

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

*Katedra nederlandistiky
2009/2010*

Studijní rok

Nederlandse en Belgische toeristen in de Tsjechische
Republiek

*Bakalářská práce 3. ročníku bakalářského studia
nizozemské filologie*

Lucie Dobešová

Vedoucí práce: **Mgr. Martina Vitáčková**

Olomouc 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne 1. května 2010

Lucie Dobešová

Verklaring:

Ik verklaar, dat ik mijn bachelorscriptie zelfstandig heb geschreven en dat ik er alle literatuurbronnen en ook andere bronnen anvoerde die ik gebruikte.

In Olomouc, 1 mei 2010

Lucie Dobešová

Dankbetuiging:

Ik wil graag van harte mijn dank betuigen aan mevrouw Mgr. Martina Vitáčková voor haar begeleiding en waardevolle adviezen.

Inhoudsopgave

Inleiding	6
------------------------	---

1. Reizen van Nederlanders en Belgen

1.1	Waar en wanneer ze reizen	8
1.2	Reisorganisatie	10
1.3	Gebruikte vervoermiddelen	12

2. Nederlandse en Belgische bezoekers in de Tsjechische Republiek

2.1	Bezoek	15
2.2	Toeristische bestemmingen	18
2.3	Tsjechische produkten	21
2.4	Toeristische logiesvormen	24
2.5	Uitgaven	
2.5.1	Uitgaven van buitenlandse gasten in Tsjechië	28
2.5.2	Uitgaven van Nederlandse en Belgische gasten in Tsjechië	30
2.6	Reizen naar en in Tsjechië	30

3. Nederlandse en Belgische bezoekers in Moravië

3.1	Moravië	33
3.2	Bezoek van Midden- Moravië	35
3.3	Bezoek van Olomouc Gewest	37
3.4	Toeristische logiesvormen in Olomouc Gewest	40
3.5	Toeristische bestemmingen in Olomouc Gewest	41

3.6	Bezoek van Olomouc		
	43		
3.7	Belangrijke informatie in de reisgids voor Nederlandse en Belgische toeristen		
	46		
4.	Conclusie		
	49		
5.	English		summary
	52		
6.	Resumé	v	češtině
	53		
7.	Anotace		
	54		
8.	Literatuurlijst		
	55		

INLEIDING

Een jaar geleden bezochten mijn Spaanse vrienden Olomouc. Ze kregen de gids van Olomouc cadeau van mij. De gids werd in boekwinkel in Olomouc gekocht en was Spaanstalig. Een paar maanden later kwamen naar Olomouc onze kennissen uit Maastricht en ik wilde voor hen ook een gids van Olomouc kopen maar ik kon geen Nederlandstalig vinden. Dat was de eerste aansporing en het eerste idee voor het onderwerp van mijn bachelorscriptie. Ik zocht in de bibliotheken, in de boekwinkels en op het internet maar ik heb geen Nederlandstalige gids over Olomouc gevonden. Enkele informatie heb ik in een Nederlandstalig gids over Praag gevonden maar geen zelfstandige gids over de stad Olomouc.

Ik ben in Olomouc veel Nederlands sprekende toeristen tegen gekomen en ik wilde weten hoe vaak en waarom ze hier komen. Ik begon de informatie en de statistieken over het bezoek van Nederlanders en Belgen aan Olomouc te verzamelen en begaf me direct naar de Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc. Ik ontdekte dat dit instituut de voorkeur geeft aan vijf fundamentele talen: Tsjechisch, Engels, Duits, Frans en Spaans. Sommige brochures hebben ze ook in het Italiaans. Desondanks blijkt uit de gegevens van Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc dat het aantal van de bezoekers uit Nederland en België is veel groter dan het aantal van de nationaliteiten die deze vijf boven vermeldde talen spreken. De laatste jaren komen naar Olomouc meer Nederlandse en Belgische bezoekers dan uit Spanje of Frankrijk. De vertegenwoordigers zouden een Nederlandstalige gids van Olomouc willen hebben maar nog niemand kwam met dit idee.

In mijn onderzoek dat een belangrijk onderdeel van mijn bachelorscriptie voorstelt probeerde ik het gedrag van Nederlandse en Belgische toeristen in kaart brengen. Ik wilde nakomen hoe vaak ze naar Tsjechië en naar Olomouc komen, wat is typerend voor hun verblijf, waaraan ze geld uitgeven, wat ze nodig hebben en wat ze nog willen bezoeken. Hun bestemmingen zijn ook belangrijk, waar geven ze de voorkeur aan? Willen ze meer winkelen of de burchten en kastelen bezoeken? Zijn voor hen de bergen of de stad aantrekkelijker?

De enquête betreft alleen Nederlanders en Belgen die niet in Tsjechië wonen maar in Nederland en België. De respondenten konden de enquête online invullen op een webpagina die de studenten uit Maastricht hebben verricht (www.thesistools.com). De hoofdstukken van mijn bachelorscriptie heb ik volgens de vragen van mijn enquête opgesteld. Eerste hoofdstuk begint met de uitleg van algemeen reizen van Nederlanders en Belgen. Tussen de belangrijke punten hoort: waar en wanneer de respondenten reizen, hun reisorganisatie, vervoermiddelen die ze gebruiken, waar ze in het buitenland logeren en waaraan ze geld uitgeven. Ik moest de aandacht op beide nationaliteiten richten en soms was echt moeilijk de informatie te krijgen. Het betreft vooral het gedrag van Belgische gasten in Tsjechië omdat Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie mij niet zoveel gegevens als Nederlandse Het Centraal Bureau voor de Statistiek verschaftte.

In hoofdstuk twee volgt de uitwerking van de gegevens over Nederlandse en Belgische bezoekers in de Tsjechische Republiek. Het belangrijkste punt voor mij waren vooral de bestemmingen die de respondenten bezochten. In dit hoofdstuk is ook de informatie over vervoermiddelen die de respondenten in Tsjechië gebruikten. In dit hoofdstuk werkte ik met de gegevens van 69 respondenten (66%) die Tsjechië bezochten.

Derde hoofdstuk concentreert zich op Nederlandse en Belgische bezoekers in Moravië. Ik koos de Moravische regio want ik veronderstelde niet dat te veel mensen uit Nederland en België de stad Olomouc bezochten. Ook in dit hoofdstuk de gegevens over toeristische bestemmingen van de ondervraagden belangrijk waren. Behalve mijn eigen onderzoek beschikte ik over de gegevens en de statistieken van Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc.

Ik ben heel dankbaar voor de medewerking met Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Tsjechisch Statistisch Bureau (TSB), Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI), Tsjechische centrale voor toeristenverkeer- Czech Tourism en Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc. Ik heb de gegevensbestanden met de volledige statistieken van deze instituten gekregen. Dat is de reden waarom ik zeer weinig internetbronnen in mijn bachelorscriptie genoemd heb. De gegevensbestanden hebben mijn werk vergemakkelijkt en was niet nodig de statistieken op te zoeken. Daarom wordt er ook in de tekst naar de gegevens van CBS, TSB of ADSEI verwezen zonder verdere verduidelijkingen.

1. Reizen van Nederlanders en Belgen

1.1 Waar en wanneer ze reizen

In dit hoofdstuk zou ik graag de vakantiebestemmingen van de Nederlandse en Belgische toeristen in kaart brengen. Heel belangrijk is of ze de voorkeur aan lange of korte vakanties geven of ze vaker reizen in het zomer- of winterseizoen en of ze hun vakanties in het binnenland of buitenland doorbrengen en wat ze er komen doen.

Nederlanders en Belgen zijn grote reizigers en korte of lange vakanties zijn bij hun niet weg te denken. In het vakantiejaar 2008 ging 82% van de Nederlandse bevolking op vakantie. Dit percentage blijkt in de laatste jaren vrij stabiel. In absolute termen komt dit in 2008 uit tot 12,7 miljoen personen. Nederlanders geven de voorkeur aan lange vakanties en volgens de gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) hebben in 2008 tot 15,1 miljoen Nederlanders hun lange vakanties in het buitenland doorgebracht. Een helft minder Nederlandse bewoners bleven tijdens lange vakanties in het binnenland. Lange vakanties in het buitenland zijn voor Nederlanders aantrekkelijker omdat ze wereldreizigers zijn en uit mijn eigen onderzoek blijkt dat voor Nederlanders zijn andere omliggende landen (als toeristische bestemmingen) niet zo duur zijn als Nederland. Daarnaast bestoet bijna hetzelfde aantal van Nederlanders om voor hun korte vakantie in Nederland te blijven. In 2008 werden korte vakanties in het buitenland populairder voor 3,4 miljoen personen. Volgens CBS kiezen Nederlanders voor hun korte vakanties in het buitenland vooral in de winterseizoenen. Het gaat meestal over de lange weekends die doorgebracht worden in de bergen. In 2008 hebben meer dan 1,9 miljoen Nederlandse toeristen hun korte wintervakanties in het buitenland doorgebracht en in de zomer reisden voor hun korte vakanties 1,4 miljoen Nederlanders naar het buitenland. Bewoners van Nederland namen zomer voor hun buitenlandse en ook binnenlandse vakanties in grotere mate op dan winter. In de zomer hebben ze meer mogelijkheden voor ontspanning en te reizen. Meer dan 8,9 miljoen Nederlanders bleven in 2008 voor hun korte vakanties tijdens beide seizoenen in Nederland. Wij mogen alleen speculeren of het over een gevolg van de kredietcrisis gaat of gewone situatie want ik beschik alleen over de gegevens van CBS uit het jaar 2008.

Volgens de gegevens van CBS hebben Nederlanders hun korte vakanties in 2008 meestentijds in Duitsland doorgebracht. Dat geldt voor het zomer en ook voor het winterseizoen. Naar Duitsland reizen elke jaar tot 3 miljoen Nederlandse reizigers omdat gaat over het gebied die heel dicht bij Nederland is. Duitsland was voor hun aantrekkelijk ook tijdens lange vakanties maar alleen in het winterseizoen. In het zomerseizoen gaven Nederlanders de voorkeur aan vakanties in Frankrijk. Frankrijk bleef ook in 2008 het vakantieland nummer één. Op grote afstand volgen Duitsland en Spanje. De topvijf wordt afgesloten door Oostenrijk en België. Alle informatie over het reizen van Nederlanders heb ik van infoservice van Centraal Bureau voor de Statistiek in Heerlen gekregen.

Belgen zijn een volk dat op de tweede plaats staat in het aantal van de reizen die ze maken naar het buitenland. Zwitsers staan op de eerste plaats. Belgen eindigden op de tweede plaats omdat België een klein land is en aan Frankrijk, Luxemburg, Duitsland en Nederland grenst en Belgen wonen maximaal 50 km van de grenzen zodat ze meer dan 60% van alle verblijven achter de grenzen doorbrengen. De laatste jaren worden voor de bewoners van België korte vakanties van 1 tot en met 3 nachten heel geliefd, vooral in het buitenland. Het gaat meestal over de lange weekends die doorgebracht worden in het buitenland. De aantrekkelijkste bestemming is voor de Belgen een verblijf en de relaxatie aan zee. Bijna 79% Belgische vakantiegangers ging volgens de laatste onderzoeken van de Tsjechische centrale voor toeristenverkeer- Czech Tourism in de laatste twee jaren tijdens hun zomerverblijf naar de zee. De tweede belangrijkste motivatie van hun reis zijn bezienswaardigheden. Alle informatie over het reizen van Belgen heb ik van Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) van de Afdeling voor Bevolkingen gekregen.

Voor Belgen is de meest bezochte buitenlandse bestemming Frankrijk. Belgische bezoekers kiezen deze bestemming voor hun korte en ook lange vakanties in beide seizoenen. Dit land biedt het merendeel van de reismotieven die Belgen voor hun vakanties vergen. Belgen willen hun vakanties vooral aan de zee doorbrengen, dan heel graag naar bergen reizen en heel aantrekkelijk is voor hen ook agrotourisme, respectievelijk verblijf op het platteland.

In dit hoofdstuk heb ik de meest bezochte buitenlandse bestemmingen van Nederlanders en Belgen genoemd. Nederlandse toeristen geven de voorkeur aan het reizen naar Duitsland en voor Belgen is de meest populaire bestemming Frankrijk. Ik heb ook de aandacht op het reizen in het zomer- en winterseizoen gericht. In grotere

mate reizen beide volkeren in het zomerseizoen omdat ze in deze tijd meer mogelijkheden voor ontspanning en het reizen hebben.

1.2 Reisorganisatie

Dit hoofdstuk maakt een samenvatting van de reisorganisaties van Nederlanders en Belgen. Belangrijk is het feit of ze de voorkeur aan georganiseerde reizen geven of niet. Ik zou graag ontdekken of ze tijdens hun reizen de hulp van bepaalde reisbureau's gebruiken.

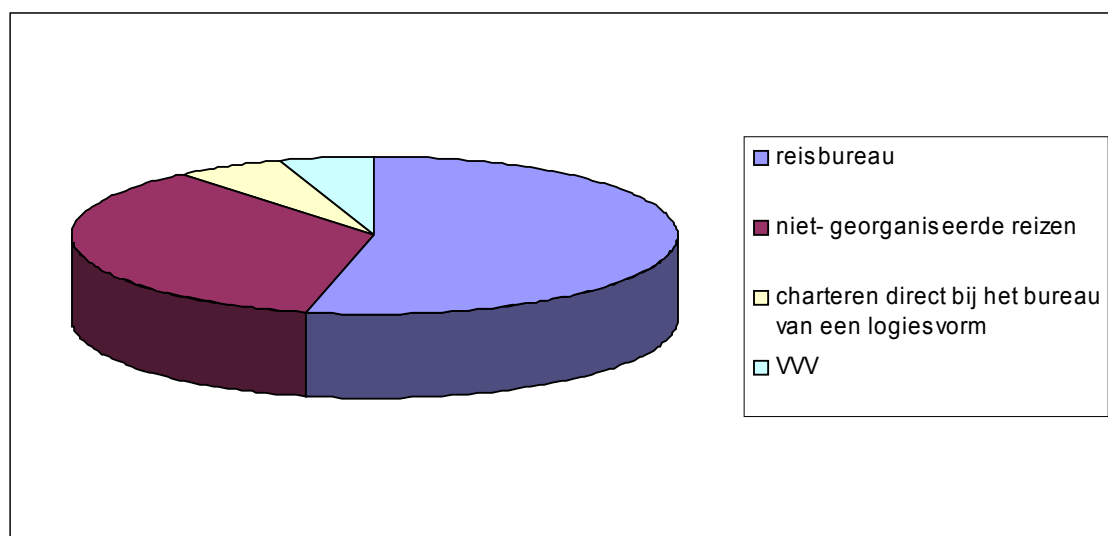
Volgens CBS betekenen buitenlandse vakanties voor de merderheid van Nederlanders het georganiseerde reizen. Bij de georganiseerde vakanties nemen de reisbureaus een centrale plaats in. In 2008 werden lange vakanties in het buitenland door ruim 15 miljoen Nederlanders doorgebracht. Twee derde van hen gebruikte de georganiseerde manier van reizen. Ruim 7,4 miljoen Nederlandse vakantiegangers boekten hun verblijf in het buitenland bij een reisbureau. Ruim 0,8 miljoen Nederlandse reizigers boekten hun accommodatie direct bij het bureau van een hotel- of bungalowketen. De laatste manier van georganiseerde reizen is boeken bij VVV of bij een boekingcentrale. Deze mogelijkheid werd door 0,7 miljoen Nederlandse vakantiegangers gebruikt. Daarnaast probeerden 4,9 miljoen Nederlanders het niet-georganiseerde reizen. Degenen die logies rechtstreeks bij de eigenaar of beheerder reserveerden horen tot de grootste groep van Nederlanders die naar het buitenland zonder reisorganisatie gingen. Naar het buitenland kwam ook een groot aantal van mensen (1,8 miljoen Nederlanders) die geen vaste plaats vooraf geboekt. Het diagram op de volgende pagina verduidelijkt de reisorganisaties van Nederlandse toeristen in 2008 naar het buitenland.

