

Herijkte Actieagenda voor de Gastvrijheidssector

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	3
Inleiding.....	5
Hoofdstuk 1 Actielijnen.....	7
Pijler 1 Lusten en lasten in balans.....	7
Pijler 2 Nederland overal aantrekkelijk.....	10
Pijler 3 Toegankelijk en bereikbaar.....	14
Pijler 4 Duurzamer moet.....	16
Pijler 5 Gastvrije sector.....	18
Hoofdstuk 2 Randvoorwaarden en rollen.....	20
2.1 Randvoorwaarden:.....	20
2.2 Overzicht van rollen, taken en bevoegdheden van organisaties.....	21
Bijlage 1 Aanpak.....	23
Bijlage 2. Enquête.....	24
Bijlage 3 Lijst met geïnterviewden en deelnemers werksessie.....	26
Bijlage 4 Samenvatting deskresearch coalitieakkoorden en toeristische focus van provincies.....	28

Samenvatting

Tabel acties herijkt actieprogramma				
Pijler	Oude acties	Nr	Nieuwe acties	Actiehouders
1	Nationale Omgevingsvisie (NOVI)			ministerie BZK
	ErfgoedTelt			ministerie OCW
		1.A	Inzichtelijk maken van maatschappelijke bijdragen van de (zakelijke) gastvrijheidssector	GVN, CELTH, NBTC, EZK
		1.B	Meer regie gemeentelijk vestigingsbeleid	NBTC, InRetail, gem. Breda, CELTH
		1.C	Werken aan een integraler toeristisch beleid	provincies, VNG
		1.D	Organiseren kennisuitwisseling bezoekersmanagement	NBTC i.s.m. lokale partners
2	HollandCity strategie			EZK/NBTC
	Nationale Parken Nieuwe Stijl			ministerie LNV
	Sportevenementen			ministerie VWS
	Bestemmingsontwikkeling en -management			provincies en DMO's
	Routenetwerken voor ontdekken en bewegen			provincies en DMO's
	Omgevingsvisies en het advies van de Rli			provincies
		2.A	Stimuleren van jaarrond aanbod	VNG, NBTC
		2.B	Reguleren druk op natuur door natuur toegankelijk, bereikbaar en beleefbaar te houden/ maken	SBB, LNV, DMO's
		2.C 1	Regio's onderscheidend profileren, door food beleefbaar en bezoekbaar maken	NBTC, LNV, provincies, VNG
		2.C 2	Digitale belevingen ontwikkelen	NBTC, VNG, provincies
		2.D	Stimuleren van kennisuitwisseling inzake hybride zakelijke	CLC Vecta, VVEM, NBTC

			bijeenkomsten	
3	Mobiliteit: the seamless journey			ministerie lenW
	Mobiliteit			provincies
		3.A	Verbeteren toegankelijkheid mensen met een beperking	
		3.B	Uitwisselen kennis en expertise door pilots seamless journey	NBTC, regio's i.s.m. ondernemers
		3.C	Ontwikkelen en stimuleren van e-bike faciliteiten	Regio's i.s.m. DMO's, ondernemers
4	Actie-agenda vakantieparken			BZK, VNG, RECRON, provincies
		4.A	Bewustzijn bij bezoekers vergroten over impact gedrag op milieu/omgeving	
		4.B	Inzichtelijk maken beschikbare mogelijkheden (financieel-fiscaal) instrumentarium	CELTH, EZK/RVO, provincies
		4.C	Onderzoeksagenda opstellen voor verduurzaming van de sector	CELTH, NBTC
5	Human Capital			provincies
	Aantrekkelijke en gevarieerde regio; productinnovatie			provincies
		5.A	Opleiden en belonen met meer oog voor (sectoroverstijgende) kernkwaliteiten gelinkt aan gastvrijheid en servicegerichtheid) en de markt	
		5.B	Ontwikkelen (kwalitatieve) kennisinfrastructuur voor human-capital vraagstuk in de gastvrijheidssector met centrale rol voor werknemer	CELTH, NBTC
Randvoorwaarden	Landelijke Data Alliantie (LDA)			
	Betere samenwerking / afstemming / regie			EZK, NBTC, provincies, gemeenten
	Integrale aanpak			

Inleiding

Voor u ligt een herijkte Actieagenda, waarin acties staan om de gastvrijheidssector bij te staan in een duurzaam herstel naar een toekomstbestendige sector. De acties zijn gegroepeerd rond vijf pijlers, afkomstig uit het Perspectief 2030.

Waarom deze herijkte Actieagenda?

In 2018 kwam Perspectief Bestemming Nederland 2030 uit, de landelijke visie op toerisme in Nederland. Deze visie werd samengesteld door ruim honderd experts uit sectoren als toerisme, mobiliteit, onderwijs en cultuur. Ook bestuurders en bewoners waren hierbij betrokken. In 2019 is deze visie aangevuld met een Actieagenda, geschreven door rijk en provincies.

De coronacrisis heeft enorme gevolgen voor de sector en werpt de volgende vragen op: hoe zorgen we voor duurzaam herstel? Hoe zien we de toekomst van de gastvrijheidssector? Daarom heeft de Taskforce Samenwerking Gastvrijheidssector verzocht om herijking van de Actieagenda. Door dit verzoek én de wens het draagvlak te vergroten, zijn bij de herijking ook de sector, lokale overheden, brancheverenigingen en kennisinstellingen betrokken.

Om de crisis zo goed mogelijk door te komen is er voor de korte termijn nodig: economische steun, structureel overleg tussen overheid en sector, mogelijkheden voor experimenten, etc. Deze zaken worden niet opgenomen in de Actieagenda en volgen een eigen traject. De Actieagenda richt zich op de middellange en lange termijn, op het totale stelsel, op de toekomst en de toekomstbestendigheid van de bestemming Nederland.

Perspectief 2030 actueler dan ooit

De toekomstvisie op toerisme, Perspectief 2030, is actueler dan ooit. 2019 was een topjaar met een toegevoegde waarde van 32 miljard euro en 813.000 banen; de bijdrage van de sector aan de economie (bbp) naderde de vijf procent. Het herstel van de bezoekerseconomie biedt de kans toe te werken naar een duurzame, toekomstbestendige sector waarbij bezoekers een waardevolle bijdrage leveren aan brede maatschappelijke opgaven en zo alle Nederlanders – bewoners, bezoekers en bedrijven - laten profiteren van toerisme. Daarom willen we lusten en lasten in balans brengen, bestemmingen ontwikkelen en versterken om Nederland overal aantrekkelijk te maken en bezoekers verleiden om te kunnen spreiden, de sector verduurzamen, de toegankelijkheid en bereikbaarheid van bestemmingen vergroten en de gastvrijheid verhogen. Dit vereist goede samenwerking tussen rijk, provincies, gemeenten, DMO's, kennisinstellingen, brancheorganisaties en ondernemers en concretisering van de voorgenomen doelen.

In deze herijkte Actieagenda worden doelen en acties beschreven die deze ontwikkeling kunnen versnellen en concretiseren.

Uitgangspunten

Verantwoordelijkheid voor de uitvoering van de Actieagenda onder Taskforce

Het herijkingsproces heeft als doel het Actieagenda te actualiseren aan de (gevolgen van) de coronacrisis, het draagvlak/het aantal deelnemers te vergroten én om er weer nieuwe energie in te krijgen. De verantwoordelijkheid voor de uitvoering van het Actieagenda wordt ondergebracht bij de Taskforce.

Iedereen doet mee en adoptiemodel / coalition of the willing

Het streven is dat alle leden van de Taskforce hun commitment uitspreken voor de inhoudelijke lijn van het herijkte Actieagenda. Per afgesproken actie wordt een 'coalition of the willing' gevormd en betekent dus dat er in wisselende samenstelling wordt gewerkt aan acties. Niet alle betrokkenen hoeven zich per se te committeren tot alle acties, dit zal per actie verschillen.

Hoofdstuk 1 Actielijnen

Perspectief 2030, de beleidsvisie op de gastvrijheidssector en de bestemming Nederland, is nog steeds het uitgangspunt van de herijkte Actieagenda. Door de coronacrisis zijn er wel verschuivingen: de eerste twee pijlers (Lusten en lasten in balans en Nederland overal aantrekkelijk) zijn belangrijker geworden. Dit kwam naar voren in de enquête, in de interviews en in de werksessie. In dit hoofdstuk worden per pijler de actielijnen beschreven, eerst de acties uit de vorige actieagenda en dan de nieuwe acties, die uit de herijking komen. Soms gaat het om concrete acties en soms om intenties (partijen zijn het eens over de inhoudelijke richting maar er is nog een verdiepingsslag of kennislag nodig om de intentie om te zetten in een concrete actie).

