

Curaçao

ANALYSE

Wie het op Curaçao over 'toerisme' heeft, moet het eigenlijk hebben over de Europese (lees: Nederlandse) toerist. Daarin is Curaçao - vergeleken met buurlanden als Aruba - steengoed en vertegenwoordigt bijna de helft van het toerisme. De keerzijde is dat de afhankelijkheid van het toerisme uit Europa (lees opnieuw: Nederland) groot is en dat er dus alles aan gedaan moet worden om de bezoekers uit dit werelddeel te behouden. Althans, voor zover Curaçao het in eigen hand heeft qua product, service, schoonheid en veiligheid. Er zijn ook factoren die het eiland niet zelf kan beïnvloeden, zoals de economie in de eurozone en de euro-dollar koers. Als het economisch minder gaat in een land, wordt er gelijk minder gereisd; of minder ver en dus goedkoper. En als de munteenheid waarin het inkomen wordt verdiend in waarde daalt, zoals de euro ten opzichte van de dollar (waar de Antilliaanse gulden al decennia aan gekoppeld is), dan wordt vakantieën in landen met een andere valuta duurder. 'Dollarlanden' als Curaçao - maar ook Aruba, Sint Maarten en zelfs de BES-eilanden als integraal onderdeel van Nederland - worden, zónder dat ze dat zelf hebben veroorzaakt, duurder. En daarmee minder aantrekkelijk voor Europeanen (lees: Europese Nederlanders). De euro is gezakt van eerder zo'n 2,50 gulden naar nu bijna 2 op 1. Met andere woorden: een toerist krijgt ineens minder gulden voor zijn euro of moet meer euro's uitgeven voor hetzelfde kopje koffie en dezelfde hotelkamer. Daar doet de lokale caféhouder of het resort op Curaçao niets aan, maar voor beiden geldt dat opletendheid is geboden. Dat geldt voor de toeristische sector als geheel. En desnoods de tarieven enigszins naar beneden bij te stellen, zoals dat eerder omgekeerd óók gebeurde, toen het kopje koffie in gulden beetje bij beetje duurder werd 'omdat de toerist

Belang Nederlandse toerist voor Curaçao



Curaçao heeft de afgelopen decennia in Nederland een sterke marktpositie veroverd. Mede dankzij initiatieven en projecten te Jan Thielbaai (foto) en Bapor Kibrá bij het Sea Aquarium, maar ook in Pietermaai Smal/Penstraat, het Rifgebied/Otrobanda en Blaauwbaai.

FOTO ANTILLIAANS DAGBLAD

die omrekenet in euro's het toch niet merkt'.

Toerisme is als een markt. De toerist kan alle kanten uit. Hij kan kiezen voor vakantie in eigen land, voor een bestemming dichtbij, voor oost of west. Allerlei invloeden bepalen zijn keuze. Prijs en product, maar omdat veel vakantieoordelen vaak min of meer hetzelfde product bieden tegen ongeveer dezelfde prijs, moet een bestemming er op een ander manier boven uitsteken en vooral niet op negatieve wijze. Want de vakantiezeiger laat zich vooral ook sturen door negatieve invloeden: niet naar A vanwege de (politieke) onrust daar; niet naar B om het besmettingsgevaar dat er dreigt; niet naar C omdat deze is getroffen door een natuurramp. Daarbij wordt vaak niet in specifieke bestemmingen gedacht, maar in grote regio's met landen die verder helemaal niet worden geraakt door de politieke revolutie, epidemie of het natuurgeweld bij het 'buurland'. Van veel Amerikanen is het bijvoorbeeld bekend dat zij naar de Caribbean gaan, zonder dat het hen heel concreet gaat over een specifiek eiland. Met andere woorden: de Caribische eilanden hebben ook een collectief belang dat het rustig en veilig is in de wijde regio.

Dan zijn er nog negatieve factoren die worden opgevan-

gen of goedgegemaakt door positieve factoren. Dat lijkt volgens experts het geval met enerzijds de duurdere dollar (vanuit euro-perspectief) en anderzijds de goedkopere olie. (Ver) reizen wordt daardoor aantrekkelijker, of dat zou het geval moeten zijn met lagere prijzen voor vliegtickets en het afschaffen van de brandstof toeslagen. Kortom: het Curaçaose toerisme kan profiteren van de verminderde prijs voor olie en doet dat al van de onrust en/of onveiligheid in andere delen van de wereld.

Zo kan het zijn dat Curaçao voor de Nederlandse toerist een zeer populaire bestemming is

en vooralsnog blijft. Ondanks het feit dat er in 2014 minder Nederlandse toeristen op vakantie zijn gegaan, wist Curaçao als een van de weinige bestemmingen meer toeristen uit Nederland te ontvangen. Over 2014 bedroeg de groei van het aantal Nederlandse verblijfstoeristen 6 procent ten opzichte van 2013. Ook qua toeristenovernachtingen registreerde Curaçao in het voorbije jaar 6 procent meer voor rekening van Nederlandse gasten dan het jaar ervoor. In totaal bijna 1,6 miljoen Nederlandse overnachtingen (van de totaal circa 4 miljoen van alle toeristen uit alle windstreken bij elkaar opgeteld).

