5 mln. uit aan citymarketing, waarvan het grootste deel naar Stichting Amsterdam Marketing gaat.
- **Evenementen.** De gemeente heeft een evenementenfonds waarmee diverse festivals en andere evenementen worden gesubsidieerd. Het jaarlijks beschikbare budget bedraagt € 3,5 mln.

Het openbaar vervoer is ook een gemeentelijke dienst waarvan bezoekers gebruik van maken. Het gemeentelijke vervoerbedrijf GVB ontvangt een exploitatiesubsidie op basis van de Vervoerconcessie Amsterdam die loopt van 2012 tot 2024. In 2016 bedroeg de subsidie € 40,9 miljoen. Daarnaast werd een subsidie verleend ter hoogte van € 18,2 miljoen ten behoeve van sociale veiligheid. Deze subsidies blijven in dit rapport buiten beschouwing, omdat de Vervoerregio Amsterdam als concessieverlener op zijn beurt middelen verkrijgt van het Rijk. De Brede Doel Uitkering verkeer en vervoer uit de algemene middelen vormt 95 procent van de inkomsten van de Vervoerregio. De deelnemende gemeenten in de Vervoerregio dragen elk een bedrag bij dat afhangt van het aantal inwoners van de gemeente. Voor de gemeente Amsterdam is de bijdrage in 2016 ongeveer € 1,8 miljoen (€ 2,23 per inwoner). Deze post blijft in dit rapport buiten beschouwing, omdat zowel bewoners als bezoekers gebruik maken van het openbaar vervoer.

Mogelijk zijn er nog meer relevante gemeentesubsidies of kosten van andere regionale overheden voor de bezoekerseconomie. Deze zijn echter niet bekend bij SEO.

De totale subsidiepot gerelateerd aan bezoekers bedraagt hiermee ongeveer € 31 miljoen.

Het effect van bezoekers op de gemeentesubsidies is op basis van deze cijfers niet vast te stellen. Hiervoor zou een inschatting gemaakt moeten worden van de hoogte van de subsidies wanneer er geen bezoekers naar Amsterdam komen. Hiervoor moet per gesubsidieerde instelling gekeken worden naar de kostenstructuur: wat zijn de belangrijkste kostenposten? Zijn deze vast of variabel? Ook moet gekeken worden naar de strategie van de instelling in afwezigheid van bezoekers. Kan er schaalverkleining plaatsvinden of lopen alleen de inkomsten terug? Zo organiseert Amsterdam onder meer het jaarlijkse grachtenfestival en de Uitmarkt die ook druk bezocht worden door de inwoners van Amsterdam.

3.4 Overheidsdiensten

Een aantal overheidsdiensten maakt kosten om de bewegingen en activiteiten van bezoekers in goede banen te leiden. Sommige van deze diensten worden op nationale schaal gefinancierd, andere rechtstreeks door de gemeente. Voorbeelden van nationaal gefinancierde diensten zijn:

- **De politie.** Deze grijpt in als bezoekers de openbare orde verstoren, verleent hulp aan bezoekers die slachtoffer zijn van criminaliteit en bestrijdt aan toerisme gerelateerde criminaliteit (bijvoorbeeld het dealen van nepdrugs).

- Ambulances en ziekenhuizen. Deze verzorgen bezoekers die ziek worden. Ambulance Amsterdam is het primaire uitvoeringsorgaan voor ambulancediensten in de regio Amsterdam. Deze organisatie is in januari 2012 ontstaan uit een samensmelting van VZA (Verenigd Ziekenvervoer Amsterdam) en de ambulancedienst en meldkamer ambulancezorg van de GGD Amsterdam. Ambulance Amsterdam wordt voornamelijk bekostigd door zorgverzekeraars. Bezoekers uit andere landen zullen medische diensten waarschijnlijk contant moeten afrekenen of laten bekostigen door hun eigen verzekering.

Directe kostenposten voor de gemeente zijn:

- De gemeentelijke afval- en schoonmaakdiensten. Deze ruimen het afval op dat bezoekers achterlaten, voeren het af en verbranden of recyclen het. De gemeentelijke afvalstoffenheffing is in 2015 verlaagd en blijft de komende jaren constant. Vanaf 2017 wordt wel jaarlijks € 11,2 miljoen uitgetrokken voor het “Aanvalsplan Schoon Amsterdam”.
- De gemeente zorgt voor handhaving en toezicht op de regels rondom accommodatie, horeca, winkels en bedrijven. In 2016 bedroegen de uitgaven aan handhaving en toezicht € 34,5 miljoen. Gecombineerd met opbrengsten aan boetes van € 11,2 miljoen zorgde dit voor netto lasten van € 23,2 miljoen. Daarnaast heeft de gemeente een apart budget voor veiligheid, waarvan in 2016 € 1,2 miljoen werd uitgegeven aan projecten rondom het Rembrandtplein en andere knelpunten met betrekking tot handhaving en toezicht. Ook werd eind 2016 in samenwerking met de politie een “Binnenstad Offensief” opgezet, waarin 70 handhavers en 70 politieagenten samenwerken om de veiligheid in de binnenstad te vergroten.
- De gemeente maakt kosten voor onderhoud en herstel van monumenten, straten en grachten, die mede bezocht worden door bezoekers. In 2016 bedroegen deze kosten € 5,3 miljoen.⁴¹
- De gemeente onderhoudt groenvoorzieningen en aanverwante recreatiegebieden. Zo gaf de gemeente in 2016 € 4,7 miljoen aan Artis en € 0,5 miljoen aan de Hortus Botanicus.

De gecombineerde kosten van het Aanvalsplan Schoon Amsterdam, handhaving en toezicht, het onderhoud van monumenten, straten en grachten en uitgaven aan Artis en de Hortus bedroegen in 2016 € 45 miljoen.

Bij overheidsdienstverlening speelt opnieuw het probleem dat niet duidelijk is welk deel van de kosten wordt veroorzaakt door bezoekers en welk deel door inwoners. Om hier inzicht in te verkrijgen is meer informatie nodig over de kostenopbouw en met name over de tijdsbesteding van de gemeenteambtenaren die zich met deze onderwerpen bezighouden.

Verder valt op dat structurele uitgaven aan zaken als schoonmaak, toezicht en handhaving min of meer constant blijven, net als inkomsten die deze uitgaven financieren, zoals de afvalstoffenheffing. Daarnaast worden er echter grootschalige projecten in het leven geroepen zoals het Aanvalsplan Schoon Amsterdam en het Binnenstad Offensief, die lijken te suggereren dat het hier om tijdelijke uitgaven gaat. De komende jaren moeten uitwijzen of het hier inderdaad gaat om tijdelijke kostenposten die eenmalig specifieke problemen oplossen, of dat de toename van het aantal bezoekers van Amsterdam structureel gepaard gaat met hogere uitgaven.

⁴¹ Zie: Jaarverslag Gemeente Amsterdam 2016, p. 286.

3.5 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste directe effecten van bezoekers van Amsterdam besproken. Met betrekking tot deze effecten kan het volgende geconcludeerd worden:

- De toegevoegde waarde van bezoekers voor de Amsterdamse economie in 2015 ligt tussen de € 2,0 miljard en € 2,7 miljard.
- Op basis van de arbeidsinkomensquote kan worden gesteld dat ongeveer tweederde van de toegevoegde waarde terecht komt als loon bij werknemers en zelfstandigen in de toeristische sectoren en een derde als winst bij ondernemers.
- De inkomsten van de gemeente uit toeristenbelasting, gemaklijksretributie en parkeerbelasting (exclusief vergunningen) zijn in tien jaar tijd meer dan verdubbeld tot € 224,5 miljoen. Voor een betrouwbare schatting van de inkomsten als gevolg van bezoekers, is met name meer inzicht vereist in de parkeerbelasting. Dit is de grootste post (€ 156 miljoen exclusief parkeervergunningen) en deze wordt voor een deel opgebracht door inwoners.
- De gemeente Amsterdam verleent een aantal subsidies aan instellingen die diensten leveren aan bezoekers, zoals musea, festivals en citymarketing. Deze subsidies bedragen jaarlijks € 31 miljoen. Hiervan is circa € 5 miljoen direct aan bezoekers toe te schrijven. Voor de overige posten is onduidelijk welk deel ten goede komt aan bezoekers en wat het benodigde subsidiebedrag zou zijn zonder bezoekers.
- Enkele gemeentelijke diensten maken kosten om de drukte in Amsterdam in goede banen te leiden. In 2016 bedroegen deze kosten ongeveer € 45 miljoen. Ook hier speelt echter het probleem dat niet duidelijk is welk deel van de kosten is toe te wijzen aan bezoekers en welk deel aan inwoners.

Tabel 3.1 geeft het overzicht van de maatschappelijke kosten en baten van de bezoekerseconomie die we kunnen zien als een direct effect. De kosten en baten zijn bij benadering, omdat niet duidelijk is welk deel van de kosten en baten samenhangen met de bestedingen of activiteiten van bezoekers. Onvermijdelijk profiteren ook de Amsterdammers zelf van de voorzieningen in de toeristische sector en kunnen kosten niet 1-op-1 aan bezoekers worden toegerekend. Dit speelt bijvoorbeeld bij de parkeergelden waarvan niet duidelijk is welk deel wordt opgebracht door bezoekers en welk deel door Amsterdammers.

Tabel 3.1 Overzicht kosten en baten van directe effecten bezoekerseconomie.

Sector/markt	Actoren	Effect	Omvang/bedrag
Toeristische sector	Bedrijven	Toegevoegde waarde	€ 2,0 à 2,7 miljard
	- waarvan werknemers	Inkomen	2/3 van de toegevoegde waarde
	- waarvan eigenaars	Winsten	1/3 van de toegevoegde waarde
	Gemeente Amsterdam	Belastingen	€ 68 à 224 miljoen
		Subsidies	€ 5 à 31 miljoen
Andere kosten		€ 45 miljoen	

Bron: SEO Economisch Onderzoek.

4 Indirecte effecten

Naast de *directe* effecten van uitgaven door bezoekers en uitgaven en inkomsten van de gemeente, heeft de bezoekerseconomie een aantal *indirecte* effecten. Indirecte effecten ontstaan op andere markten dan de sectoren die diensten en goederen aan bezoekers leveren en zijn zelf weer een gevolg van de directe effecten. In dit hoofdstuk passeren zeven effecten de revue (zie Figuur 4.1).

Als toeristische sectoren goed draaien vanwege het grote aantal bezoekers, gaat ook de vraag naar 'inputs' voor deze sectoren omhoog. De toeleveranciers van dergelijke inputs hebben hier voordeel van. Ook werknemers zijn 'toeleveranciers': zij leveren diensten die een input vormen voor toeristische bedrijven. Extra werkgelegenheid is daarom ook een indirect effect, in dit geval op de arbeidsmarkt. Paragraaf 4.1 kijkt naar de effecten van de bezoekerseconomie op de werkgelegenheid.

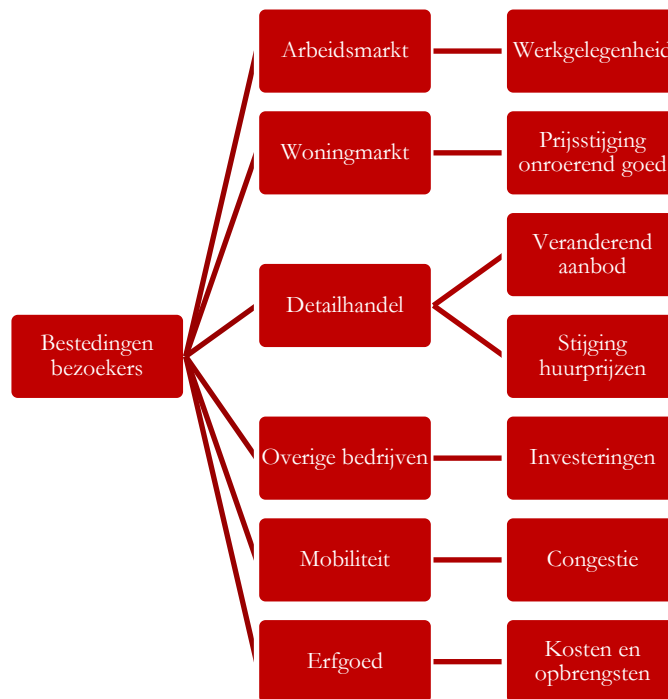
De aanwezigheid van bezoekers heeft ook gevolgen voor de woningmarkt. De vakantieverhuur in huizen en appartementen trekt mogelijk beleggers aan die meer bieden dan inwoners van Amsterdam. Dit zou de woningprijzen kunnen opvoeren. Dit effect komt aan de orde in paragraaf 4.2.

Paragraaf 4.3 en 4.4 analyseren de effecten op de detailhandel. Bezoekers hebben een ander bestedingspatroon dan inwoners. De detailhandel speelt hierop in, wat gevolgen heeft voor het winkel aanbod. Ook stijgende winkelhuren zijn mogelijk een indirect effect van de bezoekerseconomie. Het welvaartseffect dat uiteindelijk van belang is met betrekking tot de detailhandel, zijn de veranderende consumptiemogelijkheden voor inwoners van Amsterdam. Hun behoeftes sluiten minder goed aan op de voorzieningen van de bezoekerseconomie.

Paragraaf 4.5 kijkt naar de gevolgen voor de aantrekkelijkheid van Amsterdam als woonplaats en als vestigingsplaats voor bedrijven. Een bezoekerseconomie veroorzaakt een dynamiek die indirect ook van invloed is op andere bedrijven. Als gevolg hiervan verandert het investeringsklimaat in de regionale economie. Sommige bedrijven worden aangetrokken door de bezoekerseconomie, andere vertrekken juist uit Amsterdam of kiezen een andere plaats om zich te vestigen. De investeringen die hiermee samenhangen vormen het welvaartseffect.

Paragraaf 4.6 brengt de gevolgen voor de hoofdstedelijke infrastructuur voor mobiliteit in kaart. De aanwezigheid van bezoekers betekent een intensiever gebruik van de infrastructuur, wat extra kosten veroorzaakt. Paragraaf 4.7 bespreekt de waarde van de bezoekerseconomie voor het Amsterdams historisch erfgoed. Bezoekers genereren extra inkomsten. De keerzijde daarvan is dat extra investeringen in onderhoud gevraagd zijn om het erfgoed aantrekkelijk te houden voor bezoekers. Paragraaf 4.8 concludeert.

Figuur 4.1 Maatschappelijke kosten en baten als gevolg van indirecte effecten.



4.1 Werkgelegenheid

In 2015 telde Nederland 8,8 miljoen werkzame personen, waarvan er 594.000 werkten in Amsterdam. De Amsterdamse arbeidsmarkt draait beter dan elders in het land. De groei van het aantal werkzame personen in Amsterdam sinds 2010 bedraagt 33 duizend. In Nederland als geheel is het aantal werkzame personen sinds 2010 met 14 duizend toegenomen.⁴² Dit betekent dat het aantal werkzame personen in gebieden buiten Amsterdam is gekrompen.

Een betere maatstaf voor het arbeidsvolume is het aantal arbeidsjaren. Dit wordt berekend door alle banen om te rekenen naar het aantal voltijdbanen. Landelijk is het aantal arbeidsjaren sinds 2010 gedaald met 34.000. Dit betekent dat werkzame personen meer in deeltijd zijn gaan werken. In Amsterdam is dit niet het geval. De groei in het aantal werkzame personen vertaalt zich door naar een groei van het aantal arbeidsjaren met 36.000. De 594.000 werkzame personen in Amsterdam werken samen 554.000 arbeidsjaren. In Amsterdam werken dus relatief veel mensen in voltijd.⁴³

Bezoekers zorgen voor werkgelegenheid. Volgens het CBS kunnen voor 2015 626.000 banen in Nederland toegeschreven worden aan de toeristische sector: een groei van 13 procent sinds 2010.⁴⁴ In totaal werkten in 2015 529 duizend personen in de toeristische sector. Dat is 6 procent van alle

⁴² CBS Statline. Regionale kerncijfers; nationale rekeningen

⁴³ Hier dient rekening te worden gehouden dat Amsterdam veel woon-werk verkeer kent. CBS concludeert dat eind 2011 de helft van de werknemers in Amsterdam in een andere gemeente woont.