Pijler 1 Lusten en lasten in balans

De lusten en lasten van toerisme zijn op een beperkt, maar toenemend aantal plaatsen niet in balans. We moeten actief inzetten op het vergroten van de lusten van bezoek voor alle Nederlanders: bezoekers, bewoners en bedrijven. Hiernaast moeten we zorgen dat de lasten die met bezoek gepaard gaan tot een aanvaardbaar minimum worden beperkt. Belangrijk daarbij is om inzicht te verkrijgen in wat de lusten en lasten zijn, wie ze ervaren en wie ze veroorzaken.

Om lusten en lasten in balans te krijgen zijn en worden meerdere acties in gang gezet.

Acties uit vorige Actieagenda:

Nationale Omgevingsvisie (NOVI) - ministerie BZK

De NOVI is vastgesteld in 2020 en hierin wordt het welzijn van de inwoners van Nederland mede afhankelijk gesteld van de kwaliteit van onze leefomgeving. In de NOVI is opgenomen dat toerisme en recreatie van toenemend (economisch) belang en is betere spreiding van toeristen over heel Nederland een methode om de kwaliteit van de leefomgeving positief te beïnvloeden.

Actualisatie: Vanaf 2022 treedt de nieuwe Omgevingswet in werking. Provincies en gemeenten staan aan de lat om hier uitvoering aan te geven en (onder meer) toerisme en recreatie een plek te geven in omgevingsplannen.

ErfgoedTelt - ministerie OCW

In 2018-2020 is in totaal € 95 miljoen extra geïnvesteerd in restauratie, herbestemming en verduurzaming van (grote) monumenten omdat zij van belang zijn voor de kwaliteit van de leefomgeving voor bezoekers én bewoners. De besteding hiervan is met de provincies afgestemd.

Actualisatie: Om de bijdrage van erfgoed aan onze leefomgeving verder te versterken is via de ErfgoedDeal in 2019 - 2022 € 20 miljoen beschikbaar. Het gaat dan om projecten op gebied van onder andere 1) stedelijke groei en krimp, 2) erfgoed als basis voor een omgevingsvisie en 3) kennis en dialoog. Provincies en gemeenten participeren in de ErfgoedDeal.

Voor de ontwikkeling en implementatie van kerkenvisies (leegstand, instandhouding en herbestemming) is voor gemeenten in 2018 - 2021 € 13,5 miljoen beschikbaar.

Nieuwe acties:

1.A Inzichtelijk maken van maatschappelijke bijdragen van de (zakelijke) gastvrijheidssector - ACTIE

De economische bijdrage van de (zakelijke) gastvrijheidssector is bekend: we weten wat de sector bijdraagt aan de werkgelegenheid en de economie. Naast economische waarde genereert de sector ook maatschappelijke/sociale waarde. De sector levert namelijk een bijdrage aan de leefomgeving, vestigingsklimaat en de leefbaarheid en genereert ook individuele waarden (vertaald in bijvoorbeeld trots en versterking van de culturele identiteit). Momenteel doet CELTH in opdracht van Gastvrij Nederland een onderzoek naar maatschappelijke impact van de gastvrijheidssector.

Doel: inzichtelijk maken maatschappelijke meerwaarde van gastvrijheidssector, bijdrage aan leefomgeving, vestigingsklimaat en leefbaarheid en individuele waarden

Acties:

1. CELTH doet onderzoek
2. GVN levert input
3. EZK en NBTC delen kennis

1.B Meer regie in gemeentelijk vestigingsbeleid en beter inzicht in instrumentaria om te sturen op aanbod

In sommige toeristische regio's wordt, bijvoorbeeld in geval van leegstand, gekozen voor een te eenzijdig recreatief aanbod. Nu in de coronacrisis zien we daar de gevolgen van: er is in sommige situaties sprake van overaanbod. Het gaat hier om bewustwording hoe toerisme bijdraagt aan lokale uitdagingen: is dat zuiver een economische bijdrage, een bijdrage aan ontwikkeling en leefbaarheid of een combinatie van beide? Er wordt gezocht naar een geschikte casus die gefaciliteerd kan worden om een effectieve strategie en beleid te ontwikkelen hoe toerisme kan worden ingezet voor het bijdragen aan lokale uitdagingen.

Het NBTC werkt samen met InRetail in het kader van de Retailagenda aan een Kennistafel Toerisme en wisselt met de Nationale Winkelraad, Platform Nieuwe Winkelstraat en lokale partners kennis uit en werkt mee aan pilots. De centrale vraag is: wat kunnen bezoekers bijdragen aan een vitale binnenstad?

CELTH gaat – waar mogelijk met branchepartijen en overheidspartners – onderzoek opstarten om inzicht te krijgen in het aanwezige en gewenste instrumentarium – zowel financiële instrumenten, beleidsmatige, aanbestedingstechnische als juridische instrumenten – om als overheden te kunnen sturen op zowel de kwantiteit als de kwaliteit van het vrijetijdsaanbod.

Doel: instrumentarium ontwikkelen en in beeld brengen voor gemeentelijk vestigingsbeleid en om de afwegingen in het beleid goed te faciliteren.

Acties:

1. Inretail/NBTC: pilot bezoekers binnenstad (waarschijnlijk Woerden)
2. NBTC/ bureau Kranendonk/ gemeente Breda: pilot beleving toevoegen aan leegstand binnenstad (tiny experiences: TINO's)
3. CELTH start onderzoek naar instrumentarium om als overheden beter te kunnen sturen op het vrijetijdsaanbod

1.C Werken aan een integraler toeristisch beleid - ACTIE

Er moet integraler toeristisch beleid komen. De gastvrijheidssector is enorm verweven met andere beleidsterreinen zoals ruimtelijke ordening, natuur en milieu, cultuur, sport en economie, maar nu wordt nog vaak te sectoraal en te kolomsgewijs gewerkt. Dat geldt voor alle overheidslagen. Ook de samenwerking tussen DMO's zou meer gestructureerd kunnen worden. En er zou meer aandacht kunnen komen voor zakelijk toerisme.

Doel:

Betere afstemming en samenwerking in landelijk en in regionaal beleid: integraal toeristisch beleid passend in nieuwe lokale/regionale ruimtelijke ordeningbeleid/ omgevingsvisies en integraal sectoroverstijgende samenwerking

Actie:

provincies/VNG maken een handreiking die handvatten geeft aan overheden voor goede borging van toerisme in ruimtelijke plannen met input van NBTC, EZK en bedrijfsleven

De Taskforce transformeert tot een structureel sector-overstijgend samenwerkingsplatform, waarbij afhankelijk van de agenda wordt uitgebreid met RO, natuur en milieu, sport, cultuur, infrastructuur etc.

1.D Organiseren kennisuitwisseling bezoekersmanagement

Goed bezoekersmanagement is in het belang van ons allemaal. Het dient veiligheid, leefbaarheid (incl. bescherming van de natuur) en beleving. Kennisuitwisseling staat hierin centraal. Hoe bepaalde bestemmingen bezoekersstromen (zowel zakelijk als toeristisch) in goede banen weten te leiden, kan immers van grote waarde zijn voor andere plekken in het land met soortgelijke uitdagingen. NBTC gaat in samenwerking met partners een aantal fieldlabs* op zetten. Het doel is om de inzichten uit de Handreiking bezoekersmanagement in de praktijk te brengen en gezamenlijk meer kennis te ontwikkelen wat betreft dit vraagstuk.

*Fieldlabs zijn praktijkomgevingen waarin een groep belanghebbenden doelgericht oplossingen voor toeristische vraagstukken ontwikkelt, test en implementeert. Fieldlabs versterken in potentie ook de verbinding met onderzoek, onderwijs en beleid.

Doel:

Sturen van bezoekersstromen door inzicht in data, expertise over gebiedsontwikkeling en ontsluiting, programmering, informatie en crowdcontroll en sturingsmogelijkheden (vooraf en ter plekke) en instrumenten kennisuitwisseling en testomgevingen bezoekersmanagement

Actie:

NBTC zet i.s.m. lokale partners (gemeenten, regio's DMO's) fieldlabs bezoekersmanagement op om in praktijkomgeving doelgericht oplossingen te ontwikkelen en te testen en implementeren en zorgt voor brede kennisdeling van opgedane ervaringen op dit gebied (i.s.m. o.a. VNG/ CROW).

