

Toerisme in Nederland:
Welkom!



**Slotrapportage
actieagenda &
sleutelprojecten
gastvrijheidssector**

Index

<u>3</u>	<i>Voorwoord</i>	<u>16</u>	Sleutelproject 6 <i>Effectieve binnenlandmarketing</i>
<u>4</u>	<i>Terugblik</i>	<u>18</u>	Sleutelproject 7 <i>Schaalsprong routerecreatie – ToerNederland</i>
<u>6</u>	Sleutelproject 1 <i>Gastvrijheid verdient zichzelf</i>	<u>21</u>	Sleutelproject 8 <i>Nationale Parken nieuwe stijl</i>
<u>8</u>	Sleutelproject 2 <i>Land van water</i>	<u>23</u>	Sleutelproject 9 <i>Maatwerkenaanpak regeldruk</i>
<u>10</u>	Sleutelproject 3 <i>Leven lang (excel)leren in gastvrijheid</i>	<u>25</u>	Sleutelproject 10 <i>Eén vervoerspas voor inkomende toeristen</i>
<u>12</u>	Sleutelproject 4 <i>HollandCity</i>	<u>27</u>	Sleutelproject 11 <i>Gezond Gastvrij</i>
<u>14</u>	Sleutelproject 5 <i>De Vier Seizoenen Kust</i>	<u>28</u>	<i>Evaluatie</i>

Voorwoord

Met veel plezier én trots presenteren wij, mede namens de trekkers van de projecten, de 'Slotrapportage Actieagenda en Sleutelprojecten Gastvrijheidssector'. Het is goed om te kunnen constateren dat de sector in de volle breedte actief aan de slag is gegaan met het uitvoeren van de Actieagenda om daarmee de ambitie zoals die is uitgewerkt in 'Vinden, Verrassen en Verbinden' ook praktisch te vertalen naar de uitvoeringspraktijk. Graag laten we door middel van deze Slotrapportage aan overheid, politiek, bedrijfsleven, branche-organisaties, kennisinstellingen en overige stakeholders zien wat het resultaat is van onze gezamenlijke inspanningen.

Alle Sleutelprojecten zijn opgepakt door relevante spelers binnen de gastvrijheidssector. Sommige projecten zijn intussen daadwerkelijk afgerond, anderen lopen nog door en weer anderen zijn geïntegreerd in het reguliere activiteitenpakket van de organisaties. Veel kansen zijn verzilverd, andere kansen wachten erop om nog verder te worden benut en weer nieuwe kansen dienen zich aan.

De afronding van de Actieagenda is een mijlpaal maar zeker niet het einde van de ambitie van de gastvrijheidssector. Nederland biedt namelijk veel verschillende belevenissen

per vierkante kilometer. Binnen een gevarieerd landschap met grote cultuurhistorische waarde en iconen hebben meer dan 50.000 ondernemers een sterke sector opgebouwd die ertoe doet, met 68 miljard euro aan bestedingen. Tevens levert de gastvrijheidssector werk en inkomen aan zo'n 626.000 mensen. Dit vertegenwoordigt ruim 6% van de beroepsbevolking.

Samen met overheden, kennisinstellingen en uiteraard het bedrijfsleven streven we naar een duurzame, innovatieve, creatieve en toekomstbestendige gastvrijheidssector die zorgt voor economische bedrijvigheid, werkgelegenheid – juist ook voor kwetsbare groepen – , ontspanning, gezondheid en een aantrekkelijk leef- en werkklimaat. Investeren in de bestemming Nederland, stimuleren van ondernemerschap en faciliteren van werkgelegenheid zijn belangrijke – zelfs noodzakelijke – randvoorwaarden om die ambitie nu en in de toekomst te kunnen realiseren. Wij roepen een nieuw kabinet dan ook nadrukkelijk op om in de vervulling van die randvoorwaarden te voorzien.

Kees van Wijk

Voorzitter Gastvrij Nederland

Terugblik

In het voorjaar van 2013 heeft minister Henk Kamp (Economische Zaken) de gastvrijheidssector gevraagd een aanpak te bedenken om de sector te helpen ontwikkelen en toekomstbestendig te maken. Om zo effectief mogelijk te zijn zou deze aanpak in lijn moeten zijn met het topsectorenbeleid van de overheid. Dit betekende bijvoorbeeld het ontwikkelen van een visie op de sector samen met overheid en onderwijs. Het Topteam Gastvrijheidseconomie, bestaande uit ondernemers in de gastvrijheidseconomie, vertegenwoordigers van kennisinstellingen en de Rijksoverheid, ging daarop aan de slag. In oktober 2013 overhandigde dit team het startdocument 'Vinden, Verrassen en Verbinden' aan minister Kamp. Voor de gastvrijheidssector werd daarbij de volgende missie vastgesteld: 'In 2025 is Nederland voor inkomende en binnenlandse gasten uitgegroeid tot een bestemming waarin per vierkante kilometer de grootste diversiteit aan belevenissen ter wereld is te vinden.'

Het team formuleerde drie doelstellingen die Nederland nog aantrekkelijker maken:

- Excellente gastvrijheid
- Internationaal concurrerende en innoverende sector
- Aantrekkelijke samenleving

Om succesvol te zijn was het essentieel dat de gehele sector deze visie zou dragen en mee wilde werken aan de implementatie ervan. Daarom zijn in het voorjaar van 2014 zo veel mogelijk stakeholders – ondernemers, beleidsmakers, overheden, onderwijs en 'young professionals' – in de gelegenheid gesteld te reageren op deze visie. Op basis van hun feedback is in 2014 de visie vertaald in actieagenda's en daarbinnen concrete sleutelprojecten. Eind 2014 is de 'Eindrapportage Actieagenda & Sleutelprojecten' aan de minister en de Tweede Kamer aangeboden.

In totaal zijn elf sleutelprojecten benoemd en zijn per sleutelproject organisaties aangewezen als trekker van dat project.

1. Gastvrijheid verdient zichzelf
2. Land van water
3. Leven lang (excel)leren in gastvrijheid
4. HollandCity
5. De Vier Seizoenen Kust
6. Effectieve binnenlandmarketing
7. Schaalsprong routerecreatie – ToerNederland
8. Nationale Parken nieuwe stijl
9. Maatwerk aanpak regeldruk
10. Eén vervoerspas voor inkomende toeristen
11. Gezond Gastvrij

De trekkers van de projecten mobiliseren de betrokken partijen om in goede samenwerking de beoogde resultaten te halen. Aanvankelijk werd de afstemming en monitoring van sleutelprojecten belegd bij het Gastvrijheidsoverleg, dat door het ministerie van Economische Zaken wordt gefaciliteerd. Later heeft Gastvrij Nederland de monitoring van het ministerie overgenomen.