Voor binnenlandse vakanties regelen Nederlandse vakantiegangers het vervoer en logies zelf. Ruim 3 miljoen Nederlanders die in 2008 besloten hun lange vakanties in het binnenland door te brengen gaven de voorkeur aan georganiseerde reizen. Niet-georganiseerde reizen in het binnenland gebruikte 5,4 miljoen Nederlandse vakantiegangers.

Volgens de gegevens van Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (ADSEI) gaven Belgen in 2007 in het algemeen de voorkeur aan individuele reisorganisatie en dit geldt tot de dag van vandaag. De laatste tijd gebruiken tot 69%

Belgische reizigers individuele reisorganisatie. Vele Belgen gebruiken ook bepaalde pakketreizen van verschillende reisbureau's. Het gaat over een reis waarbij vervoer en verblijf door een bureau worden bezorgd. Soms is het ook verbonden met een cultureel programma. Populair zijn ook collectieve reizen en voor jonge mensen is soms het liften aantrekkelijk.

In dit hoofdstuk heb ik de meest populaire vormen van reizen genoemd. Nederlanders durven hun gelden te investeren in georganiseerde reizen aan en ze maken dikwijls gebruik van reisbureau's. Ten teken van Belgische toeristen de voorkeur aan individuele reisorganisatie geven. Als ze op een georganiseerde manier gebruiken reizen kopen ze een pakketreizen van verschillende reisbureau's.



Tab. 1. Reisorganisatie van de Nederlanders in 2008
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek

1.3 Gebruikte vervoermiddelen

Dit hoofdstuk concentreert zich op de informatie over de vervoermiddelen die Nederlanders en Belgen gebruiken. Ik zou graag ontdekken of ze dezelfde vervoermiddelen voor hun binnenlandse en buitenlandse vakanties gebruiken en aan welke vervoermiddelen ze in het algemeen de voorkeur geven.

In de wereld horen Nederlanders en Belgen tussen de veelvuldigste gebruikers van het treinverkeer. Belgen reizen met de trein tot 21 keer per jaar, Nederlanders zijn op de tweede plaats en reizen 20 keer per jaar.¹ Deze volkeren gebruiken treinverkeer zo vaak alleen in hun landen. Volgens CBS gingen binnen Nederland negen van de tien vakantiegangers met de auto op vakantie. Ook voor vakanties in het buitenland maakt men meestal gebruik van eigen auto of huurauto. Met een aandeel van 51 % voor lange vakanties en 69% voor korte vakanties heeft de auto een enorme voorsprong op de overige vervoermiddelen bij vakanties in het buitenland. In 2008 reisden 7,7 miljoen Nederlandse vakantiegangers naar het buitenland tijdens hun lange vakanties met de auto, 5,9 miljoen reisden met vliegtuig en op derde plaats was touringcar met 0,8 miljoen Nederlandse reizigers. Vervoermiddelen die Nederlanders gebruikten tijdens hun korte vakantie zijn gelijk alleen wordt touringcar vervangen door trein.

In 2008 werd 39% van de reizen voor lange buitenlandse vakanties per vliegtuig afgelegd en CBS noemt dat in de laatste jaren de populariteit van deze vervoerswijze stijgt. Het CBS noemt ook dat men sinds jaar 2008 het vliegtuig de voorkeur heeft omdat vele luchtvaartmaatschappijen door de kredietcrisis hun vliegticket goedkoper maakten. Dat blijkt ook uit mijn eigen onderzoek waarin de Nederlandse en Belgische respondenten beantwoorden de vraag: Als u naar het buitenland reist welke vervoermiddelen gebruikt u? Volgens hun antwoorden gaan vandaag tot 38% Nederlandse en Belgische respondenten naar het buitenland met vliegtuig, 36% met privé of gehuurde auto en 15% ondervraagden gebruiken treinverkeer. Naar de omliggende landen reizen ze heel vaak met de auto maar als ze een goedkoop

¹ Vyka, Miroslav (2009): Podle Čechů je nejbezpečnějším způsobem dopravy vlak, tak proto většina jezdí autem. URL: <http://dopravni.net/zeleznice/5218/podle-cechu-je-nejbezpecnejsim-zpusobem-dopravy-vlak/> [23. 03. 2010]

vliegticket vinden dan geven ze de voorkeur aan het vervoer per vliegtuig. Busverkeer is de minst populaire manier van reizen bij de Nederlandse en Belgische bezoekers. Sommige Nederlanders en Belgen voor hun reizen gebruiken ook touringcar.

Belgen gebruiken verschillende voertuigen tijdens hun korte verblijven in het buitenland en tijdens hun lange verblijven. Favoriet tussen voertuigen voor hun korte vakanties van 1 tot en met 3 dagen is de auto. Dan volgt treinverkeer en busverkeer en de laatste is vliegtuig. Voor hun langere vakanties maken ze meestal gebruik van het vliegtuig.

Dit hoofdstuk bevat een samenvatting over de gebruikte vervoermiddelen door Nederlandse en Belgische toeristen. In eigen land neemt bijna iedereen voor een korte of lange vakantie de auto om op pad te gaan. Dat geldt ook voor Nederlanders en Belgen. Volgens de gegevens van het CBS geven Nederlanders in het binnenland en ook in het buitenland de voorkeur aan eigen auto of een huurauto. Nederlandse respondenten noemden in mijn eigen onderzoek dat als ze een mogelijkheid voor goedkope vliegtickets hebben dat ze liever met het vliegtuig reizen. Belgen zijn meer kieskeurig omdat ze door de verblijfsduur beïnvloed worden. Voor hun korte vakanties maken hen meestal gebruik van de auto en voor de lange vakanties het vliegtuig.

Mijn eerste hoofdstuk heet Reizen van Nederlanders en Belgen en bestaat uit drie subhoofdstukken waarin de focus op het algemeen gedrag van Nederlandse en Belgische toeristen tijdens hun reizen werd gelegd. De hoofdpunten van het eerste subhoofdstuk waren de meest bezochte toeristische bestemmingen van de Nederlandse en Belgische respondenten en ook de seizoenen wanneer is het reizen voor hen aantrekkelijk is. Nederlandse toeristen geven de voorkeur aan het reizen naar Duitsland en voor Belgen is de meest populaire bestemming Frankrijk. Volgens de gegevens van het CBS is het evident dat deze volkeren in grotere mate tijdens het zomerseizoen reizen.

Het tweede subhoofdstuk was gericht op de reisorganisaties waar Nederlanders en Belgen gebruik van maken. Ik wilde ontdekken of ze bereid zijn te betalen voor hun georganiseerde vakanties of niet. Volgens de gegevens van het CBS durven Nederlanders hun gelden te investeren in georganiseerde reizen aan maar Belgische toeristen geven liever de voorkeur aan individuele reisorganisaties.

In het laatste subhoofdstuk heb ik een samenvatting gemaakt over de vervoermiddelen die Nederlanders en Belgen tijdens hun verblijf in het buitenland en in het binnenland gebruiken. Volgens de informatie uit mijn eigen onderzoek is evident dat

voor Nederlanders heel belangrijk prijzen van de vliegtickets zijn. Ze beslissen over gebruikte vervoermiddelen nadat ze de prijzen van de vliegtickets kennen. Dan beslissen ze meestal of ze het vliegtuig nemen of de auto gebruiken. Belgen reizen meestal tijdens hun korte vakanties met de auto en tijdens hun lange vakanties met het vliegtuig.

Beide volkeren zijn door hun manier van reizen specifiek. In dit hoofdstuk heb ik mijn aandacht op hun algemeen gedrag gericht en in het volgende hoofdstuk zou ik graag hun algemeen gericht in de Tsjechische republiek in kaart brengen.

2. Nederlandse en Belgische bezoekers in de Tsjechische Republiek

2.1 Bezoek aan de Tsjechische Republiek

In het voorafgaande hoofdstuk heb ik naar het algemeen gedrag van Nederlanders en Belgen tijdens hun vakanties gekeken en in dit tweede hoofdstuk zou ik graag het gedrag van de Nederlandse en Belgische bezoekers van Tsjechië verduidelijken. Tot de hoofdpunten van dit hoofdstuk hoort het aantal van de Nederlandse en Belgische gasten die de laatste jaren Tsjechië bezocht, de invloed van het jaarseizoen op hun reizen naar Tsjechië, de reisorganisatie van hun vakanties in Tsjechië en het potentieel van het Tsjechische toerisme.

Volgens de commentaren van de Nederlandse respondenten in mijn eigen onderzoek beschouwen ze Tsjechië als het westelijkste van de Oost-Europese landen. Niet uit geografisch oogpunt maar qua ontwikkeling van dit land. Meer dan zes miljoen buitenlandse reizigers bezoeken elk jaar Tsjechië. Volgens de gegevens van CBS hoort Tsjechië elk jaar tussen de TOP 10 van de meest bezochte bestemmingen van Nederlanders. Tijdens de zomervakantie van 2008 stond Tsjechië op de negende plaats in de meest bezochte landen door de Nederlanders en in de winter op de tiende plaats. Het belangrijkste doel van hun reis is ontspanning (die is verbonden met vakanties en zakelijke reizen).

Ondanks de kredietcrisis domineert het aantal van de buitenlandse bezoekers die in Tsjechië meer dan één nacht willen doorbrengen. (Op de tweede plaats zijn eendagsbezoekers en dan zijn doorgaande toeristen die naar een andere bestemming doorrijden.) Populariteit van lange vakanties in Tsjechië stijgt ook bij de Nederlandse bezoekers die hier meer tijd willen doorbrengen. Volgens de gegevens van mijn eigen onderzoek ontdekken ze dat de vakanties in Tsjechië voor hen goedkoop zijn. In 2008 werd Tsjechië bezocht door ruim 420 duizend Nederlanders. De grootste groep van Nederlanders bestond vooral uit toeristen die in Tsjechië negen of meer dagen doorbrachten (210 duizend Nederlanders). Meer dan vijftig procent van de bezoekers uit Nederland brengt met lange vakanties in het buitenland in doorsnee 11,2 dagen door.

Bij deze bestemmingen hoort ook Tsjechië. In jaar 2009 stijgt de gemiddelde verblijfsduur maar het aantal? Nederlandse gasten nemen af. Volgens de gegevens van TSB staan Nederlanders in de laatste vijf jaar nog steeds op de negende plaats wat het bezoekersaantal in Tsjechië betreft.

De laatste jaren geven ook Belgen voorkeur aan lange vakanties in het buitenland (vanaf 4 nachten en meer). De Belgische bezoekers willen ook in Tsjechië meer tijd doorbrengen maar meer Belgen reizen naar Tsjechië voor een zakelijke reis dan voor vakanties. Het aantal van Belgische toeristen in Tsjechië stijgt echter in tegenstelling tot Nederlanders. Ook hun gemiddelde verblijfsduur stijgt. In vergelijking met andere nationaliteiten staan Belgen op de vijftiende plaats wat het bezoekersaantal in Tsjechië betreft.

Het bezoek aan Tsjechië beïnvloedt ook seizoenen. Het drukste seizoen in Tsjechië is uit toeristisch oogpunt de zomer. Ook Nederlanders reizen tijdens de zomer naar het buitenland voor de helft meer dan in de winter en dat geldt ook voor Tsjechië. Het winterseizoen is voor Nederlanders aantrekkelijk vanwege het aantal van wintersportmogelijkheden die Tsjechië kan aanbieden. Volgens het CBS reizen sinds 2002 Nederlanders naar Tsjechië voor wintersportvakantie meer dan naar Noorwegen, Zweden of Finland. Tsjechië biedt goedkope vakanties en het potentieel is voor de Nederlandse bezoekers aantrekkelijker dan in andere Europese landen. Tot 2005 steeg het aantal van Nederlanders (tot 80 duizend) die hun lange wintervakanties in Tsjechië hadden verbonden met een sportactiviteit. In 2008 kwamen tijdens lange wintervakanties alleen 50 duizend Nederlandse liefhebbers van wintersporten. Wij mogen alleen speculeren of het over een gevolg van de kredietcrisis gaat of gewone situatie. Het diagram op de volgende pagina verduidelijkt het bezoek van de Nederlandse en Belgische gasten tijdens hun lange vakanties in seizoen 2008.

Nederlanders zijn reizigers en bijna elke derde auto met een Nederlands kenteken trekt een caravan. Dat is de reden waarom de Nederlandse gasten Tsjechië vooral in de zomer bezoeken. Ze willen graag hun zomervakantie op een Tsjechische camping in hun caravan doorbrengen.