Pijler 2 Nederland overal aantrekkelijk

Op een aantal plaatsen in Nederland en momenten is sprake van overbelasting, terwijl het op andere plekken rustig is en bezoek een belangrijke bijdrage kan leveren aan een vitale leefomgeving. Het spreiden van bezoekers over Nederland in tijd en plaats wordt hiervoor als belangrijk middel gezien. Dat doen we door andere bezoekers op andere plekken en op andere momenten aan te trekken, op voorwaarde dat ter plekke aantrekkelijk toeristisch aanbod is.

Acties uit vorige Actieagenda:

HollandCity strategie - ministerie EZK

De HollandCity strategie is gericht op het identificeren van verhalen aan de hand van 'verhaallijnen', die de unieke geschiedenis van Nederland op een aantrekkelijke manier in beeld brengen en die toeristen in staat stelt Nederland in al zijn bijzondere facetten te beleven.

Doel: Het spreiden van toeristen en het promoten van minder bekende plekken in ons land door plekken te verbinden in een verhaallijn.

Actualisatie: Betrokken provincies, gemeenten, (regionale) Destinatie Marketing Organisaties (DMO's) en NBTC werken samen aan de doorontwikkeling van de verhaallijnen op het gebied van positionering, aanbodontwikkeling en marketing om de verhalen van Nederland beter beleefbaar en bezoekbaar maken. Daarnaast wordt onderzocht of de storylines uitgebreid kunnen worden met meer hedendaagse cultuur (bijvoorbeeld Dutch Design en Architectuur) en natuur.

Nationale Parken Nieuwe Stijl - ministerie LNV

Provincies, Nationale Parken en maatschappelijke partners stimuleren (de doorontwikkeling van) een duurzaam toeristisch perspectief als (inter-)nationale aantrekkelijke bestemming voor deze parken en hun rol in en voor de omgeving (biodiversiteit, aantrekkelijke woonomgeving en cultureel erfgoed). De mogelijkheden voor bezoek, beleving en betekenis worden in samenwerking met de besturen van de Nationale Parken verder uitgewerkt. Daarbij maken de meeste Nationale Parken gebruik van de Regeling tijdelijke ondersteuning nationale parken van het Ministerie van LNV. Plannen hiervoor zijn ingediend. Daarnaast stimuleert LNV duurzaam toerisme in het Waddengebied. Rijk, de provincies Noord-Holland, Friesland en Groningen en Duitsland en Denemarken werken hiervoor onderling samen.

Doel: Realiseren van ambities uit de zogenoemde Standaard voor de gebiedsaanduiding nationale parken (werkversie 2018).

Actualisatie: Uitvoering van de ingediende plannen is gestart.

Sportevenementen- ministerie VWS

In het kader van het Sportakkoord; 'Topsport die inspireert!', ontwikkelen het ministerie van VWS, NOC*NSF/sportbonden, gemeenten en provincies een gezamenlijke sportevenementenstrategie en -agenda voor de komende 10 jaar. Deze moeten recht doen aan de diversiteit van sporten maar ook zorgen dat grote sportevenementen in tijd én over Nederland worden gespreid. Daarbij is oog voor de vijf strategische pijlers uit het Perspectief 2030 en deze actieagenda.

Actualisatie: De minister voor Medische Zorg en Sport heeft de Tweede Kamer in november jl. nader geïnformeerd over de sportevenementenstrategie voor de komende jaren (TK 30234, nr.257). Voor een betere afstemming van verschillende initiatieven om topsportevenementen in Nederland te organiseren, is het Coördinatie- en Informatiepunt Topsportevenementen (CIT) opgericht. Het CIT bestaat in ieder geval uit een vertegenwoordiging van NOC*NSF, de VSG en VWS. Het CIT zal een

kennis- en netwerkfunctie vervullen bij de ontwikkeling van een breed aanbod van topsporevenementen in Nederland.

Bestemmingsontwikkeling en management

Op provinciaal of (boven)regionaal niveau wordt met ondersteuning van de Destinatie Marketing Organisaties (DMO's) ingezet op de (her)ontwikkeling van gebieden, producten, diensten en voorzieningen met/door (regionaal/lokaal) bedrijfsleven, branches en maatschappelijke organisaties dan wel op het adviseren daarover door middel van kennis, expertise en netwerk. Dit gebeurt op basis van de unieke kwaliteiten van de betreffende regio(-'s), gastprofielen en hun identiteit. De focus kan liggen op het ontlasten van gebieden of op het (versneld) ontwikkelen van gebieden met een toeristisch potentieel, waar economisch en maatschappelijk voordelen te behalen zijn.

Actualisatie: Provincies zetten hierop in middels (nieuwe) beleidskaders. De focus ligt op het ontlasten van gebieden of op het (versneld) ontwikkelen van gebieden met een toeristisch potentieel, en het stimuleren van ontwikkeling van nieuwe concepten, veelal op het grensvlak van verschillende disciplines (productinnovatie)

Doel: Bijdragen aan spreiding en het versterken van de unieke kwaliteiten van de betreffende regio(-'s), gastprofielen en de identiteit.

Actiehouders: Provincies, DMO's, sector

Routenetwerken voor ontdekken en bewegen

De provincies bepalen hun koers ten aanzien van (nieuwe) routes voor wandelen, erfgoed, fietsen en varen. Daarbij wordt aansluiting gezocht bij, of vindt uitwisseling plaats met, de HollandCity strategie (verhaallijnen DutchDNA), worden nieuwe verhalen en (regionale) iconen ontwikkeld en vindt vertaling ervan plaats in bijhorende (boekbare) consumentenproducten, in lijn met het Perspectief 2030, de kernkwaliteiten van de betreffende regio en de gewenste consumentenprofielen. Nieuw routes worden vanzelfsprekend ontwikkeld in samenwerking met DMO's, routebureaus, bedrijfsleven en maatschappelijke/culturele organisaties.

Actualisatie: De provincies zetten zich in op de (door)ontwikkeling van (nieuwe) (boven)regionale thematische routes en -netwerken voor wandelen, erfgoed, fietsen en varen.

Actie: Recreatieve routeontwikkeling waarbij zoveel mogelijk aansluiting gezocht wordt bij verhaallijnen-DutchDNA.

Actiehouders: Provincies, DMO's, routebureaus, bedrijfsleven en maatschappelijke/culturele organisaties.

Omgevingsvisies en het advies van de Rli

De twaalf provincies werken met een Omgevingsvisie waarin het beleid voor de omgeving is vastgelegd. De provincies beoordelen het advies van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli) aan het kabinet onder de titel 'Waardevol Toerisme; onze leefomgeving verdient het' (d.d. 06/09/2019) op de merites voor de eigen regio.

Actualisatie: Het advies van Rli wordt indien van toepassing, meegenomen en opgenomen in de eigen omgevingsvisies waarin het (ruimtelijk) beleid voor de omgeving is vastgelegd.

Actiehouders: Provincies

Aantrekkelijke en gevarieerde regio; productinnovatie

Een aantal provincies ondersteunt het bedrijfsleven bij het ontwikkelen van nieuwe concepten, veelal op het grensvlak van verschillende disciplines. Nieuwe producten tussen de vrijetijdsector en disciplines uit Sport, Zorg, Cultuur (Erfgoed) en Natuur zorgen ervoor dat de 'menukaart' van een regio aantrekkelijker en gevarieerder wordt. Dit draagt bij aan de spreiding van verschillende typen de consumenten over Nederland en een nóg gastvrijere sector. Dit is geconcretiseerd in acties 2.C1 en 2.C2.

Nieuwe acties:

2.A Stimuleren van jaarrond aanbod – ACTIE

Het jaarrond aanbod stimuleren dient twee doelen. Ten eerste het spreiden van bezoekers in tijd, om overbelasting en drukte te voorkomen. Ten tweede, en dit punt is door de coronacrisis actueel geworden: het verlengen van het seizoen voor de ondernemers uit de gastvrijheidssector om de verliezen goed te kunnen maken die door sluiting van de sector zijn veroorzaakt. Bij dit actiepunt is het de bedoeling een aantal pilots uit te voeren in overleg met gemeenten.

Doel:

Simuleren van jaarrond aanbod op bestemmingen om verdienvermogen ondernemers te vergroten, bezoekers te kunnen spreiden en jaarrond banen te creëren.

Actie:

VNG en NBTC verkennen met input van brancheorganisaties bij relevante gemeenten/regio's/DMO's wat hiervoor nodig is (toolkit, pilot, vergunningen, stappenplan) en stimuleren visieontwikkeling en uitwisseling best practices en opzet pilots met gemeenten en regio's.