In december 2015 en in oktober 2016 heeft Gastvrij Nederland voortgangsrapportages aan de minister en aan de Tweede Kamer gestuurd.

Resultaten per project

Met de elf sleutelprojecten is een flinke stap gezet in de ontwikkeling van de gastvrijheidssector. Op alle projecten is voortgang te melden en op veel vlakken komt een eindproduct of implementatie in zicht. Bij verschillende organisaties en marktpartijen maken de projecten inmiddels deel uit van de reguliere taken en bedrijfsvoering.

“Wezenlijk is dat per sleutelproject de organisaties zijn benoemd die als trekkers van dat project fungeren. Zij gaan de betrokken partijen mobiliseren zodat de beoogde resultaten in goede samenwerking kunnen worden gerealiseerd.”

Theo Ruijs
voorzitter voormalig Topteam Gastvrijheidssector

Sleutelproject***Gastvrijheid verdient zichzelf*****Trekker**

CELTH (Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality, een initiatief van de Hogescholen NHTV, HZ en Stenden) in samenwerking met STIRR (Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte)

Doel

Het ontwikkelen en delen van kennis over kansrijke verdienmodellen, waarmee regio's, ondernemers en organisaties nieuwe gastvrijheidsbelevingen rendabel kunnen exploiteren.

De veranderende behoeften van de gast, het beperkte investerend vermogen van ondernemers, de andere politieke keuzes van overheden en het streven naar maatschappelijk verantwoord ondernemen creëren nieuwe omstandigheden waarin regio's, ondernemers en organisaties hun verdienmodel kloppend moeten krijgen.

Proces

In het kader van het project 'Gastvrijheid verdient zichzelf' is door CELTH de taskforce 'waarderecreatie & verdienmodellen' opgezet. Samen met het werkveld is een groot aantal projecten uitgevoerd en is onderzoek gedaan.

Resultaat

CELTH heeft in samenwerking met andere partijen een publicatie opgeleverd die als basis kan dienen voor het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen in de sector. Daarbij staat het begrip Employer Branding (werkgevermerk communicatie) in de context van de gastvrijheidssector centraal. In een, naar verwachting, krimpend aanbod van talent (geschikte medewerkers) voor de gastvrijheidssector en toenemende concurrentie op de arbeidsmarkt van andere sectoren is het zoeken naar alternatieve benaderingen cruciaal. De benadering van de arbeidsmarkt met behulp van Employer Branding (EB) heeft in andere bedrijfstakken succes.

De werkzaamheden van de taskforce waardecreatie & verdienmodellen hebben veel inzichten gegeven en een groot aantal vragen is beantwoord. Ook is duidelijk dat er werk aan de winkel is om samen met het werkveld, kennisinstellingen en andere partners het thema waardecreatie verder te duiden en de discussie rondom verdienmodellen, die continu veranderen, gaande te houden.

“Ontwikkelingen volgen elkaar in razend tempo op... In onze smart society zijn zowel mensen als dingen via het internet met elkaar verbonden. De big data die hier onder meer uit voortkomt maakt dat alles meetbaar is. Maar er is ook een keerzijde aan onze samenleving. Jaarlijks groeit het aantal mensen met obesitas en burn-outs. Door de vergrijzing ontstaat een steeds grotere groep mensen die niet meer actief deelnemen. Zo is er niet alleen behoefte aan 3d geprint eten, maar ook aan gezonde authentieke lokale gerechten. En wil men ook wel eens niet bereikbaar zijn. Niet voor niks bestaan er tegenwoordig digitale detox vakanties.”

**Rapport Gastvrijheid verdient zichzelf:
over waardecreatie & verdienmodellen**



Sleutelproject

Land van water

Trekker

HISWA Vereniging en Stichting Waterrecreatie Nederland

Doel

Door dit project ontstaat een succesvolle en innovatieve cross-over tussen gastvrijheid en water. Mensen zien Nederland wereldwijd als 'het land van water', vanuit dat concept zijn er arrangementen ontwikkeld om mensen op, om, nabij en in het water te laten recreëren. Water is vanuit een groot aantal perspectieven te beleven, bijvoorbeeld vanuit cultureel, natuurlijk, historisch of wetenschappelijk perspectief.

Resultaat

- De campagne welkomphetwater.nl draagt er aan bij dat meer mensen meer uren op het water beleven.
- HISWA en de ANWB verzorgen samen de marketing en promotie van deze campagne en betrekken derde partijen.
- NBTC Holland Marketing heeft in samenwerking met partners voor 2018 het thema Water gekozen en positioneert Nederland internationaal als cultuur- en natuurbestemming aan de hand van PR, consumentencampagnes en activiteiten gericht op de internationale reisindustrie.
- Waterrecreatie Nederland ontwikkelt GIS-modules van waterwegen en toeristische infrastructuur, en voorzieningen voor cross-overbeleid en promotie.

Links

www.welkomophetwater.nl

www.waterrecreatienederland.nl

“Als ondernemer in de watersport weet ik als geen ander hoe belangrijk het is dat we investeren in de toekomst. Ontzettend mooi om te zien hoe ons initiatief gaat leven, wat er toe leidt dat steeds meer partijen zich willen aansluiten.”

**HISWA-lid Pieter Kok,
mede-eigenaar van Rake Rigging
en actief watersporter**

“De campagne ‘welkom op het water’ is pure noodzaak. Als watersportbranche hebben we een gemeenschappelijk belang. De volle breedte van de watersport moet veel beter op de kaart worden gezet. Het is tijd om onze blik naar buiten te richten en te laten zien wat deze prachtige branche te bieden heeft.”

**Romkje Groothedde,
eigenaar van Boot Akkrum en stuurgroep lid**





Sleutelproject

Leven lang (excel) leren in gastvrijheid

Trekker

CELTH (Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality, een initiatief van de Hogescholen NHTV, HZ en Stenden)

Doel

Onderwijs en bedrijven in de gastvrijheidssector creëren samen een aantrekkelijk en inspirerend aanbod voor een 'leven lang leren'. Het doel is te zorgen voor medewerkers die trots zijn op hun vak, die het vak beheersen en met passie en plezier werken om gasten een excellente gastvrijheid te laten ervaren.

Proces

Om te komen tot een scholingsplan voor de sector en een overzicht te krijgen van de organisatie van scholing en cursussen binnen de sector zijn er diverse interviews afgenomen. Gesproken werd met deelnemers afkomstig uit diverse delen van de gastvrijheidssector en vertegenwoordigers van brancheorganisaties. Daarna zijn in een werkatelier de resultaten besproken met vertegenwoordigers uit de branche.