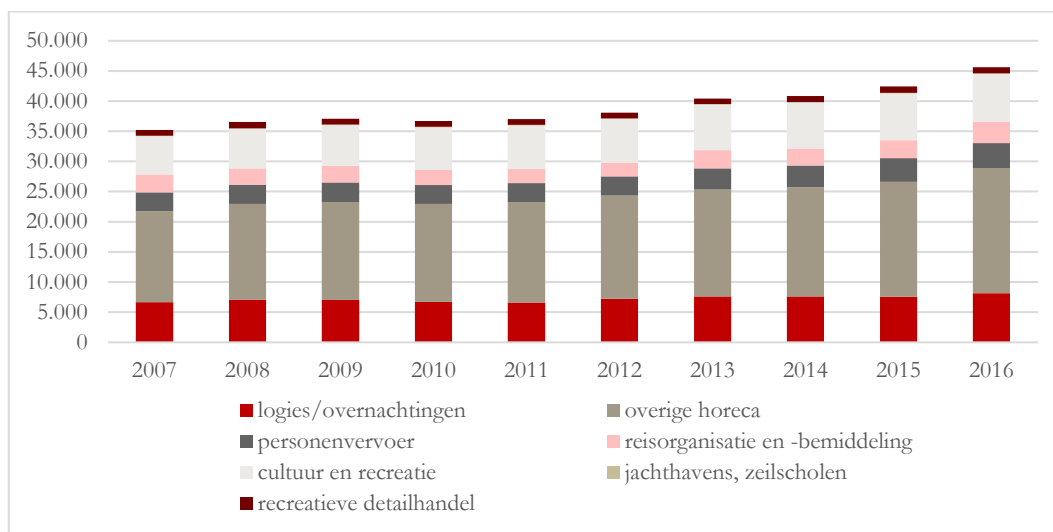
⁴⁴ Definitie CBS: Het aantal toeristische banen

werkzame personen. Het totale arbeidsvolume in de toeristische sector bedraagt 377.000 voltijdequivalenten. Relatief veel banen in de toeristische sector zijn dus deeltijdbanen.⁴⁵

In de periode 2007 – 2016 is het aantal banen in Amsterdam met 23 procent toegenomen tot 592.000 banen.⁴⁶ Deze groei wordt mede veroorzaakt door de toeristische sector in Amsterdam, waar het aantal banen in dezelfde periode met 33 procent toenam. De toeristische sector bestaat uit de branches logies/overnachtingen, horeca, personenvervoer, reisorganisatie en bemiddeling, cultuur en recreatie, jachthavens en zeilscholen en de recreatieve detailhandel. In 2016 waren er ruim 61.000 banen in de toeristische sector. Dit komt overeen met tien procent van alle banen in Amsterdam.⁴⁷ Over heel Nederland bezien, zorgt de toeristische sector voor zes procent van de banen.

OIS Amsterdam onderscheidt ‘grote’ banen van meer dan 12 uur per week en ‘kleine’ banen van minder dan 12 uur per week. In de toeristische sector is ongeveer 75 procent van alle banen een grote baan en 25 procent is een kleine baan. De grote banen in de toeristische sector groeiden tussen 2007 en 2016 met 30 procent, terwijl de kleine banen met 46 procent toenamen. Toch kromp het aandeel kleine banen in de toeristische sector in Amsterdam van 19 procent in 2007 naar 17 procent in 2016. Dit komt doordat het aantal kleine banen in Amsterdam sterker is gegroeid dan de kleine banen in de toeristische sector. Het omgekeerde geldt voor de grote banen in Amsterdam: het aantal grote banen nam in de toeristische sector sterker toe dan het totaal aantal grote banen in Amsterdam. De groei van de grote banen is te zien in Figuur 4.2. Het aantal banen in de categorie overige horeca groeit het meest met 38 procent.

Figuur 4.2 Aantal ‘grote’ banen in de toeristische sector groeit met 30 procent



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

Figuur 4.3 laat de groei van de grote en kleine banen in Amsterdam en in de toeristische sector zien. Het aantal kleine banen in Amsterdam groeit tussen 2007 en 2016 sneller dan het aantal grote

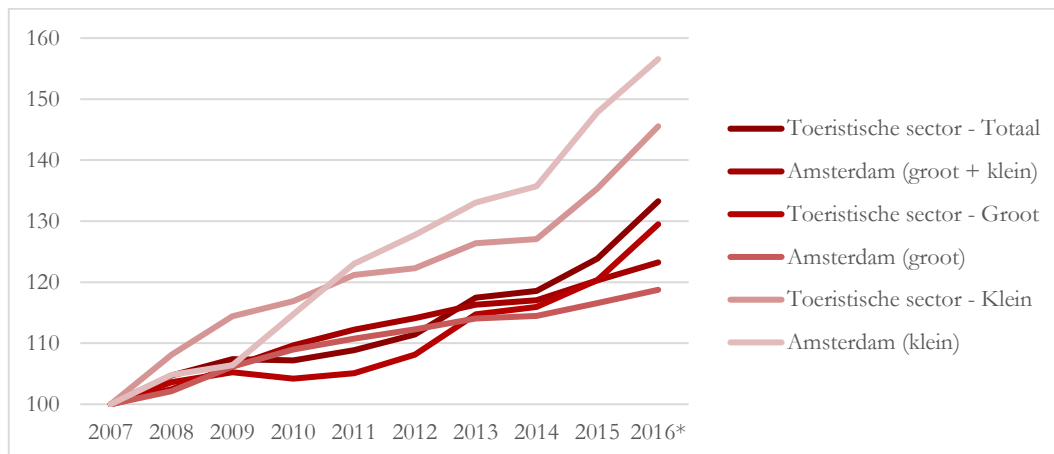
⁴⁵ CBS Statline. Toerisme; kernindicatoren, nationale rekeningen.

⁴⁶ Op basis van OIS Amsterdam data

⁴⁷ Een steeds groter aandeel banen in Amsterdam bevindt zich in de toeristische sector. In 2007 was 9,6 procent van alle banen in Amsterdam in de toeristische sector, in 2016 is dit toegenomen tot 10,4 procent.

banen. Dit geldt voor zowel voor alle banen als voor de banen in de toeristische sector in Amsterdam.

Figuur 4.3 Het aantal banen in toeristische sector in Amsterdam groeit: meer groei in kleine banen dan in grote banen



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

Het daadwerkelijk aantal banen in de toeristische sector in Amsterdam is echter lastig in te schatten. Het aantal banen wordt namelijk bepaald op basis van de in Amsterdam geregistreerde bedrijven. Daarnaast wordt het inbesteden van diensten zoals de schoonmakers of de catering van hotels niet meegenomen en vallen (landelijke) uitzendbureaus hier ook niet onder. Deze factoren zorgen voor een *onderschatting* van het aantal daadwerkelijke banen. Aan de andere kant worden de toeristische voorzieningen niet uitsluitend door toeristen gebruikt, dus kan niet alle werkgelegenheid uit de toeristische sector worden toegeschreven aan het toerisme. Inwoners van Amsterdam maken ook gebruik van de voorzieningen binnen de toeristische sector, zoals de horeca of het vervoer. Hierdoor wordt het aantal banen in de toeristische sector *overschat*.

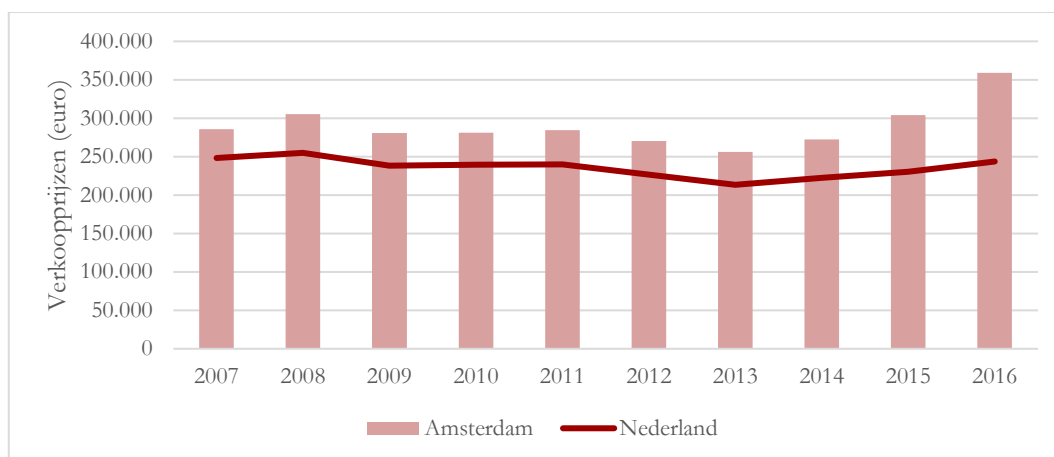
De beschikbare data over werkgelegenheid kennen een belangrijke beperking. Aangezien bewoners van Amsterdam ook gebruikmaken van ‘toeristische’ voorzieningen zoals restaurants en musea, is slechts een deel van de werkgelegenheid in toeristische sectoren daadwerkelijk onderdeel van de bezoekerseconomie. Om preciezere uitspraken te kunnen doen over de impact van bezoekers op de werkgelegenheid, is daarom een uitsplitsing nodig tussen de bestedingen van inwoners en bezoekers per toeristische sector. Deze is tot op heden niet beschikbaar.

4.2 Huizenprijzen

In Amsterdam zijn in 2016 ruim 12.000 huizen verkocht met een totale waarde van € 4,4 miljard. Dat is een kleine zes procent van alle huizen die in Nederland in 2016 verkocht zijn. Dit is minder dan in de twee voorgaande jaren, toen ruim zeven procent van alle verkochte huizen in Amsterdam stond. Terwijl er in 2016 landelijk ruim 20 procent meer woningen verkocht werden dan in 2015, nam het aantal verkopen in Amsterdam met zes procent af. De gemiddelde verkoopprijs in Amsterdam nam het afgelopen jaar juist met 18 procent toe. Landelijk was de prijsverhoging nog geen 6 procent ten opzichte van 2015.

De gemiddelde verkoopprijs is in Amsterdam hoger dan het landelijk gemiddelde. In 2007 betaalde men voor een huis in Nederland gemiddeld € 248.000, 13 procent minder dan in Amsterdam. In Amsterdam was de verkoopprijs in 2007 bijna € 286.000. Landelijk is de gemiddelde verkoopprijs in de periode 2007-2016 met 2 procent gedaald. In Amsterdam namen in diezelfde periode de prijzen juist met bijna 26 procent toe. Gemiddeld betaalde men in 2016 in Nederland € 244.000 voor een woning, terwijl in Amsterdam de verkoopprijs op € 359.000 lag.

Figuur 4.4 Bestaande koopwoningen in Amsterdam zijn in 2016 47 procent duurder in Amsterdam dan in de rest van Nederland.



Bron: CBS Statline (2017). Bestaande koopwoningen; regio; verkoopprijzen prijsindex: 2010=100.

Sinds 2013 stijgt het aantal woningverkoop in alle provincies van Nederland. In totaal werden er in 2016 landelijk bijna 215.000 woningen verkocht, waarvan ruim 12.000 (5,8%) in Amsterdam. Landelijk neemt sinds 2013 het aantal verkochte woningen sterker toe dan in Amsterdam. Tussen 2013 en 2016 verdubbelde het aantal verkochte woningen in Nederland, terwijl dit in Amsterdam steeg met 78%.

Tussen het eerste kwartaal van 2016 en het eerste kwartaal van 2017 werden er in Nederland 30 procent meer woningen verkocht. In Overijssel en Gelderland werden er bijna 45 procent meer huizen verkocht, terwijl de stijging in Noord-Holland niet meer dan 13 procent bedroeg. Dit wordt mede veroorzaakt door het opdrogende aanbod. “De combinatie van een sterk verslechterde betaalbaarheid voor koopstarters en doorstromers en het uitwerken van het inhaaleffect na de crisis lijken hier voor de hand liggend. Maar ook een meer afwachtende houding van potentiële verkopers om nog sterker van de fors stijgende prijzen te kunnen profiteren is niet volledig uit te sluiten”, aldus de Rabobank.⁴⁸

Ook in de rest van de Randstad neemt het aantal verkopen niet meer toe. In de steden Amsterdam, Utrecht, Haarlem en Leiden staat in het eerste kwartaal van 2017 slechts 1 procent van de woningen te koop. Voor de crisis, in september 2008, stond in Amsterdam nog 4 procent van de woningen te koop. Hoewel de nieuwbouw aantrekt, kan het aanbod niet voorzien in de grote vraag naar koopwoningen.⁴⁹

⁴⁸ Rabobank (2017). Huizenprijzen op weg naar nieuwe piek, 17 mei 2017

⁴⁹ ING (2017). Oud streeft jong voorbij op woningmarkt. 19 mei 2017

De woningvoorraad is in Amsterdam tussen 2012 en 2016 met 4 procent gestegen tot 428.000 woningen. Landelijk nam het aantal woningen tussen 2012 en 2016 met iets meer dan 3 procent toe tot 7,7 miljoen woningen. Ook het aantal niet-woningen (kantoren, winkels, hotels, etc.) neemt sinds 2012 toe. Landelijk is de toename 5 procent, in Amsterdam slechts 1,8 procent. Amsterdam ervaart wel een sterke groei van niet-woningen met een logiesfunctie (30 procent), terwijl het aantal niet-woningen met een winkelfunctie met maar 0,6 procent groeit.⁵⁰

Prijseffect vakantieverhuur

De vakantieverhuur van woningen en appartement via websites zoals Airbnb levert de inwoner van Amsterdam extra inkomsten op. Deze extra inkomsten kunnen aanleiding zijn om meer te bieden voor een woning in een aantrekkelijk deel van Amsterdam. Een recent onderzoek van ING betoogt dat dit prijsopdrijvend effect van de vakantieverhuur vele procenten kan zijn (ING, 2016). ING berekent dat de netto opbrengst van maximaal 60 dagen verhuur op jaarbasis zo'n € 350 per maand bedraagt. Daarmee kan een bewoner ongeveer € 95.000 extra lenen. In de praktijk zal het prijsopdrijvend effect lager zijn. Niet iedereen wil zijn woning 60 dagen per jaar verhuren; het is onduidelijk of de hypotheeknormen toestaan dat extra inkomsten via vakantieverhuur een hogere hypotheek mogelijk maken; en ING houdt geen rekening met opportuniteitskosten: waar blijft de bewoner gedurende 60 dagen vakantieverhuur?

Het effect van de vakantieverhuur op de woningprijzen is daarmee onzeker. Het zou om enkele procenten kunnen gaan. Overigens merkt ING op dat het grootste deel van een eventuele prijsstijging al in de prijzen verdisconteerd zal zitten. Het verdienpotentieel van de vakantieverhuur is immers al genoegzaam bekend en zal in de toekomst door mogelijk strengere regelgeving wellicht minder worden.

Het groeiend aantal bezoekers kan via de vakantieverhuur ook effect hebben op de huurprijzen in de vrije sector. Over dit effect is niets bekend. Het ligt niet voor de hand dat de bezoekerseconomie direct effect heeft op de sociale huursector, aangezien huren in dit segment van de woningmarkt gereguleerd zijn. Indirect kunnen huurprijzen in de sociale huur stijgen vanwege de koppeling tussen de gereguleerde huurprijs en de WOZ-waarde van de woning.

Conclusie

De trends op de Amsterdamse huizenmarkt zijn duidelijk: stijgende vraag en een stagnerend aanbod zorgen voor stijgende prijzen. De interessante vraag in dit verband is: welk deel van de vraag is te herleiden naar (bedrijvigheid rondom) bezoekers van Amsterdam? Wellicht zorgt het verdienpotentieel van de vakantieverhuur voor hogere woningprijzen. De omvang van dit effect is echter onzeker. Meer onderzoek op dit vlak kan helpen om het indirecte effect van bezoekers op de huizenmarkt beter te begrijpen.

4.3 Veranderend winkelaanbod

In totaal waren er in 2016 118.000 winkelvevestigingen in Amsterdam, 82 procent meer dan in 2007. In heel Nederland waren er 1,5 miljoen winkelvevestigingen, een groei van 50 procent ten opzichte

⁵⁰ CBS Statline (2017). Voorraad woningen en niet-woningen; mutaties, gebruiksfunctie, regio

van 2007.⁵¹ Om de impact van toerisme te bepalen wordt gekeken hoe het aantal vestigingen in de toeristische sector zich ontwikkelt over de tijd. Het beeld bestaat dat er steeds meer vestigingen in de toeristische sector bijkomen ten koste van de detailhandel. Beschikbare data over het aantal vestigingen naar bedrijfstak lopen voor Amsterdam tot 2015. Landelijk is het aantal vestigingen in de detailhandel met 17,6 procent toegenomen. In Amsterdam bedraagt deze stijging 21,3 procent. Het aantal vestigingen in de toeristische sector groeit landelijk met 17,3 procent, terwijl in Amsterdam het aantal vestigingen in de toeristische sector met 27,1 procent toeneemt.⁵² Er lijkt met andere woorden eerder sprake te zijn van complementen dan van substituten: Het aantal vestigingen in de detailhandel groeit in Amsterdam bijna even hard als in de toeristische sector.

Toch kan het aantal winkels afnemen en het straatbeeld hierdoor veranderen. Binnen de detailhandel vormen de postorderbedrijven en webwinkels namelijk de grootste en snelst groeiende branche. Deze winkels opereren online en komen dan ook niet terug in het straatbeeld. Wanneer voor Amsterdam deze winkels niet worden meegenomen, is het aantal vestigingen in de detailhandel tussen 2007 en 2015 onveranderd gebleven. Landelijk is er sprake van een krimp van 2,6 procent.