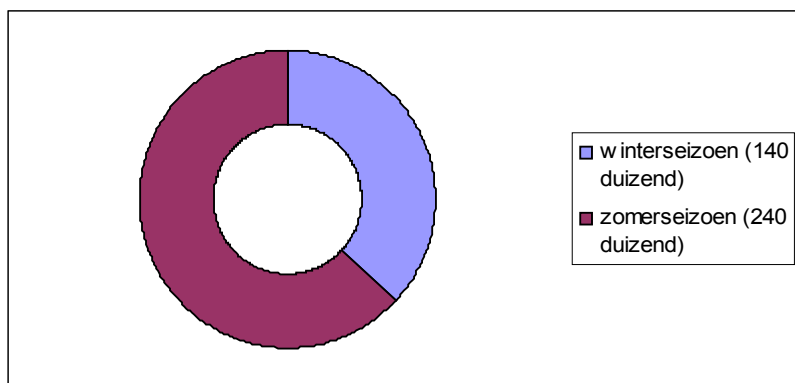
Volgens de informatie van Czech Tourism is voor de Nederlandse bezoekers tijdens de zomer agrotourisme heel aantrekkelijk. Het gaat over een belangrijk onderdeel van de toeristische sector. In Nederland is deze soort van vakantie bekend als 'kamperen bij de boer' en in Vlaanderen hebben ze het woord 'hoevetourisme'. Bezoekers brengen hun vakantie in een typische plattelands omgeving door en soms

wordt hun verblijf verrijkt door vrijwillig werk in landbouw. Toeristen kunnen helpen met het drogen van hooi, melken of rooien van aardappelen. De bedoeling van agrotourisme ligt daarin dat de bezoekers via een boerderij leren het platteland leren kennen, tijdens hun vakantie contact met dieren opdoen en in de open lucht zijn. Tot agrotourisme hoort ook een bezoek aan de wijngaarden of wijnkelderij. Volgens de gegevens van Czech Tourism zijn Nederlanders zelfs de grootste groep van de buitenlandse toeristen die naar Tsjechië komen voor agrotourisme.

Belgische toeristen brengen hun vakanties in het buitenland meestal in juli en augustus door. Voor de Belgische eendagsbezoekers zijn de aantrekkelijkste maanden april en dan oktober. Naast Nederlanders, Oostenrijkers en Duitsers doen ook de Belgen tijdens de zomer aan agrotourisme. Belgen zijn de vierde grootste groep van buitenlanders die hun verblijf in Tsjechië met kamperen bij de boer combineren.

Voor de respondenten uit Nederland en België die als hoofddoel van hun reis het bezoek van familie en vrienden noemden is het seizoen niet zo belangrijk. Ze komen naar Tsjechië gedurende het hele jaar. Het meest brengen ze bezoek aan hun families en vrienden rond Kerstmis en tijdens de zomer.

Heel belangrijk is ook de reisorganisatie van de bezoekers van Tsjechië. Volgens de gegevens van CBS en ADSEI gebruikt de meerderheid van de Nederlandse en Belgische vakantiegangers een individuele reisorganisatie. Heel populair (vooral bij oudere mensen) zijn pakketreizen die veel Nederlandse, Belgische maar ook Tsjechische reisbureau's aanbieden. De laatste geliefde soort is collectieve reisorganisatie die populair bij alle leeftijdscategoriën is. Tsjechië werd in 2007 door 36 764 Belgische toeristen bezocht die hier 4 of meer nachten doorbrachten. Meer dan 40% heeft van een individuele reisorganisatie gebruikt gemaakt en 24% heeft gebruik gemaakt van verschillende pakketreizen. De rest van de bezoekers gebruikte een andere reisorganisatie, bijv. liften of collectieve reisorganisatie.



Tab. 2. Buitenlandse lange vakanties van Nederlanders in Tsjechië per seizoen 2008

Bron: Tsjechisch Statistisch Bureau

Dit hoofdstuk bevat een samenvatting over het aantal van de Nederlandse en Belgische gasten die de laatste jaren Tsjechië bezocht. Ik moet zeggen dat de invloed van het jaarseizoen op hun reizen naar Tsjechië evident is. Nederlanders reizen tijdens de zomer naar Tsjechië voor de helft meer dan in de winter en het winterseizoen is voor Nederlanders aantrekkelijk vanwege het aantal van wintersportmogelijkheden die Tsjechië heeft te bieden.

Belangrijk is ook het hoofddoel van de reizen van de Nederlandse en Belgische respondenten. Het belangrijkste doel van Nederlanders die naar Tsjechië komen is ontspanning (die is verbonden met vakanties en zakelijke reizen) maar meer Belgen reizen naar Tsjechië voor een zakelijke reis dan voor vakanties. Hun zakelijke reizen worden niet zo veel beïnvloed door het jaarseizoen.

2.2 Toeristische bestemmingen

Ik zou graag in dit hoofdstuk de toeristische bestemmingen van Nederlanders en Belgen die naar Tsjechië komen noemen. Ik wild ontdekken waarvoor ze hier willen komen, of ze de voorkeur aan natuurschoon geven of ze meer aan winkelen hun tijd willen besteden. Het is heel belangrijk te ontdekken of ze horen tot consumptieve of culturele toeristen die echt de Tsjechische cultuur willen leren kennen. In dit hoofdstuk zal ik vooral met de gegevens uit mijn eigen onderzoek werken.

Tsjechië is een geschikt land voor natuurliefhebbers. Tussen de TOP 20 van de meest bezochte toeristische bestemmingen in Tsjechië staat naast bezienswaardigheden op een natuurrijkdom. Het gaat over de Moravische Karst die als vijftiende geplaatst is. Mooie natuur is een vake reden voor bezoek van de buitenlandse reizigers. Wandellen of hiking zijn het tweede meest populaire hoofddoel van reis van de buitenlanders. Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat 25% van de Nederlandse en Belgische bezoekers de mooie natuur als hoofdkenmerk van Tsjechië noemen en Tsjechisch natuurreserveaat wordt het meest gezocht door Nederlandse bezoekers. Desondanks is hiking in Tsjechië aantrekkelijk alleen voor maar twee procent van de respondenten uit Nederland en België. Het hoofddoel van hun reis naar Tsjechië is de ontspanning. Bij deze activiteit

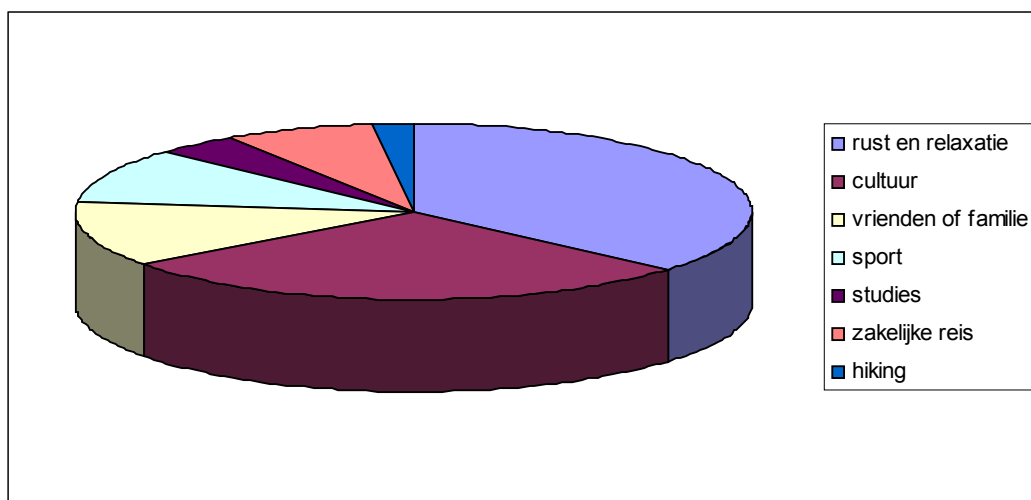
noemen ze bezienswaardigheden, rust in de natuur en winkelen. Het tweede hoofddoel van hun reis is de Tsjechische cultuur. Twintig procent van de respondenten noemen bezoek van een museum en/ of galerie en negen procent bezochten een theater en/of bioscoop in Tsjechië. Tussen de respondenten waren ook mensen die naar Tsjechië voor studie (4%) kwamen of sportactiviteit (10%). Veel respondenten (22%) noemen tussen de kenmerken van Tsjechië ook voetbal, ijshockey en skiëfaciliteiten. Het diagram op volgende pagina verduidelijkt de reisdoelen naar Tsjechië van de Nederlandse en Belgische respondenten van mijn eigen onderzoek.

Tsjechië werd bezocht door 69 uit 104 respondenten uit Nederland en België. Bijna 62% van de respondenten hebben ook Praag bezocht. TSB merkt helaas het laatste jaar een daling van het aantal van de buitenlandse bezoekers in Praag op. Volgens de gegevens van Czech Tourism was niet in dit geval de kredietcrisis de reden van de daling maar het feit dat de meeste mensen al in Praag zijn geweest. Buitenlandse bezoekers willen in de laatste jaren ook andere Tsjechische gewesten leren kennen. Dat bewijst de stijging van het aantal bezoekers in het gewest Pardubice, Zlín en andere gewesten. Meer dan 45 % respondenten reisden ook naar de andere steden. De meest bezochte steden door respondenten uit Nederland en België zijn Český Krumlov, Olomouc, Karlovy Vary, Plzeň, Brno en Kutná Hora. De grootste attracties zijn burchten en kastelen. Een vierde van Nederlandse en Belgische respondenten bezocht een burcht of een kasteel. In de statistiek van de TOP 20 van de meest bezochte toeristische bestemmingen in Tsjechië zijn drie burchten en twee kastelen. De andere toeristische bestemmingen in Tsjechië zijn musea, winkelcentra en openluchtmusea.

Czech Tourism maakt de statistieken van de meest aantrekkelijke toeristische bestemmingen in de Tsjechische Republiek bekend voor het publiek. In het jaar 2009 zijn de eerste vier toeristische bestemmingen gesitueerd in Praag, namelijk de Praagse burcht (1,34 miljoen bezoekers), Dierentuin Praag (1,2 miljoen bezoekers), Joods Museum in Praag (612 duizend bezoekers) en Nationaal Museum in Praag (549 duizend bezoekers). Praag is de meest bezochte stad in Tsjechië omdat het het meest bekend is. De buitenlandse bezoekers willen meestal kennis maken met het grootste aantal van bezienswaardigheden in het kleinste tijdsbestek en hebben niet genoeg tijd voor de omgeving van Praag of andere regio's. Het gaat hierbij om bezoekers die in Praag voor het eerst zijn en er meer dan één nacht willen blijven.

De tweede talrijkste groep in Praag zijn de eendagse bezoekers die er alleen een paar uur doorbrengen. Het hoofddoel van hun reis is het winkelen met een snelle

bezigting van de stad. Als de bezoekers met kinderen reizen is een populaire bestemming de dierentuin. Dat getuigen de resultaten van de statistiek van Czech Tourism waarin tussen de TOP 20 bestemmingen van Tsjechië acht dierentuinen, één attractiepark voor ouders met kinderen en één pretpark voor kinderen zijn.



Tab. 3. Het reisdoel naar Tsjechië van de Nederlandse en Belgische bezoekers
Bron: Mijn eigen onderzoek (105 respondenten)

De gegevens van dit hoofdstuk horen tot de meest belangrijkste informatie omdat ik wilde ontdekken waarvoor de Nederlandse en Belgische bezoekers naar Tsjechië graag komen. Opvallend was dat het hoofddoel van hun reis naar Tsjechie ontspanning was omdat Czech Tourism noemd dat Tsjechië vele jaren streven naar een status van land als land waar de buitenlandse bezoekers voor ontspanning naar toe reizen. Heel belangrijk is ook te weten hoe Nederlanders en Belgen tegen Tsjechië aan kijken. De resultaten waren echt positief te noemen. Tussen de de meest genoemde kenmerken van Tsjechië staan vooral de mooie natuur en het grote aantal van de bezienswaardigheden.

2.3 Tsjechische producten

Parijs heeft de Eiffeltoren, Noorwegen heeft het rendier en een trol, Nederland heeft de tulpen en de klompen maar wat is het symbool van Tsjechië? Wat kopen de Nederlandse en Belgische bezoekers in Tsjechië? Wat is het vaakste en bekendste Tsjechische souvenir?

De buitenlandse bezoekers brengen van hun reis in Tsjechië meestal alcohol of ander consumptieartikelen. Eigenlijk heeft Tsjechië geen artikel dat treffend dit land uitrukt en geen souvenir dat kennen alle toeristen die naar Tsjechië komen. Tsjechië is een verscheiden land en elke bezoeker kan hier aan zijn trekken komen. Dit land is in staat om te bevredigen de porseleinliefhebbers, de muzikenthousiasten, de bewonderaars van sieraden, de glasverzamelaars of de liefhebbers van trepoppen tevreden te stellen.

In de vorige eeuw werd klederdracht pop één van de meest gekochte souvenirs van de buitenlandse toeristen. Vandaag koopt alleen oudere generatie van de toeristen dit soort van de poppetjes. Nog steeds is Tsjechische klassieke muziek heel populair. Vroeger kochten de toeristen gramfoonplaten en vandaag cd's. De lievelingscomponisten voor de buitenlandse toeristen zijn Antonín Dvořák, Bedřich Smetana, Leoš Janáček en Bohuslav Martinů. Volgens mijn eigen onderzoek bezoeken de Nederlandse en Belgische muziek enthousiasten heel vaak tijdens hun bezoek van Praag opera van bekende Tsjechische componisten.

Nederlandse en Belgische bezoekers geven de voorkeur aan andere soorten van souvenirs. Uit mijn eigen statistiek is gebleken dat het over fijnproevers gaat want tussen de antwoorden op de vraag "Kent u enkele typische producten" heeft de meerderheid van antwoorden iets met gerecht te maken. Nederlanders en Belgen noemden 37 Tsjechische producten. Veel respondenten schreven ook erbij wat een veelvuldig souvenir voor hun families is. 37 producten die aantrekkelijk zijn voor Nederlandse en Belgische bezoekers zijn gebruiksgoederen. Deze gegevens getuigen over het feit dat de Nederlanders en Belgen nemen geen levensmiddelen mee omdat ze het voedsel in Tsjechië kopen. Het diagram op pagina 22 verduidelijkt Tsjechische producten die aantrekkelijk zijn voor de Nederlandse en Belgische respondenten.

Het meest populaire product is *Tsjechisch bier*. Bijna 21% respondenten hebben het bier gekozen. De meest gekozen bieren zijn Pilsner Urquell, Budweiser Budvar, Gambrinus, Velkopopovický Kozel en Radegast.

De tweede het meest populaire product tussen de respondenten was ook een alcoholische drank dat soms de dertiende Karlsbader bron genoemd wordt. Het gaat over *Becherovka* die twaalf procent van de repondenten het lekker vinden en hetzelfde aantal dit sterk drankje voor hun vrienden of families koopt.

Op de tweede plaats tussen aantrekkelijk producten staat ook zo speciaal gerecht die is door Duitse bezoekers geliefd. Het gaat over balletjes die zijn gemaakt van pastadeeg, aardappeldeeg, brooddeeg of een ander deeg en heten *knoedels*. Respondenten schrijven over de knoedels als over typisch Tsjechisch gerecht dat is symbool van Tsjechische keuken. Nederlandse en Belgische gasten ook noemden gerechten die aten met knoedles, vooral roomsaus en varkensvlees met zoetzure kool. Enige respondenten schrijven dat het recept van Tsjechische ossenhaas met roomsaus is voor hen het beste souvenir.