Door de aanhoudende en zelfs toegenomen populariteit van Curaçao in het Europese deel van het Koninkrijk hebben zowel KLM als Arke de capaciteit naar Curaçao opgevoerd en is het de verwachting dat de ticketprijzen naar Curaçao hierdoor ook gunstig zullen blijven of - gezien de lagere olieprijs - nog gunstiger worden.

Het is verstandig de euro-dollar koers goed te monitoren - hoewel niemand, en zeker niet hier te lande, er invloed op kan uitoefenen - omdat dit dus wel impact kan hebben, maar de focus moet erop gericht zijn om

Curaçao te blijven 'positioneren', zoals dat in vaktermen heet, en 'awareness' voor Curaçao te creëren. Want de verwachting is dat de Europeaan massaal zal blijven reizen en dat het toerisme uit Europa weer zal stijgen. Dan is het essentieel dat alle betrokkenen ervoor zorgen dat de Europese (lees: Nederlandse) toerist kiest voor Curaçao.

De afgelopen decennia heeft het eiland een sterke marktpositie veroverd. Mede dankzij initiatieven en projecten te Jan Thielbaai en Bapor Kibrá (Sea Aquarium), maar ook in Pietermaai Smal/Penstraat, het Rifgebied/Otrobanda en Blaauwbaai. De meeste zijn particuliere investeringen geweest, zónder overheidsgaranties en/of leningen van entrepreneurs die in hun product en in Curaçao geloven en zelf dag en nacht in hun eigen hotel, restaurant of winkel staan. Dat dit zelf veelal (van oorsprong) Europese Nederlanders zijn, doet daar niets aan af. Integendeel, deze ondernemers en investeerders verdienen - mits zij zich houden aan de (belasting)wet- en regelgeving - waardering en actieve ondersteuning; als hoteliers en horeca-exploitanten hebben zij een flink deel bijgedragen aan de 763,5 miljoen die het eiland vorig jaar heeft verdiend aan de toeristische sector.

Advertentie

BELANGRIJK

Aan alle houders van een oude spaarbankboek van de PSB Bank N.V. LAATSTE OPROEP

Middels deze aankondiging roept de PSB Bank N.V. (voorheen "Postspaarbank") alle houders van een oud spaarbankboekje (exemplaren die zijn uitgegeven vóór 1 juni 2012) op, om dit uiterlijk **20 februari 2015** in te leveren bij ons filiaal te Goisco, Schottegatweg Noord 24, Units M-N-O. Het boekje zal **kosteloos** worden vervangen door een nieuwe. Rekeninghouders en gemachtigden dienen zich persoonlijk aan te melden en moeten een geldig identiteitsbewijs (sedula, rijbewijs of paspoort) overleggen. Dit ter naleving van de wet- en regelgevingen inzake identificatie van klanten, die van toepassing zijn op alle lokale banken. Indien aan deze oproep geen gehoor wordt gegeven dan zullen wij tot onze spijt genooddaakt zijn na deze datum de rekeningen waarvan de informatie nog niet is geactualiseerd te blokkeren. Helaas zal er dan geen rentebij-schrijving meer plaatsvinden. Voor het wederom activeren van de rekening zal de Bank kosten in rekening brengen.

Indien u niet in staat bent om zelf naar de Bank te komen, gelieve contact op te nemen met onze klanten service op telefoon (599-9) 432-2034 of (599-9) 432-2036.

Pueblo Su Banko, Selebrando 110 Aña
Goisco | Tel. 432-2000 | www.psbbanknv.com

PSBBANK

Cijfers

Bijna één op de drie verblijfstoeristen komt uit Nederland. Zo blijkt uit de 2014-cijfers. Het 'marktaandeel' groeide zelfs iets van 30 procent in 2013 naar 31,1 procent het afgelopen jaar. In absolute aantallen gaat het dan om 140.702 Nederlandse verblijfsbezoekers van de 452.042 (alle toeristen bij elkaar opgeteld). Als ook de gasten uit de overige Europese landen worden meegerekend, dan is Europa goed voor 41,2 procent van alle verblijfstoe-

risten (was 39,9 procent in 2013).

Wort gekeken naar de toeristenovernachtingen dan blijkt het marktaandeel van Nederlandse bezoekers nog groter, namelijk 40 procent. Dus: in 2014 waren 31 procent van alle toeristen verantwoordelijk voor 40 procent van de overnachtingen (1.593.918 van de 3.984.212 overnachtingen). Dit komt omdat Nederlandse gasten gemiddeld (veel) langer blijven dan bijvoorbeeld Amerikanen en Venezolanen.