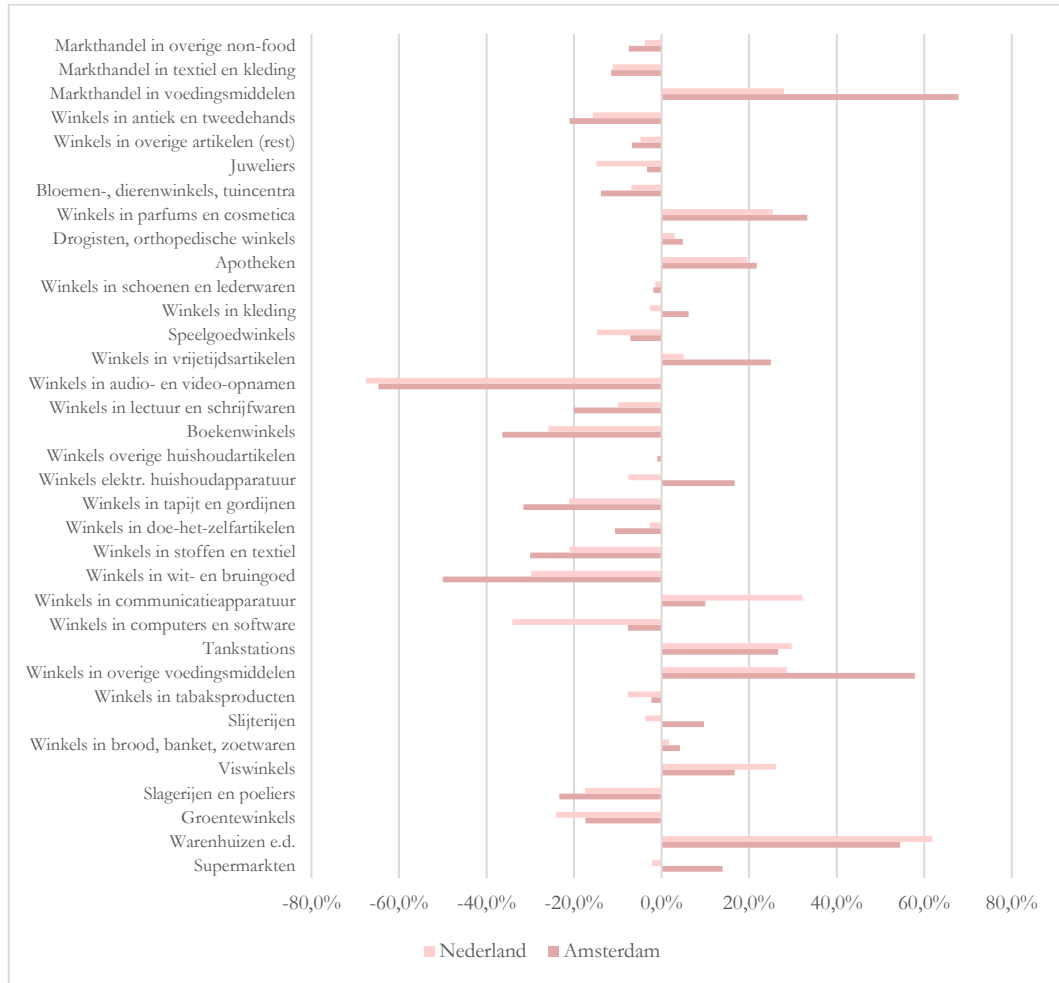
Het straatbeeld verandert dus, maar waar is dit het meest zichtbaar? Er komen meer winkels bij in de volgende branches: voedingsmiddelen, cosmetica, apotheken, vrijetijdsartikelen, communicatie-apparatuur, tankstations, brood- en banket, viswinkels en warenhuizen. En er verdwijnen winkels in de sectoren non-food, textiel en kleding, tweedehands en antiek, juweliers, tuincentra, speelgoedwinkels, audio- en video-opnamen, lectuur en schrijfwaren, boekwinkels, tapijt en gordijnen, doe-het-zelfartikelen, stoffen en textiel, wit- en bruingoed, computers en software, tabaksproducten, poeliers en groentewinkels. In Amsterdam ligt dit weer iets anders dan in de rest van Nederland. Er is voor Nederland sprake van krimp en voor Amsterdam van groei in de volgende branches: winkels in kleding, elektronische huishoudapparatuur, slijterijen en supermarkten. Inwoners en bezoekers van Amsterdam hebben dus een iets andere winkelbehoefte dan de rest van Nederland.

In Figuur 4.5 wordt de verandering van het aantal vestigingen in de detailhandel van Amsterdam afgezet tegen de verandering in heel Nederland. Hier valt op dat het aantal winkels in voedingsmiddelen in Amsterdam veel sneller groeit dan in de rest van Nederland. Ook het aantal supermarkten groeit, waar dit in de rest van Nederland daalt.

⁵¹ CBS Statline (2017). Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, gemeente.

⁵² CBS Statline (2017). Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, regio.

Figuur 4.5 Het straatbeeld in Nederland verandert niet op dezelfde manier als in Amsterdam.

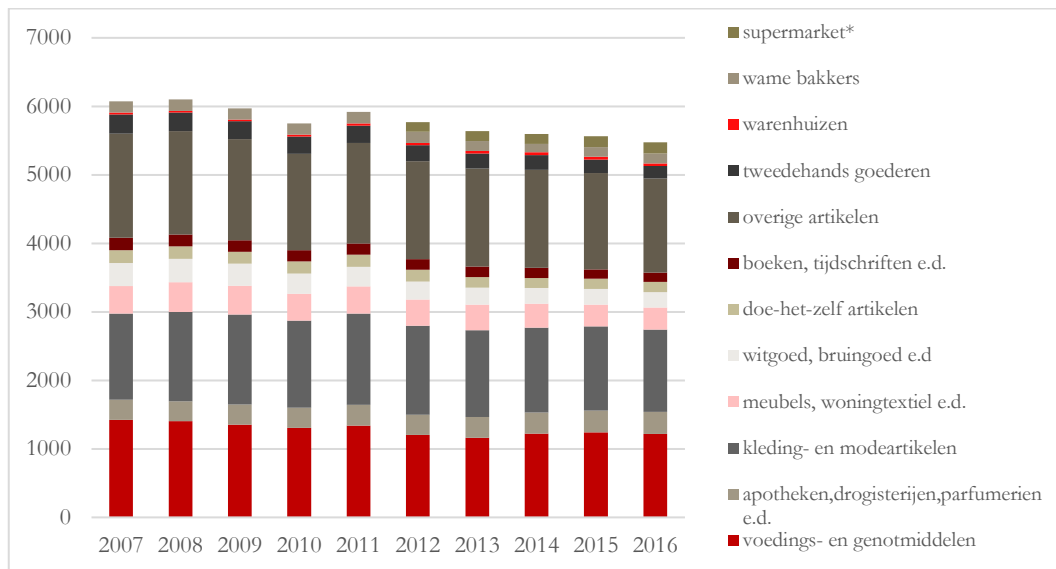


Bron: CBS Statline (2017), vestigingen van bedrijven, bedrijfstak, regio.

Het winkelaanbod in Amsterdam is in de periode 2007-2016 met 11 procent afgenomen. In 2016 stonden er bijna 5.500 winkels in Amsterdam. Alle winkeltypen ervaren krimp met uitzondering van de apotheken, drogisterijen, parfumerieën en warenhuizen. De krimp is vooral zichtbaar bij winkels in tweedehands goederen en bij witgoed en bruingood winkels. Een overzicht van de ontwikkeling van de verschillende winkeltypen is in Figuur 4.6 weergegeven.

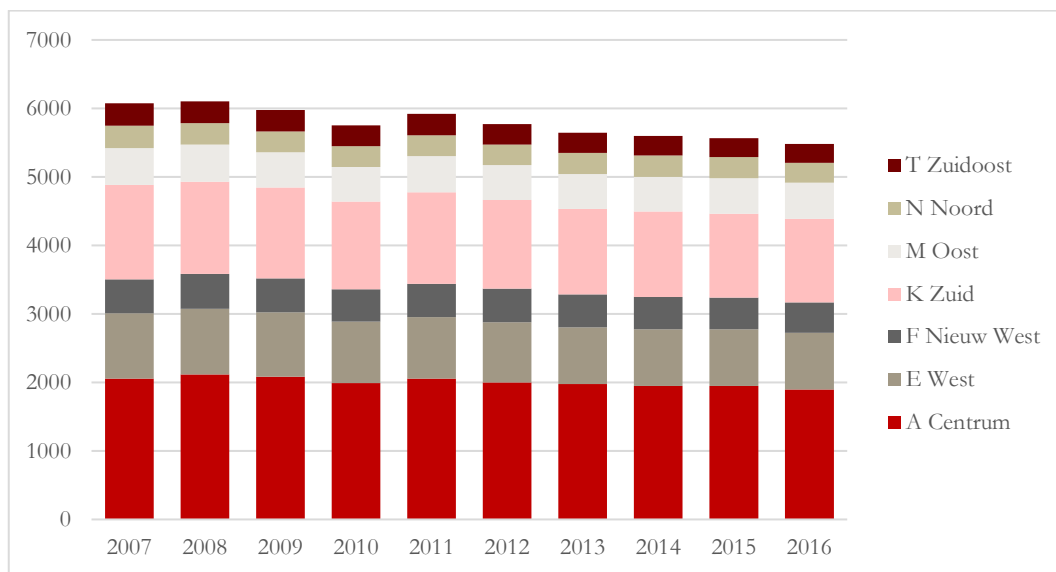
Bijna 35 procent van alle winkels bevinden zich in het stadsdeel Centrum, gevolgd door stadsdeel Zuid met ruim 22 procent. Alle stadsdelen ervaren een krimp. In stadsdeel Oost was de krimp het kleinst met 2,4 procent terwijl er in stadsdeel Zuidoost 16,5 procent minder winkels waren in 2016 dan in 2007 (Figuur 4.7).

Figuur 4.6 Het aantal winkels in Amsterdam is sinds 2007 met 11 procent gedaald.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam. *Supermarkten worden pas sinds 2012 apart geregistreerd.

Figuur 4.7 Het aantal winkels daalt het sterkst in Stadsdeel Zuidoost.



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2017). Op basis van data van OIS Amsterdam

De opkomst van online winkelen heeft een grote impact op het winkelaanbod in binnensteden. De groei van het aantal bezoekers in Amsterdam loopt hier parallel aan. Dat maakt het moeilijk om de invloed van bezoekers te isoleren. Op grond van bovenstaande lijkt het echter aannemelijk dat de landelijke trend vooral de verschuiving naar online winkelen weerspiegelt en de afwijkende ontwikkelingen in Amsterdam ten opzichte van deze trend op zijn minst ten dele veroorzaakt worden door het stijgende aantal bezoekers. Concreet betekent dit:

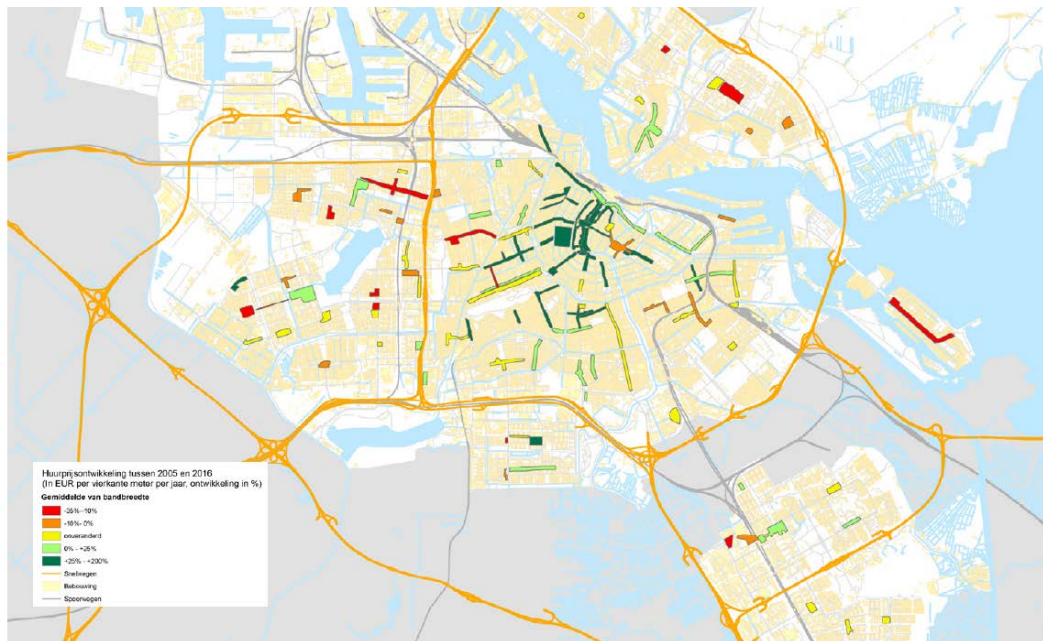
- Meer winkelpunten voor de verkoop van voedingsmiddelen;

- Meer supermarkten;
- Meer winkels in vrijetijdsartikelen;
- Meer winkels voor de verkoop van parfum en cosmetica.

Dergelijke veranderingen lijken voornamelijk afgestemd op de voorkeuren van bezoekers en vormen een kostenpost voor Amsterdam als inwoners andere winkelvoorkeuren hebben. Zo percipiëren sommige media de groei van het aantal ijssalons en Nutellawinkels als een vorm van overlast in de bezoekerseconomie.⁵³ Aan de andere kant profiteren inwoners ook van bijvoorbeeld de toename in het aantal supermarkten en de verkoop van bepaalde voedingsmiddelen. De daadwerkelijke omvang van de mismatch tussen het winkelaanbod en de vraag van inwoners is daarom moeilijk in te schatten.

Het veranderende straatbeeld kan ook gerelateerd zijn aan stijgende winkelhuurprijzen. DTZ Zadelhoff deed in 2016 onderzoek naar de winkelhuurprijzen in Amsterdam. In totaal werden voor dit onderzoek 128 winkelstraten en winkelgebieden onderzocht. In 84 winkelstraten zijn de huurprijzen onveranderd gebleven ten opzichte van 2005, in 33 winkelstraten stegen de prijzen en in 11 straten daalde de huurprijs. Figuur 4.8 toont een overzichtskaart van Amsterdam met de veranderingen in winkelhuurprijzen tussen 2005 en 2016. De gebieden met stijgende huurprijzen bevinden zich vooral in het centrum, terwijl de gebieden met dalende prijzen juist in de buitenwijken liggen.

Figuur 4.8 In het centrum stegen de winkelhuren tussen 2005 en 2016 het meest in prijs.



Bron: DTZ (2016), *Winkelhuren in Amsterdam in 2016*. Rode buurten kennen een prijsdaling van 35 tot 10%, oranje buurten een daling van 10 tot 0%. In gele buurten is de prijs onveranderd. Lichtgroene buurten kennen een prijsstijging van 0 tot 25% en donkergroene buurten van 25 tot 200%.

De prijzen in het centrum van Amsterdam variëren sterk. Van € 125 per m² per jaar in de Nieuwmarktbuurt tot € 2.900 per m² per jaar in de Kalverstraat. Grote veranderingen in de minimale en

⁵³ Zie: Het Parool, *Stad pakt Nutellawinkels en ijssalons tóch aan*, 7 maart 2017.

maximale huurprijzen zijn niet zichtbaar in de periode 2009-2015. In 2015 telde het Centrum bijna 1.800 verkooppunten, 39 meer dan in 2014.

In de andere stadsdelen van Amsterdam stonden in 2015 ruim 3.800 verkooppunten, 74 meer dan in 2014. Ook in de andere stadsdelen is er een grote variatie zichtbaar in de gevraagde huurprijzen. Zo varieert de huurprijs in stadsdeel Zuid van € 65 per m² per jaar tot € 2.500 euro per m² per jaar. In Tabel 4.1 is voor 2015 de variatie in huurprijs, het naar aantal winkels gewogen gemiddelde en de mediane prijs weergegeven per stadsdeel.

Tabel 4.1 De winkelhuurprijzen zijn het hoogst in het Centrum en variëren sterk binnen en tussen stadsdelen.

	Centrum		Nieuw-West		Noord		Oost		West		Zuid		Zuidoost	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Bandbreedte														
Variatie	125	2900	70	450	75	500	75	350	65	500	90	2500	70	650
Gemiddelde	571	1164	125	270	149	311	147	281	138	308	349	624	212	382
Mediaan	300	750	125	225	125	200	125	275	125	275	175	375	100	165
Verkooppunten	1.797		599		253		506		941		1202		347	

Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van DTZ.

4.4 Aantrekkelijkheid als woon- en vestigingsplaats

De aantrekkelijkheid van Amsterdam als woonplaats en vestigingsplaats verandert. Voor sommige particulieren en bedrijven is kan toerisme een negatieve vestigingsfactor zijn, maar voor andere particulieren en bedrijven is toeristische drukte weer aantrekkelijk. Dit kan zowel een positief als een negatief effect op de welvaart hebben, afhankelijk van de gevolgen voor de bedrijvigheid. Het stijgende prijsniveau in de afgelopen jaren voor zowel commercieel als woonvastgoed suggereert dat Amsterdam, ook in het Centrum, een aantrekkelijke vestigingslocatie wordt gevonden.