Het laatste alcoholische drank dat bij 3 % Nederlanders en Belgen bekend is is de *Moravische wijn*. Enige respondenten bekennen dat ze heel graag de Moravische wijn als cadeautje krijgen van hun Tsjechische vrienden.

Het broodje met komijn is een onvergetelijk ontbijt voor 5 % respondenten. Hetzelfde aantal van de ondervraagden noemden unieke *Olomouc kwarkjes*. Andere Tsjechische kaas die aantrekkelijk voor Nederlanders en Belgen is is *hermelijn*. Buitenlanders worden geïntereiseerd vooral in de gemarineerde hermelijn in zonnebloemolie. Een paar respondenten noemden *de aardappelpannenkoekjes* als symbool van Tsjechische festivals en *peperkoek uit Pardubice* als symbool van kermissen. De laatste jaar doorleeft "boom" een lekkernij die heeft herkomst in Tsjechië. Gaat over *trdelník* die is nog steeds heel populair bij ingezetenen. Trdelník is lekker voor 6 % Nederlandse en Belgische gasten.

De tweede groep van Tsjechische producten die de ondervraagden noemden zijn non-voedsel producten. Het gaat over souvenirs die in Tsjechië diepe wortels hebben.

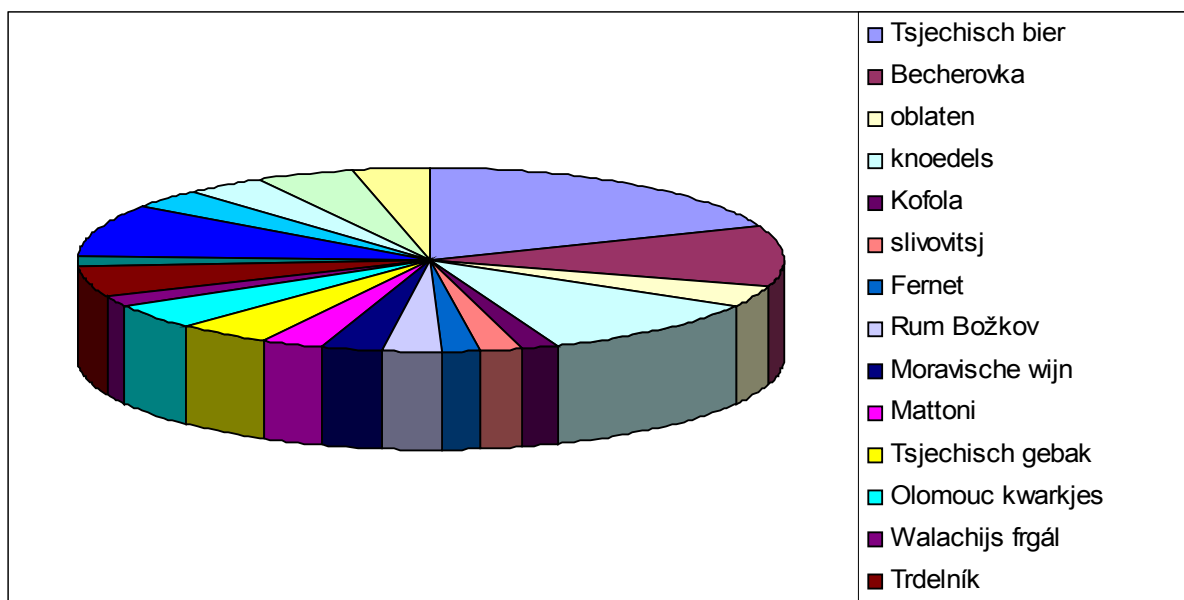
In deze categorie is het meest gekochte product *Tsjechisch kristal en glas Moser*. Dit merk is aantrekkelijk voor 10 % respondenten en de meerderheid noemt Tsjechisch glas als mooi cadeau voor hun vrienden en families .

Tsjechische nationale edelsteen is *granaat* en veel buitenlanders verlangen naar één sieraad met granaat te hebben. Tsjechische granaatsieraden zijn gemaakt in Trutnov en zijn attractief voor 3 % respondenten.

Het laatste souvenir zijn *trekpoppen*. Behalve de typische sprookjestrekpoppen noemden bijna 4 % van de ondervraagden ook een bekend koppel Spejbl en Hurvíněk.

Echte hits van de laatste jaren zijn voor de buitenlandse bezoekers *toeristische schijfjes* die zijn ook heel populair bij de Tsjechische toeristen. Elke stad of bezienswaardigheid in Tsjechië heeft zijn enig houten schijfje. Het gaat over ronde, houten, gebrande plaketten die een zekere verklaring van het bezoek van een bepaalde plaats zijn. Dit souvenir kochten 5 % ondervraagden.

In dit hoofdstuk heb ik de meest populaire producten van Nederlanders en Belgen genoemd. Het was opvallend dat de respondenten een groot aantal van Tsjechische producten kennen. Deze opsomming getuigt van grote belangstelling van Nederlanders en Belgen voor Tsjechische producten. Deze bezoekers concentreren zich ook op de regionale gerechten die voor andere toeristen onbekend zijn. Het getuigt van het feit dat de respondenten uit Nederland en België in Tsjechië niet alleen één keer waren maar heel graag terugkomen.



Tab. 4. Tsjechische producten die aantrekkelijk zijn voor Nederlanders en Belgen
Bron: Mijn eigen onderzoek (105 respondenten)

2.4 Toeristische logiesvormen

Ik zou graag in dit hoofdstuk de logiesvormen die Nederlanders en Belgen in Tsjechië kiezen noemen. Bij Nederlanders en Belgen speelt een verblijfsduur de grote rol omdat ze de soort van accommodatie volgens de verblijfsduur die ze in het buitenland willen verblijven kiezen. In dit hoofdstuk zou ik graag de informatie over het aantal van de logiesvormen in Tsjechië noemen. Ik beschik ook over de gegevens van TSB en Czech Tourism over het aantal Nederlanders en Belgen dat de laatste jaren naar Tsjechië kwam.

Het hoogste aantal van de Nederlandse cliënten logeerde in 2008 in het buitenland in een hotel, dan in zomerhuisje en appartement. Volgens de gegevens van CBS dat sloeg op de huurhuizen met appartement en ook op de appartementen van bepaalde reisbureau's. Heel populair waren ook caravans. Dit soort van logies gebruikten in 2008 1,8 miljoen Nederlandse toeristen. Andere reizigers gebruikten logeren bij vrienden of kennissen en 5% Nederlanders sliepen in het buitenland in de tent. Logeren op boot was aantrekkelijk voor 1% Nederlandse toeristen die hebben besloten vooral 9 en meer dagen op reis door te brengen.

Elke reiziger heeft in het buitenland een gemakkelijk logies nodig. Soms beslist prijs en soms beslist de locatie van de huisvesting. Tsjechië biedt alle logiesvormen aan die zijn doorgaans te krijgen en die klanten opzoeken. Volgens het TSB groeide tot 2003 het aantal van de accommodaties maar sinds 2004 daalt het. Alleen het aantal van de luxe vier en vijf sterren hotels stijgt terwijl goedkopere hotels aldoor af nemen en failliet gaan. Tot de goedkopere accommodaties horen drie sterren hotels, pensionen, hostels en huisjeskampen. Tsjechië had in 2003 alleen 21 vijf sterren hotels en 219 vier sterren, vandaag heeft Tsjechië al 41 vijf sterren hotels en 360 hotels met vier sterren. De Tsjechische hoofdstad beschikt over 33 vijf sterren en 142 vier sterren hotels. Reden van de groei van luxe hotels is vooral het feit dat Praag en Tsjechië al door rijke buitenlandse bezoekers als aantrekkelijke en veilige bestemming genomen zijn.

Uit mijn onderzoek blijkt dat 25% Nederlandse en Belgische ondervraagden hotel gebruikt. Sommige Nederlandse en Belgische respondenten noemden dat ze minder hotels in andere landen van EU gebruiken dan in Tsjechië gebruiken omdat het niveau van de Tsjechische goedkopere logiesvormen beter is dan in andere landen.

In grote mate gebruiken deze buitenlandse gasten ook *logies bij hun vrienden* die wordt meegeteld bij de andere mogelijkheden van logies. Tot 13% respondenten uit Nederland en België die Tsjechië bezochten overnachtten bij hun vrienden.

Een beetje meer procent kregen Tsjechische *campings*. Voorkeur aan campings geeft 18% Nederlandse en Belgische respondenten. Tsjechië beschikt over 500 campings en meer dan 300 huiskampen en is in staat om tevreden te stellen kieskeurigheid van de buitenlandse bezoekers. Nederlanders verdwijnen helaas langzaam uit de officiële statistieken van de campings en in de laatste jaren merkt men een afname van logies in de caravans. Terwijl in het jaar 2000 ruim 165 duizend Nederlandse gasten hun vakantie in de Tsjechische campings hebben doorgebracht, verleden jaar kwamen er alleen 47 duizend. Nederlanders gebruiken steeds vaker onbetaald logies bij vrienden en meer luxe logies dan campings.

Ook Tsjechische *pensions* zijn aantrekkelijk voor buitenlanders. Dat wijst op een verhoogd levensniveau en veeleisendheid van de bezoekers. Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat 11% van de Nederlandse en Belgische ondervraagden pensions in Tsjechië gebruikt.

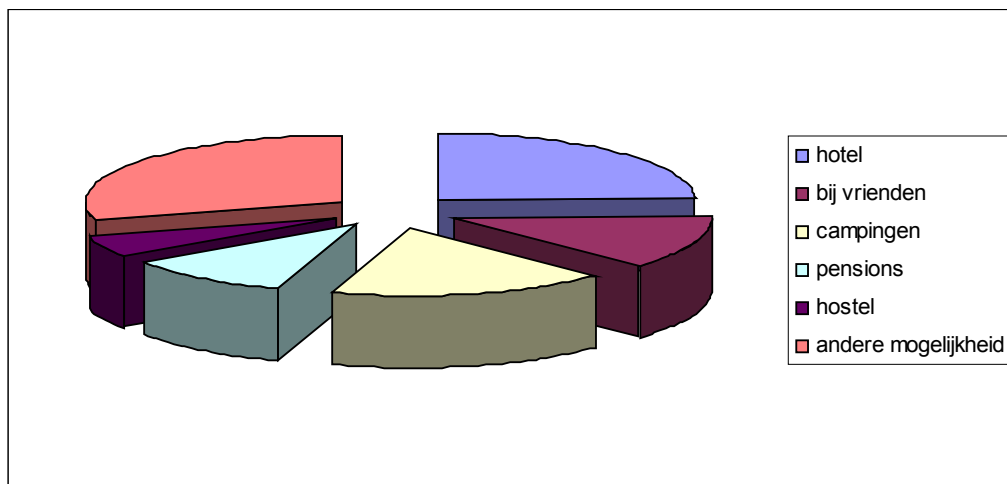
De laatste logiesvorm van de respondenten uit Nederland en België is *hostel*. Hostels horen tot sectie van de jeugdhoeven en hoort ook tussen goedkoopste logiesvormen in Tsjechië. Logies in hostel is aantrekkelijk voor 5% van de respondenten en werd gekozen door de ondervraagden tot 35 jaar. Het diagram op volgende pagina verduidelijkt de toeristische logiesvormen die Nederlandse en Belgische respondenten van mijn eigen onderzoek in de laatste jaren in Tsjechië gebruikten.

Nederlanders kiezen hen soort van logies accommodaties volgens hun verblijfsduur. Het CBS deelde de Nederlandse gasten in van Tsjechische logies accommodaties in 3 groepen. Gasten die hier in 2008 2-4 dagen, 5-8 dagen en 8 en meer dagen hebben doorgebracht. Bij Nederlandse gasten die in Tsjechië van 2- 9 en meer dagen verbleven werd het hotel favoriet. Nederlanders die in Tsjechië 2- 4 dagen verbleven logeerden vaak bij vrienden maar er waren ook toeristen die de voorkeur aan logeren in zomerhuisjes gaven. Bij Nederlanders die in Tsjechië 5- 8 dagen verbleven kwam logeren in zomerhuisjes op de tweede plaats. Op de derde plaats van geliefde accommodatie staan appartementen. Bij Nederlanders die in 2008 in Tsjechië 9 en meer dagen verbleven was hun tweede alternatief verbaasd genoeg de caravan. Volgen appartement, logeren bij vrienden en in een tent op een camping. Op de tweede plaats

kwam verblijf in zomerhuisjes (ook tijdens winter) of vakantiebungalows. En dan volgen pensions en het verblijf in caravans. Totaal overzicht van de Nederlandse en Belgische gasten die in de jaren 2008 en 2009 in Tsjechië overnachtten is in tab. 7 en tab. 8 geplaatst.

Ook veel Belgen gebruiken vandaag de dag andere logiesvormen dan in het verleden omdat in het buitenland heel vaak een *gehuurde woning* betalen, maar nog een tamelijk hoog aantal van de gasten logeren in de hotels en campings. Het aantal van de Belgische gasten in de hotels en de campings in het buitenland is veranderd voor de laatste vijf jaar. Steeds meer reizigers vergen tijdens hun reis het gemak. Zo was ook bij de Belgische vakantiegangers in Tsjechië de populairste logiesvorm een hotel. Vervolgens gehuurde woning en de derde was camping. Het gaat over de informatie van Czech Tourism maar ik heb geen nadere gegevens gekregen.

In dit hoofdstuk heb ik de logiesvormen die zijn in Tsjechië door de respondenten uit Nederland en België het meest gebruiken zijn genoemd. Voor Nederlanders wordt sinds jaar en dag een belangrijk deel van de vakanties in zogenoemde seizoenrecreatieve logiesvormen doorgebracht. Dit zijn logies op een vaste stand of ligt plaats, zoals bijvoorbeeld caravans. Tijdens veranderen en Nederlanders en Belgen ontdekken dat de luxe logiesvormen voor hen in Tsjechië goedkoop beschikbaar zijn. Dat is ook de reden waarom was hotel door Nederlanders in 2008 eenduidig de populairste logiesvorm waren tijdens hun vakanties in het buitenland. Dit beeld komt ook duidelijk naar voren in de gegevens van mijn eigen onderzoek waarin het hotel door de Nederlandse en Belgische respondenten de meest gebruikte logiesvorm in Tsjechië is. Dat geldt ook voor Belgen.