2.B Reguleren druk op natuur door natuur toegankelijk, bereikbaar en beleefbaar te houden/maken, o.a. door ontwikkeling onthaalhub/poorten – ACTIE

In de coronacrisis hebben veel Nederlanders de natuur dicht bij huis herontdekt; omdat alles dicht was waren ook natuurgebieden zeer in trek. Maar die zijn niet allemaal ingericht op zulke grote aantallen bezoekers. Daarom gaat geïnvesteerd worden in toegankelijkheid, bereikbaarheid en beleefbaarheid van natuur, onder meer door stad-natuur-portals te maken: een ononderbroken route vanuit de stad naar het platteland/de natuur en onthaalcentra bij natuur. Zo wordt gestreefd naar het verbinden van groen binnen en buiten de stad; zo kan een groen netwerk ontstaan dat begint bij de voordeur en via parken, lanen doorloopt tot de natuurgebieden en groene recreatiegebieden bij de stad. Zo'n groen netwerk geeft niet alleen de mogelijkheid dat men zich aangenaam en veilig kan verplaatsen maar draagt ook bij aan een goede en gezonde leefomgeving. De natuurwaarde van stedelijke gebieden wordt op deze manier ook verhoogd. Een voorbeeld van deze aanpak kan worden gevonden in het programma Groene metropool van Staatsbosbeheer (<https://www.staatsbosbeheer.nl/over-staatsbosbeheer/dossiers/groene-metropool>).

Dit programma is ook verankerd in de NOVI.* Met een aantal steden, maar ook met marktpartijen als projectontwikkelaars, wordt actief gezocht naar manieren zo'n groen netwerk in de praktijk vorm te geven. Het gaat dan om het opsporen van barrières en kansen; daarbij wordt ook gekeken hoe het

netwerk versterkt kan worden door bijvoorbeeld bosuitbreiding (voortvloeiend uit de Bossenstrategie) daar een plek in te geven.

Er is slechts deels inzicht in het verplaatsingsgedrag, de mobiliteitsprofielen en hoe verplaatsingsgedrag beïnvloed kan worden. Bij de HZ University of Applied Sciences (partner van CELTH) is een simulatietool ontwikkeld waarmee het verplaatsingsgedrag van bezoekers van een specifieke regio wordt gesimuleerd. Hiermee kan de complexiteit van het vraagstuk inzichtelijk gemaakt worden en kan op basis van scenario's zien wat een mogelijke wijziging in aanbod van infrastructuur/beschikbare dienstverlening te weeg zou kunnen brengen.

Doel:

Natuur beleefbaar maken en leefbaar houden door druk te reguleren.

Actie:

SBB, LNV en DMO's gaan natuur toegankelijk maken door stad/natuur-hubs te maken, toegankelijkheid te verbeteren en onthaalcentra bij natuur te creëren.

2.C Versterken unieke toeristische identiteit van regio's

2.C1 Regio's onderscheidend profileren, door food beleefbaar en bezoekbaar maken - ACTIE

Het versterken van de (culturele) identiteit van een regio is enerzijds ingegeven vanuit trots en betrokkenheid van de inwoners, anderzijds om bezoekers te trekken die 'passen' bij de regio. Om andere bezoekers naar andere plekken te trekken is het idee om regionale voedselproductie beleefbaar en bezoekbaar te maken. In het Westland is men begonnen met de kassen open te stellen voor publiek, om zo de appreciatie positief te beïnvloeden, en dat werkt. In het gebied rondom Gouda en Woerden wil men de kaasproductie openstellen voor bezoekers. Het gaat vaak om kleinschalige bezoeken, niet om massatoerisme maar om plattelandstoerisme. Het gaat erom bij bewoners en bezoekers uit de regio bewustzijn te kweken wat er in de regio geproduceerd wordt en wat daar het belang van is. Hier kan ook worden aangehaakt bij de landbouwtransitie: de overgang naar kleinschaliger en circulaire landbouw.

Doel:

Streekproducten beleefbaar en bezoekbaar maken.

Actie:

NBTC ontwikkelt i.s.m. het ministerie van LNV een handleiding om streekproducten beleefbaar maken (met best practices en aanpak). Dit ondersteunt regio's die hiermee aan de slag willen met expertise en faciliteert kennisuitwisseling.

Provincies en gemeenten (provincies/VNG) gaan aan de slag om (agrarische) ondernemers te stimuleren streekproducten beleefbaar te maken i.s.m. regionale foodorganisaties (bv slow food, taskforce korte keten) en DMO's. Voorbeelden zijn te vinden in Friesland, Flevoland, Westland en Noord-Brabant.

2.C2 Digitale belevingen ontwikkelen - ACTIE

Om bezoekers te verleiden naar andere plekken te gaan en op andere momenten, moet op die plekken het toeristisch aanbod worden versterkt. Digitale innovaties en technologische ontwikkelingen kunnen hierbij helpen. Zo kunnen verhalen worden ontsloten en bestemmingen aantrekkelijker worden gemaakt door de beleving te vergroten. Daarnaast heeft corona heeft duidelijk gemaakt hoe digitalisering kan helpen om in contact te blijven met je bezoekers op afstand. Daarom is het doel om de inzet van digitale innovaties en technologische ontwikkelingen te stimuleren, door kennisuitwisseling, ondersteuning.

Doel:

Bestemmingen en organisaties zetten digitale innovaties en technologische ontwikkelingen in om hun toeristisch aanbod te versterken en in contact te blijven of komen met bezoekers..

Actie:

NBTC ontwikkelt met Breda University of Applied Sciences (BUAS, partner van CELTH) een stappenplan om bestemmingen en organisaties op weg te helpen (waarom kun je welke techniek het beste inzetten voor welke doelgroep) en kan hiermee bestemmingen en organisaties ondersteunen.

Brancheorganisaties, VNG en provincies stimuleren de inzet van digitale innovaties bij de versterking van de bezoekerseconomie

2.D Stimuleren van kennisuitwisseling inzake hybride zakelijke bijeenkomsten- ACTIE

De hybride vorm van zakelijke congressen - waarbij bijvoorbeeld een deel van de congresgangers op locatie is en de rest online: het same time different places principe, of de webinars on demand - zal ook na de coronacrisis een blijvende trend zijn. Digitaal kennis overbrengen of verkopen kan prima. Het reizen naar congressen zal afnemen. Dit is ook een kans om regio's naar voren te duwen voor zakelijke congressen. De actie is dat pilots voor hybride vormen van zakelijke congressen worden ondersteund, innovaties gestimuleerd en breed gedeeld.

Doel:

Stimuleren van innovatie en kennisuitwisseling over hybride zakelijke bijeenkomsten.

Actie:

CLC Vecta, VVEM en NBTC ontwikkelen i.s.m. CELTH pilots om te experimenteren met hybride zakelijke congressen en coördineren kennisuitwisseling.

Pijler 3 Toegankelijk en bereikbaar

Voor een toekomstbestendige bestemming Nederland zijn optimale bereikbaarheid en mobiliteit essentieel. Onze mobiliteitscapaciteit raakt op. Tegelijkertijd zijn veel buitengebieden slecht bereikbaar, zeker als het gaat om openbaar vervoer tot en met de laatste kilometer. Dit probleem geldt in heel Nederland. Bovendien legt het groeiende aantal binnenlandse en internationale bezoeken extra druk op de mobiliteit en bereikbaarheid van Nederland en bestemmingen binnen Nederland. Voor bezoekers, en zeker ook voor bewoners.

Acties uit vorige Actieagenda:

Mobiliteit: the seamless journey – ministerie IenW en provincies

Rijk en provincies zoeken samen naar nieuwe manieren van vervoer om de leemtes in het OV-netwerk te dichten en mensen te verleiden om op plekken te komen die reguliere bezoekers minder snel vinden. Rijk en provincies zijn, ook in hun concessieverlening voor openbaar vervoer, attent op de invulling van de zogenoemde 'last mile'. Vernieuwende concepten als elektrische deelauto, E-bike, '(smart) mobility as a service', transport over water en door ondernemers ontwikkelde en onderhouden bus- en taxi lijnen, worden verwelkomd en gestimuleerd.

Actualisatie: De vernieuwende vervoersconcepten zijn inmiddels realiteit en worden verder ontwikkeld. Ook de acties 3.B en 3.C wordt the seamless journey geconcretiseerd.