De investeringen in de MRA beliepen in 2013 bijna € 23 miljard (dit is het laatste jaar waarover cijfers beschikbaar zijn).⁵⁴ De vergelijking met Nederland laat zien dat de investeringen in de MRA in de pas lopen met de toegevoegde waarde: 19 procent van alle investeringen in Nederland vindt plaats in de MRA en ook 19 procent van het bbp wordt in deze regio verdiend. Wel constateert de Economische Verkenningen MRA 2017 dat investeringen in Amsterdam relatief groeibevorderend zijn. Dit komt door de samenstelling van het investeringspakket: in vergelijking met Nederland wordt in de MRA relatief veel geïnvesteerd in vervoermiddelen, computerprogrammatuur, databanken en ‘overige investeringen’. Deze laatste categorie betreft investeringen in onder andere computers, telecommunicatieapparatuur en overige immateriële activa zoals software en licenties.

Dit laat zien dat het investeringsklimaat in recente jaren geen directe relatie heeft met bedrijvigheid in de toeristische sector, maar eerder met de logistieke sectoren (zeehaven en luchthaven) en ICT. Dit maakt dat de relatie met de toename in het aantal bezoekers zeer onzeker is.

⁵⁴ Gemeente Amsterdam (2017). Economische Verkenningen Metropoolregio Amsterdam 2017.

4.5 Infrastructuur

De toestroom van bezoekers zorgt voor een ander en intensiever gebruik van transportinfrastructuur in en om Amsterdam. Denk bijvoorbeeld aan autowegen, luchthaven Schiphol, metrolijnen en Park+Ride-locaties. Uitbreiding van deze infrastructuur vergt investeringskosten, maar het toerisme kan ook een impuls geven aan de logistieke kwaliteit van Amsterdam. Zo groeide het aantal passagiers via Schiphol van 47,7 miljoen in 2007 naar 63,3 miljoen in 2016, een van 32 procent in tien jaar tijd.⁵⁵ Ook dragen bezoekers via hun bestedingen bij aan de exploitatie van het openbaar vervoer. Dit kan ertoe leiden dat de capaciteit op bepaalde lijnen die ook veel door bezoekers worden gebruikt in stand blijft of wordt uitgebreid. Bewoners van Amsterdam profiteren hier ook van.

De gemeente Amsterdam heeft in 2016 de “Amsterdamse Thermometer van de Bereikbaarheid 2016” uitgebracht, waarin onder andere de mobiliteit van bezoekers in Amsterdam wordt beschreven. Deze data omvatten zowel bezoekers als forensen. Daarom zijn vooral de weekends interessant om naar te kijken (wanneer er nauwelijks forensen zijn). In totaal groeide tussen 1990 en 2015 het bezoekersverkeer naar Amsterdam met 29 procent. Voor de weekenddagen is er sprake van een groei van 48 procent tussen 1990 en 2015.⁵⁶

Bezoekers die naar Amsterdam komen doen dit voor een aanzienlijk deel met de auto. Toch is de gemiddelde verkeersintensiteit op de Ringweg A10 tussen 2011 en 2014 maar met 0,4 procent toegenomen. De andere rijkswegen in Nederland zijn relatief drukker geworden. De gemiddelde verkeersintensiteit per uur nam in Nederland met 4,6 procent toe. Deze toename heeft niet tot meer files geleid op de rijkswegen rondom Amsterdam. De filezwaarte neemt sinds 2013 wel toe, maar is nog niet op het niveau van 2008. Ten opzichte van de filezwaarte in 2008 (indexcijfer 100) was de filezwaarte in 2015 slechts 44. Volgens de ANWB is het weer hierbij de belangrijkste factor. Daarnaast kan de economische crisis een rol hebben gespeeld, maar ook het efficiënt inzetten van spitsstroken of de uitbreiding van rijstroken (zoals op de A1, A2 en A10-Oost).

Vier procent van de autobezoekers van het centrumgebied maakt gebruik van de P+R plekken in Amsterdam. In 2015 waren er in totaal 4.400 P+R plekken. In 2014 zijn de P+R Gaasperplas en de P+R WFC gesloten, daarvoor in de plaats kwamen de P+R RAI en P+R VU MC. In 2015 maken ruim drie keer meer autobezoekers gebruik van de P+R plekken dan in 2003.

4.6 Historisch erfgoed

Het historisch erfgoed van Amsterdam mag zich verheugen in de nodige aandacht van bezoekers. Dit verleent het erfgoed economische waarde, waardoor het beter in stand kan worden gehouden. Het aantal monumenten in Amsterdam neemt gestaag toe. In 2005 waren er circa 8.100 monumenten in de stad, in 2016 was dit aantal gestegen tot 9.322 rijks- en andere monumenten. Dit laat zien dat het beleid om cultureel erfgoed in Amsterdam te behouden, effect heeft. Er is echter geen

⁵⁵ 38 procent van de passagiers gebruikt Schiphol alleen als overstaplocatie (transferpassagiers).

⁵⁶ Deze data is uitsluitend beschikbaar voor de jaren 1990 en 2015. Het is dus niet bekend of de geconstateerde groei voornamelijk in de periode voor of na 2007 heeft plaatsgevonden.

informatie beschikbaar over de private en publieke kosten van het onderhoud van deze monumenten. Wel is er literatuur beschikbaar over de effecten van cultuurerfgoed op de omgeving.

Van Duijn en Rouwendal (2013) onderzochten het effect van cultureel erfgoed op de aantrekkelijkheid van locaties voor huishoudens. Zij concluderen dat hoogopgeleide (en daardoor overwegend meer vermogende) huishoudens worden aangetrokken door monumenten. Lazrak et al. (2014) voegen daaraan toe dat kopers voor een rijksmonument 26,9 procent meer geld over hebben dan voor een vergelijkbare woning zonder de status van rijksmonument. Elke tien monumenten binnen een straal van 50 meter verhogen de prijs van een woning met 2,8 procent. Dit wordt ook bevestigd door een paper van Koster en Roendal (2014), die het effect van investeringen in monumenten meten op de prijzen van woningen. Het blijkt dat een toename van de investeringen in monumenten in de omgeving van woningen leidt tot een 2,75 procent hogere woningprijs.

Van Loon (2014) laat zien dat binnenlandse verblijfsbezoekers worden aangetrokken door beschermde stadsgezichten. Een groter beschermd stadsgezicht verhoogt hun bereidheid tot reizen. Ook blijkt dat steden en buurten met veel monumenten meer winkels hebben, vooral kledingwinkels. Beschikbare data over de eventuele opbrengsten van de erfgoedsector voor Amsterdam zijn er niet. Daarmee zijn de daadwerkelijke kosten en baten van cultureel erfgoed in relatie tot het groeiend aantal bezoekers niet te kwantificeren.

4.7 Conclusie

De bezoekerseconomie heeft indirect effect op diverse andere sectoren van de Amsterdamse economie en de Amsterdammers die er wonen.

Ten eerste levert de toeristische sector een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid.

- In 2016 waren er ruim 61.000 banen in de toeristische sector in Amsterdam, dat is tien procent van alle banen.
- In de toeristische sector is ongeveer 75 procent van alle banen een baan van 12 of meer uur per week.
- Doordat inwoners zelf ook gebruik maken van de faciliteiten in de toeristische sector, kunnen niet alle banen toegeschreven worden aan de bezoekerseconomie.

Daarnaast hebben bezoekers effect op de woningmarkt en detailhandel.

- Tussen 2007 en 2016 zijn de woningprijzen in Amsterdam met 25,7 procent gestegen. Bestaande koopwoningen in Amsterdam zijn 47 procent duurder dan in de rest van Nederland in 2016. Dit is een voordeel voor woningbezitters die hun huis willen verkopen, maar een huizenkoper is in Amsterdam veel duurder uit dan in de rest van Nederland.
- Ook het straatbeeld is in Amsterdam de afgelopen jaren veranderd. Er is met name een groei zichtbaar van winkels in voedingsmiddelen en supermarkten. Winkelhuurprijzen in Amsterdam variëren enorm. In het centrum stijgen de huren voornamelijk, in de buitenwijken is overwegend een daling zichtbaar.

Voor indirecte effecten geldt dat de relatie met de bezoekers in Amsterdam onzeker is. Zo worden de huizenprijzen gedreven door schaarste op de regionale woningmarkt, mede veroorzaakt door

de lage rentestand. Via de vakantieverhuur kan de bezoekerseconomie echter een extra prijsopdrijvend effect hebben. Ook de veranderingen in de detailhandel zijn niet 1-op-1 te koppelen aan de bezoekers. Sommige veranderingen lijken wel samen te gaan met extra aanbod voor bezoekers, maar onduidelijk is of dit per saldo negatief is voor inwoners. Tabel 4.2 geeft een overzicht van de indirecte effecten voor de diverse markten. Het overzicht laat zien dat er zowel positieve als negatieve indirecte effecten zijn op de welvaart in Amsterdam. De omvang en richting van het effect zal per actor sterk verschillen. Bovendien zijn sommige effecten elkaars spiegelbeeld: waar de ene groep profiteert, heeft de andere groep een nadeel. Bij de stijgende huizenprijzen is dit verschil het meest duidelijk.

Tabel 4.2 Maatschappelijke kosten en baten van indirecte effecten bezoekerseconomie.

Sector/markt	Actoren	Effect	Omvang/bedrag
Arbeidsmarkt	Werknemers en zelfstandigen	Werkgelegenheid toeristische sector	61.000 banen*
Woningmarkt	Huizenbezitters	Hogere woningprijzen**	Prijsstijging 25,7% (2007-2016) / € 767 miljoen
	Starters, doorstromers	Hogere woningprijzen**	Prijsstijging 25,7% (2007-2016) / € 767 miljoen
Detailhandel	Inwoners	Meer aanbod**	21,3% meer vestigingen (2007-2015), o.a. door webwinkels
	Winkeliers, klanten	Minder winkels**	11% minder winkels (2007-2016)
	Verhuurders onroerend goed	Winkelhuren**	Stijging in het centrum, daling daarbuiten
Mobiliteit	Vervoerders	Meer bezoekers	48% stijging op weekenddagen (1990-2015)
	Inwoners	Congestie op de A10**	56% daling 2008-2015

*: deels afkomstig van bezoekers, deels van inwoners.

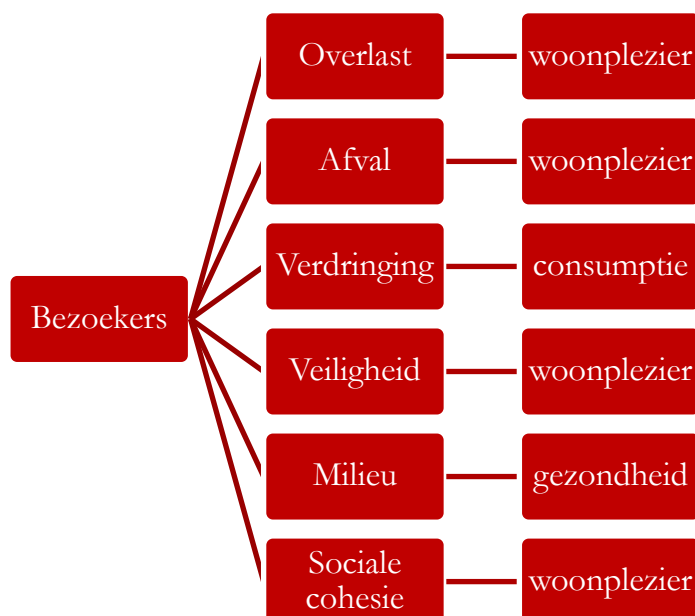
** : dit effect wordt deels veroorzaakt door bezoekers, deels door andere factoren.

Bron: SEO Economisch Onderzoek

5 Externe effecten

Bezoekers van Amsterdam creëren externe effecten: effecten die via markten worden doorgegeven en daarom niet betaald zijn. Hierbij gaat het om sociale overlast, afval op straat en op het water, congestie en/of verdringing in de publieke ruimte, minder veiligheid, hogere milieukosten en verminderde sociale cohesie. Deze punten kunnen ook samengevat worden als “vermindering van de leefbaarheid”, een moeilijk te definiëren term die toch min of meer de lading dekt van een opeenstapeling van externe effecten (kosten) die neerslaan bij de inwoners van Amsterdam. Figuur 5.1 laat zien dat alle externe effecten van de bezoekerseconomie per saldo zijn te kwalificeren als een maatschappelijke kostenpost.

Figuur 5.1 Externe effecten van de bezoekerseconomie



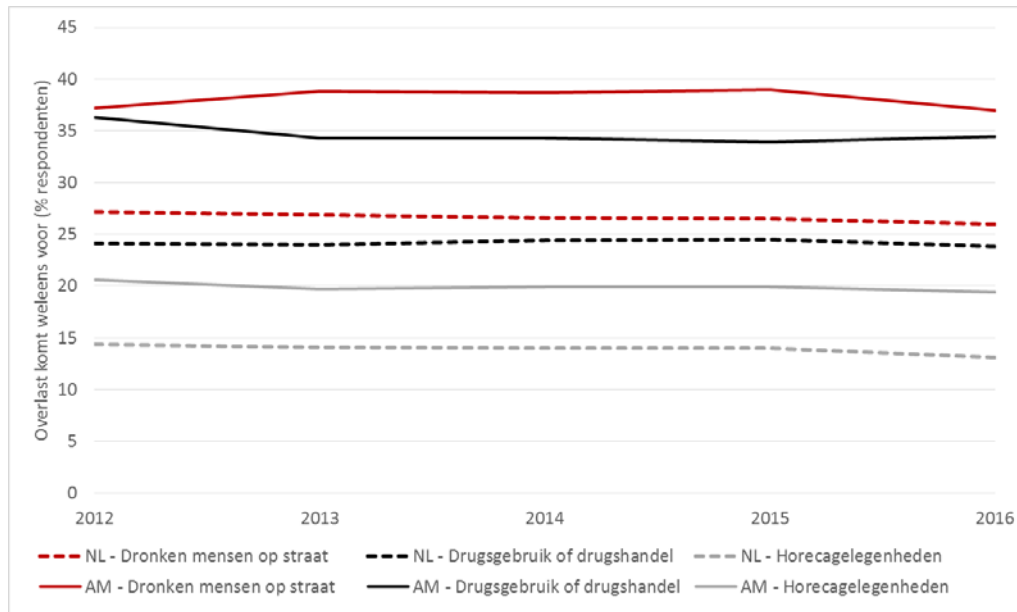
Bron: SEO Economisch Onderzoek

5.1 Sociale overlast

Bezoekers zorgen soms voor overlast bij omwonenden. Dit kan bijvoorbeeld gaan om geluidsoverlast, veroorzaakt door rolkoffers, geschreeuw en gezang op straat of luidruchtige horecagelegenheden. Het kan ook gaan om dronken mensen op straat of handel in en gebruik van drugs in de openbare ruimte. Dit is voor omwonenden een maatschappelijke kostenpost. Dergelijke overlast wordt ook veroorzaakt door inwoners van de stad, wat het lastig maakt deze effecten toe te wijzen aan bezoekers of inwoners.

De Veiligheidsmonitor⁵⁷, een jaarlijks terugkerend bevolkingsonderzoek naar veiligheid, leefbaarheid en slachtofferschap, vraagt inwoners naar hun ervaringen met diverse vormen van overlast. Figuur 5.2 toont ervaren overlast door inwoners van Amsterdam en heel Nederland op drie gebieden: dronken mensen op straat, drugsgebruik of drugshandel en horecagelegenheden.

Figuur 5.2 Amsterdammers ervaren meer overlast dan gemiddelde Nederlander, de overlast is de afgelopen vijf jaar stabiel.



Bron CBS

Hierbij valt op dat Amsterdammers op alle gebieden structureel meer overlast ervaren dan de gemiddelde Nederlander, in 2016 zes tot elf procent meer. Daarnaast valt op dat deze cijfers vrijwel gelijk blijven in de periode 2012-2016. De toename van het aantal bezoekers vertaalt zich dus niet naar een hogere score op deze overlastindicatoren.

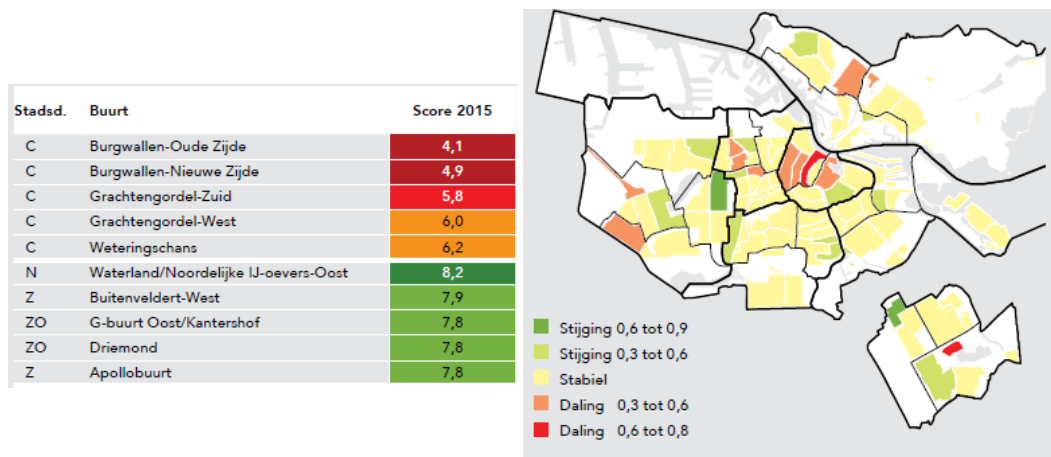
Dit beeld verandert als scherper naar het onderscheid tussen buurten wordt bekeken. Het onderzoek “Wonen in Amsterdam” (Gemeente Amsterdam, 2016) kijkt naar de overlast van buurt tot buurt in 91 buurten van Amsterdam. De mate van overlast wordt gemeten voor acht verschillende soorten overlast: vervuiling, criminaliteit, parkeren, verkeerslawaaï, andere groepen mensen, verkeersdrukke, horeca en burens. De ervaren overlast wordt door inwoners uitgedrukt als een rapportcijfer, waarbij een waardering van 1 ernstige overlast betekent en een waardering van 10 staat voor geen overlast. Vervuiling krijgt het laagste cijfer met een 6,2. Horeca scoort het beste met een 7,8.