Tab. 6. Toeristische logiesvormen die Nederlandse en Belgische respondenten in Tsjechië gebruikten
Bron: Mijn eigen onderzoek (105 respondenten)

	Aantal van bezoekers	% Aantal	Gemiddelde verblijfsduur (dagen)	Volgord e
Totaal aantal	6 081 244	100%	2,9	47 landen
Belgen	89 456	1,50%	3,8	15
Nederlanders	202 107	3,30%	4,6	9

Tab. 7. Buitenlandse gasten in Tsjechische logiesaccommodaties 2009

Bron: Tsjechisch Statistisch Bureau en Tsjechische centrale voor toeristenverkeer Czech Tourism

	Aantal van bezoekers	% Aantal	Gemiddelde verblijfsduur (dagen)	Volgorde
Totaal aantal	6 649 410	100%	3,2	47 landen
Belgen	87 240	1,30%	2,8	15
Nederlanders	236 193	3,60%	4,2	9

Tab. 8. Buitenlandse gasten in Tsjechische logiesaccommodaties 2008

Bron: Tsjechisch Statistisch Bureau en Tsjechische centrale voor toeristenverkeer Czech Tourism

2.5 Uitgaven

2.5.1 Uitgaven van buitenlandse gasten in Tsjechië

In deze twee subhoofdstukken zou ik graag een samenvatting van uitgaven van buitenlandse en van Nederlandse en Belgische gasten maken. In dit eerste subhoofdstuk heb ik met de gegevens van het TSB gewerkt.

Buitenlandse bezoekers gaven in Tsjechië in 2007 128,639 mld. Kč uit. Het meeste geld gaven de buitenlandse gasten uit aan de non-voedsel producten (50 mld. Kč), eten en drinken (26 mld. Kč), logies (25,8 mld. Kč) en vervoer (16,3 mld. Kč).

Buitenlandse toeristen die in Tsjechië meer dan 1 nacht bleven gaven in de hier in 2007 het meeste geld uit (99,137 mld. Kč), dan zijn eendagsbezoekers (21,414 mld. Kč) en op derde plaats zijn doorgaande toeristen (8,087 mld. Kč)

2.6.2 Uitgaven van Nederlandse en Belgische gasten in Tsjechië

Het meeste geld per daag in Tsjechië geven al drie jaar Nederlanders uit. In doorsnee geven ze dagelijks vierd duizend kronen uit. Nederlandse bezoekers geven vooral geld uit aan vooraf bestelde diensten. Tussen deze diensten hoort bespreken van hotel of camping, autohuur of fietshuur of bespreken van pakketreizen bij een reisbureau.

Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat de respondenten uit Nederland en België (44%) geven in het buitenland het meest geld uit aan het eten. Buitenlandse cultuur is voor hen ook belangrijk want 28 % Nederlanders en Belgen geven geld uit aan musea, bioscopen, theaters en concerten. Op de derde plaats zijn bestedingen aan kleding en dan aan souvenirs. De meerderheid (61 %) van respondenten geeft nog steeds de voorkeur aan contante betaling.

Gegevens van de bestedingen van de Nederlandse en Belgische respondenten in het buitenland en in het Tsjechië zijn een beetje verschillend. In Tsjechië geven ze het meest geld uit ook aan het eten (41 %). Geen wonder dat het eten op de eerste plaats is omdat 58% respondenten in de restaurants eet. Behalve restaurants eten ze ook in fastfoodrestaurants (8%) en in kantines (11%). 24% buitenlandse bezoekers kookt vaak zelf. Het gaat over bezoekers die in campings of bij vrienden logeren.

De tweede hoogste besteding van de buitenlandse gasten is aan cultuur (25 %) en dan zijn andere bestedingen. Hier noemden respondenten autoverhuur, toegangsgeld en bestedingen voor reisbiljetten. Autoverhuur gebruiken in Tsjechië tot 3% buitenlandse gasten, dat is ongeveer 130 tot 190 duizend buitenlandse klanten per jaar. Vanaf 2007 stijgt aldoor het aantal van klanten uit België die een voertuig in het buitenland huren. Meestal gaat het over klanten die op zakenreis zijn. (Op de vierde plaats zijn uitgaven voor Tsjechische souvenirs en dan voor kleding. Laatste 2% respondenten geven in Tsjechië geld uit aan de boeken en 1% voor de schoonheidsmiddelen.)

In dit hoofdstuk heb ik vooral met de gegevens van mijn eigen onderzoek gewerkt. Het eerste subhoofdstuk is in het algemeen op uitgaven van buitenlandse gasten in Tsjechië gericht. Het tweede subhoofdstuk gaat over de uitgaven gedaan door Nederlandse en Belgische respondenten in Tsjechië. De hoogste besteding van de Nederlandse en Belgische respondenten in Tsjechië is aan cultuur. Tsjechische cultuur is voor hen tijdens hun vakanties belangrijk want 25 % Nederlanders en Belgen geven in Tsjechië geld uit aan musea, bioscopen, theaters en concerten.

2.6 Reizen naar en in Tsjechië

In dit hoofdstuk zou ik graag concentreren zich op vervoermiddelen die Nederlandse en Belgische gasten naar en in Tsjechië gebruiken.

Volgens de gegevens uit 2007 van ADSEI reizen Belgen naar Tsjechië meestentijds met privé of gehuurde voertuigen. In 2007 gebruikten tot 17 456 Belgen deze voertuigsoort. Privé of gehuurde voertuig gebruikten meestal Belgen die in Tsjechië meer dan 4 nachten door brachten. Tweede meest gebruikte voertuigen waren in 2007 autocars en bussen. Met deze voertuigen reisden naar Tsjechië 12 347 Belgische bezoekers. Derde meest gebruikte manier om te reizen is luchtverkeer. Het vliegtuig kozen 4854 Belgen voor hun reis naar Tsjechië. De laatste was in 2007 trein. Alleen 2107 reizigers gebruikten treinverkeer om naar Tsjechië te reizen.

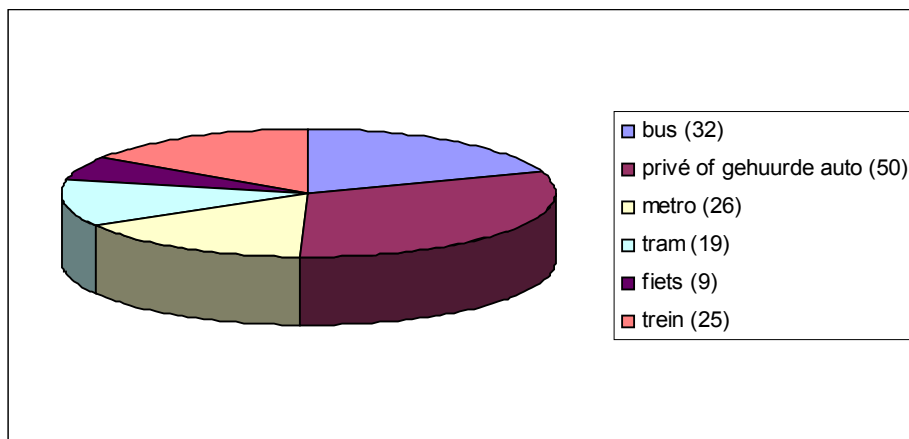
Volgens de gegevens van CBS is de vaakste manier van vervoer naar Tsjechië bij de Nederlanders een auto. Tot 140 duizend Nederlandse bezoekers kwamen in 2008 naar Tsjechië met auto, 60 duizend met touringcar en 10 duizend met vliegtuig.

Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat de verschillen tussen vervoermiddelen die Nederlandse en Belgische reizigers gebruikten zijn volgens steden die ze bezochten. Tot 16 % ondervraagden noemden dat ze in Tsjechië metro gebruikten. Helaas metro is in Tsjechië gesitueerd alleen in hoofdstad. Meer dan 30 % respondenten reisden met privé of gehuurde auto. Auto was het meest gebruikte voertuig die Nederlandse en Belgische respondenten voor hun verkeer in Tsjechië kozen. Op de tweede plaats was bus die het meest gebruikte vervoermiddel in de meerderheid van de Tsjechische steden is. Bus gebruikten 20 % van de ondervraagden. Hetzelfde aantal van procent als metro had treinverkeer die meestentijds gebruikt wordt voor vervoer tussen verre steden. In de steden gingen respondenten ook met trams (12%) en soms fietsten (6%). Het diagram op volgende pagina verduidelijkt de vervoermiddelen die Nederlandse en Belgische bezoekers in Tsjechië gebruikten.

Nederlanders verhuren niet alleen voertuigen maar ook de fietsen. Tsjechische natuur en vooral de bergen trekken aan en fietsen worden vooral daar verhuurd. Sommige Nederlandse gasten hebben eigen fietsen maar meestal gebruiken ze diensten van enkele fietsverhuren. Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat een van de redenen

waarom Nederlanders en Belgen (10 %) naar Tsjechië komen is sport en wielrennen hoort tussen de sporten die voor deze bezoekers aantrekkelijk zijn.

Dit hoofdstuk probeerde ik een samenvatting over de meest gebruikte vervoermiddelen door Nederlandse en Belgische respondenten maken. In dit hoofdstuk moest ik vooral met de gegevens uit mijn eigen onderzoek werken omdat ik geen nadere informatie van het CBS en ADSEI over de manier van reizen van Nederlandse en Belgische gasten naar en in Tsjechië kreeg.



Tab. 9. Vervoermiddelen die Nederlandse en Belgische bezoekers in Tsjechië gebruikten
Bron: Mijn eigen onderzoek (105 respondenten)

Het tweede hoofdstuk bestaat uit zes subhoofdstukken en gaat over de uitwerking van de data van de Nederlandse en Belgische bezoekers in de Tsjechische Republiek. Het belangrijkste punt voor mij was vooral de bestemmingen die de respondenten bezochten. In dit hoofdstuk kwam ook de informatie over producten die aantrekkelijk zijn voor Nederlandse en Belgische bezoekers, vervoermiddelen en logiesvormen die de respondenten in Tsjechië gebruikten. Het subhoofdstuk 2. 6 richt de aandacht op de uitgaven van buitenlandse en van Nederlandse en Belgische gasten in Tsjechië. In dit hoofdstuk werkte ik met de data uit mijn eigen onderzoek van 69 respondenten (66%) die Tsjechië bezochten.

Ik probeerde het gedrag van Nederlanders en Belgen in Tsjechië in kaart brengen en ik ontdekte dat Tsjechië hoort elk jaar thuis in de TOP 10 van de meest bezochte bestemmingen van Nederlanders. Ze komen naar Tsjechië vooral voor ontspanning maar meer Belgen reizen naar Tsjechië voor een zakelijke reis dan voor vakanties. Heel belangrijk zijn voor de Tsjechische economie ook de uitgaven van de bezoekers in het land. In Tsjechië geven beide volkeren het meeste geld uit aan het eten en daarna aan de Tsjechische cultuur. Tijdens veranderingen en Nederlanders verdwijnen helaas langzaam

uit de officiële statistieken van de campings want ze ontdekken dat de luxe logiesvormen zijn voor hen in Tsjechië goedkoop zijn. Dat is ook de reden waarom hotels door Nederlanders in 2008 eenduidig de populairste logiesvorm tijdens hun vakanties in het buitenland waren.

3. Nederlandse en Belgische bezoekers in Moravië

3.1 Moravië

In het voorafgaande hoofdstuk heb ik naar het gedrag van buitenlandse bezoekers in Tsjechië gekeken. In dit hoofdstuk zou ik graag in het algemeen het gedrag van de buitenlanders in Moravië verduidelijken. Ik kan niet veel met de gegevens van mijn eigen onderzoek werken want ik veronderstelde niet dat te veel mensen uit Nederland en België de stad Olomouc bezochten. Dat is de reden waarom zijn de informatie in dit hoofdstuk zo algemeen is.

De buitenlandse gasten die Tsjechië al voor de tweede keer bezoeken geven meestal de voorkeur aan bezoek van een andere gebied dan Praag is. Regio Moravië die het oostelijke deel van Tsjechië omvat is heel vaak bestemming van de buitenlandse bezoekers die al Praag en andere steden van regio Bohemen bezochten. In het algemeen deelt men regio Moravië in drie gebieden- Noord- Moravië, Midden- Moravië en Zuid- Moravië.

Het meest bezochte gebied in Moravië is de Zuid- Moravische regio die op de derde plaats na Praag en regio Karlsbad is. In Zuid- Moravische regio is de meest bezochte natuurrijkdom van Tsjechië- Moravische Karst gesitueerd. Dit beschermd natuurgebied hoort tussen de lokaliteiten waar volgens Czech Tourism elke jaar stijgt het aantal bezoekers. Buitenlanders hier vormen vierde van alle bezoekers.

Buitenlanders denken bij hun vakanties ook naar hun gezondheid. Ze kiezen voor hun verblijf in kuuroorden heel vaak de inrichtingen in Moravië. Volgens de gegevens van Czech Tourism vormen buitenlandse gasten bijna de helft van alle bezoekers van Tsjechië en de Moravischë kuuroorden ze vooral voor goedkoop verblijf kiezen. Ruim driehonderdduizend buitenlandse gasten gunden zich in 2009 een ontspanning in de Tsjechische kuuroorden. Het aantal van buitenlandse bezoekers vermindert helaas ook in deze sfeer van toerisme. Volgens de gegevens van TSB daalde het aantal van buitenlandse gasten in 2009 met 10% in vergelijking met het jaar 2008. De meeste buitenlanders bezochten badinrichtingen tijdens zomerseizoen. In mijn eigen

onderzoek noemt 5% van de Nederlandse en Belgische respondenten dat de Tsjechische Republiek voor hun verblijf in kuuroorden kozen. De stad of het gebied helaas werden niet genoemd. Ze alleen schreven dat ze met Tsjechische kuuroorden heel tevreden zijn. De tabel op volgende pagina verduidelijkt het aantal van de buitenlandse gasten in de Tsjechische kuuroorden.

	Aantal van de bezoekers	% Aantal	Gemiddelde verblijfsduur (dagen)	Volgord e
In hele Tsjechische Republiek	336 921	100%	10	47 landen
In Olomouc Gewest	3 095	0,90%	5,1	-
Belgen	741	0,20%	4	18
Nederlanders	1 531	0,50%	6,9	11

Tab. 10. Buitenlandse gasten in de badinrichtingen in Tsjechische Republiek 2008
Bron: Tsjechische Statistisch Bureau

Ook andere toeristen zijn met de diensten in Tsjechië tevreden. Volgens de gegevens van Czech Tourism die in 2009 dienstaanbod voor toeristen van enkele gewesten in Tsjechië beoordeelde hoort Noord- Moravië tot de beste gebieden wat diensten voor de fietstoeristen betreft. Dit soort van toerisme is heel belangrijk omdat vooral Nederlandse toeristen deze diensten in Tsjechië gebruiken.

Aldus Czech Tourism raakt ook Zuid- Moravië niet achter omdat het het beste niveau van personeel heeft. Helaas moeten de diensten voor skiërs verbeteren want veel buitenlandse bezoekers van skicentrums waren ontevreden.

Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat regio Moravië 34% Nederlandse en Belgische respondenten kent. Hetzelfde aantal bezocht enkele stad of steden die gelegen zijn in Moravië, vooral Olomouc en Jeseník.

Dit hoofdstuk maakt een samenvatting over het potentieel van het gebied Moravië wat Nederlandse en Belgische ondervraagden betreft. Het meest bezochte gebied in Moravië is de Zuid- Moravische regio omdat hier de meest bezochte

natuurrijkdom van Tsjechië Moravische Karst gesitueerd is. Uit mijn eigen onderzoek blijkt dat 25% van de Nederlandse en Belgische bezoekers de mooie natuur als hoofdkenmerk van Tsjechië noemen en het Tsjechisch natuurreserveaat wordt het meest gezocht door Nederlandse bezoekers. Volgens mijn gegevens bezocht 10% van de Nederlandse en Belgische ondervraagden Moravische Karst.

3.2 Buitenlanders in Midden-Moravië

In het voorafgaande hoofdstuk heb ik in algemeen naar het gericht van Nederlanders en Belgen in Moravië gericht. In dit hoofdstuk zou ik graag het gedrag van de buitenlanders in Midden-Moravië verduidelijken.

Het gebied van Midden- Moravië is gevormd door Olomouc en Zlín gewesten. Midden- Moravië hoort tot de succesvolste regio's wat tevredenheid van de buitenlandse bezoekers met het openbaar vervoer betreft.²In het onderzoek van Czech Tourism brachten de respondenten de toegankelijkheid van het openbaar vervoer naar voren. Ook families met kinderen zullen in Midden- Moravië tevreden zijn omdat dit gebied bij de beste lokaliteiten van Tsjechië hoort wat gelegenheden voor plezier en voorzieningen van attracties voor families met kinderen betreft. Veiligheid is voor de toeristen ook belangrijk en Midden- Moravië is tussen regio's met de beste zorg voor veiligheid van de bezoekers. Volgens monitoring van CzechTourism zijn bezienswaardigheden het veelvuldigste doel van de bezoekers die komen naar Midden-Moravië. Tot 59% de buitenlandse respondenten komen naar dit gebied voor herkenning van Moravische rijkdom. De steden in Midden- Moravië besteden veel tijd en geld aan zorg voor bezienswaardigheden en toeristische attracties zodat horen tussen de beste regio's inzake monumentenzorg. Volgens monitoring van Czech Tourism reizen de buitenlanders heel vaak naar Midden- Moravië voor wandelsport of hiking. Het heuvelachtige landschap is geschapen ook voor fietstoeristen. Dit gebied kan fietsers een dicht fietspadennet bieden. Bijna 24% van alle buitenlandse bezoekers van Midden-Moravië komt vooral naar grotere steden voor uitgaansleven en plezier.

2

Tsjechische Kamer van Koophandel (2009): Většina turistů říká, že se vrátí. URL: http://www.komora.cz/hk-cr/hlavni-zpravy/art_22750/vetsina-turistu-rika-ze-se-vrati.aspx [02. 04. 2010]

Culturele acties die steden en dorpen in Midden- Moravische regio organiseren zijn aantrekkelijk voor 16% de buitenlandse respondenten. Verder is kerktoerisme aanzienlijk element inzake reizen. Tot 12% de buitenlandse toeristen bezoekt tijdens hun verblijf in Midden- Moravië een kerk of kathedraal. Bepaalde buitenlanders komen naar Tsjechië voor winkelen. De meest bezochte lokaliteit voor het winkelen is traditioneel Praag. Het tweede meest bezochte gebied die de buitenlandse bezoekers voor zijn winkelcentrums aantrekt is Midden- Moravië. De buitenlanders ontspannen in dit gebied niet alleen bij het winkelen maar ook bij hun verblijf in kuuroorden. Het meerendeel van elf badinrichtingen, gelegen in Olomouc en Zlín gewesten, horen tussen de kuuroorden met lange traditie. De balneologie van Midden- Moravië werd als tweede geplaatst inzake aantal van de gasten in 2006 in onderzoek van Regionaal Besturingsprogramma (ROP) Midden- Moravië. Vooral de bekende kuuroorden Karlova Studánka, Velké Losiny, Teplice nad Bečvou of Luhačovice zijn de meest bezochte in dit gebied. Maar ook kleine kuuroorden als Bochoř, Bludov of Slatinice hebben aandeel aan het bezoek van Midden- Moravië. Het gebied Midden- Moravië werd in het jaar 2009 bezocht door bijna zeventigduizend de buitenlandse gasten. De populairste maand voor het bezoek van dit oord door buitenlanders was 2009 augustus.

In dit hoofdstuk heb ik de aandacht op de mogelijkheden in Midden- Moravië richten wat de buitenlandse bezoekers betreft. Midden- Moravië is tussen regio's met de beste zorg voor veiligheid van de bezoekers dus de bezoekers naar veilig gebied komen. Midden- Moravië is ook de tweede meest bezochte gebied die de buitenlandse bezoekers voor zijn winkelcentrums aantrekt.

3.3 Bezoek aan Olomouc Gewest

Volgens de gegevens van CBS is Olomouc Gewest elfde het meest bezochte toeristengebied van Tsjechië door de buitenlandse bezoekers. De toeristen die naar Olomouc Gewest komen bevinden zich in turistische regio Midden-Moravië- Haná. Gaat over een belangrijk landbouwgebied waar de bezoekers kennis kunnen maken met culturele en folklore tradities. Dit oord is bekend voor zijn typische volksdracht, volksgebruiken en dialect.

Tengevolge van de kredietcrisis merkte ook Olomouc Gewest vermindering van het van de buitenlandse bezoekers. Grote verrassing was dat bezienswaardigheden als burchten of kastelen hetzelfde en soms ook groter bezoek in vergelijking met jaar 2008 hadden.³

Het belangrijkste doel van de buitenlandse bezoekers die naar Olomouc Gewest komen is om dit gebied te leren kennen. Ruim 45% buitenlandse gasten komen voor historische of kerkelijke bezienswaardigheden. De burchten en kastelen zijn tijdens winterseizoenen afgesloten en buitenlandse bezoekers moeten zoeken andere activiteit voor hun winter verblijf in regio. Meerendeel komt naar noord van Olomouc gewest waar de bergen zijn gelegen. Wandelsport, berg hiking of andere wintersporten zijn veelvuldigst doel van de buitenlandse gasten tijdens winterseizoen die is beïnvloed door hoeveelheid van sneeuw voor de skiërs en vooral de langlaufers.

Tijdens de winter komen ook meer buitenlanders naar Olomouc Gewest om nieuwe energie op te doen. Ze willen een beetje ontspannen en soms ook hun gezondheidstoestand beteren. In dit geval kunnen ze diensten van kuuroorden gebruiken. Dit soort van toerisme gebruikte in 2009 in Olomouc gewest bijna

³ Mediafax (2009): Na památky v Olomouckém kraji zavítalo stejně lidí jako loni. URL: <http://olomoucko.regiony24.cz/52-69381-na-pamatky-v-olomouckem-kraji-zavitalo-stejne-lidi-jako-loni> [06. 04. 2010]

drieduizend de buitenlandse gasten. Het aantal van bezoekers uit Nederland en België die zich ontspanning of kuur in enkele badinrichtingen van Olomouc Gewest gunden was verschillend. Voor verblijf in kuuroorden van Olomouc Gewest kwamen vorige jaar 1421 Nederlandse gasten en 1124 Belgische gasten. Het verschil tussen deze buitenlandse groepen was klaarblijkelijk in het jaar 2008 wanneer het volgens gegevens van TSB 52% bedroeg. Voor dit soort toerisme komt naar Olomouc Gewest in doorsnee 4% buitenlandse gasten tijdens het winterseizoen en 2% in de zomer.

Regio Midden- Moravië- Haná is een paradijs voor natuurliefhebbers daardoor zijn hier de beste voorwaarden voor agrotourisme. Merendeel van het gebied heeft ideale mogelijkheden voor rustig en ecologische verblijf op platteland. Diensten van dit soort van toerisme zijn voor Olomouc Gewest nog nieuw maar toch hier komt 5% de buitenlandse bezoekers per jaar. Agrotourisme is in Olomouc Gewest aantrekkelijk vooral voor de Nederlandse toeristen.

Olomouc Gewest is ook heel populaire localiteit voor zakelijke reizen. Mogelijkheid van de organisatie van een conferentie of andere zakelijke acties is in doorsnee aannemelijk voor bijna 12% de buitenlanders per elk jaar.

Bijna 4% de buitenlandse gasten streven naar Olomouc Gewest voor plezier. De buitenlandse respondenten noemen in monitoring van Czechtourism vooral culturele en sportacties en bezoek van dansclubs.

In dit hoofdstuk heb ik de belangrijkste reden voor het bezoek aan Olomouc Gewest verduidelijkt. Ik moest vooral met de gegevens van monitoring van Czech Tourism werken omdat ik weinig informatie over het bezoek aan Olomouc door Nederlandse en Belgische respondenten kregen.

3.4 Toeristische logiesvormen in Olomouc Gewest

De logiesvormen van Olomouc Gewest zijn in staat om tevreden te stellen alle buitenlandse gasten. Dit gebied vergroot geleidelijk het aantal van luxe accommodatie maar helaas heeft het geen tophotels. In de steden van Olomouc Gewest zijn geen vijf sterren hotels gesitueerd. Dit feit is niet vernietigend omdat de buitenlandse gasten op ruime schaal vooral drie sterren hotels gebruiken. Dit soort van accommodatie is in Olomouc Gewest de vaakste keuze voor in doorsnee 35% de buitenlandse gasten per jaar. Dit gebied beschikt over 38 drie sterren en 7 vier sterren hotels.

De tweede meest populaire keuze door buitenlandse gasten zijn pensions. Deze comfortabele logiesvorm is in doorsnee gebruikt door 14% de buitenlandse recreanten per jaar. Olomouc Gewest beschikt over 112 pensions. Het meeste aantal is in steden Jeseník en Šumperk. De buitenlandse gasten geven aan pensions de voorkeur boven twee sterren of een ster hotels, misschien voor groter aantal en vindplaats van de pensions. In het winterseizoen is integendeel accommodatie in pensions en hotels met minder sterren gelijk omdat het aantal van recreanten in campings vermindert.

Volgens de gegevens van Czech Tourism gebruiken ruim 4% de buitenlandse recreanten de mogelijkheid van kamerverhuur of verhuurden een huisje bij particulieren. Bijvoorbeeld Nederlandse bezoekers gebruiken dit soort logiesvorm door middel van de Nederlandse organisaties die verhuure van vakantiehuisjes in Tsjechië bemiddelen. Het gaat over Happy Home in Alkmaar en ook Tsjechoreizen in Rotterdam.

Tijdens zomerseizoen is in Olomouc Gewest ook mogelijk accommodatie in campings. Dit oord beschikt over 11 campings en 12 huiskampen die gelegen zijn vooral buiten grote steden. Het grootste aantal van dit soort accommodatie bevinden zich in omgeving van stad Šumperk. De Nederlandse bezoekers horen bij de vaakste recreanten en gebruikers van de Tsjechische campings en campings of huiskampen in Olomouc Gewest zijn geen uitzondering.

Het laatste deel van de buitenlandse bezoekers vormen recreanten die gebruiken accommodatie in hostels. Olomouc Gewest beschikt over 61 hostels en het grootste aantal van deze logiesvorm is in steden Šumperk en Jeseník. Hostels zijn in Olomouc Gewest gebruikt in doorsnee door 8% de buitenlandse gasten per jaar.

De tabellen 12. en 13 op deze pagina verduidelijkt de aantallen van de Nederlandse en Belgische gasten in Olomouc en ook in andere steden van Olomouc Gewest vanaf 2007 tot 2009.

	in Olomouc Gewest	in Olomouc	in Prostějov	in Přerov
Totaal aantal	96 742	49 255	8 422	12 851
Belgen	744	564	71	122
Nederlanders	2 692	1 496	461	330

Tab. 12. Buitenlandse gasten in accommodaties in bepaalde steden 2008

Bron: Tsjechisch Statistisch Bureau en Tsjechische centrale voor toeristenverkeer Czech Tourism

	Aantal van bezoekers 2007	Gemiddelde verblijfsduur 2007 (dagen)	Aantal van bezoekers 2008	Gemiddelde verblijfsduur 2008 (dagen)	Aantal van bezoekers 2009	Gemiddelde verblijfsduur 2009 (dagen)
Totaal aantal in Olomouc Gewest	93 287	2,6	96 742	2,3	85 417	2,1
Belgen	894	2,4	744	2,1	658	1,9
Nederlanders	3 041	2,3	2 692	2,1	2233	2,2

Tab. 13. Buitenlandse gasten in accommodaties in Olomouc Gewest

Bron: Tsjechisch Statistisch Bureau en Tsjechische centrale voor toeristenverkeer Czech Tourism

Verder bevat dit hoofdstuk maakt een samenvatting van de logiesvormen die het Olomouc Gewest de buitenlandse gasten kan aanbieden. Buitenlandse bezoekers maken vooral op grote schaal gebruik van drie sterren hotels in het Olomouc Gewest. Hoewel Nederlanders tot de grootste groep recreanten op campings binnen het Olomouc Gewest horen logeren ze ook vaak in meer luxe accommodaties omdat deze in het Olomouc Gewest goedkoop zijn. De resultaten over het verblijf van Nederlanders en Belgen in de steden van het Olomouc Gewest heb ik van het TSB en Czech Tourism gekregen. Het is leuk te zien hoe groot de aantallen van Nederlandse en Belgische bezoekers in Olomouc zijn.

3.5 Toeristische bestemmingen in Olomouc Gewest

De aantrekkelijkste bestemming van alle bezoekers van Olomouc Gewest Dierentuin Olomouc is. Deze attractiviteit eindigde in 2008 in het kader van de hele Tsjechische republiek op zestiende plaats en is de meest bezochte attractie van Olomouc Gewest. Dierentuin werd in 2008 door 356 duizend binnenlandse en buitenlandse bezoekers bezocht.

De tweede veelvoledigste bezochte bestemming was in 2008 Museum van schone kunsten in Olomouc. Dit museum bestaat uit twee gebouwen met verschillend soort van kunst. Het gaat over Museum van moderne kunst en nieuwer Museum van het aartsbisdom dat is geplaatst op één van de oudste plekken in Olomouc.