Nieuwe acties:

3.A Verbeteren toegankelijkheid mensen met een beperking – INTENTIE

Er zijn circa 1,7 mln mensen in Nederland met een beperking en er moet meer aandacht voor komen dat ook zij makkelijk(-er) kunnen recreëren. Dit zit onder meer in toegankelijkheid en bereikbaarheid maar ook in goede communicatie over wat wel en niet mogelijk is. Er zijn meerdere organisaties hiermee bezig, brancheorganisaties en natuurlijk ook veel ondernemers. Zo werkt MKB Toegankelijk samen met branches en DMO's aan een betere toegankelijkheid in toerisme en recreatie.

3.B Uitwisselen kennis en expertise door pilots seamless journey - ACTIE

De seamless journey, de soepele reis van deur tot deur voor bezoekers, bewoners, bedrijven naar locaties uit de gastvrijheidssector (natuur, cultuur, congressen, attractieparken, campings, jachthavens, restaurants, enzovoort, enzovoort) is een actie uit het vorige Actieagenda. Het gaat dan vaak om de laatste kilometer, die moet ook makkelijk te overbruggen zijn. We willen dit concreter maken door een aantal pilots te starten met verschillende vervoersmodaliteiten. Ook door het beter te verankeren in het infrastructuurbeleid.

Doel:

Seamless journey belemmering wegnemen door last mile te verbeteren met duurzaam vervoer en zo de toegankelijkheid en aantrekkelijkheid van bestemming te vergroten

Actie:

Regio's/gemeenten en DMO's zetten i.s.m. ondernemers en organisaties pilots op om de last mile te verbeteren. NBTC faciliteert en coördineert deze pilots en zorgt voor brede uitwisseling van kennis en best practices .

3.C Ontwikkelen en stimuleren van e-bike faciliteiten - ACTIE

Het gebruik van de e-bike groeit snel en ook bij de overheid is er steeds meer aandacht voor het gebruik van de fiets en in het bijzonder de e-bike. De huidige uitrol van een nieuw netwerk voor snelfietsroutes is op dit moment voornamelijk gericht op woon-werkverkeer, terwijl het een goede aanleiding is voor regio's om de fietsbeleving te optimaliseren en een aantrekkelijk recreatief aanbod voor de e-bike op te bouwen. Dit door het toevoegen van beleving, optimaliseren voor recreatief gebruik, verbeteren infrastructuur (oplaadstations), koppeling aan bezienswaardigheden en bestaand aanbod (horeca, verblijf) en promotie. Zo worden de snelfietsroutes niet alleen voor woon-

werkverkeer maar ook voor recreatief gebruik interessant en kunnen waardevolle bezoekers worden aangetrokken.

Doel:

Snelfietsroutes ook aantrekkelijk maken voor recreatief gebruik

Actie:

Doorontwikkeling snelfietsroutes door regio's i.s.m. ondernemers en DMO's. Geïnteresseerde regio's kunnen ondersteund worden door NBTC (een e-bike verkenning is in 2020 verschenen) in een plan van aanpak.

(Voorbeelden: de provincies Utrecht en Gelderland)

Pijler 4 Duurzamer moet

Toerisme is wereldwijd verantwoordelijk voor ongeveer 8% van de carbon footprint. Luchtvaart heeft hierin een groot aandeel, naast segmenten als cruises. Ook het groeiende aantal bezoekers zorgt voor meer consumptie, mogelijke voedselverspilling en meer vervuiling door (zwerf) afval. Bovendien leiden overvolle bestemmingen tot aantasting van de natuur. Wat betreft het respecteren van klimaatdoelen en het waarborgen van een aantrekkelijke, gezonde en vitale leefomgeving voor alle Nederlanders heeft de sector een verantwoordelijkheid als het gaat om verduurzaming en minimalisering van uitstoot en vervuiling.

Acties uit vorige Actieagenda:

Actieagenda vakantieparken – ministerie BZK

In november 2018 is de actieagenda Vakantieparken gepresenteerd en ondertekend door de minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, de provincies Drenthe, Gelderland en Noord-Brabant, de VNG, RECRON en maatschappelijke organisaties. Met de actieagenda Vakantieparken worden de provincies, gemeenten en ondernemers opgeroepen om met een integrale blik naar het toekomstperspectief van hun vakantieparken te kijken.

Actualisatie: In navolging op de eerste actieagenda is onlangs een tweede nationale actieagenda Vakantieparken ontwikkeld. Deze heeft een looptijd van twee jaar (2021-2022) en is onder regie van het Rijk en in samenwerking met provincies, gemeenten en maatschappelijke organisaties tot stand gekomen. Het gaat om economisch levensvatbaarheid, relatie met woningmarkt, geen ruimte bieden aan uitbuiting van kwetsbare mensen, veiligheid en goede ruimtelijke ordening. De actie-agenda geeft richting aan de inzet van alle betrokken partijen voor de komende jaren rondom vakantieparken.

Nieuwe acties:

4.A Bewustzijn bij bezoekers vergroten over impact gedrag op milieu/omgeving - INTENTIE

Veel ondernemers zijn bezig met verduurzaming, maar het is niet altijd zichtbaar. Voor bezoekers zou het helpen om een verantwoorde keus te maken, om te weten wat de ecologische voetafdruk is van hun gedrag.

4.B Inzichtelijk maken beschikbare mogelijkheden (financieel-fiscaal) instrumentarium / ondersteunen ondernemers bij verduurzaming, innovatie en digitalisering – ACTIE

De Tweede Kamer heeft via een motie gevraagd om samen met publieke en private partners uit de Taskforce Gastvrijheidseconomie te onderzoeken hoe mkb-ondernemers in de toeristische sector beter gebruik kunnen maken van bestaande regelingen en instrumenten die innovatie, digitalisering en duurzaamheid bevorderen. In opdracht van de Taskforce Samenwerking in de Gastvrijheidssector hebben EZK/RVO, provincies en CELTH in kaart gebracht welke verschillende regelingen en instrumenten er bij overheden beschikbaar zijn. Betere bekendheid van het beschikbare instrumentarium is een begin, maar niet voldoende. Belangrijk is om beter inzicht te krijgen in de vraag die bij ondernemers leeft. Welke investeringen willen zij in de toekomst maken, waar hebben zij behoefte aan? Bij welke regelingen/instrumenten zit de grootste meerwaarde voor deze sector? Daarnaast vragen vrijwel alle regelingen en instrumenten om cofinanciering. De vraag is in hoeverre ondernemers in de gastvrijheidssector worden belemmerd door gebrek aan financieringsmogelijkheden. In het kader van het MKB-actieprogramma is in beeld gebracht welke financieringsinstrumenten voor het mkb beschikbaar zijn en is er aandacht voor het verbeteren van de toegang ervan.

Doel:

Bekendheid vergroten van financiële regelingen op het gebied van digitalisering, innovatie en duurzaamheid en proberen belemmeringen weg te nemen

Actie:

EZK, provincies en CELTH maken een overzicht van verschillende financieringsmogelijkheden voor de gastvrijheidssector om inzicht te krijgen en met input van de sector een plan om eventuele belemmeringen weg te nemen en gebruik te stimuleren.

4.C Onderzoeksagenda opstellen voor verduurzaming van de sector - ACTIE

Er is veel onbekend als het gaat om de duurzaamheid van de sector. We weten niet hoe duurzaam het aanbod nu is. Een duurzaam aanbod is wel steeds meer een onderscheidende factor voor bezoekers, zeker voor de jongere generaties. Daarom zal een onderzoeksagenda worden ontwikkeld over verduurzaming in de gastvrijheidssector. Mogelijk kan de onderzoeksagenda onder de Data Alliantie worden geplaatst. Hierin kunnen we mogelijk deels aansluiten bij al lopende onderzoeken. Er loopt bijvoorbeeld al een meerjarig onderzoek naar de carbon footprint van reizigers, waarbij naar de gehele reis wordt gekeken (inclusief accommodatie). Voor binnenlandse vakanties geldt dat accommodaties relatief gezien een grotere bijdrage leveren aan de footprint dan de verplaatsing/mobiliteit. Parallel daaraan heeft deze week de inaugurele rede van de Chair in Management Education for Sustainability plaatsgevonden, met als doel om in het onderwijs meer aandacht te geven aan de manier waarop bedrijven effectiever invulling kunnen geven aan duurzaamheid. Dergelijke inzichten kunnen bij elkaar worden gebracht, gecombineerd met regionale en lokale initiatieven die er al zijn op het gebied van verduurzaming (en circulariteit).

Actiehouders: CELTH, NBTC

Pijler 5 Gastvrije sector

Gastvrijheid is het fundament van een aantrekkelijke bestemming en draagt bij aan een prettige woonomgeving. Een optimale gastvrijheidsbeleving is een resultante van de juiste mix van kwalitatief aanbod, serviceconcepten en persoonlijke benadering.