Voor de overlastcategorie “Overlast door andere groepen mensen” zijn cijfers per buurt beschikbaar. Gemiddeld wordt de overlast door bezoekers met een zeven beoordeeld, maar de variatie tussen buurten is groot. Deze loopt van een 4,1 in Burgwallen-Oude Zijde (stadsdeel Centrum) tot een 8,2 in Waterland (stadsdeel Noord). De hoogste en laagste scores zijn samen met de verandering tussen 2013 en 2015 weergegeven in Figuur 5.3. Op het gebied van overlast door andere groepen mensen scoort het centrum opvallend slecht. Zeven van de acht buurten die lager dan een 6,5

⁵⁷ CBS 2017. Veiligheidsmonitor 2016

scoren, liggen in het Centrum. Daarnaast worden de scores lager in de loop der tijd. Vergeleken met 2013 ervaren vier buurten meer overlast, terwijl maar één buurt minder overlast ervaart. Bezoekers zorgen dus voor overlast, maar dit effect is geconcentreerd in buurten die bekend staan als toeristische gebieden, zoals de Wallen.

Figuur 5.3 Inwoners van Stadsdeel Centrum ervaren de meeste overlast door andere groepen.

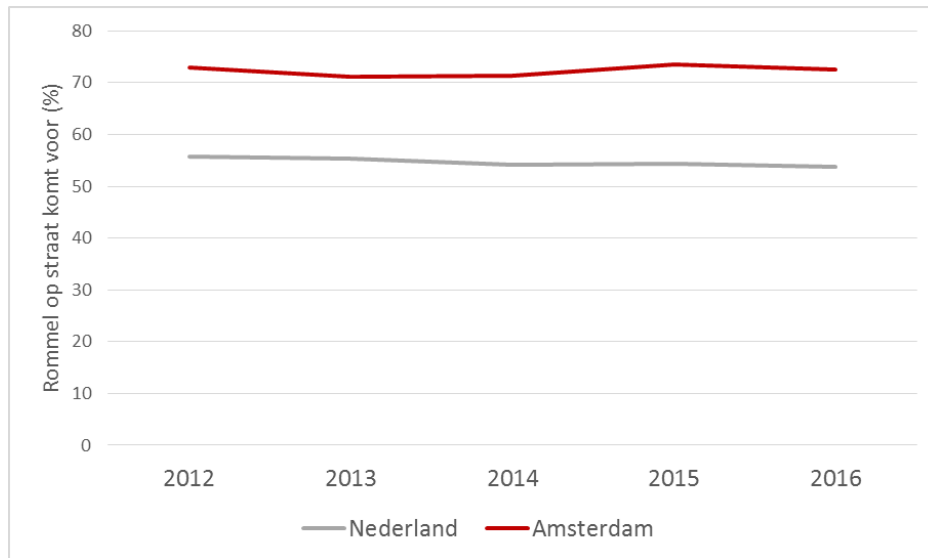


Bron: Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015, Leefbaarheid. Links staan de vijf hoogste en laagste scores op het ervaren van overlast door andere groepen weergegeven. Rechts staat de verandering van deze score per buurt tussen 2013 en 2015.

5.2 Zwerfafval

Sommige bezoekers en Amsterdammers laten afval slingeren op straat en op het water. Dit zorgt voor een verrommeling van het straatbeeld en geldt daarmee ook als een kostenpost voor andere gebruikers van de publieke ruimte. Paragraaf 3.4 ging al in op de kosten die de gemeente maakt voor het opruimen van afval. De kosten die hier bedoeld worden bestaan uit een lagere waardering van het straatbeeld door de inwoners van Amsterdam. De Veiligheidsmonitor toont hetzelfde beeld als voor andere vormen van overlast: rommel op straat komt in Amsterdam structureel meer voor dan gemiddeld in Nederland en dit beeld is gedurende de afgelopen vijf jaar constant (Figuur 5.4). Wel klagen Amsterdammers relatief vaak over afval en zwerfafval. In Amsterdam valt gemiddeld 43 procent van de klachten in deze categorie, landelijk is dat 29 procent. Dit verschil kan mogelijk een relatie hebben met de drukte door bezoekers in de stad.

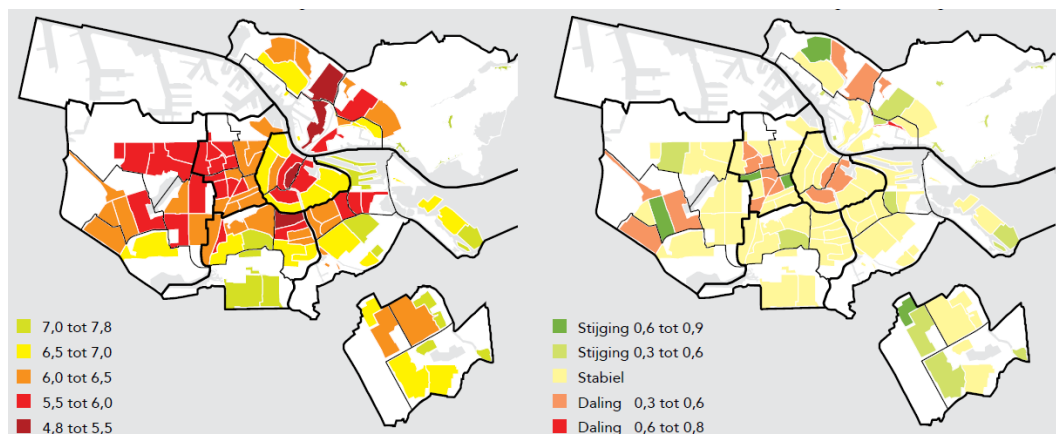
Figuur 5.4 Rommel op straat komt in Amsterdam meer voor dan in de rest van Nederland.



Bron: CBS Statline (2017), Leefbaarheid en overlast in buurt; regio.

Het onderzoek “Wonen in Amsterdam” (Gemeente Amsterdam, 2016) laat ook hier de verschillen per buurt zien. In heel Amsterdam wordt overlast van vervuiling gewaardeerd met een 6,2. Dit is een lichte verbetering ten opzichte van 2005, toen men het vervuilingsniveau nog met een 6,0 waardeerde. Het noordwestelijke deel van Amsterdam, de binnenstad en het centrale deel van stadsdeel Noord scoren lager dan een zes. Alleen in Zuidoost is er geen enkele buurt waar de overlast met een onvoldoende wordt gewaardeerd. In de stadsdelen Centrum, West, Nieuw-West en Noord is de overlast door vervuiling toegenomen. Desondanks liggen de twee buurten waar de ervaren overlast door vervuiling het sterkst is afgenomen sinds 2013 in deze stadsdelen, namelijk in Nieuw-West en Noord (Figuur 5.5).⁵⁸

Figuur 5.5 Het Centrum ervaart veel overlast door vervuiling.



Bron: Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015, Leefbaarheid. Links staat de ervaren overlast door vervuiling in 2015. Rechts staat de ontwikkeling tussen 2013 en 2015 van de ervaren overlast door vervuiling

⁵⁸ Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015. Leefbaarheid.

5.3 Congestie en verdringing

Sommige plaatsen en voorzieningen in Amsterdam zijn niet berekend op het grote aantal mensen dat erop afkomt of er gebruik van maakt als gevolg van toerisme. Dit kan leiden tot congestie: het ‘dichtslibben’ van locaties door een overschot aan mensen. Op termijn kan dit ook leiden tot verdringing: mensen gaan locaties mijden omdat deze te druk zijn, waardoor het aantal bezoekers niet *bovenop* maar *in plaats van* het aantal inwoners komt op deze locaties. Ook hier is dus sprake van maatschappelijke kosten. Typische voorbeelden zijn:

- De publieke ruimte: straten, pleinen, parken;
- Het openbaar vervoer;
- Musea en andere attracties;
- Fietsparkeervoorzieningen;
- Parkeerplaatsen;
- Restaurants.

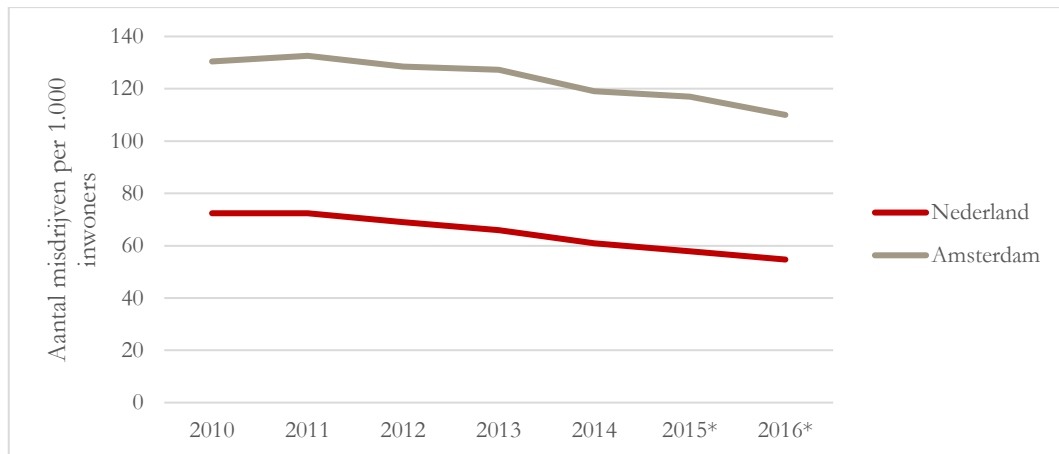
Aanwijzingen voor het optreden van congestie en verdringing zijn vooral anekdotisch. Dergelijke effecten worden op dit moment niet structureel gemonitord. Mogelijke kwantitatieve indicatoren voor het optreden van congestie en verdringing zijn bijvoorbeeld de lengte van wachtrijen voor attracties en veranderingen in de verhouding inwoner-bezoeker bij het gebruik van openbaar vervoer, parkeerplaatsen en attracties.

5.4 Veiligheid

De toename van het aantal bezoekers kan zorgen voor een daling van (het gevoel van) veiligheid. Dit effect is driedig; bezoekers kunnen het slachtoffer zijn van criminaliteit, kunnen zelf criminele daden verrichten en kunnen indirect bijdragen aan een toename van criminaliteit (bijvoorbeeld als klant van drugsdealers). Een afname van de veiligheid is ook een maatschappelijke kostenpost.

In 2016 werden er in Nederland 929.000 misdrijven gepleegd, een daling van 23 procent ten opzichte van 2010. Het aantal misdrijven in Amsterdam bedroeg in 2016 92.000, bijna tien procent van het Nederlandse totaal aantal. Dit betekende een daling van 8 procent ten opzichte van 2010. Het aantal misdrijven per inwoner is in Amsterdam dus veel hoger dan in de rest van Nederland, zoals weergegeven in Figuur 5.66.

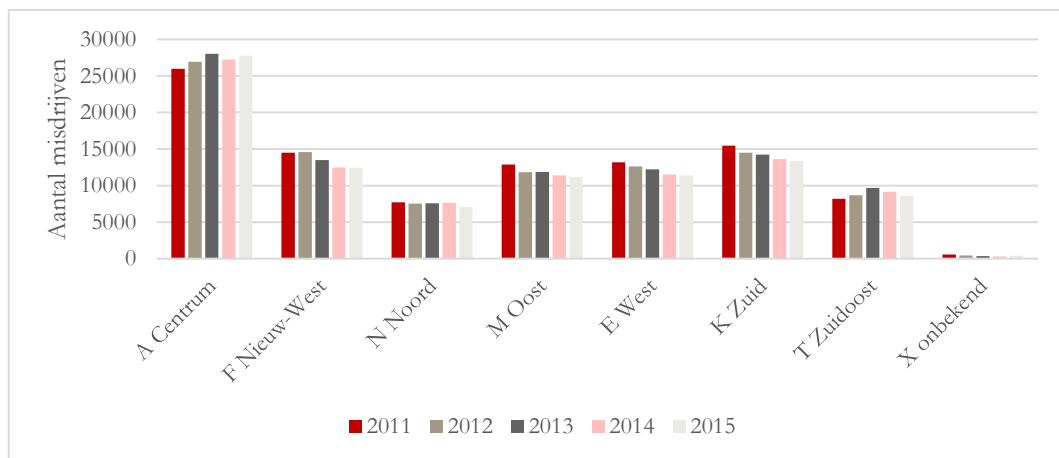
Figuur 5.6 In Amsterdam worden per inwoner bijna twee keer zoveel misdrijven gepleegd als in de rest van Nederland.



Bron: CBS Statline (2017). Geregistreerde criminaliteit; soort misdrijf, regio

Het aantal misdrijven per stadsdeel is weergegeven in Figuur 5.77. Dertig procent van alle misdrijven in Amsterdam wordt gepleegd in het stadsdeel Centrum. Op stadsniveau daalt het aantal misdrijven, maar dit geldt niet voor alle stadsdelen. In stadsdeel Zuidoost en stadsdeel Centrum neemt het aantal misdrijven juist toe, met respectievelijk vijf en zeven procent.

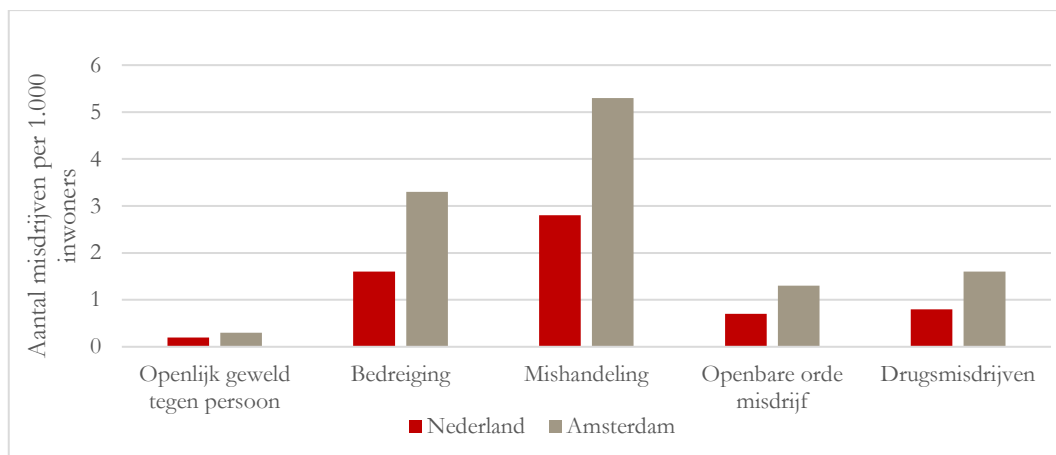
Figuur 5.7 Aantal misdrijven in Amsterdam daalt, maar neemt toe in Centrum en Zuidoost.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS.

Bezoekers kunnen te maken krijgen met openlijk geweld, bedreigingen, mishandeling, openbare orde of drugsmisdrijven. Per inwoner vonden er in Amsterdam in 2016 meer bezoekersspecifieke misdrijven plaats dan in heel Nederland (Figuur 5.88). Zowel in heel Nederland als in Amsterdam liet het aantal misdrijven van dit type een daling zien tussen 2010 en 2016. Openlijk geweld tegen een persoon nam zowel landelijk als in Amsterdam met bijna 50 procent af. Het aantal bedreigingen en mishandelingen daalde in Nederland sterker dan in Amsterdam. Het aantal openbare orde misdrijven daalde in Amsterdam sterker dan in heel Nederland: 62 versus 48 procent. Tussen 2010 en 2016 daalde het aantal drugsmisdrijven in Nederland met 25 procent, terwijl in Amsterdam bijna geen verandering plaatsvond.