Elke jaar leveren twee burchten een slag in het aantal van de bezoekers maar de resultaten zijn elke jaar bijna gelijk. Gaat over burcht Bouzov en Helfštýn. Burcht Bouzov is erg in trek door filmmakers en bezoekers willen vertrekken van Tsjechische maar ook buitenlandse sprookjes en films zien. Dat bewijst over het grote aantal van bezoekers dat was in 2008 ruim 100 duizend bezoekers. Burcht Helfštýn die is eerder ruïne van de burcht uit 14^e eeuw. Deze bezienswaardigheid is meestal bezocht voor haar culturele acties die de burcht beheer organiseert. Vooral is bekend de ontmoeting van de kunstsmeden Hefaiston.

Volgende heel populaire bestemming is kasteel Úsov die gelegen in omgeving van de stad Šumperk is. Dit kasteel is afkomstig uit 13^e eeuw en is op de vijfde plaats tussen de meest bezochte bezienswaardigheden in Olomouc Gewest. In 2008 werd door ruim 53 duizend bezoekers bezocht.

Vermeldenswaardig is ook de handpapierfabriek in Velké Losiny die de laatste papierfabriek in Europa is. Het grote bezoek van de papierfabriek is ook dankzij het feit dat de stad Velké Losiny bekend als badplaats is. Dat is de reden waarom deze stad aantrekkelijk vooral voor de buitenlandse bezoekers is.

In de TOP 20 van de meest bezochte plekken behoren vooral burchten, kastelen en musea behoren. Bijvoorbeeld burcht Šternberk, kasteel Jánský Vrch, kasteel Náměšť na Hané enz.

Ook de natuurliefhebbers zullen niet in Olomouc Gewest ontgoocheld zijn. De natuurrijkdom van dit gebied is echt gevarieerd. Tussen de TOP 10 van de meest bezochte natuurschonen horen vooral Natuurparadijs Horizont in Bystrovany die werd in 2008 door ruim 160 duizend bezoekers bezocht, druipsteengrotten Na Pomezí of in Javoříčko.

Deze tabel verduidelijkt de meest aantrekkelijke turistische bestemmingen in Olomouc Gewest in 2008.

Volgorde 2008	Toeristische bestemming	Het aantal van de bezoekers
1	Dierentuin Olomouc	356 duizend
2	Museum van schone kunsten Olomouc	226 duizend
3	Natuurparadijs Horizont Bystrovany	162 duizend
4	Helfštýn- burcht	100 duizend
5	Bouzov- burcht	93 duizend
6	Druipsteengrotten Na Pomezí	55 duizend
7	Úsov- kasteel	53 duizend

Tab. 14. De meest aantrekkelijke toeristische bestemmingen in Olomouc Gewest 2008

Bron: http://www.krolomoucky.cz/OlomouckyKraj/Templates/Universal.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID={E89E55A2-90A8-4734-9FB0-7337AB6A8D41}&NRORIGINALURL=%2FOlomouckyKraj%2FCestovni%2Bruch%2FStatistiky%2FN%25C3%25A1v%25C5%25A1t%25C4%259Bvnost%2Bturistik%25C3%25BDch%2Batraktivit%2BOK%2Fnavstevnost_CZ.htm%3Flang%3DCZ&NRCACHEHINT=NoModifyGuest&lang=CZ

[NRORIGINALURL=%2FOlomouckyKraj%2FCestovni%2Bruch%2FStatistiky%2FN%25C3%25A1v%25C5%25A1t%25C4%259Bvnost%2Bturistik%25C3%25BDch%2Batraktivit%2BOK%2Fnavstevnost_CZ.htm%3Flang%3DCZ&NRCACHEHINT=NoModifyGuest&lang=CZ](http://www.krolomoucky.cz/OlomouckyKraj/Templates/Universal.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID={E89E55A2-90A8-4734-9FB0-7337AB6A8D41}&NRORIGINALURL=%2FOlomouckyKraj%2FCestovni%2Bruch%2FStatistiky%2FN%25C3%25A1v%25C5%25A1t%25C4%259Bvnost%2Bturistik%25C3%25BDch%2Batraktivit%2BOK%2Fnavstevnost_CZ.htm%3Flang%3DCZ&NRCACHEHINT=NoModifyGuest&lang=CZ)

Tot slot maak ik in dit hoofdstuk een samenvatting van het potentieel van het Olomouc Gewest. Tot de hoofdpunten horen de meest bezochte bestemmingen van dit gebied en het gedrag van de buitenlandse bezoekers die naar Olomouc Gewest kwamen. Uit de gegevens blijkt dat de aantrekkelijkste bestemming de Dierentuin in Olomouc is en daarna volgt Het Museum van schone kunsten in Olomouc, het natuurparadijs in Bystrovany en burchten en kastelen die in het Olomouc Gewest gesitueerd zijn.

3.6 Bezoek van Olomouc

Het voorafgaande hoofdstuk concentreerde zich op toeristische bestemmingen van het Olomouc Gewest. In dit hoofdstuk zou ik graag de voorkeur van de stad Olomouc naar voren brengen omdat ik denk dat deze stad kan veel mogelijkheden heeft voor de buitenlandse bezoekers.

Olomouc is een natuurlijk centrum van Olomouc Gewest en in het verleden was het de hoofdstad van Moravië. Vandaag is Olomouc na Praag de stad met de meeste monumenten van Tsjechië. Dat bewijst over het grote aantal van de buitenlandse en binnenlandse bezoekers.

In dit hoofdstuk moest ik met verschillende gegevens werken omdat resultaten van Czech Tourism, TSB en de Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc verschillen. Czech Tourism registreerde in het Olomouc Gewest in 2008 in alle logiesvormen 96 742 buitenlandse gasten maar Czech Tourism noemde in de statistiek van het bezoek van alle logiesvormen in de stad Olomouc 93 693 buitenlandse gasten. Ik zou niet graag betwijfelen de gegevens van Czech Tourism en het bezoek van de stad Olomouc maar de statistiek en de gegevens van Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc zijn meer vermoedelijk. Dit bureau registreerde in 2008 in alle logiesvormen in Olomouc 74 701 de buitenlandse gasten met een gemiddelde verblijfsduur van 1,6 dagen.

Verschillend zijn ook de gegevens over het verblijf van de Nederlandse en Belgische toeristen. Volgens de statistieken van TSB en Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc was het aantal van de Nederlandse gasten identiek maar probleem was bij de gegevens over de Belgische gasten. Het verschil was "alleen" 140 de Belgische gasten maar ik denk dat gaat over de belangrijke informatie die precies moet zijn. Hoe is mogelijk dat de gegevens over de Nederlandse gasten gelijk zijn en over de Belgische niet. TSB werkt nauw samen met Czech Tourism en dat is de reden

waarom de gegevens en de statistieken van deze twee bureau's soms tot identiek zijn. Ik weet niet welke bron of hulp van wie Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc gebruikt maar de gegevens van dit bureau zijn heel vaak voor mij aannemelijk. Inzake gegevens van TSB over het bezoek van de buitenlandse gasten in Olomouc Gewest en in de stad Olomouc die gelijk zijn moet ik niet akkoord gaan. Olomouc is de vaakste bestemming in Olomouc Gewest maar alvast heeft niet zo goed dienstencentrum inzake de logiesvormen. Het grootste probleem in dit sfeer is dat Olomouc geen camping heeft. Deze logiesvorm die is heel gebruikt door de binnenlandse en ook de buitenlandse gasten hier mist. De gasten moeten de campings in andere steden of dorpjes gebruiken en Olomouc verliest het nodige geld en langer verblijf van de bezoekers. Dat is de reden waarom de buitenlandse gasten kiezen het bezoek van Olomouc alleen in het kader van hun vakanties of het verblijf in regio.

Bij de meeste bezochte toeristische bestemmingen in Olomouc hoort Dierentuin Olomouc die ook de meest bezochte bestemming in Olomouc Gewes ist. De dierentuin is gelegen in stadsdeel dat Svatý Kopeček (Heilig Bergje) heet en is gesitueerd 8 km van het centrum. Deze plek is ook als bedevaartplaats bekend omdat hier Maria-Boodschapkerk ligt. De Nederlandse en Belgische toeristen die naar Olomouc voor kerktoerisme kwamen noemden heel vaak deze bedevaartplaats.

De tweede meest bezochte bestemming in Olomouc is Museum van schone kunsten. Het ligt in het centrum van de stad en de Nederlandse en Belgische bezoekers vergaten niet te noemen dat zijn tweede gebouw Museum van het aartsbisdom ook over de kunstwerken van de Vlaamse schilderen beschikt. Museum van het aartsbisdom heeft zo'n groot aantal bezoekers omdat dit op één van de oudste plaatsen van Olomouc gessitueerd is. Deze plek heet Wenceslausplein. De Sint-Wenceslauskathedraal staat hier en het heeft ook de tweede hoogste kerktoren in Tsjechië.

Elke bezoeker van Olomouc moet naar het hoofdplein komen omdat hier de dominant van Olomouc is geplaatst. Het gaat over de Zuil van de Heilige Drie-eenheid die was in het jaar 2000 aan de Werelderfgoedlijst van UNESCO toegevoegd. Uit mijn eigen onderzoek volgt dat 22 % de Nederlandse en Belgische respondenten Olomouc bezocht en hetzelfde aantal bezocht ook hoofdplein. Olomouc kan ook pochen net als Praag met astronomisch uurwerk waarop wachten elke dag veel toeristen omdat ze willen klokkenspel en gekraai van gouden haan luisteren.

Volgens monitoring van CzechTourism komen tijdens heel jaar naar Olomouc de buitenlandse bezoekers vooral voor erkenning (45 %) van stad. Uit mijn eigen

onderzoek blijkt dat de meerderheid van Nederlandse en Belgische respondenten die naar Olomouc kwamen de voorkeur aan kerktoerisme en andere bezienswaardigheden gaf. Olomouc is na Praag de stad met de meeste monumenten van Tsjechië en kan veel historische en ook culturele belevenissen aanbieden.

De monitoring van CzechTourism noteerde ook dat buitenlandse bezoekers naar Olomouc voor wandelsport en algemeen voor sport en relaxatie reizen. Olomouc is ideaal voor deze activiteiten. De stad is in een heuvelachtig landschap gelegen en de parken en omgeving van Olomouc bieden dicht fietspadennet voor fietstoeristen en ook voor roolschaatsers.

De stad Olomouc is voorbereid voor het zomerseizoen 2010 en wil de oriëntatie niet alleen in het centrum verbeteren darvoor kunnen de bezoekers nieuwe inrichtingen met informatie en stadkaart gebruiken.

Dit hoofdstuk bevat een samenvatting van het potentieel van Olomouc. Tot de hoofdpunten horen de meest bezochte bestemmingen van de stad Olomouc en het gedrag van de buitenlandse bezoekers die naar Olomouc kwamen. Helaas moest ik in dit hoofdstuk met verschillende gegevens werken omdat resultaten van CzechTourism, TSB en Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc verschilden. Door de monitoring van Czech Tourism kwam Olomouc als ideale stad voor sportfaciliteiten uit de bus.

3.7 Belangrijke informatie in de reisgidsen voor Nederlandse en Belgische toeristen

Een onscheidbaar deel van mijn eigen onderzoek was de enquête waarvan het laatste deel aan de behoeften van Nederlandse en Belgische bezoekers gewijd was. Dit deel was heel belangrijk voor de structuur van een voorstel van een toeristische gids die bij deze scriptie is bijgesloten omdat van de helft van de respondenten heb ik ideeën en tips gekregen.

Tussen de respondenten was ook één ondervraagde die zelf een gids over Praag schreef. Zijn antwoord was lang maar heel hulpvaardig. Er zijn vele typen van reisgidsen, de een is meer gericht op natuur en de andere op cultuur en weer een andere op het winkelen en eten. Mensen kiezen de reisgidsen volgens het doel van hun reis. De respondent die een gids schreef gaf me de raad dat de beste oplossing voor mijn gids een universeel brochure zou zijn. Ik zal me alleen op stad Olomouc concentreren en ik kan alle toeristische bestemmingen noemen inclusief hoofdstukken voor natuur-, sport- en gastronomieliefhebbers.

Ik was verheugd over de reacties van de respondenten want bijna een vierde drukt hun interesse uit in het hoofdstuk over de geschiedenis van de stad Olomouc die er duidelijk wordt beschreven. De respondenten schreven vaak dat ze de geschiedenis van het hele land uit de reisgidsen over Praag kennen dat maar ze niks weten niks over de geschiedenis van de Olomouc Gewest weten. Ik zou hen graag deze wens vervullen en de geschiedenis van Olomouc in het kort vertellen.

Meerderheid van de Nederlandse en Belgische respondenten wenst in de gids praktische informatie waar ze fietsen, auto's of kajaks kunnen verhuren, adressen van musea en winkels met souvenirs en datums van de markten of festivals.

Bijna iedere respondent die op mijn vraag over de behoeften van bezoekers in een reisgids heeft gereageerd noemt dat hij of zij vooral de informatie wil over de

bezienswaardigheden die zijn niet zo bekend zijn door andere toeristen. Nederlandse en Belgische bezoekers willen de mooie en interessante plekjes kennen die voor "normale toeristen" verborgen zijn en de restaurants waarin de inwoners van de stad Olomouc eten. De respondenten willen niet typisch met de massa van de buitenlandse toeristen samenvloeien maar de betaalbare restaurants en wijnwinkels waar komen vooral ook ingezetenen komen. Uit de voorafgaande hoofdstukken weten wij dat de Nederlanders en Belgen fijnproevers zijn en ook hun andere wensen inzake de reisgids op de typische Moravische gastronomie betrekking heeft.

Ruim 20 % respondenten die een idee of tips voor mijne gids hadden noemden dat in alle reisgidsen over Tsjechische Republiek vinden 50 % van het inhoud over de hoofdstad Praag gaat, 40 % van het inhoud over de omgeving van Praag en misschien 10 % over Moravische regio waarbij ze over Olomouc alleen iets over de Zuil van de Heilige Drie- eenheid vinden. Ik zou als bijlage van deze scriptie een voorstel van een mogelijk reisgids willen voorstellen die aan de specifieke eisen van de Nederlandse en Belgische reizigers zou beantwoorden.

Voor de respondenten die naar Tsjechië met geen eigen voertuig reizen is heel handig de informatie over binnenlandsverkeer, hoe ze naar Olomouc komen en welke vervoermiddelen ze in Olomouc kunnen gebruiken. De enkele respondenten vragen direct om een dienstregeling van de treinen en de bussen die gaan uit Praag naar Olomouc.

Enkele Nederlandse en Belgische respondenten noemden dat ze nergens in de Moravische regio waren door informatiegebrek en onvoldoende promotie. Deze respondenten weten niet waarom ze naar Olomouc zouden moeten komen. Het voorstel van de reisgids zou zich dus meer moeten concentreren op deze specifieke wensen Met de promotie van de stad kan ik helaas niets doen.