Acties uit vorige Actieagenda:

Human Capital

De provincies wensen initiatieven vanuit de sector te ondersteunen die ook bijdragen aan het ontwikkelen van regionale Human Capital Strategieën waarin aandacht is voor het opleiden en behouden van personeel voor de vrijetijdssector. Hiermee wordt de sector ondersteund in het toevoegen van waarde door personeel ('professionaliseren'). Het doorvoeren van innovatieve concepten als automatisering en robotisering geven mogelijkheden om deze waarde verder te verhogen ('bedrijfsinnovatie').

In andere gevallen kunnen provincies aan uitwerking van het principe 'jobs follow talent' werken, waarbij de aantrekkelijkheid van regio's bepalend is voor het aantrekken van kenniswerkers en vakmensen van buiten. In brede zin kan daarmee de werkgelegenheid in de regio worden ondersteund, dus niet alleen in de toeristische sector.

Actualisatie: dit is geconcretiseerd in acties 5.A en 5.B.

Nieuwe acties

5. A Opleiden met meer oog voor (sectoroverstijgende) kernkwaliteiten, gelinkt aan gastvrijheid, servicegerichtheid en de markt. Hierdoor worden mensen flexibeler en kan de branche beter inspelen op de veranderende markt - INTENTIE

In een snel veranderende wereld is investeren in Leven Lang Ontwikkelen een voorwaarde om als branche op de lange termijn succesvol te zijn en als medewerker inzetbaar te blijven op de arbeidsmarkt. Dit vraagt werkgevers die dit stimuleren en opleiders met een opleidingsaanbod dat voldoende responsief is aan wat de arbeidsmarkt nodig heeft: flexibel meebewegend met nieuwe inzichten, technieken en concepten, toegankelijk, met doorlopende leerlijnen en het kunnen valideren van praktijkervaring en (elders) verworven competenties. De medewerker heeft een centrale rol. Randvoorwaarden zoals een goede CAO, een goed salaris, goede ontwikkelmogelijkheden, zijn belangrijk. Maar van de werkenden in de sector wordt verwacht dat ze ook zelf proactief verantwoordelijkheid nemen voor hun eigen duurzame inzetbaarheid. Het is een gezamenlijke opdracht voor werkenden, werkgevers, onderwijsinstellingen dat competenties blijven aansluiten op wat nodig is. Als dit alles goed is geregeld, wordt het imago van werken in de gastvrijheidssector ook beter. Voorts zou er meer samengewerkt kunnen worden m.b.t. nieuwe skills en innovatie. Hiervoor zou gewerkt kunnen worden aan een MKBdeal.

5.B Ontwikkelen (kwalitatieve en kwantitatieve) kennisinfrastructuur voor human-capital vraagstuk in de gastvrijheidssector met centrale rol voor werknemer - ACTIE

Er ligt een kennisopgave op het gebied van Human Capital, er is onvoldoende zicht op data van werknemers in de sector. In samenwerking met de Landelijke Data Alliantie zal een onderzoeksagenda worden opgesteld. Het gaat om het samen vormgeven en beheren van een Leven Lang Leren programma. Partijen - ondernemers, onderwijs en overheid - ontwikkelen hiertoe een Plan van Aanpak, om sociale innovatie in de gastvrijheidssector aan te jagen en concrete acties te

benoemen gericht op kennisontwikkeling, het aanpakken van krapte/overschot in de gastvrijheidsarbeidsmarkt en ontwikkelen van carrièreperspectieven voor medewerkers in de sector, met als uiteindelijke doel duurzame lange termijn personeelsinzet in de gastvrijheidssector.

Doel: kennis ontwikkelen voor human-capital-vraagstukken

Actiehouders: CELTH, NBTC, EZK (Human Capital Agenda van EZK), ondernemers/brancheorganisaties

Hoofdstuk 2 Randvoorwaarden en rollen

2.1 Randvoorwaarden:

In de vorige actieagenda stond ook een aantal randvoorwaarden. De randvoorwaarden zijn herijkt en staan hieronder beschreven.

1. Ondersteunen Landelijke Data Alliantie (LDA)

In de sector is behoefte aan actuele, volledige - en soms ook nieuwe - data over de gastvrijheidseconomie t.b.v. datagedreven beleidsbeslissingen en het vergroten van de concurrentiekracht van ondernemers. Een (onafhankelijke) landelijke data alliantie voor toerisme en vrijetijd kan hierin voorzien. Deze alliantie bestaat uit kennisdeelnemers die actief zijn op lokaal, regionaal en landelijk niveau, onder coördinatie van het NBTC. Met als gemene deler dat zij willen afstemmen over bestaande data en kennis, waar nodig via aanvullend onderzoek ontbrekende data willen verzamelen en tot slot de relevante data en inzichten willen delen en ontsluiten en de ontwikkelingen willen monitoren. De deelnemers zien vooral veel mogelijkheden voor verbetering van data en inzichten op het vlak van verdieping (meer regionalisering), actualisatie en vergelijkbaarheid tussen regio's. Met de middelen van het Amendement Aartsen/Von Martels is de basis van de Landelijke Data Alliantie versterkt en wordt in 2021 geïnvesteerd in innovatieve projecten.

2. Betere samenwerking/afstemming/regie

Elk jaar vindt een landelijke Toerisme Top plaats, steeds in een andere provincie. Het streven is om voor 2030 12 Toppen te organiseren, zodat vertegenwoordigers van de sector, overheden en intermediairs elkaar treffen en zich laten informeren en inspireren over en door ontwikkelingen in Nederland en daarbuiten. 'Good practices' worden besproken en landsbrede contacten gelegd. Voorafgaand aan deze top vindt een afstemmingsoverleg plaats tussen het ministerie van EZK en de provincies in een jaarlijks te houden "vrijetijdsberaad".

Vier keer per jaar is er een vakberaad van de provincies rondom de vrijetijdseconomie. Het ministerie van EZK en NBTC maken hier vanaf Q4 2019 deel van uit.

3. Integrale aanpak

De lijst met acties is niet alleen een gezamenlijke opbrengst van de herijking, maar er zit ook samenhang in de acties. Als een bestemming iets wijzigt aan de branding, de bereikbaarheid of het vrijetijdsaanbod, dan heeft dat effect op de omliggende bestemmingen: het zogenaamde waterbedeffect. De acties zijn dus niet losse, op zichzelf staande acties, maar hebben onderling verband. Die onderlinge samenhang is complex, maar moet altijd worden meegenomen. Enerzijds dient men dus de complexiteit en de onderlinge afhankelijkheid te onderkennen en anderzijds dient men een integrale aanpak te hanteren bij het in gang zetten van de acties: onderweg naar meer toekomstbestendige bestemmingen.

2.2 Overzicht van rollen, taken en bevoegdheden van organisaties

Ministerie van EZK (Economische Zaken en Klimaat)

Binnen de rijksoverheid is het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) beleidsverantwoordelijk voor de toeristische sector en ondernemers in de gastvrijheidssector. Sinds de decentralisatie van het regionale economische beleid, het ruimtelijk ordenings- en natuurbeleid hebben provincies en gemeenten de primaire beleidsmatige rol op deze aspecten.

EZK verstrekt jaarlijks subsidie aan NBTC (Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen) voor de ontwikkeling, branding en marketing van de bestemming Nederland. Daarnaast vertegenwoordigt EZK Nederland in de Europese en internationale overleggen met betrekking tot toerisme en in de kennisdeling binnen internationale netwerken als de OECD en UNWTO. Ook faciliteert EZK de Taskforce Samenwerking in de Gastvrijheidssector.

Provincies

Provincies zijn verantwoordelijk voor het ruimtelijk-economisch beleid. Toerisme is daarbinnen een belangrijk thema, gezien de economische betekenis die deze sector heeft voor regio's en plaatsen. Provincies richten zich op 'gebiedsbranding' op provinciaal en regionaal niveau, op het voorkomen van concurrentie tussen regio's en op het bevorderen van de samenwerking binnen de regio. Ze vervullen voor gemeenten een intermediaire rol.

Provincies geven ruimtelijk sturing via een omgevingsvisie (of voorlopers hiervan). Ze kunnen in een omgevingsverordening ruimtelijke voorwaarden vastleggen voor recreatieve en toeristische ontwikkelingen. Daarnaast ontwikkelen provincies vaak een afzonderlijke visie op toerisme en recreatie als geheel (zoals de koersnotitie *Beleef het in Gelderland*; provincie Gelderland, 2018). Aanvullend financieren sommige provincies onderzoeken en plannen gericht op specifieke thema's zoals vitaliteit van verblijfsrecreatie.

Gemeenten

Gemeenten richten zich met hun toeristisch beleid enerzijds op het stimuleren en faciliteren van toeristische initiatieven, het delen van kennis en het verbinden van ondernemers binnen de sector. Anderzijds formuleren gemeenten kaders waarbinnen de toeristische ontwikkeling mag plaatsvinden. Tevens wordt ingezet op een goede spreiding van voorzieningen over de gemeente en over de regio. Bij de meeste gemeenten is toerisme ondergebracht bij de economische afdeling. Daarbinnen wordt toeristisch beleid geformuleerd en vastgelegd in een visie of ontwikkelkader.

NBTC (Nederland Bureau voor Toerisme en Congressen)

NBTC is de destiniatiemanagement-organisatie van Nederland. NBTC werkt voor en met partijen uit verschillende sectoren aan de positionering, ontwikkeling en marketing van ons land. Dit doen we ten behoeve van een leefbare, geliefde en waardevolle bestemming Nederland: voor bezoekers, bedrijven en bewoners. Het NBTC draagt bij aan een nationale visie op toerisme en de vertaling hiervan in de praktijk. Het NBTC wordt gesubsidieerd door het ministerie van EZK, daarnaast halen zij financiering bij diverse derde partijen voor specifieke projecten en trajecten.

CELTH: Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality

Het Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH) is het enige Centre of Expertise binnen het domein Leisure, Tourism & Hospitality. Het is een structurele samenwerking van Breda University, NHL Stenden en HZ University of Applied Sciences, waarbij op projectbasis ook met overige hogescholen en universiteiten binnen en buiten het gastvrijheidsdomein wordt samengewerkt. CELTH is één van de 30 Centres of Expertise in Nederland, ontstaan op initiatief van de ministeries van OCW en EZK en de hogescholen, met als doel om publiek-private samenwerkingsverbanden te stimuleren. De Centres of Expertise zijn onderdeel van het Missiegedreven Topsectoren- en Innovatiebeleid van het Rijk. CELTH bundelt de hogescholen binnen het domein en hun expertises, lectoren, onderzoekers en studenten en matcht deze met marktpartijen op nationaal en internationaal niveau en hun maatschappelijke uitdagingen. Het doel is om bestemmingen en industrie wereldwijd te helpen bij hun keuzes voor een bewuste duurzame ontwikkeling. De onderzoekssamenwerking resulteert in nieuwe inzichten, kennis en expertise welke terugvloeit naar het onderwijs en waarmee wordt bijgedragen aan een duurzame ontwikkeling van het gastvrijheidsdomein.

DMO's Destinatie Marketing Organisaties

toegankelijkheid Een DMO is de leidende organisatorische entiteit die de verschillende autoriteiten, belanghebbenden en professionals kan omvatten en die partnerschappen in de toeristische sector naar een collectieve bestemmingsvisie faciliteert. De bestuursstructuren van DMO's variëren van een enkele overheidsinstantie tot een publiek / privaat partnerschapsmodel met als sleutelrol het initiëren, coördineren en beheren van bepaalde activiteiten, zoals de implementatie van toerismebeleid, strategische planning, productontwikkeling, promotie en marketing en congresbureau activiteiten.

De functies van de DMO's kunnen variëren van nationaal tot regionaal en lokaal niveau, afhankelijk van de huidige en potentiële behoeften en van het decentralisatieniveau van het openbaar bestuur. Niet elke toeristische bestemming heeft een DMO.

Brancheorganisaties

De brancheorganisaties vertegenwoordigen hun leden, ondernemers in de gastvrijheidssector. Zij spannen zich in om de toeristisch-recreatieve bedrijvigheid binnen Nederland in de volle breedte te versterken. De brancheorganisaties staan voor een toegankelijk, veelzijdig, verrassend en hoogwaardig vrijetijdsaanbod met als doel om meer bezoekers en meer bestedingen in Nederland te genereren.

Bijlage 1 Aanpak

De volgende stappen zijn genomen:

- Er is in oktober 2020 een werkgroep Herijking Actieagenda opgericht, waarin EZK, provincies, CELTH, NBTC en Gastvrij Nederland zitting hebben;
- Er is een enquête verstuurd naar 87 stakeholders (respons was 68%) over wat men belangrijk en urgent vindt m.b.t. de toekomst van de vrijetijdseconomie;
- Er zijn zes individuele interviews en drie groepsinterviews gehouden, over mogelijke acties en samenwerking en wat prioritair is;
- Er is desk research verricht, met name naar de uitwerking van het Perspectief 2030 in provinciale plannen en acties;
- Op 14 december is een werksessie gehouden met circa twintig stakeholders. Hierin werden de resultaten van de interviews, desk research en enquête gepresenteerd. Deelnemers droegen bij aan het prioriteren en concretiseren van zowel acties als samenwerking;
- In januari 2021 heeft de werkgroep de resultaten van enquêtes, interviews en werksessie verwerkt in een herijkte Actieagenda. Dit is inhoudelijk en procesmatig afgestemd met de ambtelijke werkgroep Taskgroep en met het Vrijetijdsnetwerk. Alle deelnemers aan de werksessie en de geïnterviewden hebben de concepttekst toegestuurd gekregen met het verzoek hierop te reageren.

De stappen die komen:

- Op 1 februari 2021 wordt het definitieve concept van het herijkte Actieagenda voorgelegd aan de bestuurlijke Taskforce Samenwerking in de Gastvrijheidssector. Aan de deelnemers zal inhoudelijk commitment worden gevraagd.
- Vervolgens worden een jaarprogramma en een meerjarenplanning van de acties gemaakt en zullen de acties in gang worden gezet.
- Ook zal er een korte publieksversie van het herijkte Actieagenda worden gemaakt, toegesneden op de doelgroepen.

Bijlage 2. Enquête

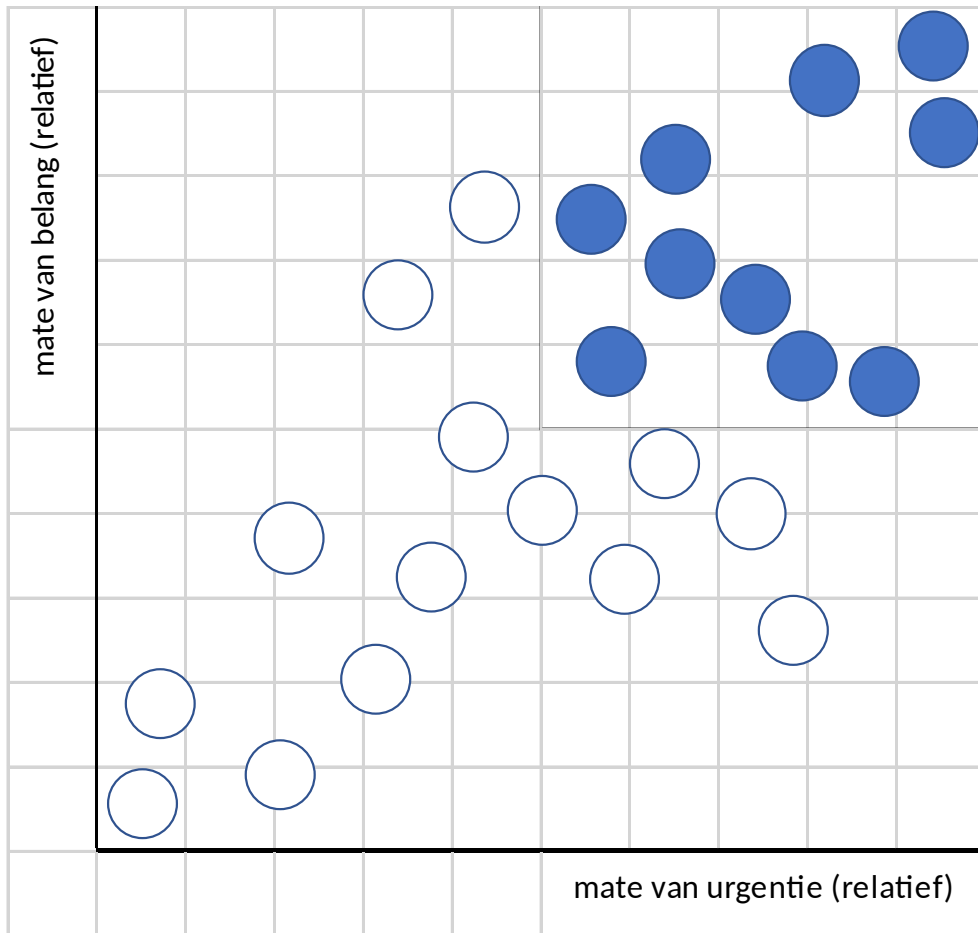
De items op de vragenlijst van de enquête zijn door de deelnemers gescoord op urgentie en belangrijkheid. De top tien van items ziet er als volgt uit (het item dat het hoogst scoorde op belangrijkheid en urgentie staat op één) :

	Items vragenlijst	Strategische pijlers P2030
1.	Voortzetten van de ambitie om de vrijetijdseconomie een positieve bijdrage te laten leveren aan de leefbaarheid, het vestigingsklimaat en de (lokale) leefomgeving vanuit de opbrengsten uit toerisme.	Lusten en lasten in balans
2.	Investeren in bezoekersmanagement (kennisontwikkeling, dataverzameling en monitoring), voor meer inzicht in de lusten en lasten van toerisme in een regio.	Lusten en lasten in balans
3.	Versterken van de aantrekkingskracht van bestemmingen door het ontwikkelen van een eigen identiteit, om zo beter bestaande en nieuwe doelgroepen aan te spreken.	Nederland overal aantrekkelijk
4.	Verbeteren van opleidings- en ontwikkelingsmogelijkheden voor werknemers binnen de sector.	Een gastvrije sector
5.	Focus leggen op het aantrekken van (zakelijke) bezoekers naar bestemmingen in Nederland (in ruimte), waar mogelijk ook op andere momenten (in tijd), om spreiding te bevorderen.	Nederland overal aantrekkelijk
6.	Realiseren (en faciliteren) van slimme en beter op elkaar aangesloten vervoersverbindingen voor een meer gestroomlijnde verplaatsing van zowel bewoners als bezoekers (van deur tot deur).	Toegankelijk en bereikbaar
7.	Reguleren van bezoekersaantallen op (te) drukke plekken (hotspots), bijvoorbeeld binnensteden en natuurgebieden, om deze plaatsen (meer) te ontzien.	Nederland overal aantrekkelijk
8.	Het verbeteren van de infrastructuur om de bereikbaarheid van bestemmingen te optimaliseren voor zowel bewoners als bezoekers.	Toegankelijk en bereikbaar
9.	Belonen van duurzame initiatieven binnen de toeristische sector (vb. financieel, juridisch) door regionale en nationale overheden om het zo aantrekkelijker te maken om te investeren.	Verduurzaming moet
10.	Investeren in infrastructuur voor de (e-)fiets, zowel binnenstedelijk als regionaal, om het gebruik van de (e-)fiets als vervoersmiddel verder te stimuleren en toegankelijker te maken.	Toegankelijk en bereikbaar

Verantwoording:

- Vragenlijst met **24 items** is tot stand gekomen in samenwerking tussen Gastvrij Nederland, CELTH, EZK, provincies en NBTC;
- De 24 items zijn gelinkt aan de **vijf strategische pijlers van Perspectief 2030**, namelijk 'Lusten en lasten in balans', 'Nederland overal aantrekkelijk', 'Toegankelijk en bereikbaar', 'Verduurzamen moet' en 'Een gastvrije sector';
- Vragenlijst verstuurd (als link) per mail naar relevante stakeholders (o.a. **DMO's, Kennisinstellingen, Natuur- en cultuurorganisaties en Overheidsinstellingen**);
- Doorlooptijd van **19 november – 26 november 2020**;
- 58 volledig ingevulde vragenlijsten terug ontvangen (en dus een **respons van 68%**, daar de vragenlijst naar in totaal 87 personen op naam is verstuurd)
- Analyse van vragenlijst geeft **indicatie voor herijking** van Agendaagenda Perspectief 2030 (i.c.m. deskresearch gevoerd beleid en interviews met vertegenwoordigers van brancheorganisaties.

Afbeelding: illustratie (relatieve) scores individuele items vragenlijst, de tien belangrijkste en urgentste zijn blauw.



Bijlage 3 Lijst met geïnterviewden en deelnemers werksessie

DEELNEMERS WERKSESSIE 14 DECEMBER	
Miranda Andriessen	Ministerie van EZK
Fabienne Bont	KHN
Herre Dijkema	Toerisme VAN
Karlijn Eduard	NBTC
Anouk van Eekelen	NBTC
Saskia de Geus	Ministerie van EZK
Harm IJben	Hogeschool Zeeland / CELTH
Renske Klunder	Ministerie van EZK
Karin Kuiper	Gastvrij Nederland
Wilbert Lek	Rotterdam Partners
Pieter Roos	Ministerie van EZK
Jan Willem Rutenfrans	IPO
Menno Stokman	CELTH
Karin Tap	Provincie Drenthe
Conrad van Tiggelen	NBTC
Rachel van Uden	Provincie Brabant
Sofie Voesenek	Gemeente Breda
Marko Vuijk	Provincie Friesland
Jarin van de Zande	HISWA RECRON

Lijst met geïnterviewden (groepsinterviews en individuele interviews)

Riemer Rijpkema, CLC Vecta

Lodewijk Kuiper, Cultuurfederatie en Museumvereniging

Miriam Slomp-Dekkers, Ledenraadslid Vrije Tijd - KHN

Sylvo Thijssen, Staatsbosbeheer

Janneke van Montfort, Nationale Parken Bureau

Carlo Cahn, KNV

Willem Westermann, VVEM

Debbie Reinders, TVD

Kees van Wijk, VVV-Nederland

Fabiënne Bont, KHN

Geert Dijks, HISWARECRON

Mirjam Moll, Museumvereniging

Lodewijk Kuiper, Museumvereniging

Michel Lancee, VvKR

Kees Klesman, Club van Elf

Lodewijk Klootwijk, Ned. Ver. Golfaccommodaties

Frank Oostdam, ANVR

Bijlage 4 Samenvatting deskresearch coalitieakkoorden en toeristische focus van provincies

Deze bijlage bevat de hoofdlijnen uit verschillende provinciale coalitieakkoorden en toeristische visies, strategieën en andere beleidsdocumenten. Deze hoofdlijnen samen laten een rode draad zien in de provinciale prioriteiten en geven een beeld van hoe de provincies samen zich klaar maken voor de toekomst.

Coalitieakkoorden

Centrale onderwerpen in elke provincie raken aan klimaatverandering, de energietransitie en verduurzaming. Veel provincies omschrijven te willen profiteren van de energietransitie, door voorloper te zijn en innovatie juist daar te laten plaatsvinden. Enkele provincies geven aan mee te gaan met de landelijke lijn (klimaatakkoord), maar niet meer dan dat te willen doen.

In het verlengde van deze onderwerpen zien we in diverse provincies ook een focus op de verduurzaming en transformatie van de landbouw, het uitvoeren van het landelijk natuurpact en beschermen van biodiversiteit.

Veel provincies met een relatief groot aandeel plattelandsgemeentes c.q. krimpgebieden spreken ook veel over het bewaken van het voorzieningenniveau in deze gebieden. Anderzijds wordt ook gesproken over woningbouw en het voorzien in de juiste voorzieningen in groeikernen.

Samen vormen deze drie aspecten (in het kort: verduurzaming, transitie landelijk gebied en groeikernen) de rode draad door alle coalitieakkoorden. Daarnaast spreken nagenoeg alle provincies over uitdagingen op het gebied van (duurzame) mobiliteit en in mindere mate over cultuur, erfgoed en vrije tijd.

Toeristische focus

Op het gebied van toerisme zien we dat veel provincies, in navolging van Perspectief 2030, hun eigen perspectief op bezoek verbreden. Niet elke provincies heeft een nieuwe eigen visie of strategie op toerisme ontwikkeld, maar bij degenen die dat wel hebben gedaan, zien we duidelijk de hand van Perspectief 2030 en het rapport van RLI terug.

Opvallend daarin is dat de focus van deze documenten verbreed wordt. Van toerisme slechts in dienst van banen en inkomsten, naar toerisme als motor voor een veel breder pallet aan uitdagingen. Economie blijft daarin belangrijk, naast zaken als leefbaarheid, duurzaamheid, erfgoed, cultuur, voorzieningenniveau, natuurbehoud, etc.

Provincies willen veel inzetten op routenetwerken, ieder met een net andere hoofdfocus: wandelen, (e-)fietsen, waterrecreatie, etc. Daarnaast komt ook het begrip 'vitale vakantieparken' op veel plekken terug. Sterk is ook de notie dat de provincie echt kan helpen bij het ontwikkelen van het aanbod in de provincie, in lijn met de branding en gericht op de juiste (lees: meest passende, waardevolle) bezoeker.