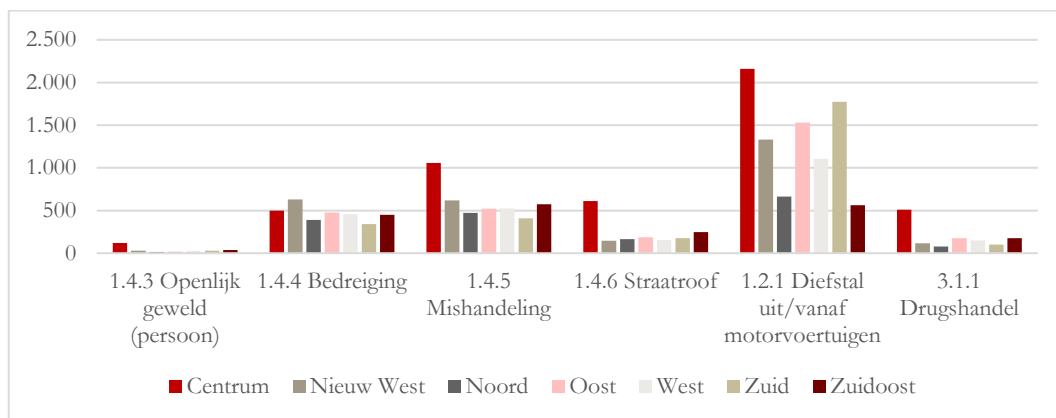
Figuur 5.8 In Amsterdam worden er per inwoner meer misdrijven gepleegd gerelateerd aan bezoekers dan in de rest van Nederland.



Bron: CBS Statline (2017). Geregistreerde criminaliteit; soort misdrijf, regio

Ook op stadsdeelniveau worden deze misdrijven geregistreerd (Figuur 5.9). De data voor de stadsdelen van Amsterdam bevat daarnaast ook nog cijfers omtrent straatroof en diefstal uit of vanaf een voertuig. Diefstal uit of vanaf een motorvoertuig komt het meeste voor. Sinds 2012 daalt het aantal misdrijven fors. Straatroof neemt af met 36 procent naar 1.331 gevallen in 2016. Bedreigingen komen 12 procent minder voor, mishandeling komt 5 procent minder voor en diefstal uit of vanaf een motorvoertuig 10 procent minder. In het stadsdeel Centrum komen de meeste misdrijven voor. Alleen bedreigingen komen vaker voor in Nieuw-west.

Figuur 5.9 Misdrijven gerelateerd aan toerisme per type en stadsdeel in 2016.



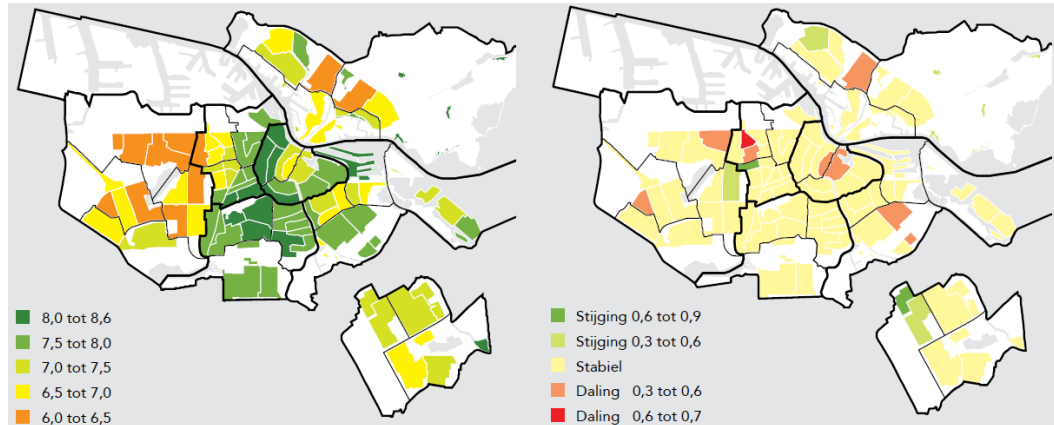
Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van Politie Eenheid Amsterdam.

Het leefbaarheidsonderzoek Amsterdam⁵⁹ beoordeelt de veiligheid in de stad ook met een cijfer. Het veiligheidsgevoel 's avonds wordt in alle buurten met een voldoende ervaren. Dit was in 2011 en 2013 ook het geval. Ook het veiligheidsgevoel wordt in Nieuw-West het laagst beoordeeld. Van de elf buurten die onder de 6,5 scoren liggen er acht in Nieuw-West. Er zijn 13 buurten die een acht of hoger scoren, daarvan liggen de meeste in stadsdeel Centrum en in Zuid. In Figuur 5.10 is

⁵⁹ Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015 Leefbaarheid

links het veiligheidsgevoel 's avonds in 2015 weergegeven en rechts de ontwikkeling tussen 2013 en 2015.

Figuur 5.10 Veiligheidsgevoel 's avonds redelijk constant, maar daalt in delen van het centrum.



Bron: Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015, Leefbaarheid. Links staat het veiligheidsgevoel 's avonds in 2015. Rechts staat de ontwikkeling van het veiligheidsgevoel 's avonds tussen 2013 en 2015.

In stadsdeel Centrum, bij uitstek het deel van Amsterdam dat de meeste bezoekers trekt, vinden dus de meeste misdrijven plaats. Toch waarderen inwoners de veiligheid relatief hoog ten opzichte van andere stadsdelen. Hiervoor zijn verschillende redenen te bedenken. Mogelijk is het type misdrijf in het centrum minder bedreigend van aard. Een andere mogelijkheid is dat niet de inwoners, maar de bezoekers het slachtoffer zijn van de meeste misdrijven. Een derde optie is dat het gevoel van veiligheid slechts beperkt samenhangt met het aantal misdrijven, en meer met andere eigenschappen van de buurt.

5.5 Milieu

Toerisme brengt ook milieukosten met zich mee. De activiteiten van of ten behoeve van bezoekers gaan vaak gepaard met de uitstoot van diverse schadelijke stoffen. Dit kan bijvoorbeeld zorgen voor een lokale aantasting van de luchtkwaliteit.

Het CBS hanteert een aantal milieu-indicatoren om de belasting van het milieu door de toeristische sector te meten, waaronder het afvalaanbod, fijnstofemissies, broeikasgasemissies, netto energieverbruik en waterverbruik. Wanneer deze indicatoren worden gedeeld door de toegevoegde waarde, kan een vergelijking gemaakt worden tussen de toeristische sector en de gehele economie. Tabel 5.1 bevat de belasting van het milieu per eenheid toegevoegde waarde van de toeristische sector vergeleken met de totale economie.

Uit de tabel blijkt dat de toeristische sector ten opzichte van de totale economie relatief veel energie en water verbruikt en veel broeikasgas uitstoot. De geproduceerde hoeveelheid afval en fijnstof is juist relatief laag. Ook valt op dat de indicatoren tussen 2010 en 2015 een lichte stijging laten zien. Dit betekent dat de toeristische sector relatief vervuilender is geworden dan de rest van de economie.

Tabel 5.1 De toeristische sector verbruikt veel water en energie en zorgt voor veel broeikasuitstoot ten opzichte van andere sectoren.

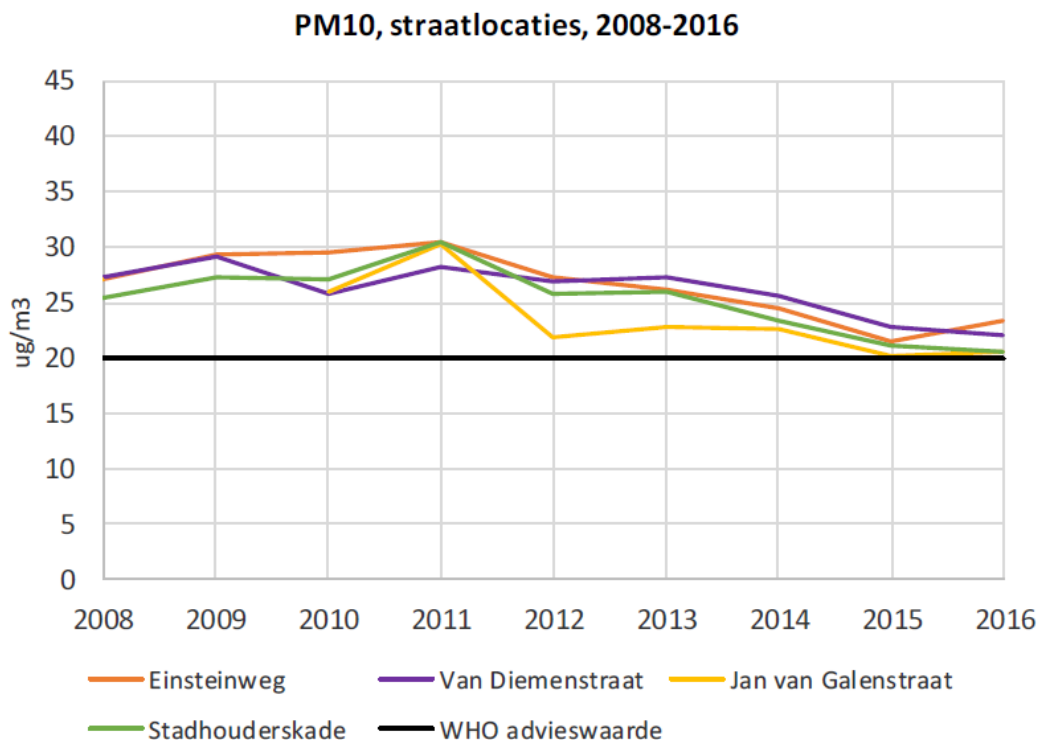
Indicator	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Afvalaanbod	0,30	N.B.	0,34	N.B.	0,33	N.B.
Broeikasgasemissies	2,11	2,29	2,41	2,43	2,46	2,43
Fijnstofemissies	0,83	0,90	0,93	0,84	0,96	N.B.
Netto Energieverbruik	N.B.	2,34	2,41	2,44	2,49	N.B.
Waterverbruik	3,14	3,19	3,32	N.B.	N.B.	N.B.

Bron: CBS Statline (2017), Groene groei indicatoren voor Nederland en de toerismesector. Bij een waarde van 1 is de milieubelasting gelijk, bij een waarde groter dan 1 is de milieubelasting van de toeristische sector groter.

Ook toenemend vliegverkeer van Schiphol en de andere vliegvelden in Nederland als gevolg van grotere bezoekersaantallen zorgt voor toenemende broeikasgasemissies. Dit is echter een landelijk effect en wordt daarom niet meegenomen als milieu-effect specifiek voor Amsterdam.

De GGD Amsterdam meet de lokale luchtkwaliteit in Amsterdam. Hierbij kijken zij naar fijnstof (PM10 en PM 2,5), roet, stikstofdioxide en ozon. Voor de concentratie van deze stoffen is een vergelijkbare trend waarneembaar in de periode 2008-2016. De concentraties liggen boven de advieswaarden van de *World Health Organisation* (WHO), maar nemen door de jaren heen licht af. Ter illustratie is de grafiek met de concentraties fijnstof (PM10) opgenomen in Figuur 5.11. De figuur laat zien dat de concentraties op alle meetpunten afnemen. De trend is dus tegengesteld aan die van het aantal bezoekers.

Figuur 5.11 De concentratie fijnstof (PM10) ligt boven de WHO-advieswaarde, maar vertoont een dalende trend.



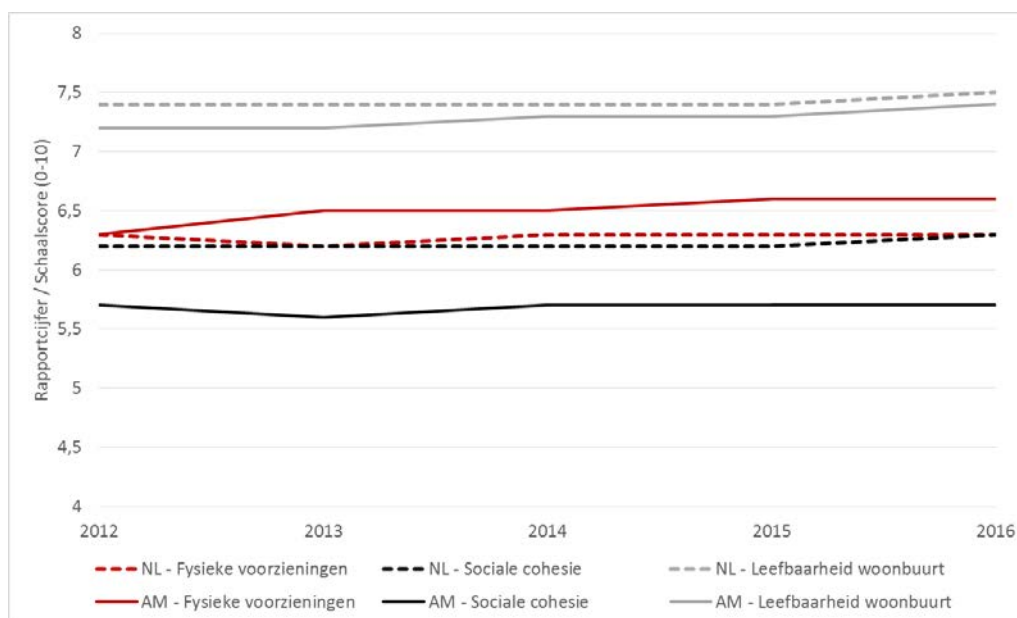
Bron: GGD Amsterdam (2017).

5.6 Sociale cohesie

In buurten waar de verhouding bezoekers versus inwoners uit balans raakt (meer bezoekers dan inwoners) gaat dit ten koste van de sociale cohesie. Het ontbreken van sociale controle, sociale interactie, buurtinitiatieven, etc. zorgt voor maatschappelijke kosten.

De Veiligheidsmonitor bevroegt inwoners jaarlijks over de ervaren sociale cohesie, leefbaarheid en fysieke voorzieningen in hun buurt. De resultaten zijn weergegeven in Figuur 5.12. De figuur laat zien dat Amsterdammers een lagere sociale cohesie en leefbaarheid ervaren dan de gemiddelde Nederlander, maar de fysieke voorzieningen hoger waarderen. Hierin is de afgelopen vijf jaar weinig veranderd. Ook hier is dus geen directe koppeling met de toename van het aantal bezoekers waarneembaar.

Figuur 5.12 Amsterdammers waarderen de sociale cohesie en leefbaarheid lager dan de gemiddelde Nederlander, de fysieke voorzieningen hoger. Deze waarderingen waren de afgelopen vijf jaar stabiel.



Bron: CBS

De Politie Eenheid Amsterdam heeft naar de sociale cohesie gekeken op stadsdeelniveau en daaruit blijkt dat de sociale cohesie in stadsdeel Centrum hoger ervaren wordt dan gemiddeld in Amsterdam. Gedurende de periode 2010-2014 krijgt het stadsdeel een rapportcijfer dat 0,3 tot 0,44 hoger ligt dan gemiddeld (Tabel 5.2).

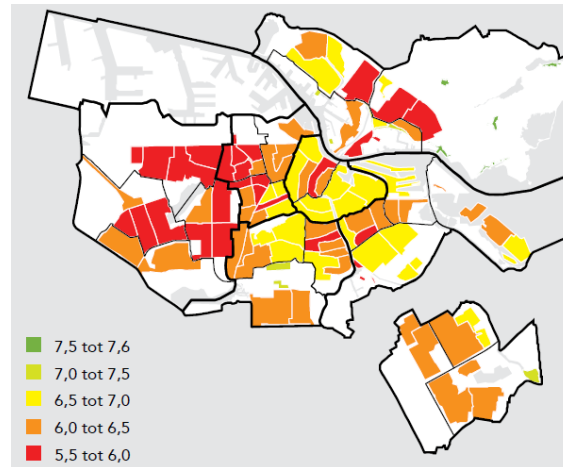
Tabel 5.2 De sociale cohesie is in stadsdeel Centrum hoger dan het Amsterdams gemiddelde.

Rapportcijfer (1-10)	2010	2011	2012	2013	2014
Stadsdeel Centrum	5,97	6,11	6,05	6,04	5,90
Amsterdam	5,66	5,67	5,70	5,70	5,60

Bron: Politie Eenheid Amsterdam (2016)

Het onderzoek “Wonen in Amsterdam” (Gemeente Amsterdam, 2016) meet per buurt de buurtbetrokkenheid. In 26 van de 91 buurten wordt deze beoordeeld met een cijfer lager dan een zes. Ook hier scoort het centrum relatief goed, met uitzondering van de Wallen. In Figuur 5.13 is de buurtbetrokkenheid in Amsterdam voor 2015 weergegeven.

Figuur 5.13 Buurtbetrokkenheid in het Centrum relatief goed, behalve op de Wallen.



Bron: Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015 Leefbaarheid

5.7 Conclusie

De externe effecten die gepaard gaan met bezoeken aan Amsterdam zijn divers. Inwoners worden geconfronteerd met overlast en zwerfafval, ervaren congestie, en krijgen te maken met milieuschade, criminaliteit en een vermindering van sociale cohesie. Deze effecten zijn moeilijk in euro's te vangen, maar zijn duidelijk waarneembaar via andere indicatoren, al zijn dergelijke indicatoren niet voor alle effecten beschikbaar.

Uit deze indicatoren zijn drie hoofdconclusies te trekken. Ten eerste is de overlast in Amsterdam duidelijk groter dan in andere delen van Nederland. Ten tweede is er op stadsniveau geen duidelijke verandering waarneembaar gedurende de laatste vijf jaar. Er is dus algemeen gesproken geen grotere overlast die verband houdt met het stijgend aantal bezoekers. Op wijkniveau kan dit op locaties waar veel bezoekers komen wel het geval zijn. De belangrijkste kosten voor Amsterdam als geheel liggen op het vlak van het milieu: meer afval en meer emissies van broeikasgassen als gevolg van bezoekersactiviteiten.