De meerderheid van respondenten hoort tot groep met leeftijd vanaf 21 t/m 35 jaar. De Nederlandse en Belgische bezoekers die een paar tips voor mijn voorstel van de reisgids hadden noemden vooral wensen wat openingsuren van bepaalde bezienswaardigheden, kroegen en discotheken betreft. De tweede grootste groep werd door de respondenten vanaf 36 t/m 60 jaar gevormd. Deze categorie vraagt vooral naar de recente adressen van de uitgaansgelegenheden (cafés, winkels, restaurants). Paar respondenten vragen direct naar een stadkaart met bezienswaardigheden.

Het is geen geheim dat buitenlandse toeristen soms naar Tsjechië voor een feestdag of een festiviteit komen. Enkele respondenten zouden graag weten welke

gewoonten, tradities of bijzonderheden de Tsjechen houden tijdens bepaalde feestdagen. Enkele respondenten willen ook een lijst van evenementen in de reisgids hebben. Voor de buitenlandse bezoekers is ook goed te weten wanneer de winkels tijdens het weekend of op een feestdag open/ gesloten zijn.

De Nederlandse respondenten noemden heel vaak dat ze de Nederlandstalige reisgidsen over Tsjechië van Trotter hebben, volgens hen hoort deze serie reisgidsen tussen de beste maar nog steeds is het onvoldoende omdat Trotter geen actuele informatie heeft en heel vaak mist er informatie over stadsvervoer. Vele respondenten noemden ook de Nederlandstalige Rough Guide. Alleen 38 % van de Nederlandse en Belgische ondervraagden hebben een Nederlandstalige reisgids over Tsjechië en 3 % van de ondervraagden beschikt over een reisgids over Tsjechië in een andere taal. Bijna 26 % respondenten zoekt de informatie over Tsjechië op internet en de rest van de ondervraagden had voorlopig geen interesse voor een reisgids van Tsjechië.

Volgens de resultaten van mijn eigen onderzoek geven de Nederlandse en Belgische respondenten de voorkeur aan de reisgidsen in hun moedertaal- het Nederlands. Ruim 80 % geven de voorkeur aan de nederlandstalige reisgidsen, de rest van de ondervraagden heeft geen probleem met reisgidsen in Engels (52 %), voor 27 % respondenten zijn aannemelijk reisgidsen in het Duits en voor 14 % in het Frans. Belangrijk voor mijn onderzoek is dat de Nederlanders en Belgen kiezen meestal de reisgidsen in Nederlands en dat ze de Nederlandstalige reisgids over Olomouc zeer begroeten.

De Nederlandse en Belgische respondenten vinden in een reisgids de tips voor de uitstapjes als de belangrijkste informatie, dan geven de voorkeur aan de informatie over kost en logies en op de derde plaats zijn bezienswaardigheden en informatie over de openingsuren en de historische interessantheiden.

Dit hoofdstuk concentreerde zich vooral op de gegevens van mijn eigen onderzoek waarin de respondenten de vragen over Nederlandstalige reisgidsen beantwoordden. Het is heel belangrijk te weten hoeveel reisgidsen van Tsjechië zij in hun moedertaal hebben en waar ze de informatie over het land zoeken waar zij naartoe reizen. Beide volkeren geven de voorkeur aan de reisgidsen in hun moedertaal- het Nederlands.

De meerderheid van de Nederlandse en Belgische respondenten wenst in de gids vooral praktische informatie (adressen van musea en datums van de markten) geven ze

ook de voorkeur aan niet zo bekende plekken. Nederlandse en Belgische bezoekers willen niet tot de massa van de buitenlandse toeristen behoren.

CONCLUSIE

Het onderwerp van mijn bachelorscriptie is een onderzoek dat gericht is op het reizen van Nederlanders en Belgen. In het kader van mijn onderzoek heb ik een enquête aangemaakt die de respondenten online konden invullen. Ik vind enquête een geschikte onderzoeksvorm voor dit type onderzoek omdat de respondenten genoeg tijd voor het beantwoorden hadden en zelf konden kiezen om de vragen te beantwoorden op een voor hen geschikt tijdstip. Daarnaast zal het ook mogelijk zijn met deze gegevens nog verder te werken. De enquête was anoniem en het totale aantal ondervraagden die mijn enquête hebben ingevuld was 105. Het hoofddoel van mijn bachelorscriptie is het gedrag van Nederlandse en Belgische toeristen die naar de Tsjechische Republiek komen in kaart brengen. In mijn onderzoek dat een belangrijk onderdeel van mijn bachelorscriptie voorstelt probeerde ik het gedrag van Nederlandse en Belgische toeristen in kaart brengen. Ik wilde nagaan hoe vaak ze naar Tsjechië en naar Olomouc komen, wat is typerend voor hun verblijf, waaraan ze geld uitgeven, wat ze nodig hebben en wat ze nog willen bezoeken.

De belangrijkste bevindingen die relevant waren voor mijn werk heb ik van mijn eigen onderzoek gekregen, verder werkte ik met de gegevens van de Nederlandse institutie- Het Centraal Bureau voor de Statistiek (*CBS*), Het Tsjechisch Statistisch Bureau (*TSB*), het Belgische instituut- Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie (*ADSEI*), Tsjechische centrale voor toeristenverkeer- Czech Tourism en Afdeling van het toeristenverkeer in Olomouc.

Toen ik de enquête begon te maken dacht ik dat de respondenten Tsjechië en misschien Praag alleen een beetje zouden kennen. Dat was de reden waarom de enquête meer algemeen op reizen en reizen van de respondenten naar Tsjechië gericht was. In de enquête waren de vragen alleen weinig op Moravië en het Olomouc Gewest gericht. Het verrast me dat het aantal van de Nederlandse en Belgische respondenten die de stad

Olomouc bezochten echt groot is (22 %). Deze gegevens laten zien dat de Nederlandse en Belgische toeristen ook naar andere Tsjechische regio's dan Praag afreizen.

De verwachte respons was 100 respondenten maar daadwerkelijke respons was 105 respondenten. In het tweede hoofdstuk dat op het gedrag van de Nederlandse en Belgische respondenten in Tsjechië gericht was heb ik met de gegevens van 69 respondenten (66%) die Tsjechië hebben bezochten gewerkt.

Nederlanders en Belgen zijn in Tsjechië een specifieke soort van bezoekers. Nederlanders komen naar Tsjechië vooral voor rust en Belgen voor een zakelijke reis. Tsjechië is voor de beide nationaliteiten het meest aantrekkelijk in de zomer.

Nederlanders geven in Europa de voorkeur aan logies op campings maar in Tsjechië kiezen ze voor logies in drie en vier sterren hotels. De reden is duidelijk, in Tsjechië is deze logiesvorm goedkoper dan in de rest van Europa. Ook uit mijn eigen onderzoek is gebleken dat één van de redenen waarom Nederlanders en Belgen naar Tsjechië komen is dat hier alles goedkoop is voor hen en dat Tsjechië over een groot aantal van mooie bezienswaardigheden en mooie natuur beschikt.

Nederlandse en Belgische ondervraagden die naar Praag heel vaak kwamen reisden met het vliegtuig. Daartegenover kwamen de respondenten die naar de Moravische regio gingen meestal met auto uit Nederland of uit België. Deze geënquêteerden waren heel vaak van plan om meer steden te bezoeken en met auto is alles makkelijker.

Heel belangrijk was voor mij het eerste deel van de enquête waar de respondenten de vraag over het zoeken van informatie beantwoordden. Het was geen verrassing dat de meest gebruikte bron voor het zoeken van informatie over het land waarnaartoe de respondenten reizen het internet was (37 %). Het was opvallend dat nog veel mensen reisgidsen kopen en gebruiken. Op de tweede plaats was de reisgids en deze keuze noemde 21 % van de Nederlandse en Belgische respondenten. Ik wilde ook weten of de ondervraagden met het aantal van de reisgidsen in hun moedertaal tevreden zijn. 59 % van de Nederlandse en Belgische reizigers was heel tevreden, 39 % van de respondenten was min of meer tevreden en 2 % van de ondervraagden was ontevreden. Deze vraag was algemeen 26 % van de geënquêteerden klaagden later dat ze niet over een Nederlandstalige gids van de Moravische regio beschikt en informatie op het internet moesten zoeken. Ik probeerde ook een Nederlandstalige gids over de Moravische regio te vinden maar ik ben er niet zeker van dat er zoiets bestaat. De aantallen van respondenten die Moravische regio (34 %) en stad Olomouc (22 %)

bezochten zijn echt groot. De helft van de Nederlandse en Belgische ondervraagden die naar Tsjechië kwamen bezochten ook de Moravische regio en ik denk dat deze bezoekers geen Nederlandstalige gids over Olomouc verwelkomen.

Ik werd positief verrast door de resultaten van de enquête omdat de Nederlandse en Belgische respondenten veel feiten over Tsjechië wisten. Opvallend was ook het aantal van Tsjechische producten die de geënquêteerden kenden en de lijst van de steden die de respondenten bezochten. Het was opvallend dat veel respondenten aan het eind van de online vragenlijst hun e-mail noemden omdat ze de resultaten van de enquête willen weten.

ENGLISH SUMMARY

This thesis wants to gather up concrete number of Dutch and Belgian tourists who have visited the Czech Republic in recent years and map behaviour of Dutch and Belgian tourists who have visited the Czech Republic and Olomouc region during their vacation.

The thesis consists of two parts – theoretical and practical. Theoretical part is about behaviour of Dutch and Belgian tourists who have visited the Czech Republic and Olomouc region Central Moravian region and Olomouc City during their vacation.

The practical part is the Tourist Guide Olomouc in Dutch which is supposed to be dedicated to Dutch-speaking visitors.

In the first chapter there is a general summary of behaviour of Dutch and Belgian tourists which they show during their trips abroad but also including their vacation time which they spend in their home land.

Basic points of this chapter are the places most visited by Dutch and Belgians, organization of travelling they do (if they go with a travel agency or if they travel on their own) and means of travel they use during their trips.

In next chapter are specified data about visit rate of the Czech Republic by Dutch and Belgian tourists. The most important data is about number of Dutch and Belgian tourists who have visited the Czech Republic in recent years, their most frequent destinations and reasons why they come here, what kind of souvenirs they buy, where they take lodgings and how they spend their money.

The last chapter is about visit rate of Dutch and Belgians in Moravia. The visit rate of Olomouc region and Olomouc City is highlighted in this chapter.

Based on the questionnaire filled up by 105 Dutch and Belgian answerers I could take a closer understanding with their way of travelling, favourite destinations and visit rate of Dutch and Belgians in the Czech Republic. I also focused on the visit rate in Olomouc City and Moravia. I was pleasantly surprised by the results. Dutch and Belgian visitors come back to the Czech Republic and their visit in the Czech Republic

is not limited just to Prague but they visit also other regions. Moravian county has been visited by 33% and Olomouc City by 22% of answerers.

I elaborated all the data with the intention to recognize these two nations that like our country and come back again.

RESUMÉ V ČEŠTINĚ

Tato bakalářská práce si kladla za cíl seskupit konkrétní počty nizozemských a belgických turistů, kteří Českou republiku v posledních letech navštívili a zmapovat chování nizozemských a belgických turistů, kteří v rámci své dovolené navštívili Českou republiku a Olomoucký kraj.

Bakalářská práce obsahuje část teoretickou a část praktickou. Teoretická část se zabývá přiblížením chování Nizozemců a Belgičanů, kteří v rámci své dovolené navštíví Českou republiku, Střední Moravu, Olomoucký kraj a město Olomouc.

Obsahem praktické části je stručný návrh Průvodce Olomoucí v nizozemském jazyce, který by měl být určen pro nizozemsky mluvící návštěvníky.

V první kapitole je shrnuto obecné chování nizozemských a belgických turistů, které vykazují během svých cest do zahraničí ale i v rámci dovolených, které tráví ve své zemi. Hlavními body této kapitoly jsou nejčastější turistické cíle Nizozemců a Belgičanů, organizace výjezdů, které podnikají (tzn. zda využívají služeb cestovních kanceláří nebo zda cestují individuálně) a dopravní prostředky, které nejčastěji při svých cestách využívají.

V následující kapitole jsou blíže definována fakta o návštěvnosti České republiky nizozemskými a belgickými turisty. Hlavními body jsou především údaje o počtech Nizozemců a Belgičanů, kteří v posledních letech Českou republiku navštívili, jejich nejčastější cíle a důvody proč sem jezdí, jaké suvenýry si z Česka vozí, kde se ubytovávají a za co tu nejčastěji utrací.

Poslední kapitola se týká návštěvnosti Nizozemců a Belgičanů na Moravě. V této kapitole je především vyzdvihnuta návštěvnost Olomouckého kraje a Olomouce samotné.

Na základě dotazníku, který mi vyplnilo 105 nizozemských a belgických respondentů jsem se mohla blíže seznámit se způsobem cestování, oblíbenými destinacemi a mírou návštěvnosti Nizozemců a Belgičanů v České republice. Zaměřila jsem se také na jejich návštěvnost na Moravě a v Olomouci. Výsledky jsem byla

příjemně překvapena. Nizozemští a Belgičtí návštěvníci se do České republiky rádi vrací a jejich dovolená v Česku není omezena pouze hlavním městem ale cestují i do jiných regionů. Region Morava navštívilo 34% a město Olomouc 22% těchto respondentů.

Anotace

Jméno: Lucie Dobešová

Název katedry a fakulty: Katedra nederlandistiky FF UP Olomouc

Název bakalářské práce: Nizozemští a belgičtí turisté v České republice

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Martina Vitáčková

Počet znaků: 81 745 (bez mezer)

Počet příloh: 1 příloha (7 stran)

Klíčová slova: chování nizozemských a belgických turistů, výzkum, údaje, počet zahraničních turistů, Nizozemci, Belgičané, Česká republika, Olomouc

Krátká charakteristika:

Tématem bakalářské práce je návštěvnost České republiky nizozemskými a belgickými turisty. V teoretické části je zmapováno chování Nizozemců a Belgičanů, kteří v rámci své dovolené navštívili Českou republiku a Olomoucký kraj. Toto šetření bylo založeno na dotazníku vyplněného sto pěti nizozemskými a belgickými respondenty. Obsahem praktické části je stručný návrh Průvodce Olomoucí v nizozemském jazyce, který by měl být určen pro nizozemsky mluvící návštěvníky.

LITERATUURLIJST

Malátek, Vojtěch
Metody sociologického výzkumu
Slezská univerzita, Opava 1998

Veselá, Jana
Sociologický výzkum a jeho metody
Univerzita Pardubice, 2006

Prachovník, Štěpán
Metody a techniky sociologického výzkumu
Vysoká škola báňská, Ostrava 1991

INTERNETBRONNEN

www.cbs.nl
www.statbel.fgov.be
www.czso.cz
www.czechtourism.cz