Resultaat

Een aantal inzichten is verkregen:

- De sector is zich bewust van het belang van het scholen en ontwikkelen van medewerkers.
- Het meest voorkomende opleidingsniveau is mbo (3 of 4).
- Voor scholing maakt de sector het meest gebruik van een breed aanbod, waarbij de voorkeur uitgaat naar inhoustrainingen die direct zijn gericht op het werk.
- Onderwijs en gastvrijheidssector zitten nog niet op een lijn. De oplossing is alleen door samenwerking te verkrijgen.
- Omdat nog niet alle punten zijn opgepakt krijgt het project een vervolg. Het CELTH neemt het initiatief om nogmaals een werkatelier te organiseren om daar een aantal onderwerpen inhoudelijk uit te diepen.

“De gastvrijheidssector is belangrijk voor de economie van Nederland: jaarlijks wordt er ruim 68 miljard in omgezet en de sector levert werk en inkomen aan 626.000 mensen.”

**Kees van Wijk, voorzitter Gastvrij Nederland,
23 juni 2016**



Trekker

NBTC Holland Marketing

Doel

De HollandCity-strategie heeft als doel om het (internationale) toerisme te spreiden over het hele land en over de seizoenen. Op die manier wordt ruimte en richting gegeven aan het groeiend aantal bezoekers, wordt de beschikbare capaciteit beter benut en delen ook lokale ondernemers in de voordelen.

Proces

De HollandCity-strategie bevat drie onderdelen: districten, verhaallijnen en toeristische en zakelijke evenementen. Zo staat bijvoorbeeld 'Nederland Waterland' centraal, of een cultureel thema zoals 'Mondriaan tot Dutch Design'. Onder het motto 'supporting the known & introducing the new' presenteert NBTC Nederland op een andere manier aan toeristen en zakelijke bezoekers. De populaire plaatsen en bestemmingen maken deel uit van de marketing. Daarnaast worden ook de minder bekende regio's en bezienswaardigheden in toenemende mate onder de aandacht gebracht. Hierdoor profiteren op termijn meer plekken en regio's in ons land van de groei van het internationale toerisme.

Totstandkoming HollandCity verhaallijnen

Bij alle provincies is de interesse voor de specifieke verhaallijnen geïnventariseerd, inclusief de bereidheid om ook daadwerkelijk (additioneel) financieel bij te dragen aan de ontwikkeling van deze lijnen. Op basis hiervan is samen met nationale, regionale en lokale partners gestart met de ontwikkeling van provinciegrensoverschrijdende verhaallijnen.

Per verhaallijn is een projectteam samengesteld met de betrokken primaire partners. Bij elk traject heeft het projectteam vier fases gedefinieerd: 1. research & development (R&D), 2. introductie, 3. groei en 4. volwassen.

- R&D-fase: inventarisatie van de vraag, identificatie van partners en producten, tot stand brengen van het samenwerkingsverband en de ontwikkeling van 'verkoopbare' propositie(s).
- Introductie-, groei en volwassenfase: vraagstimulering en conversie, afhankelijk van de beschikbare vervolgfianciering.

Resultaat

De verhaallijnen zijn onderdeel van de HollandCity-strategie en ontsloten via de website www.holland.com/be_nl/toerisme/themareizen/hollandstories. Daarnaast vinden tal van andere marketingactiviteiten plaats in de focusmarkten, waaronder consumentencampagnes, pers- en PR-activiteiten en activiteiten gericht op de internationale reisindustrie.



Sleutelproject***De Vier
Seizoenen Kust*****Trekker**

NBTC Holland Marketing

Doel

Het uitwerken van een actieagenda voor de Nederlandse kust richting het jaar 2025 waarbij een 'vier seizoenen kust' centraal staat. Doel is de kust ook in 2025 leefbaar, geliefd en waardevol te houden, voor bewoners en toeristen.

De actieagenda focust zich op de ontwikkeling van de Nederlandse kust als vierseizoenendestinatatie. Belangrijk daarbij is meer spreiding in tijd (ontwikkelen van het laagseizoen), een betere

logistieke ontsluiting van de kust en het samen optrekken bij de internationale promotie.

Proces

Nederland heeft een kustlijn die wordt gekenmerkt door diversiteit. Lokaal worden de kustplaatsen gerund door diverse samenwerkingsverbanden en stakeholders. De kust kent een aantal specifieke uitdagingen. Zo is het tijdens het hoogseizoen op sommige plekken ontzettend druk, zoals in Scheveningen en Zandvoort. Daarmee komt de leefbaarheid voor de bewoners en beleving voor de toerist onder druk. Tegelijk kampt de kust met onderbezetting en gesloten voorzieningen tijdens het laagseizoen.

Om tot een actieagenda te komen is op de Landelijke Kustdag 2016 een workshop 'De Nederlandse Kust 2025' gehouden. Daaropvolgend zijn in augustus 2016 twee denktanksessies georganiseerd om samen met diverse stakeholders na te denken over een aantrekkelijke vier seizoenen kust richting het jaar 2025. Voortkomend uit deze denktanksessies zijn concrete actiepunten genoemd om dit doel te bewerkstelligen.

Resultaat

De actiepunten uit de sessies zijn verwerkt in de actieagenda 'De Vier Seizoenen Kust in 2025' en zijn toegespitst op de drie speerpunten: 'kennisdeling', 'jaarrond' en 'beleving'.

Per actiepunt is aangegeven bij wie het initiatief ligt en wat het realisatiemoment is. Zo verzorgt NBTC Holland Marketing een pagina op www.nbtc.nl waar kennis wordt gedeeld. Om een jaar-rond aanbod te realiseren gaan diverse badplaatsen in gesprek met aanbieders van openbaar vervoer om de ontsluiting met het achterland te verbeteren. Ook zetten de badplaatsen zich in om de beleving van de kust te optimaliseren door 'blik uit het zicht' te krijgen. Dat wil zeggen dat zij zoeken naar alternatieven om auto's verder bij de kustlijn vandaan te krijgen, naar goed voorbeeld van de duinparkeergarage in Katwijk.

“Door het opzetten van de actieagenda ‘Vier seizoenen kust’ roept NBTC Holland Marketing de stakeholders aan de kust op een blik op de toekomst te werpen. De drie speerpunten ‘kennisdeling’, ‘jaarrond’ en ‘beleving’ zijn belangrijke aandachtspunten om bewoner en toerist ook in 2025 een kust te kunnen presenteren die leefbaar, geliefd en waardevol is.”

Angelique Vermeulen, NBTC Holland Marketing

The background of the page is a dark blue color with a repeating pattern of white icons. The icons include umbrellas, tents, and sailboats. The sailboats have red and white sails. The umbrellas are open and the tents are pitched. The icons are arranged in a way that they appear to be floating or scattered across the background.

Sleutelproject

Effectieve binnenlandmarketing

Trekker

VVV Nederland, ANWB, NBTC

Doel

Het stimuleren van vrijetijdsbesteding in eigen land door efficiënte en gecoördineerde marketing. De sector wil toewerken naar een goede overkoepelende visie die bijdraagt aan meer synergie en het verhogen van de besteding van Nederlanders aan de binnenlandse gastvrijheidssector. De bezoeker profiteert hiervan omdat hij een eenduidig overzicht van het binnenlands aanbod krijgt, waarbij een dagtrip of vakantie op maat is samen te stellen met mogelijk extra voordelen.

Op basis van deze visie zijn de specifieke uitdagingen en de daarmee samenhangende actiepunten te definiëren. De visie kan uitgebouwd worden naar een meerjarige communicatie- en marketingaanpak.

Proces

In haar eerste opzet richtte dit project zich met name op de marketing van het binnenlands toerisme. Voortschrijdend inzicht leverde bij de trekkers het besef op dat aan een verantwoorde en duurzame ontwikkeling van het binnenlandse toerisme meer fundamentele thema's en vraagstukken vooraf gaan die de komende

jaren bepalend zullen zijn voor de ontwikkeling van het binnenlandse toerisme. Daarom organiseerden VVV Nederland, de ANWB en het NBTC in februari 2017 een gezamenlijke en interactieve expertbijeenkomst met bestuurders van de meest vooraanstaande city- en regio-marketingorganisaties van ons land. Samen identificeerden zij thema's en vraagstukken die concreet uitgewerkt gaan worden.

Resultaat

Een gezamenlijke ambitie inclusief een aantal actiepunten, die door verschillende partijen worden opgepakt en uitgewerkt.



Sleutelproject***Schaalsprong route-
recreatie – ToerNederland*****Trekker**

Stichting Landelijk Fietsplatform

Doel

De unieke mogelijkheden om Nederland wandelend, fietsend en varend te beleven verder te verbeteren en benutten.

Ingezet is op de volgende activiteiten:

- Doorontwikkeling/verrijking landelijke routestructuur.
- Borging van landelijke routenetwerken en onderliggende infrastructuur.
- Bijeenbrengen van informatie over bestaand aanbod.
- Fietsen, varen, wandelen versterken in internationale promotie.
- Organisatie van duurzame landelijke samenwerking (publiek/privaat).

Resultaten

- Een plan van aanpak landelijke fietsroutes, waarbij de focus ligt op tien nationale icoonroutes (zie www.fietsplatform.nl/LF-icoonroutes). Daarbij wordt een koppeling voorzien met de Nationale Parken en de HollandCity-verhaallijnen.
- Toekomstvisie wandelen (verschijnt in 2017) met aandacht voor routes en promotie/marketing.
- Kwaliteitsverbeteringen en iconen BRTN (landelijke basis-toervaartnet) voor het varen. Verder verschijnt er een doorontwikkelingsplan Nederland Waterland (link met sleutelproject 2 Nederland land van water).

Borgen landsdekkende routenetwerken

De landelijke routestichtingen voor wandelen, fietsen en varen (Wandelnet, Fietsplatform en Waterrecreatie Nederland) hebben samen belangrijke stappen gezet wat betreft het borgen van de landsdekkende routenetwerken en onderliggende paden en (vaar)wegen in het kader van de Omgevingswet. Daarbij is ook ingezet op de Omgevingsvisies. In overleg met het Ministerie van I en M wordt gewerkt aan efficiencyverhogend instrumentarium (route-databank en digitaal) en procesafspraken.

Portals die vraag en aanbod verbinden

Fietsplatform, Wandelnet en Waterrecreatie Nederland hebben hun rol als startpunt voor het recreatieve fietsen, wandelen en varen versterkt. De portals www.nederlandfietsland.nl, wandelnet.nl,

www.welkomophetwater.nl en www.varendoejesamen.nl worden intensief bezocht en hebben daarmee een toegevoegde waarde als verbinder tussen vraag en aanbod/aanbieders.

Versterking internationale promotie fiets- vaar- en wandelmogelijkheden

Ingezet is op versterking van de internationale promotie van de fiets- vaar- en wandelmogelijkheden in Nederland. De markt hiervoor neemt toe, de concurrentie ook. Tot nu toe is de focus op fietsen, varen en wandelen in de buitenlandpromotie beperkt. Op grond van de naam die Nederland heeft met name als Waterland en Fietsland is nog veel winst te boeken.

Medewerking landelijk routeprogramma wandelen en fietsen

De organisatie van duurzame provinciegrensoverstijgende samenwerking heeft onevenredig veel tijd gevestigd van de landelijke routestichtingen en de provincies. Hierbij gaat het met name om de financiering van de randvoorwaardelijke basisactiviteiten. Het Ministerie van I en M heeft voor de 'active modes' wandelen en fietsen tot en met 2017 programmabudget beschikbaar gesteld. Na intensief overleg heeft een groot aantal provincies medewerking toegezegd voor een landelijk routeprogramma voor wandelen en fietsen (2016 en 2017). Om de continuïteit te waarborgen moet worden gewerkt aan nieuwe, robuuste meerjarige samenwerkingsafspraken – dit is een belangrijk aandachtspunt.

Afspraken landelijk routenetwerk varen

Voor het varen zijn financiële afspraken met betrekking tot het landelijk routenetwerk vastgelegd in de BRTN 2015-2020. Rijk en provincies hebben hiervoor in 2016 een convenant gesloten.

Daarnaast worden voor een aantal provincies aanvullende (maat) werkzaamheden geleverd. Bij alle drie de landelijke routestichtingen is sprake van publiekprivate samenwerking.

De private sector (ondernemers en maatschappelijke organisaties) is nauw betrokken.

Links

www.fietsplatform.nl/lf-icoonroutes

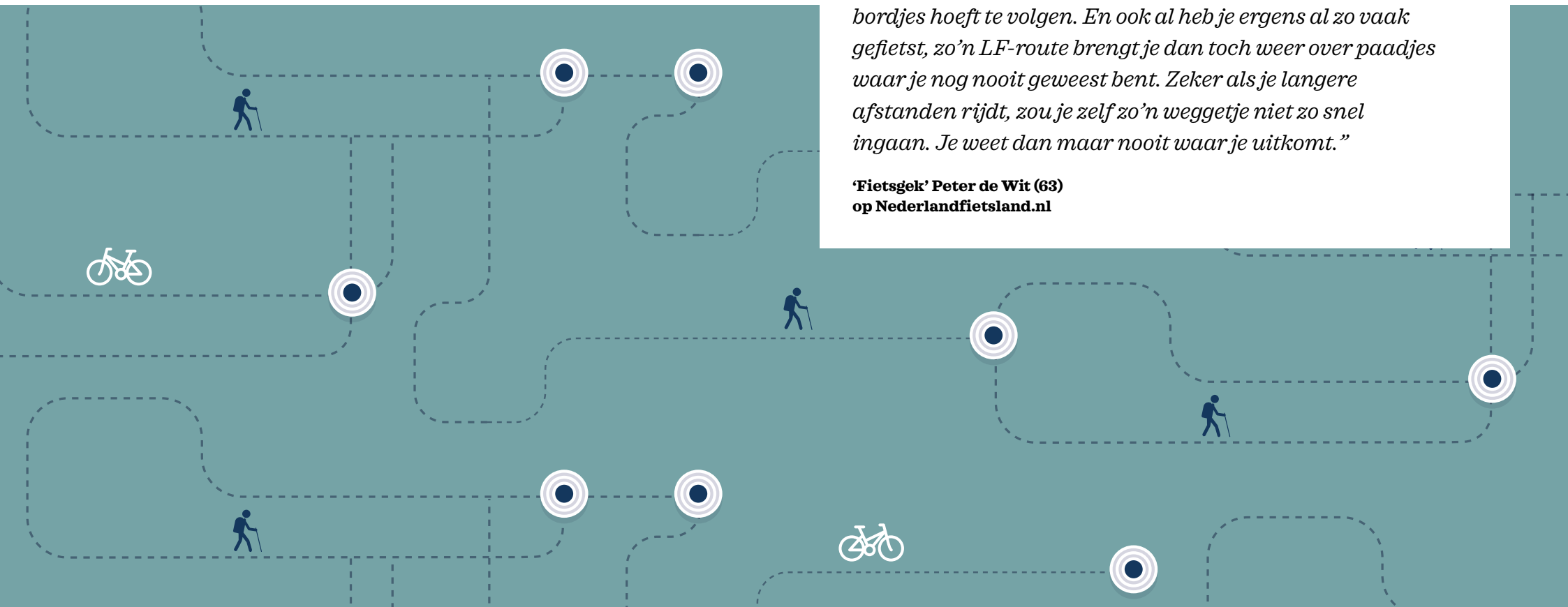
www.wandelnet.nl

Basisvisie Recreatietoervaart Nederland:

waterrecreatienederland.nl/brtn/brtn2015-2020/

“LF-routes zijn bij mij favoriet. Het is natuurlijk hartstikke makkelijk, omdat je onderweg alleen maar de bordjes hoeft te volgen. En ook al heb je ergens al zo vaak gefietst, zo’n LF-route brengt je dan toch weer over paadjes waar je nog nooit geweest bent. Zeker als je langere afstanden rijdt, zou je zelf zo’n weggetje niet zo snel ingaan. Je weet dan maar nooit waar je uitkomt.”

‘Fietsgek’ Peter de Wit (63)
op Nederlandfietsland.nl





Sleutelproject

Nationale Parken nieuwe stijl

Trekker

Staatsbosbeheer, in samenwerking met Stirr (Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte)

Doel

Terreinbeheerders, natuurgebonden belangenorganisaties en recreatief/toeristische ondernemers met elkaar verbinden om zo te komen tot een sterk merk voor Nationale Parken (gericht op een sterk belevingsaanbod).

Proces

Dit sleutelproject is afgestemd op het Programma Nationale Parken van Wereldklasse' dat is gestart. Naar aanleiding van een door de

Tweede Kamer in 2014 ingediend amendement, is dat programma begin 2015 ingesteld. Het programma richt zich op:

- Het verhogen van de kwaliteiten van Nationale Parken in Nederland.
- Het versterken van de betrokkenheid van de samenleving bij de natuur.
- Het bereiken van een sterkere merk- en marktpositie van Nationale Parken in Nederland.

Gastvrij Nederland participeert in het nationale programma en richt zich onder meer op de ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen en nieuwe belevingsconcepten, met name op het gebied van de verblijfsrecreatie. Hierbij werken terreinbeheerders en recreatie-ondernemers samen.

Resultaat

In 2016 organiseerde het Programma Nationale Parken een publieksverkiezing waarbij Nederlanders de drie mooiste natuurgebieden van Nederland konden kiezen. Meer dan 88.000 mensen brachten hun stem uit. De verkiezing droeg bij aan de bekendheid van de natuur in Nederland, en aan de verbondenheid van Nederlanders met de natuur. De winnaars van de verkiezing waren 'Het Nederlandse Waddengebied', 'De Veluwe' en 'Nationaal Park Hollandse Duinen'. Naast deze door het publiek gekozen gebieden, deelde de vakjury onder leiding van prof. mr. Pieter van Vollenhoven nog een 'wildcard' uit aan 'NL Delta Biesbosch-Haringvliet'. De nieuwe belevingsconcepten worden in samenwerking met Gastvrij Nederland vooral in deze gebieden verder ontwikkeld.

Links

www.nationaleparkenwereldklasse.nl

“Het Programma Naar Nationale Parken van Wereldklasse biedt ons de kans de kwaliteit van Nationale Parken naar een hoger niveau te tillen en het Nederlandse cultuurlandschap in de schijnwerpers te zetten. De internationale focus dwingt ons op een andere manier naar de parken te kijken. Belangrijke vraag daarbij is wat onze Nationale Parken te bieden hebben voor internationale gasten en vooral wat onze natuur uniek en onderscheidend maakt. Overigens verwacht ik dat ook de binnenlandse markt zal groeien door alle aandacht die er voor de Nationale Parken ontstaat. Ik noem dit het ‘Rotterdam-effect’. Toen in internationale media als de New York Times lovende artikelen verschenen over Rotterdam, ging ook de Nederlander deze stad met andere ogen bekijken, waarderen én bezoeken.”

Jos Vranken, algemeen directeur van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen op nationaleparkenwereldklasse.nl

Sleutelproject***Maatwerk
aanpak
regeldruk*****Trekker**

Ministerie van Economische Zaken

Doel

Via publiekprivate samenwerking komen tot concrete oplossingen voor regeldrukknelpunten binnen de gastvrijheidseconomie.

Dit moet ervoor zorgen dat ondernemers snel en innovatief kunnen ondernemen met de juiste randvoorwaarden en een gelijk speelveld.

Proces

In opdracht van de coalitie Gastvrijheidseconomie, bestaande uit Gastvrij Nederland, Recron, Hiswa, VVEM en KHN is een inventarisatie gestart naar knelpunten waar ondernemers in de sector tegenaanlopen. Sessies hebben plaatsgevonden tussen de coalitie en betrokken departementen en toezichthouders om knelpunten verder uit te werken naar oplossingsrichtingen. Het ministerie van EZ heeft op 21 juni 2016 het actieprogramma maatwerk aanpak regeldruk naar de Tweede Kamer gestuurd.

Resultaat

Noodzakelijke verbreding en uitrol regelhulp naar meer overheden en branches De ontwikkelde regelhulp zijn ontsloten via de website www.regelhulpenvoorbedrijven.nl.

Legionella: herzieningstraject certificering legionella adviseurs (BRL 6010) Op verzoek van de coalitie Gastvrijheidseconomie is gestart met het herzieningstraject van de BRL 6010, waarin aandacht wordt gevraagd voor het verminderen van de regeldruk. Het herzieningstraject wordt uitgevoerd door KvINL, de Stichting Kwaliteit voor Installaties Nederland. Op basis van de input uit de klankbordgroep is KvINL bezig met het verder schrijven van de herziening van de certificeringsvereisten. Het ministerie van EZ financiert het herzieningstraject.

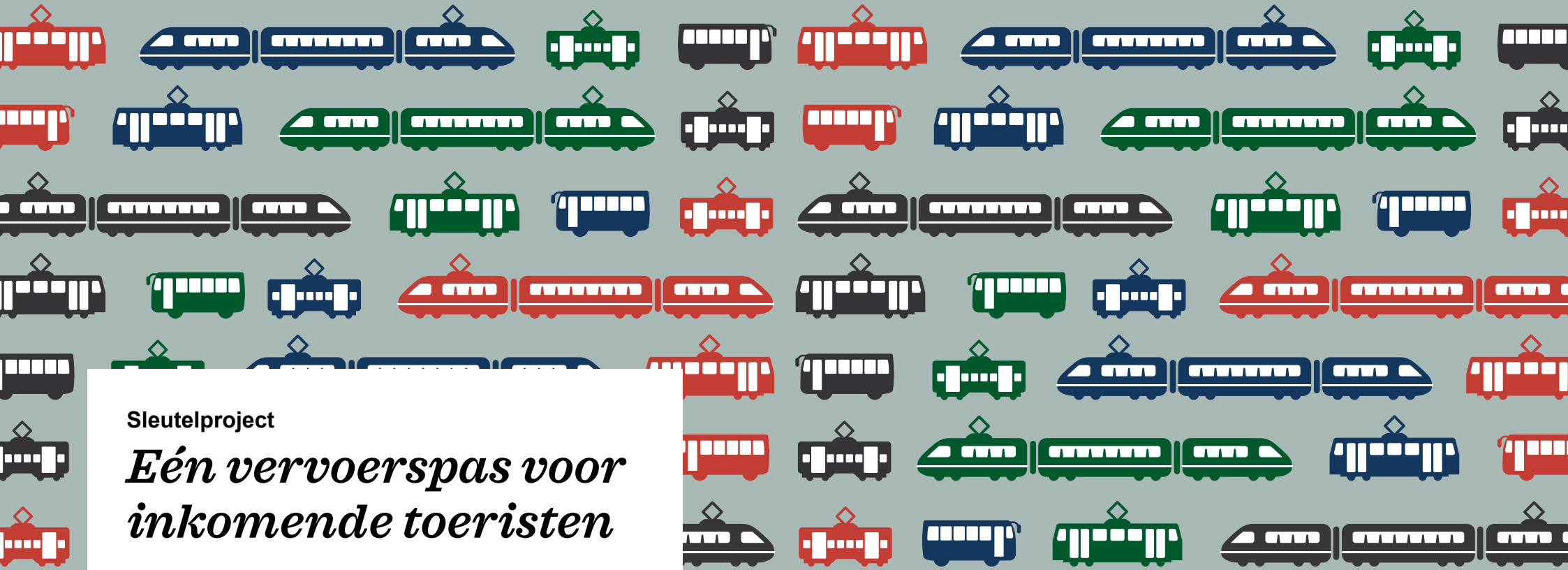
Legionella: geen onnodig uitgebreide en ingewikkelde risicoanalyses en beheersplannen Het RIVM heeft een studie gedaan naar mogelijkheden om regelgeving voor kleine overzichtelijke installaties te vereenvoudigen. Het ministerie van IenM heeft de Kamer geïnformeerd over de uitkomsten en aangegeven de geadviseerde acties uit te voeren. Eén van deze acties is om bij de herziening van de certificering van legionella-adviseurs aandacht te schenken aan hun verantwoordelijkheid om geen onnodig uitgebreide en ingewikkelde risicoanalyses en beheersplannen op te stellen voor kleine eenvoudige prioritaire leidingwaterinstallaties.

Legionella: toezichtregime Momenteel wordt de mogelijkheid om een individueel toezichtconvenant af te sluiten doorontwikkeld en in een meer generieke vorm gegoten, door een licht toezichtregime (dat wil zeggen geen (actief) toezicht meer bij een organisatie die aan de nalevingseisen voldoet) in te richten voor bedrijven die willen en kunnen naleven.

AMvB Brandveiligheid: betrokkenheid ontwerptraject De sector constateerde dat ze de belangen van haar achterban niet kon behartigen, omdat zij niet meer betrokken werden door het ministerie van VenJ bij het ontwikkelingstraject. Na interventie door de ambassadeur van de maatwerk aanpak Gastvrijheidseconomie heeft het ministerie van VenJ de samenwerking met de branches weer opgepakt en hebben gesprekken plaatsgevonden tussen het ministerie en de brancheorganisaties RECRON en HISWA.

Overheden zijn terughoudend in het ondersteunen van nieuwe initiatieven De coalitie Gastvrijheidseconomie heeft met het programmabureau van Eenvoudig Beter (ministerie van IenM) gesproken, naar aanleiding van dit traject zal de coalitie zich beraden op welke casussen zij desgewenst willen aandragen en contact zoeken met een geïnteresseerde gemeente die hier aan mee wil doen.





Sleutelproject

Eén vervoerspas voor inkomende toeristen

Trekker

NBTC Holland Marketing

Doel

De introductie van een gastvriendelijke en vooraf aan te schaffen, meerdaagse OV-pas voor buitenlandse bezoekers. Met deze pas zijn voor een vaste prijs alle kilometers in alle typen openbaar vervoer, concessieoverstijgend, in Nederland of in een bepaalde toeristische regio afgekocht.

Resultaat

In juni 2016 is een proef gestart met een speciale OV-kaart voor toeristen, het Holland Travel Ticket, waarmee zij een dag lang met de trein, bus, tram en metro kunnen reizen voor een prijs van 39 euro (vanaf 09.00 uur). Dit Holland Travel Ticket is een mooie stap om de ambitie van de sector voor regionale spreiding van toeristen te faciliteren.

Het NBTC is inmiddels met samen met de NS gestart om de OV-pas wereldwijd intensiever te vermarkten. Rond de zomer van 2017 wordt de OV-pas geëvalueerd.

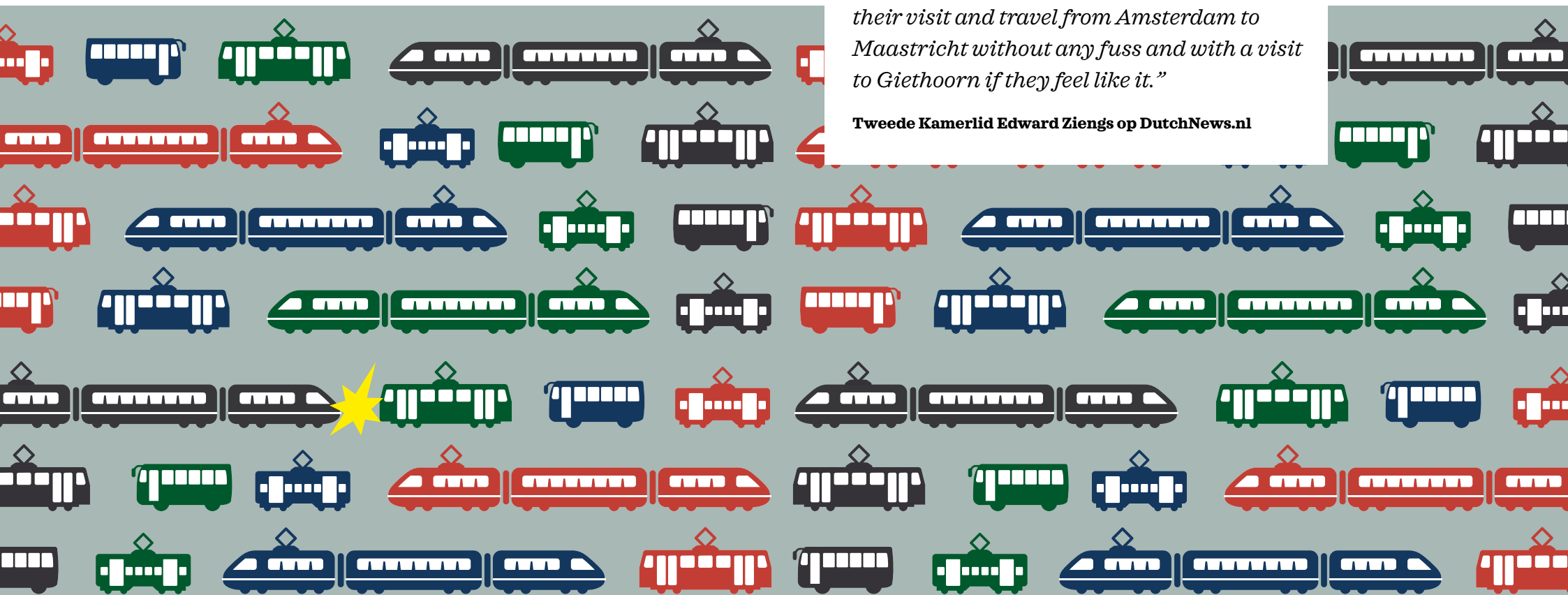
De volgende uitdaging is de pas verder te ontwikkelen. Op termijn moet het mogelijk zijn om met mobiel in- en uit te checken en af te rekenen. Ook is een regiokaart wenselijk, waarmee tegen een lager tarief dan 39 euro concessieoverstijgend binnen een bepaalde regio (bijv. de Randstad) gereisd kan worden.

Links

www.ns.nl/producten/alleen-te-koop-via-station-of-kaartautomaat/p/holland-travel-ticket

“A Chinese or British tourist in the Netherlands does not want to worry about how and where he should buy all the tickets he needs. Tourists want to get the most out of their visit and travel from Amsterdam to Maastricht without any fuss and with a visit to Giethoorn if they feel like it.”

Tweede Kamerlid Edward Ziegns op DutchNews.nl



Sleutelproject

Gezond Gastvrij

Trekker:

CELTH (Centre of Expertise Leisure, Tourism and Hospitality, een initiatief van de Hogescholen NHTV, HZ en Stenden)

Het project Gezond Gastvrij verbindt de gastvrijheidseconomie met gezondheid door nieuwe producten en diensten te ontwikkelen die aansluiten bij een gezonde levensstijl.

Resultaat

Een omvangrijk Europees project is in voorbereiding, waarin partijen uit Engeland, Vlaanderen, Frankrijk en Nederland samenwerken aan het thema Gezond Gastvrij. Het projectvoorstel is goedgekeurd. Als hiervoor de financiële middelen beschikbaar komen, kunnen marktpartijen concreet aan de slag met de

ontwikkeling en lancering van nieuwe producten en diensten. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een foodtruck met (liefst regionale) gezonde producten die op het strand of op de boulevard de gasten bedient en die ook in het dorp gezond eten serveert aan de inwoners (modern tafeltje dekje). Een ander voorbeeld is de ontwikkeling van een 'beweegpad'. Twee campings worden gescheiden door een landgoed. Zij zijn samen met de dorpsraad een beweegpad aan het ontwikkelen (dit is tegelijk een wandelroute naar het strand, zodat mensen niet met de auto hoeven). Dat beweegpad krijgt een innovatieve invulling. Zo wordt ook gekeken naar mogelijkheden om voedsel te plukken en dit door bewoners te laten onderhouden zodat zij gezond leven en bewegen. De genoemde concepten worden samen met de gebruikers (gasten-toeristen én eigen inwoners) ontwikkeld.

Evaluatie sleutelprojecten

In de twee jaar na het starten van elf sleutelprojecten om de gastvrijheidseconomie te stimuleren, zijn er in de sector belangrijke resultaten geboekt. Dankzij de 'Holland Stories', de verhaallijnen die zijn opgezet in sleutelproject HollandCity, bezoeken toeristen naast de Nederlandse iconen ook andere delen van ons land en ontstaat een betere spreiding. Deze buitenlandse toeristen kunnen makkelijker door ons land reizen nu er een speciale OV-pas is, het Holland Travel Ticket. Daarnaast brengen campagnes als het land van water, Nationale Parken van Wereldklasse en de Vier Seizoenen Kust belangrijke gastvrijheidsiconen opnieuw onder de aandacht en wordt de diversiteit aan belevenissen zichtbaar. Verder dragen de resultaten van sleutelprojecten 'gastvrijheid verdient zichzelf', 'leven lang (Excel)leren in gastvrijheid', 'effectieve binnenlandmarketing' en 'Gezond Gastvrij' bij aan professionalisering en innovatie onder ondernemers in de gastvrijheidssector.

Zo helpt het opgeleverde boekje over verdienmodellen ondernemers om aanbod te creëren dat aansluit bij de wensen van bezoekers. Door het wegnemen van knelpunten in de regeldruk, sleutelproject maatwerkaanpak regeldruk, wordt het hen ook makkelijker gemaakt om te ondernemen. Het blijvend scholen van mensen die werken in de sector kreeg aandacht in sleutelproject 'leven lang (excel)leren' en zorgt voor medewerkers die trots zijn op hun vak, dat goed beheersen en met passie en plezier werken om gasten een excellente gastvrijheid te laten ervaren.

De ontwikkelingen die we de afgelopen jaren hebben gezien zijn zeer positief. Toerisme en recreatie vormen een groeisector waarbij een stijgende lijn zichtbaar is. Sinds de start van het project in 2014 is er een toename in het aantal toeristen, de hoogte van bestedingen en de werkgelegenheid in de sector.

In hoeverre dat is toe te schrijven aan de genomen acties is lastig meetbaar, wel weten we dat de door de sector gehanteerde aanpak conform het topsectorenbeleid, naar wens van minister Henk Kamp (Economische Zaken), heeft bijgedragen aan de successen. Het heeft er toe geleid dat brancheorganisaties aangesloten bij Gastvrij Nederland, Staatsbosbeheer, Fietsplatform en CELTH met de overheden (rijksoverheden en provinciale overheden) aan de slag zijn gegaan om met elkaar de visie te ontwikkelen en uit te werken. Een meer integrale benadering met oog voor kansen en mogelijkheden voor innovatie in de sector. Altijd met de gast in het vizier als afnemer van de producten. Voor de sector geldt dat zij nog volop kansen kent en economisch duurzaam kan groeien en daarmee kan bijdragen aan het verdienvermogen van de ondernemers in de gastvrijheidseconomie en dus ook aan het verdienvermogen van Nederland, net als bij de andere topsectoren. Ondernemers, kennisinstellingen, overheden en stakeholders hebben geleerd beter samen te werken.

De integrale aanpak bracht 'crossovers' tot stand; samenwerking en kruisbestuiving tussen verschillende onderdelen van de gastvrijheidseconomie. Zo maken de Nationale Parken een groei

door en krijgen ze meer merkbekendheid en tegelijk biedt dat sleutelproject input voor andere verdienmodellen binnen de sector. Daarnaast sluit de campagne land van water aan bij het sleutelproject HollandCity dat bijdraagt aan een betere spreiding van toeristen over Nederland.

Positieve ontwikkelingen in deze groeisector dus, maar er zijn ook zaken die nog aandacht behoeven. Zo is er een belangrijk verschil met de door de overheid benoemde topsectoren. Voor die sectoren is de ondersteuning en facilitering (in termen van capaciteit en middelen) vanuit de landelijke overheid beter geregeld dan voor de gastvrijheidssector. Verder is het niet zo dat alle sleutelprojecten nu zijn afgerond en het boek gesloten is. Sommige projecten zijn wat trager op gang gekomen of het duurde wat langer voor er financiële middelen beschikbaar waren. Het is voor private partijen niet altijd gemakkelijk om met beperkte financiële middelen projecten van een dergelijke omvang te initiëren. Vaak is hier een PPS-constructie voor nodig. Ook zijn voor bepaalde projecten robuuste samenwerkingsafspraken met (regionale) overheden nodig om het potentieel van de projecten optimaal te kunnen blijven benutten. Het ontbreken van duidelijkheden over verantwoordelijkheden

tussen overheidslagen speelt hierbij een rol, zeker bij projecten waar landelijke en regionale overheden zijn betrokken. Waardevol is dat ook deze in ontwikkeling zijnde sleutelprojecten iets hebben opgeleverd; een tussenresultaat, het beleggen in de markt of een toekomstperspectief waarbij de continuïteit voorlopig is gegarandeerd.

Advies: kabinetsbrede visie en investeringsprogramma

Graag geven alle partijen die hebben deelgenomen aan de actie-agenda en sleutelprojecten een advies mee aan een nieuwe minister van Economische Zaken: ontwikkel een kabinetsbrede visie op de gastvrijheidseconomie met een investeringsprogramma. Dit investeringsprogramma zou moeten bestaan uit interdepartementale budgetten die zijn in te zetten onder voorwaarde van cofinanciering door regionale overheden, overige stakeholders en de sector. De gastvrijheidseconomie is een sector met veel potentie en van invloed op de BV Nederland. De sector staat garant voor innovatie, biedt werkgelegenheid aan de onderkant van de arbeidsmarkt en levert een belangrijke bijdrage aan de leefbaarheid van een gebied. Wij nodigen een nieuwe minister van Economische Zaken dan ook van harte uit om dit met de sector op te pakken.

Slotwoord

Toerisme in Nederland: welkom! De titel van deze rapportage vat samen wat de gastvrijheidssector als geheel wil bereiken. Het gevoel van 'welkom zijn' hoopt de sector mee te kunnen geven aan alle gasten die ons land bezoeken, van internationale bezoekers tot onze eigen inwoners. De actieagenda en diverse sleutelprojecten die zijn voortgekomen uit de in 2013 opgestelde visie en missie voor de gastvrijheidssector dragen daar aan bij. Deze slotrapportage laat zien dat het integraal samenwerken aan concrete projecten gericht op de gast de sector verder helpt en toekomstbestendig maakt. De diverse individuele sleutelprojecten gaan verder, ook zonder de monitorende rol van Gastvrij Nederland. Wel blijft Gastvrij Nederland met de belangrijkste stakeholders in gesprek om de kansen van de sector te verzilveren en om vele gasten te kunnen verwelkomen in ons land.

Colofon

Uitgave

Gastvrij Nederland
Postbus 93002
2509 AA Den Haag
Bezuidenhoutseweg 12
2594 AV Den Haag
070 349 03 28
www.gastvrij-nederland.nl
gastvrijnederland@vnoncw-mkb.nl

Tekst

Tekstkeuken

Ontwerp

Studio Piraat

© 2017