Ten derde is er een grote variatie in de externe effecten van bezoekers per stadsdeel. Het Centrum heeft vooral te maken met sociale overlast, zwerfafval en mogelijk met verdringing. Ook vinden de meeste misdrijven plaats in het Centrum. Toch is het gevoel van veiligheid hoog in het Centrum en is de sociale cohesie in het Centrum hoger dan gemiddeld.

Tabel 5.3 Maatschappelijke kosten en baten als gevolg van externe effecten bezoekerseconomie

Sector/markt	Actoren	Effect	Omvang/bedrag
Huishoudens	Inwoners	Sociale overlast**	Stabiel voor Amsterdam als geheel (2012-2016) Toegenomen in vier buurten in het Centrum (2013-2015)
Openbare ruimte	Inwoners	Zwerfafval**	Constant gebleven (2012-2016)
Openbare ruimte	Inwoners	Verdringing	Vooral op specifieke locaties
Veiligheid	Inwoners	Misdrijven**	In Amsterdam 8% gedaald (2010-2016) In het centrum 7% gestegen (2011-2015)
Milieu (luchtkwaliteit)	Inwoners	Fijnstof**	Dalende trend op diverse locaties (2008-2016)
Sociale cohesie	Inwoners	Tevredenheid over sociale cohesie	Stabiel (2008-2016) In centrum hoger dan gemiddeld in andere stadsdelen

** : dit effect wordt deels veroorzaakt door bezoekers, deels door andere factoren

Bron: SEO Economisch Onderzoek.

6 Conclusies

Meer bezoekers

Het effect van de bezoekerseconomie op Amsterdam is in toenemende mate onderwerp van maatschappelijk debat. De groei in de bezoekersaantallen verklaren de aandacht en de zorg over de mogelijke negatieve effecten. Zo is het aantal bezoekers in de laatste twaalf jaar gegroeid van 11 miljoen in 2005 naar bijna 18 miljoen in 2016. Het aantal overnachtingen is gestegen van 8 miljoen naar 14 miljoen. Deze cijfers onderstrepen de aantrekkingskracht van Amsterdam en zijn omgeving op bezoekers uit binnen- en buitenland. Het aantal bezoekers aan de hoofdstad groeit sneller dan in vergelijkbare steden. Ten opzichte van een Europese benchmark groeide het aantal bezoekers aan Amsterdam in de afgelopen tien jaar 23 procent sneller.

Meer hotelcapaciteit

Het meest directe gevolg van de bezoekersaantallen is de groei in de hotelsector, de belangrijkste vorm van accommodatie voor bezoekers. In 2016 zijn er 459 hotels met ruim 67 duizend hotelbedden. De groei van de hotelsector is relatief sterker dan in vergelijkbare steden. Nergens groeide het aantal hotelbedden per inwoner sneller dan in Amsterdam.

Maatschappelijke effecten

Tabel 6.1 beschrijft de maatschappelijke effecten die samen kunnen hangen met de bezoekerseconomie in Amsterdam. Daarbij moet aangetekend worden dat voor sommige posten onduidelijk is wat de exacte relatie is tussen de bezoekers en de economische effecten, omdat ook bewoners van Amsterdam kosten veroorzaken of profiteren via hun bestedingen van de diensten en goederen in de toeristische sector.

Bestedingen en werkgelegenheid

Een direct gevolg van het groeiende aantal bezoekers is economische activiteit: in 2016 zijn in Amsterdam circa 61 duizend banen gecreëerd met het leveren van goederen en diensten aan bezoekers. Dit levert inkomsten voor werknemers en winsten voor bedrijven op die samen op jaarbasis tussen € 2,0 miljard en € 2,7 miljard bedragen. De overheid ontvangt extra belastingen en parkeergelden (exclusief bewonersvergunningen) die maximaal € 224 miljoen per jaar bedragen. Daar staan kosten tegenover die maximaal circa € 76 miljoen bedragen.

Effecten op andere markten

De afgelopen jaren was er een sterke stijging van de woningprijzen en de verandering van het winkelaanbod. Het causaal verband met de bezoekers is echter onduidelijk. Vaak spelen andere oorzaken een grotere rol dan de groeiende aantallen bezoekers. Op de woningmarkt is de schaarste aan woningen de belangrijkste reden van de stijging van de prijzen. In de retailsector spelen veranderende consumentenvoorkeuren en de opkomst van de interneteconomie een grote rol. Het groeiend aanbod van winkels op het terrein van voedingsmiddelen, cosmetica en vrijetijdsartikelen lijken symptomatisch voor een stad met een sterke toename van het aantal bezoekers. Een indicatie voor de druk van de bezoekerseconomie op de samenstelling van het winkelaanbod is de ontwikkeling

van de huurprijzen: De gebieden met stijgende huurprijzen voor winkels tussen 2005 en 2016 bevinden zich vooral in het centrum, terwijl de gebieden met dalende prijzen juist in de buitenwijken liggen.

De verdeling van de kosten en baten over de actoren in Amsterdam is ongelijk: sommigen profiteren waar anderen de kosten ervaren.

Externe effecten

De externe effecten ontwikkelen zich gunstig of zijn stabiel voor Amsterdam als geheel. In het Centrum is het aantal misdrijven echter gestegen. In vier buurten in het Centrum is de sociale overlast toegenomen. Ook bij de externe effecten geldt dat de causale relatie met de groei van het aantal bezoekers zwak is. Vaak zijn lokale factoren belangrijker dan de bezoekers van buiten, zoals bij het effect op de sociale cohesie. Wel is de overlast duidelijk op locaties die bekend staan om hun aantrekkingskracht op bezoekers, zoals de Wallen. De impact van de bezoekerseconomie moet dus vooral op buurtniveau worden beschouwd als het gaat om het oplossen van problemen.

Tabel 6.1 Maatschappelijke effecten van de bezoekerseconomie in Amsterdam

Sector/markt	Actoren	Effect	Omvang/Bedrag
Toeristische sector	Bezoekers	Bestedingen	€ 6,3 miljard
	Bedrijven	Toegevoegde waarde	€ 2,0 à 2,7 miljard
	- waarvan werknemers	Inkomen	2/3 van de toegevoegde waarde
	- waarvan eigenaars	Winsten	1/3 van de toegevoegde waarde
	Gemeente Amsterdam	Belastingen*	€ 68 à 224 miljoen
		Subsidies	€ 5 à 31 miljoen
		Andere kosten	€ 45 miljoen
Arbeidsmarkt	Werknemers en zelfstandigen	Werkgelegenheid toeristische sector	61.000 banen*
Woningmarkt	Huizenbezitters	Hogere woningprijzen**	Prijsstijging 25,7% (2007-2016) / € 767 miljoen
	Starters, doorstromers	Hogere woningprijzen**	Prijsstijging 25,7% (2007-2016) / € 767 miljoen
Detailhandel	Inwoners	Meer aanbod**	21,3% meer vestigingen (2007-2015), o.a. door webwinkels
	Winkeliers, klanten	Minder winkels**	11% minder winkels (2007-2016)
	Verhuurders onroerend goed	Winkelhuren**	Stijging in het centrum, daling daarbuiten
Mobiliteit	Vervoerders	Meer bezoekers	48% stijging op weekenddagen (1990-2015)
	Inwoners	Congestie op de A10**	56% daling 2008-2015
Huishoudens	Inwoners	Sociale overlast**	Stabiel voor Amsterdam als geheel (2012-2016) Toegenomen in vier buurten in het Centrum (2013-2015)
Openbare ruimte	Inwoners	Zwerfafval**	Constant gebleven (2012-2016)
Openbare ruimte	Inwoners	Verdringing	Vooraf op specifieke locaties
Veiligheid	Inwoners	Misdrijven**	In Amsterdam 8% gedaald (2010-2016) In het Centrum 7% gestegen (2011-2015)
Milieu (luchtkwaliteit)	Inwoners	Fijnstof**	Dalende trend op diverse locaties (2008-2016)
Sociale cohesie	Inwoners	Tevredenheid over sociale cohesie	Stabiel (2008-2016) In Centrum hoger dan gemiddeld in andere stadsdelen

*: deels gerelateerd aan bestedingen van bezoekers, deels van inwoners.

**.: dit effect wordt deels veroorzaakt door bezoekers, deels door andere factoren.

Bron: SEO Economisch Onderzoek.

Literatuur

Artikelen en publicaties

- Amsterdam Cruise Port (2016). Sea cruise passenger and crew survey Amsterdam region
- Amsterdam Cruise Port (2016). Cruise Statistieken 2016 Regio Amsterdam
- Amsterdam Marketing (2016). Bezoekersonderzoek Metropool Amsterdam 2016
- Duijn, M. van, & Rouwendal, J. (2013). Cultural heritage and the location choice of Dutch households in a residential sorting model. *Journal of Economic Geography*, 13(3), 473-500.
- DTZ Zadelhoff (2016). Winkelhuren in Amsterdam in 2015
- DTZ Zadelhoff (2016). Winkelhuren in Amsterdam in 2016
- Fedorova, T., Bakens, J. en Tepic, M. (2016). Toerisme in MRA 2015-2016, in opdracht van RvE Economie
- Gemeente Amsterdam (2017). Economische Verkenningen Metropoolregio Amsterdam 2017
- Gemeente Amsterdam (2016). Wonen in Amsterdam 2015 Leefbaarheid
- Janssen, S. (2017). Oud streeft jong voorbij op woningmarkt, ING publicaties, 19 mei 2017
- Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (2016). Mobiliteitsbeeld 2016, Ministerie van Infrastructuur en Milieu
- Koster, H.R.A. & J. Rouwendal (2014), Should we subsidize investment in urban amenities? Evidence for cultural heritage protection in The Netherlands, paper gepresenteerd bij de workshop Cultural Heritage and Urban Revival, 24 januari 2014, Tinbergen Instituut, Amsterdam.
- Lazrak, F., Nijkamp, P., Rietveld, P., & Rouwendal, J. (2014). The market value of cultural heritage in urban areas: an application of spatial hedonic pricing. *Journal of Geographical Systems*, 16(1), 89-114.
- Lennartz, C. et al. (2017). Huizenprijzen op weg naar nieuwe piek, Rabo Research, 17 mei 2017
- Loon, R. van (2014). Tourism and the Economic Valuation of Cultural Heritage, Dissertatie, Vrije Universiteit Amsterdam.
- Loon, M. van (2016). Aantal bezoekers Amsterdam in 5 jaar gegroeid tot 17 miljoen, nrc.nl, 7 juni 2016.

Milikowski, F. en Naafs, S. (2017). Oprollen die rotkoffertjes, De Groene Amsterdammer, 23 mei 2017

NBTC. Kerncijfers 2016

Politie Eenheid Amsterdam (2016). De impact van het toenemende toerisme op de veiligheid en leefbaarheid in Amsterdam

Van Zoelen, B. (2015). Amsterdam trekt opnieuw meer bezoekers, Het Parool, 22 januari 2015

Databronnen

CBS Statline. Bestaande koopwoningen; regio; verkoopprijzen prijsindex 2010=100

CBS Statline. Hotels; gasten, overnachtingen, woonland, sterklasse

CBS Statline. Hotels; zakelijke overnachtingen, regio.

CBS Statline. Logiesaccommodaties; gasten, nachten, logiesvorm, regio

CBS Statline. Regionale kerncijfers; nationale rekeningen

CBS Statline. Toeristische bestedingen; nationale rekeningen

CBS Statline. Toerisme; kernindicatoren, nationale rekeningen

CBS Statline. Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, gemeente

CBS Statline. Vestigingen van bedrijven; bedrijfstak, regio

CBS Statline. Voorraad woningen en niet-woningen; mutaties, gebruiksfunctie, regio

OIS Amsterdam. Feiten en cijfers

Webpagina's

Inside Airbnb: insideairbnb.com/Amsterdam, geraadpleegd juli 2017

Tripping: <https://www.tripping.com/vacation-rentals/netherlands/north-holland/amsterdam>, geraadpleegd juli 2017

Bijlage A Vergelijking Argumentenkaart

De Argumentenkaart “Bezoekers aan Amsterdam” (De Argumentenfabriek, 2017) geeft een kwalitatief antwoord op de vraag: “Wat zijn voor Amsterdam de voor- en nadelen van het grote aantal bezoekers aan de stad?”. De voor- en nadelen zijn gegroepeerd in zes thema’s: leefomgeving, bestuur, cultuur, sociaal, veiligheid en economie. Elk van deze thema’s bevat één of meer hoofdargumenten voor en tegen de bezoekerseconomie. Deze hoofdargumenten zijn elk weer onderverdeeld in een aantal subargumenten. Ter illustratie is de argumentenboom voor het thema “Sociaal” opgenomen in Figuur A. 1.

Figuur A. 1 Sociale voor-en nadelen van het grote aantal bezoekers aan Amsterdam. Onderdeel van de Argumentenkaart “Bezoekers aan Amsterdam”.



Bron: De Argumentenfabriek (2017).

De argumenten op de Argumentenkaart vertonen veel overeenkomsten met de effecten beschreven in dit onderzoek. Op enkele plaatsen wijken ze echter af.

De voordelen voor de *leefomgeving* komen vooral aan de orde bij de indirecte effecten (hoofdstuk 4), zoals de invloed op het winkelaanbod, de infrastructuur en de aantrekkelijkheid van Amsterdam als vestigingsplaats. De nadelen komen vooral tot uiting in de externe effecten (hoofdstuk 5), zoals overlast, zwerfafval en verdringing. Dat inwoners de stad als minder mooi ervaren komt in dit onderzoek niet aan de orde.

De voor- en nadelen voor het *bestuur* zijn een mix van directe en indirecte effecten. Belastinginkomsten en kosten van beheer en handhaving worden besproken in hoofdstuk 3 bij de directe effecten. Werkgelegenheid, beter onderhoud van monumentale panden, de aantrekkelijkheid van Amsterdam als woonplaats passeren de revue in hoofdstuk 4, bij de indirecte effecten.

Het thema *cultuur* komt in dit onderzoek niet of nauwelijks aan de orde, omdat dit bij uitstek een thema is dat zich lastig vertaalt naar economische effecten. De Argumentenkaart noemt hier zaken als trots zijn op de stad, kosmopolitische gevoelens en het ‘eigen karakter’ van Amsterdam.

Dit geldt in mindere mate ook voor het thema *sociaal*. Zaken als gezelligheid in de stad en leren over andere culturen vallen buiten de scope van dit onderzoek. Andere argumenten komen wel

terug in dit onderzoek. Effecten op werkgelegenheid en de woningmarkt komen terug bij de indirecte effecten in hoofdstuk 4. Verminderde sociale cohesie wordt besproken bij de externe effecten in hoofdstuk 5.

Veiligheid is een hoofdthema op de Argumentenkaart, met daaraan gekoppeld een aantal redenen waarom Amsterdam veiliger en onveiliger wordt. In dit onderzoek is veiligheid een extern effect, dat in zijn geheel wordt behandeld in paragraaf 5.4.

Het thema *economie* komt terug op verschillende plekken in dit onderzoek. De genoemde voordelen zijn deels direct (verdiensten aan bezoekers) en deels indirect (werkgelegenheid, investeringen). De nadelen zijn deels indirect (duurder vastgoed) en deels extern (congestie en verdringing). De Argumentenkaart noemt daarnaast twee economische aspecten die in dit onderzoek niet of zeer beperkt aan de orde komen. Ten eerste zouden ondernemers, kennisinstellingen en inwoners op innovatieve ideeën gebracht kunnen worden door bezoekers. Ten tweede zou de Amsterdamse economie kwetsbaarder kunnen worden door de afhankelijkheid van bezoekers. Wanneer deze plotseling wegblijven, zou de economie daardoor namelijk snel kunnen krimpen.

De thema's van de Argumentenkaart en hun relatie tot het huidige onderzoek zijn opgenomen in Tabel A. 1.

Tabel A. 1 De thema's van de Argumentenkaart in relatie tot het SEO-rapport

Thema	Huidig onderzoek
Leefomgeving	Voordelen besproken bij directe en indirecte effecten, nadelen bij externe effecten.
Bestuur	Mix van directe en indirecte effecten.
Cultuur	Niet besproken in dit onderzoek.
Sociaal	Deels besproken bij indirecte en externe effecten, deels niet besproken.
Veiligheid	In zijn geheel besproken als extern effect.
Economie	Grotendeels besproken bij directe, indirecte en externe effecten. Enkele argumenten komen niet terug in dit onderzoek.

Bron: SEO Economisch Onderzoek

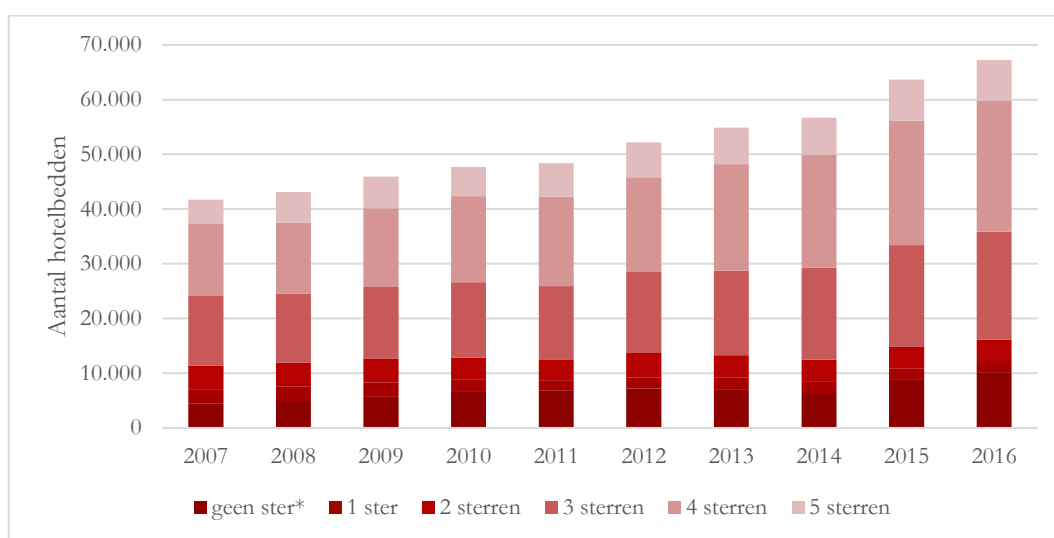
Bijlage B Aanvullende informatie hotels

Hotelbedden

In de periode 2007-2016 is het aantal hotelbedden met 61 procent toegenomen, van 41.000 naar 67.000 bedden. Voor hotels met één of twee sterren is er sprake van een krimp, terwijl hotels met vier sterren het hardst groeien: bijna 82 procent. Sinds 2015 is er sprake van een vrijwillige sterclassificatie. Hierdoor neemt het aantal hotels zonder ster toe. In 2007 had bijna 11 procent van alle hotelbedden geen ster, in 2016 is dit toegenomen tot 15 procent. Ook hotels met drie en vijfsterren nemen met 53 procent en 71 procent toe. De meeste hotelbedden hebben een viersterrenclassificatie. Hun marktaandeel is de gehele periode het grootst, in 2016 ruim 35 procent. Dit is weergegeven in Figuur B. 1.

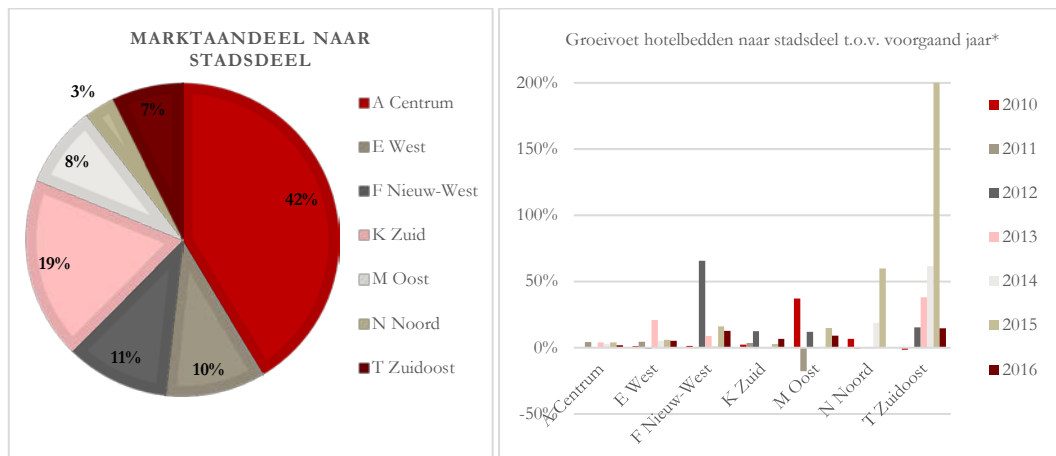
In 2016 stond 41 procent van alle hotelbedden in het stadsdeel Centrum, gevolgd door Zuid met bijna 19 procent van de hotelbedden. Stadsdeel Zuidoost had in 2009 nog maar 553 hotelbedden, maar in 2015 kwamen daar in één keer ruim 2.800 hotelbedden bij. In totaal groeide het aantal hotelbedden in Zuidoost met ruim 4.300. In het Centrum kwamen er in de periode 2009-2016 bijna 4.500 hotelbedden bij. In het stadsdeel Nieuw-West kwamen er 4.200 hotelbedden bij, ruim een verdubbeling ten opzichte van 2009 (Figuur B. 2).

Figuur B. 1 Het aantal hotelbedden in Amsterdam neemt in tien jaar met 61 procent toe; viersterrenhotels hebben het grootste marktaandeel.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van data van OIS Amsterdam.

Figuur B. 2 De meeste hotels bevinden zich in het centrum, hoogste groei vindt elders plaats



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam. *Stadsdeel Zuidoost heeft in 2015 een groei van 204 procent.

Het stadsdeel Centrum heeft bijna 10 procent van haar marktaandeel verloren in de periode 2009-2016. Met 50,9 procent van alle bedden had stadsdeel Centrum in 2009 het merendeel van alle hotelbedden in Amsterdam. Ook Zuid raakt 2,4 procent van haar marktaandeel kwijt, terwijl Zuid-oost 6,1 procent meer marktaandeel in hotelbedden kreeg en Nieuw-West 4,2 procent meer. Het marktaandeel van West, Oost en Noord groeide slechts met enkele procentpunten (Tabel B. 1).

Tabel B. 1 Centrum nipt grootste toename aantal hotelbedden, gevolgd door Zuidoost en Nieuw-West.

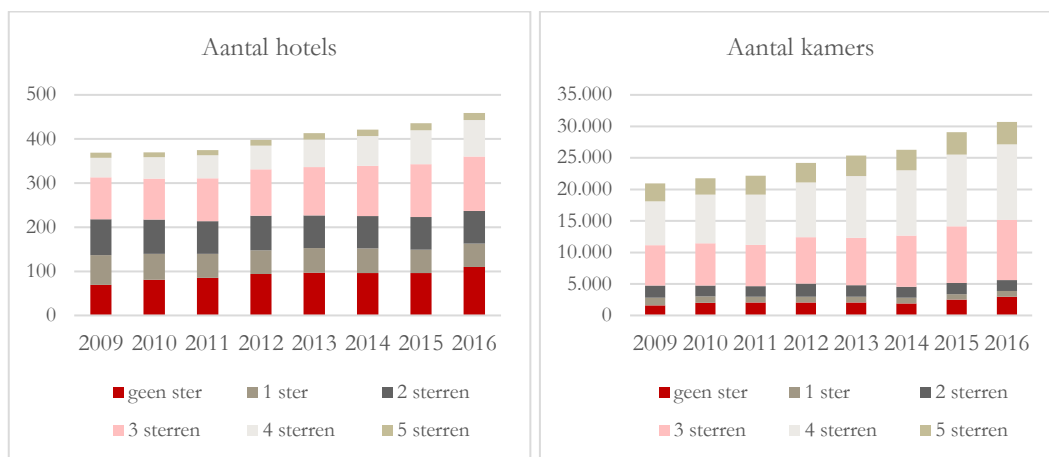
Stadsdeel	Centrum	West	Nieuw-West	Zuid	Oost	Noord	Zuidoost
Toename bedden in de periode 2009 – 2016:	4.490	2.268	4.215	2.886	2.055	1.069	4.343
groeipercentage	19,2%	48,4%	142,1%	29,6%	57,8%	100,8%	785,4%

Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

Hotels en hotelkamers

Amsterdam telt in 2016 459 hotels. Het aantal hotels in Amsterdam is in de periode 2009 – 2016 met 24 procent toegenomen. Vooral het aantal viersterrenhotels is met 89 procent het meest gestegen. De meeste van deze hotels komen in het Centrum erbij, terwijl de grootste groei in West en Zuidoost optreedt. Aan de andere kant daalt in deze periode het aantal éénsterrenhotels in Amsterdam. Deze hotels staan uitsluitend in het Centrum en in stadsdeel Zuid. Het aantal kamers neemt in de periode 2009 – 2016 met 47 procent toe. Ook hier is de grootste krimp zichtbaar bij de éénsterrenhotels. Het aantal kamers zonder ster stijgt het snelst, met 87 procent. De meeste kamers staan in 2016 in het Centrum van Amsterdam, hoewel het aandeel ten opzichte van 2009 met bijna 10 procent is gedaald tot 41 procent. Dit verlies van marktaandeel komt ten goede aan de stadsdelen Nieuw-West en Zuidoost, die vooral een stijging ervaren van het aantal kamers zonder ster en met vier sterren. Dit is weergegeven in Figuur B. 3.

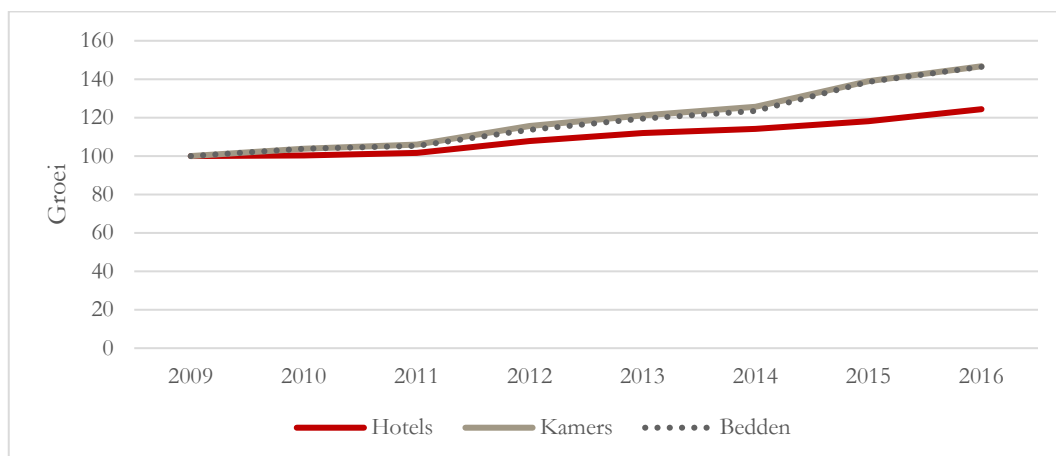
Figuur B. 3 Hotels met vier sterren en kamers zonder ster groeien het hardst.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

Figuur B. 4 laat de groei van het aantal hotels zien in verhouding tot het aantal kamers en bedden. Hierbij is 2009 als indexjaar genomen (2009 = 100). De toename van het aantal kamers en van het aantal bedden is vrijwel gelijk, maar het aantal hotels stijgt langzamer. Dit betekent dat hotels steeds groter worden.

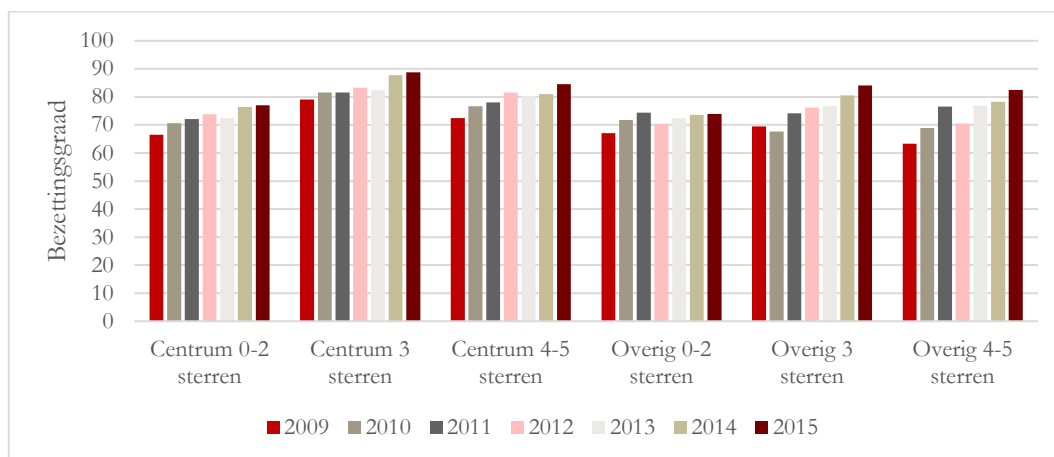
Figuur B. 4 Vooral in 2015 en 2016 worden hotels steeds groter.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

De bezettingsgraad van hotelkamers is in de periode 2009 – 2015 met ruim 17 procent toegenomen. Stadsdeel Centrum heeft een iets hogere bezettingsgraad dan de overige stadsdelen. De driesterrenhotels in het stadsdeel Centrum hebben de hoogste bezettingsgraad, 89 procent in 2015. High-end hotels in de overige stadsdelen hebben de sterkst groeiende bezettingsgraad, van 63 procent in 2009 naar 83 procent in 2015. Maar ook in stadsdeel Centrum nam de bezettingsgraad van high-end hotels toe van 72 procent naar 85 procent. In diezelfde periode is het aantal viersterrenkamers met ruim 60 procent toegenomen. De vraag naar high-end hotels is dus enorm toegenomen tussen 2009 – 2015 (Figuur B. 5).

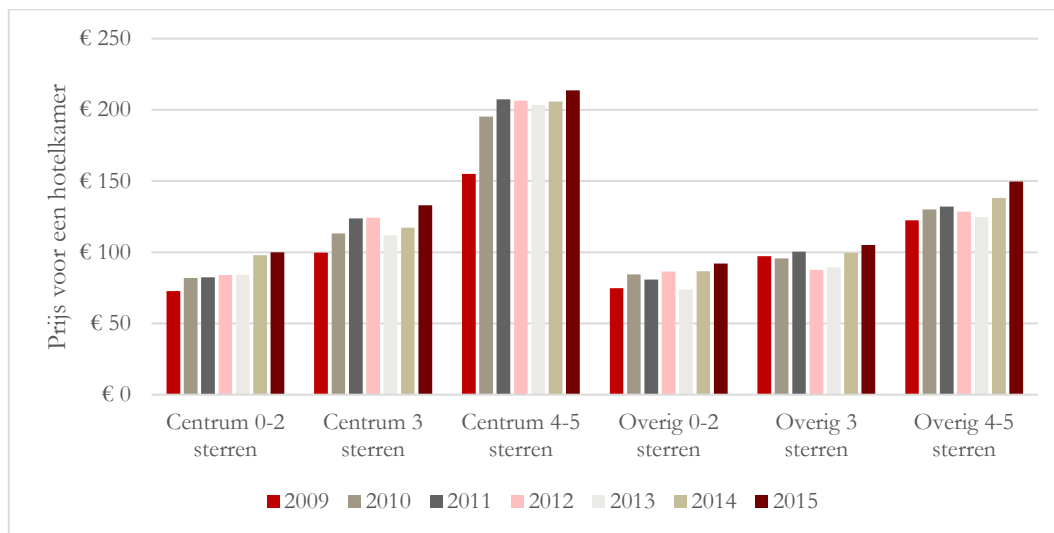
Figuur B. 5 Hoogste bezetting in driesterrenhotels, snelste groei bij high-end hotels.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

Ook de gemiddelde prijs voor een tweepersoonshotelkamer in Amsterdam is in de periode 2009 – 2016 toegenomen. Terwijl de bezetting gemiddeld met 17,5 procent steeg, nam de prijs met 34 procent toe. Daarbij is er een verschil tussen de hotelprijzen in het Centrum en de overige stadsdelen. Voor alle sterklassen is de prijs voor een hotelkamer in het Centrum duurder dan daarbuiten. Zo wordt in 2015 214 euro voor een high-end kamer in het Centrum betaald, 43 procent meer dan in de overige stadsdelen. In 2013 was dit verschil zelfs 63 procent. Ook voor middle-end en low-end wordt in het Centrum meer betaald dan daarbuiten, respectievelijk 26 en 9 procent meer. Het verschil tussen hotelprijzen in het Centrum en in de overige stadsdelen neemt steeds verder toe. Hotelprijzen in het Centrum zijn in de periode 2010 – 2015 tussen de 33 procent en 38 procent gestegen, terwijl de stijging in de overige stadsdelen tussen de 8 en 23 procent ligt (Figuur B. 6).

Figuur B. 6 Hotels in het centrum zijn duurder dan erbuiten.



Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.

In Tabel B. 2 bevat de gemiddelde hotelprijzen voor Amsterdam per sterklasse. Hieruit komt naar voren dat de hotelprijzen in deze periode met bijna 15 procent toenemen. Vooral de prijzen van hotels met 0 tot 2 sterren zijn het sterkst gestegen in de periode 2008 - 2015. In 2009 zijn alle

hotelprijzen flink gedaald als gevolg van de heersende economische crisis. Het heeft hotels met 4 of 5 sterren vijf jaar gekost om hun prijzen weer op het niveau van 2008 te brengen. Voor hotels met 0 tot 2 sterren duurde dat slechts één jaar.

Tabel B. 2 Prijzen van low-end hotels stijgen in de periode 2008 – 2015 relatief het snelst.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
0-2 sterren	82	74	83	82	84	83	95	98
3 sterren	110	99	104	112	103	99	107	118
4-5 sterren	176	139	159	169	163	165	178	178
Totaal	108	93	104	111	109	109	114	124

Bron: SEO Economisch Onderzoek, op basis van OIS Amsterdam.



seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl