



# Sectorvisie

## ‘Versterken en Veraangenamen’

De gastvrijheidseconomie  
op haar waarde beoordeeld

Bezuidenhoutseweg 12, 2594 AV Den Haag  
Postbus 93002, 2509 AA Den Haag

**T** +31 (0)70 - 3490469  
**E** [gastvrijnederland@vno-ncw.nl](mailto:gastvrijnederland@vno-ncw.nl)  
**I** [www.gastvrij-nederland.nl](http://www.gastvrij-nederland.nl)



**Gastvrij  
Nederland**

**Nationale Raad  
toerisme, recreatie,  
horeca en vrije tijd**





# Inhoudsopgave

blz.

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| <b>Voorwoord</b>                              | <b>5</b>  |
| <b>1. Gastvrij Nederland</b>                  | <b>6</b>  |
| <b>2. Gastvrij Nederland staat voor...</b>    | <b>8</b>  |
| <b>3. Gastvrij Nederland wil...</b>           | <b>10</b> |
| <b>4. Doelstellingen Gastvrij Nederland</b>   | <b>12</b> |
| <b>5. Agenda 'Versterken en Veraangename'</b> | <b>34</b> |
| <b>6. Aan de sector...</b>                    | <b>36</b> |
| <b>7. Aan de overheid...</b>                  | <b>38</b> |

Bijlagen met adresgegevens en missie van leden Gastvrij Nederland, de bouwstenen van de sectorvisie en de SWOT-analyse.





# Voorwoord

## Meer dan de som der delen

Gastvrij Nederland - Nationale Raad voor toerisme, recreatie, horeca en vrije tijd - spant zich in voor een hoogwaardig, divers en samenhangend geheel van toeristische-, recreatieve- en culturele voorzieningen en activiteiten. De gastvrijheidseconomie telt in Nederland ruim 400.000 banen met een omzet van meer dan 35 miljard euro. Behalve economisch relevant levert zij een bijzondere maatschappelijke prestatie op het terrein van sociale cohesie, integratie, welzijn en ontspanning.

De quality of life waar onze sector haar bijdrage aan levert, speelt ook bij het succes van het vestigingsbeleid een belangrijke rol. Het is hier niet alleen goed werken, maar ook prettig verblijven, vertoeven en verpozen. Niet zonder reden heeft ons land een stevige positie als vestigingsland voor internationale ondernemingen en als toegangspoort tot Europa

Ondernemingen in de sector zien zich geplaatst voor vele uitdagingen. De sector is zich bewust van de wenselijkheid en de noodzaak van het genereren van meer omzet en werk binnen de keten en van het ontwikkelen van nieuwe product-marktcombinaties. Van de behoefte aan innovatieve professionalisering en het alert inspelen op veranderingen in het publieke domein. Al deze interne en externe uitdagingen zijn een krachtige oproep geweest tot het schrijven van de sectorvisie 'versterken en veraangename'. De sectorvisie geeft de doelen aan die de sector zichzelf de komende jaren stelt. Dat is eigen huiswerk. Er zijn ook doelstellingen waarvan de realisatie mede afhangt van de inzet van andere partijen, waaronder (decentrale) overheden, maatschappelijke organisaties en andere marktpartijen.

De gastvrijheidseconomie speelt een groeiende rol in de aantrekkelijkheid en de uitstraling van gemeenten en regio's. Het gaat in de sector veelal om voor publiek toegankelijke bedrijven. Daarom moeten ondernemingen voldoen aan een veelheid van regels en vergunningen. Toezicht en handhaving maken zaken extra ingewikkeld. Niet voor niets hebben deze randvoorwaarden een stevige plek in de sectorvisie gekregen. Voor de dagelijkse ondernemerspraktijk zijn de lagere overheden buitengewoon belangrijk.

Van de overheid wordt gevraagd de sector op haar meerwaarde voor de nationale en regionale economie te beoordelen en daarnaar te handelen, behulpzaam te zijn bij het mobiliseren van (inter)nationale aandacht voor ons land, waardevolle grootschalige events te faciliteren en werk te maken van de interactie met de sector bij het vormgeven van het overheidsbeleid voor de topsectoren. Immers, de gastvrijheidseconomie is in essentie voorwaardenscheppend voor een vitaal topsectorenbeleid.

Tot slot: De sectorvisie is het finale resultaat van een zeer intensief proces binnen de veelkleurige achterban van Gastvrij Nederland en VNO-NCW / MKB Nederland. Alle zestien branche-leden en organisaties hebben zich gecommitteerd aan de uitkomsten ervan. Met veel externe relaties heeft intensief overleg plaats gevonden. Wij waarderen de openheid en het meedenken van vele partijen. De sectorvisie bepaalt de agenda van Gastvrij Nederland voor de toekomst. Het wil een belangrijke bijdrage leveren aan het echte werk. Met vereende krachten en veel ondernemersgeest.

[drs. Th.G.P.M Ruijs](#)  
[voorzitter Gastvrij Nederland](#)

April 2011



1

# Gastvrij Nederland

Nationale Raad voor toerisme, recreatie, horeca en vrije tijd - vertegenwoordigt 16 branches en organisaties in de gastvrijheidseconomie.



Leden van Gastvrij Nederland zijn ANVR, CLC-VECTA Centrum voor Live Communication, Club van Elf, HISWA Vereniging, Koninklijke Horeca Nederland, Koninklijk Nederlands Vervoer, Nederlandse Museumvereniging, Nederlandse Vereniging van Luchthavens/Schiphol, Nederlandse Vereniging van Dierentuinen, RECRON, Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals, Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties, Vereniging van Evenementenmakers en VVV Nederland. Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen en ANWB zijn geassocieerd lid. ANVR is agent. Gastvrij Nederland - pleitbezorger voor de gastvrijheidseconomie - richt zich op de binnenlandse markt en het inkomend - zakelijk en niet zakelijk - toerisme. Gastvrij Nederland is nauw gelieerd aan VNO-NCW en MKB Nederland. De adresgegevens en het mission statement van de individuele leden zijn opgenomen in de bijlage.

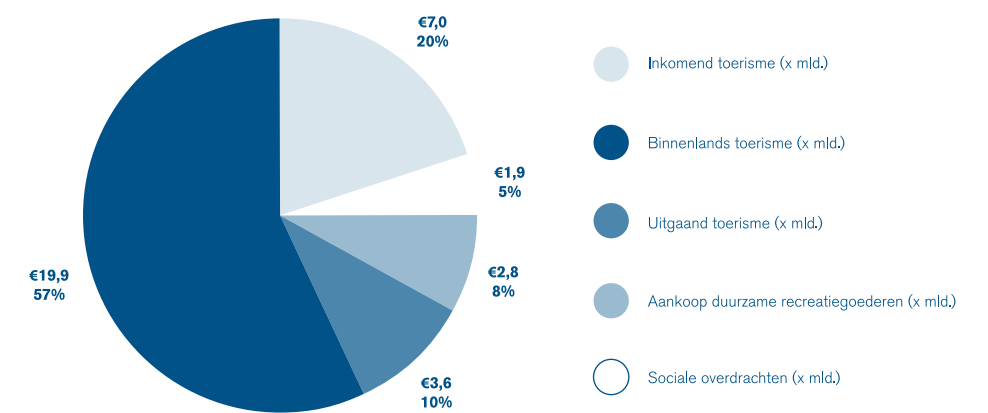
## De gastvrijheidseconomie

De gastvrijheidseconomie bestaat uit een verscheidenheid aan bedrijven en initiatieven die in hun doelstellingen de realisatie van een duurzaam gastvrij Nederland vooropstellen. De economische betekenis is zeer groot. Bij het berekenen van de omvang van de sector worden verschillende bronnen gehanteerd en diverse organisaties doen onderzoek naar de betekenis en omvang ervan.

De satellietrekening toerisme (CBS) laat zien dat alleen al de economische betekenis van toerisme en recreatie in 2009 € 35,2 miljard was, dat staat voor 3% van het bruto nationaal product. Daarvan was € 7 miljard (20%) afkomstig van inkomend toerisme en € 19,9 miljard (57%) binnenlands toerisme. Dat is goed voor 399.000 toeristische banen (4% van alle banen).

## Kritische noot bij Satellietrekening Toerisme

Bij de Satellietrekening Toerisme, die CBS jaarlijks als onderdeel van de Nationale Rekeningen samenstelt, kunnen enkele kanttekeningen geplaatst worden. Doordat wordt uitgegaan van een strakke definitie is sprake van een onderschatting (uitgangspunt vormen louter bestedingen m.b.t. vrijetijdsactiviteiten die meer dan 2 (!) uur - inclusief reistijd - behelzen). Verder gaat het bij de Satellietrekening Toerisme alleen om de directe bestedingen; effecten bij toeleverende partijen worden niet meegenomen. Ook bestedingen in kader van funshoppen en agri-toerisme doen niet mee. Er is alle aanleiding de economische betekenis van de sector met het oog op de uitstralingseffecten naar de detailhandel, zorg, landbouw, vastgoedsector en industrie te herwaarderen. De gehanteerde cijfers in de sectorvisie zijn conservatief.



(Bron: Toursim satellite account, CBS 2010)

Verder wordt in het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) becijferd dat van halverwege mei 2008 tot en met medio mei 2009 door Nederlanders bijna 3,67 miljard vrijetijdsactiviteiten buiten de eigen woning werden ondernomen. De direct hier aan toe te rekenen bestedingen bedragen bijna € 40,9 miljard. De totale economische waarde - hiervoor worden ook de kosten meegerekend die de activiteiten mogelijk maken, zoals vervoer en abonnementsgelden - is zelfs ruim € 50 miljard.

## Uitgaven aan vrijetijdsactiviteiten 2008/2009 (x miljard euro)

|                                                    |      |
|----------------------------------------------------|------|
| Bestedingen in winkels                             | 20,6 |
| Toegangsprijzen, deelnamekosten, huurprijzen, e.d. | 11,9 |
| Consumpties                                        | 5,5  |
| Overige directe kosten                             | 2,8  |
| Vervoerskosten                                     | 6,8  |
| Vaste kosten                                       | 2,6  |
| Totale bestedingen                                 | 50   |
| Uitgaven per persoon per activiteit (in €)         | 14   |



# 2

## Gastvrij Nederland staat voor ...

Gastvrij Nederland vertegenwoordigt 16 branches en organisaties in de gastvrijheidseconomie. De leden van Gastvrij Nederland zijn onderling nauw met elkaar verweven. Zij spannen zich immers gezamenlijk in voor een gastvrij, toegankelijk, veelzijdig, verrassend en hoogwaardig producten- en diensten-aanbod in Nederland, waarbij zij zich richten op de gast uit binnen- en buitenland. Ieder lid levert een unieke bijdrage aan het motto: de gast is koning.

De gastvrijheidseconomie is een belangrijke pijler voor de Nederlandse economie. Enerzijds omdat de sector hieraan een wezenlijke bijdrage levert; Gastvrij Nederland is verantwoordelijk voor 4% van alle banen in Nederland en 3% van het bruto nationaal product. Anderzijds omdat zij randvoorwaarden schept voor een goede balans tussen wonen, werken en ontspannen en daarmee de 'quality of life' in Nederland vergroot. Naast waardevolle belevingen en herinneringen draagt de sector evenzeer bij aan welzijn en integratie.

Het gaat bij de genoemde cijfers overigens alleen om de bedrijven die direct werkzaam zijn in de sector. Toeleveranciers van bijvoorbeeld levensmiddelen, dienstverleners als schoonmaakbedrijven en producenten van onder meer pleziervaartuigen of caravans zijn hierin niet meegenomen.

Voor ondernemers in de gastvrijheidseconomie staat de gast centraal. Deze moet in een veilige en gezonde omgeving kunnen (net)werken, ontspannen en genieten. Ondernemen in deze sector staat dus gelijk aan rekening houden met de wensen van de gast en de omgeving. En hiervoor verantwoordelijkheid nemen.

Bovendien is Gastvrij Nederland het visitekaartje voor onze buitenlandse gasten. De unieke Nederlandse natuur en cultuur vormen een prachtig decor voor zakelijke aangelegenheden, internationale congressen en alle andere toeristische attracties. Dit maakt Nederland de moeite waard voor een tijdelijk bezoek, maar zeker ook als internationaal aansprekende vestigingsplaats voor bedrijven die wedijveren op de wereldmarkt.

De gastvrijheidseconomie is mede bepalend voor de aantrekkelijkheid van het Nederlandse vestigingsklimaat. Kenniswerkers uit binnen- en buitenland stellen hoge eisen aan de kwaliteit van hun omgeving, beoordeeld op onder meer de culturele infrastructuur, attractiedichtheid en beschikbaarheid van hoogwaardige voorzieningen.

### Missie Gastvrij Nederland

*"Gastvrij Nederland werkt aan een aantrekkelijk, duurzaam en (inter)-nationaal onderscheidend ondernemersklimaat om met meer gasten, toeristen, klanten en bezoekers meer bestedingen in Nederland te genereren. Zij zet zich in voor een toegankelijk, veelzijdig, verrassend en hoogwaardig producten- en diensten aanbod, waarin elk afzonderlijk bedrijf bijdraagt aan de uniciteit en dichtheid van de gastvrijheidsketen."*

### 50.000 ondernemers...

|               |                    |                 |                |                  |              |          |
|---------------|--------------------|-----------------|----------------|------------------|--------------|----------|
| Cultuur       | Restaurants        | Haven           | Snackbar       | VVV              | Drinken      | Wellness |
| Kroeg         | Zwembaden          | Kwalitaria      | Outdoor        | Cafetaria        | Werken       | Survival |
| Bungalowpark  | Safariparken       | Jachthavens     | Beurzen        | Openluchtmusea   |              |          |
| Zwemmen       | Ontspannen         | Natuurcampings  | Luchthaven     | Varen            | Kunst        |          |
| Spelen        | Groepsaccomodaties | Recreatieparken | Zakelijk       | Pannenkoekenhuis |              |          |
| Eten          | Genieten           | Recreëren       | Kinderen       | Zeilen           | Netwerken    | Musea    |
| Bioscopen     | Binnenstad         | Terras          | Aanlegsteigers | Cafés            | Disco        | Hotels   |
| Belevingspark | Attractiepark      | Theaters        | Popfestivals   | Ouderen          | Kunstgalerie |          |
| Congressen    | Teamwork           | Concert         | Dancings       | Sportevenementen |              |          |



# 3

## Gastvrij Nederland wil...

De gastvrijheidseconomie is een belangrijke pijler voor de nationale economie. Niet alleen economisch, ook maatschappelijk doet de sector opvallend van zich spreken.

### Gastvrij Nederland wil er aan werken dat:

#### Nederland

- in het binnen- en buitenland bekend staat als een aantrekkelijke bestemming;
- met haar unieke natuur en culturele landschappen als waarde voor de gastvrijheidseconomie behouden blijft;
- een veilig land is om te genieten en te ontspannen;
- een aantrekkelijke leefomgeving biedt, daarin gesteund door een bloeiende gastvrijheidseconomie.

#### haar gasten

- de keuze hebben uit een divers en aantrekkelijk aanbod;
- kunnen genieten van gezonde, veilige en leuke activiteiten;
- zich goed kunnen verplaatsen, zowel over de weg, door de lucht en over het spoor als via unieke waterwegen.

#### haar medewerkers

- zich sociaal en maatschappelijk kunnen ontwikkelen in iedere fase van hun leven en carrière;
- gepassioneerd werken aan een nog gastvrij Nederland.

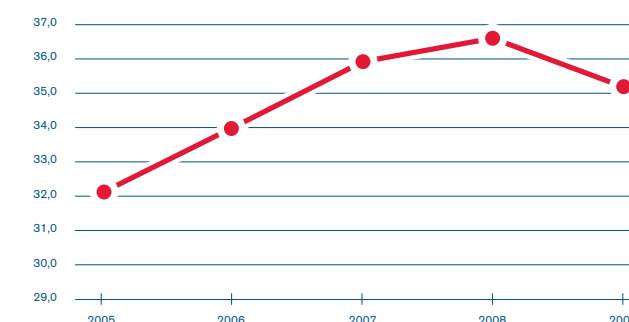
#### haar ondernemers

- steeds weer werk maken van de noodzakelijke professionalisering in de bedrijfsvoering;
- snel, slagvaardig en renderend ondernemen in een gezonde markt;
- ondernemen zonder overbodige administratieve lasten en toezicht;
- net zo goed worden vertrouwd door de overheden als door hun eigen gasten;
- economische én maatschappelijke meerwaarde creëren door eensgezind samen te werken met elkaar en met overheden, stakeholders en belangenorganisaties.

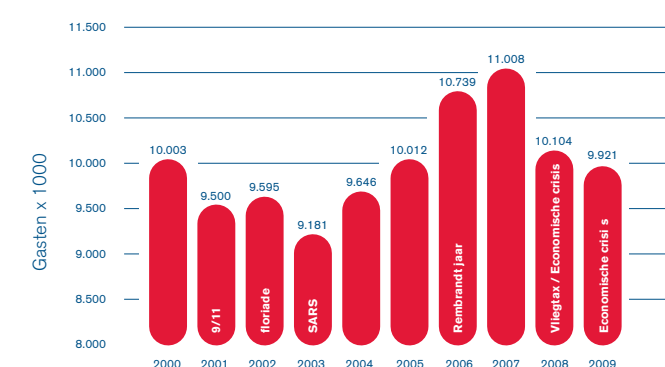
#### Toeristische uitgaven licht gedaald

In 2009 hebben Nederlandse en buitenlandse toeristen 35,2 miljard euro uitgegeven in Nederland. Dat is een 4 procent daling ten opzichte van 2008.

#### Ontwikkeling toeristische bestedingen 2005 - 2009 (Bron: TSA van CBS)



#### Ontwikkeling inkomend toerisme 2000 - 2009 (Bron: CBS)





# 4

## Gastvrij Nederland wil

## werk maken van haar ambitieuze doelstellingen

Gastvrij Nederland focust zich binnen de gastvrijheidseconomie op het ondernemerschap en neemt verantwoordelijkheid voor het centraal stellen van de gast.

De bedrijven in de gastvrijheidseconomie willen werk maken van de volgende ambitieuze doelstellingen:

1. Een gunstig ondernemersklimaat omdat ondernemers willen ondernemen.
2. Een sterk imago in binnen- en buitenland omdat dit een directe impuls geeft aan de Nederlandse economie.
3. Een innovatieve sector omdat vernieuwingen de gastvrijheids-economie stimuleren en op een hoger plan brengen.
4. Een kansrijke arbeidsmarkt omdat dit kansen creëert voor werknemers en werkgevers.
5. Een gezonde en vitale samenleving omdat dit de productiviteit van Nederland bevordert.
6. Een aantrekkelijke en veilige leefomgeving omdat de Nederlandse samenleving hierdoor beter functioneert.
7. Een unieke beleving van natuur, landschap en cultuur omdat dit een economische meerwaarde heeft.
8. Een goede bereikbaarheid omdat stadscentra en landelijke gebieden daarmee beter zijn te ontsluiten.
9. Een gastvrijheidseconomie in financieel evenwicht omdat het speelveld binnen Nederland niet overal gelijk is.
10. Een hechte samenwerking met de overheid volgens het principe 'je gaat er over of niet'.

De doelstellingen zijn concreet gemaakt aan de hand van de kansen die Gastvrij Nederland in het tijdvak 2011 - 2014 wil oppakken. Deze kansen vormen in samenhang en gezamenlijkheid de agenda voor de genoemde periode.

**Toeristische en Zakelijke bestedingen in Nederland in 2009** (Bron: CBS)

|                                                                        | Inkomend toerisme | Binnenlands toerisme | Uitgaand toerisme | Totaal      |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|-------------|
| Toeristisch (x mld.€)                                                  | 5,7               | 17,0                 |                   |             |
| Zakelijk (x mld.€)                                                     | 1,3               | 2,8                  |                   |             |
| Uitgaven van uitgaand toerisme dat in Nederland achterblijft (x mld.€) |                   |                      | 3,6               |             |
| <b>Totaal (x mld.€)</b>                                                | <b>7,0</b>        | <b>19,9</b>          | <b>3,6</b>        | <b>30,5</b> |
| Aankoop duurzame recreatiegoederen (x mld.€)                           |                   |                      |                   | 2,8         |
| Sociale overdrachten (x mld.€)                                         |                   |                      |                   | 1,9         |
| <b>Totale economische betekenis toerisme en recreatie (x mld.€)</b>    |                   |                      |                   | <b>35,2</b> |
| Toeristische banen                                                     |                   |                      |                   | 399.000     |
| Toeristisch arbeidsvolume (fte's)                                      |                   |                      |                   | 249.000     |



# Gastvrij Nederland wil:

## 1. Een gunstig ondernemersklimaat Omdat ondernemers willen ondernemen

De gastvrijheidseconomie draagt bij aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van een omgeving. Restaurants, attractieparken, bungalowparken, musea, theaters, dierentuinen, internationale beurzen, congressen en evenementen trekken mensen aan. Dat is ook lucratief voor bedrijven die als toeleverancier fungeren of die hun voordeel doen met de dynamische effecten ervan. Een gastvrij klimaat trekt bedrijvigheid aan. Dit geldt voor de Randstad, maar ook voor de regio's er buiten.



De overheid kan een gunstig ondernemersklimaat actief bevorderen. Te denken valt aan het verminderen van (administratieve) lasten, het verbeteren van de dienstverlening en een gericht toezicht. Vanuit economische en maatschappelijke overwegingen verdient alert inspelen op de 24-uurseconomie daarbij bijzondere aandacht. Een andere invalshoek is vanuit vertrouwen samen te werken met ondernemers. Startpunt voor deze 'high trust benadering' is dat op basis van een geconditioneerd vertrouwen van de overheid in de professionaliteit van bedrijven en in de zelfregulerende mechanismen uit het maatschappelijke en economische verkeer, minder stringente wet- en regelgeving nodig is om publieke belangen te borgen. De overheid kan daarmee volstaan met minder toezicht en wetmatig ingrijpen in het maatschappelijk en economisch verkeer. Tegelijkertijd zullen bedrijven hierbij meer ruimte krijgen voor zelfregulering en handhaving en een grotere eigen verantwoordelijkheid moeten dragen.

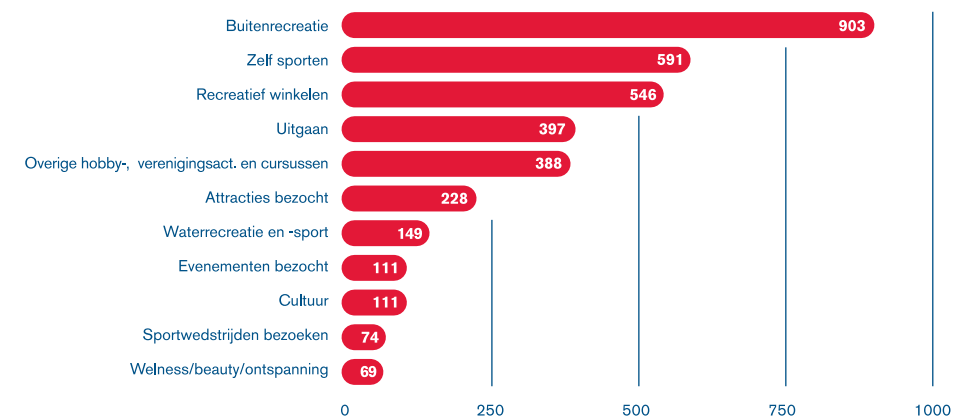
De kwaliteit van de dienstverlening van de overheid aan ondernemers is hierbij belangrijk. Het door VNO-NCW, MKB Nederland en de VNG ontwikkelde Normenkader geeft gemeenten inzicht in hun dienstverlening aan ondernemers en omvat een concreet verbeterplan om uiterlijk vóór 2013 merkbare verbeteringen te realiseren. Dit 'Bewijs van Goede Dienst' dient voortvarend opgepakt te worden door gemeenten en andere overheden, gefaciliteerd door de beschikbaar gestelde subsidie (zie [www.bewijsvangoededienst.nl](http://www.bewijsvangoededienst.nl)). Provinciale en gemeentelijke overheden dienen met operationele en regisserende inspanningen werk te maken van de gastvrijheidseconomie. Onder meer door medewerking te verlenen aan toeristische evenementen. Zie ook het IPO- en VNG-convenant dat Gastvrij Nederland met betreffende overheidsgeledingen heeft afgesloten.

## Kansen

- 1. Minder (administratieve) lasten door meer vertrouwen.**  
Gastvrij Nederland ziet kansen om de regeldruk verder terug te dringen door te werken volgens het principe van 'vertrouwen in ondernemers' en door meer gebruik te maken van bewezen 'best practices' van gemeenten.
- 2. Inspectievakantie als bonus van risicogericht toezicht.**  
Focus toezicht moet zich richten op bedrijven die de regels niet naleven. Gastvrij Nederland wil samen met de toezichthouders nagaan of risicogericht toezicht kan worden geoptimaliseerd.
- 3. Transparanter ondernemen met het ondernemingsdossier.**  
Het elektronisch Ondernemingsdossier is een uitgelezen mogelijkheid om op basis van samenwerking tussen sector en overheid de administratieve - en toezichtlasten voor ondernemers verder te beperken.
- 4. Samen invulling geven aan de 24-uurseconomie.**  
Het vormgeven van de 24-uurseconomie vraagt afstemming met het georganiseerde bedrijfsleven, opdat alle belangen - publiek en privaat - evenwichtig worden meegewogen.

### Vrijtijdsactiviteiten door Nederlanders (2008/2009 x miljoen)

De meeste vrijetijdsactiviteiten vinden plaats direct in de woonomgeving van de Nederlanders.



\*Vrijtijdsactiviteit: dagrecreatieve activiteit die buiten de eigen woning wordt ondernomen en waarbij men minimaal 1 uur van huis is.

Bron: NBTC-NIPO Research  
ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO)



# Gastvrij Nederland wil:

## 2. Een sterk imago in binnen- en buitenland Omdat dit een directe impuls geeft aan de Nederlandse economie

Ons land heeft een rijke geschiedenis en een boeiend aanbod van gevarieerde landschappen, natuur en cultuur. Daarnaast heeft Nederland een unieke ligging en een zeer goed ontwikkelde infrastructuur voor diverse transportmodaliteiten, met gateways als Schiphol en de Rotterdamse haven. Dit brede aanbod van faciliteiten, cultuur, historie, landschappelijke kwaliteit en evenementen zorgt ervoor dat Nederland een aantrekkelijk vestigings- en verblijfsklimaat biedt aan zowel buitenlandse ondernemingen en zakelijke bezoekers, als aan binnen- en buitenlandse toeristen.



**G**egeven het belang van West-Europa voor de wereldmarkt, bieden snel groeiende economieën als China, India en Brazilië nieuwe kansen.

### Het gevolg is dat:

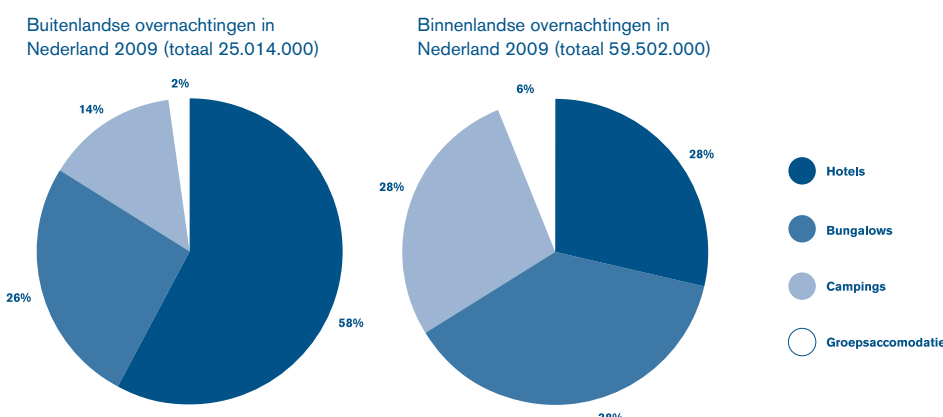
- het aantal niet-Europese multinationals sterk zal groeien. Deze bedrijven gaan voor een Europees hoofdkantoor op zoek naar een vestigingsplaats in een gastvrije omgeving;
- de behoefte aan kennisuitwisseling in zakelijke meetings en congressen toeneemt;
- het aantal potentiële buitenlandse toeristen toeneemt.

Nederland moet daarom in het buitenland een voor de hand liggende keuze zijn en buitenlandpromotie blijven stimuleren om buitenlandse ondernemingen, zakelijke bezoekers en toeristen te verleiden. Het belang daarvan is des te groter omdat Nederland concurreert met bestemmingen die doorgaans over (meer) rijksfinanciering beschikken voor destinationmarketing. De concurrentie op de internationale reismarkt neemt toe en het marktaandeel van Nederland staat onder druk. Naast de aanscherping van het imago is de positionering en promotie van de bestemming Nederland dan ook essentieel. Immers, de keuze voor de bestemming gaat (bijna altijd) vooraf aan de keuze voor accommodaties, attracties, musea, restaurants, etc. Het (economische) belang van het

inkomend toeristisch en zakelijk reisverkeer vereist een nadrukkelijke afweging in discussies en beleidsvorming rond de (groei)ontwikkeling van Schiphol en het uitplaatsen van inkomende vluchten naar regionale luchthavens, in het bijzonder vluchten van low cost carriers. Nederland wil ook aantrekkelijk blijven voor de Nederlander zelf, die voor de invulling van zijn vrije tijd op zoek is naar belevenissen, bij voorkeur tegen het decor van een levendig stadscentrum, dorp of landelijk gebied. Investeren in marketing en promotie is essentieel voor de verbetering van het imago van Nederland in binnen- en buitenland. Bovendien is iedere toerist een potentiële investeerder. Gastvrij Nederland zal zich samen met de overheid inspannen om het imago van Nederland te versterken. Bijvoorbeeld door politiek en bestuurlijk uit te dragen dat vakanties in eigen land verrassend en duurzaam zijn. En door samen evenementen met (inter)nationale aantrekkingskracht te organiseren, zoals de Floriade, TEFAF, Sail Amsterdam en in de toekomst de Olympische Spelen. Ook eenmalige activiteiten als Rembrandt 400 en de Tour de France dragen bij aan de trefzekere promotie van Nederland als een bezoekwaardige bestemming voor buitenlandse gasten en het internationale bedrijfsleven. Tot slot is het belangrijk aan te sluiten bij de ontwikkelingen in andere Europese lidstaten en bij het toerismebeleid van de EU.

### Inkomend toerisme in Nederland

In 2009 kwamen bijna 10 miljoen buitenlandse gasten naar Nederland voor een kort of langer verblijf. In totaal verbleven zij meer dan 25 miljoen nachten. Nederlanders zelf verbleven bijna 60 miljoen nachten, hiermee komt het totaal aantal overnachtingen in Nederland op 84,5 miljoen in 2009, dit is nog exclusief de overnachtingen in de watersport. [Bron: CBS]



## Kansen

### 1. Structureel investeren in buitenland promotie

Om de vraag naar het Nederlandse aanbod te stimuleren is het van groot belang dat publieke en private partijen meer samenwerken. Op deze manier ontstaat een grotere slagkracht en kunnen beschikbare promotiebudgetten effectief worden ingezet. Stimuleren van de gastvrijheidseconomie is voor de overheid zeer profijtelijk. Onderzoek heeft aangetoond dat elke geïnvesteerde euro in toeristische promotie, gemiddeld 40 euro aan bestedingen in Nederland (1:40) oplevert. Hiervan stroomt zo'n 40% in de vorm van sociale premies, BTW en winstbelasting weer terug naar de overheid.

### 2. Stimuleren vakantie en vrijetijdsbesteding in eigen land.

Door middel van samenwerking met grootstedelijke en regionale VVV/bureau voor toerisme organisaties en ondernemers kan het marktaandeel van vakantie in eigen land worden vergroot.

### 3. Vereenvoudigen procedures toeristen- en werkvisa.

Er bestaan standaardprocedures voor de aanvraag van Schengen-visa in landen als China, India en Rusland. Dit om internationale bezoekers uit deze markten gemakkelijker naar Nederland te laten reizen. Door de procedures te vereenvoudigen, onder andere door financiële zekerheidsstelling en verbeterde dienstverlening (openstelling, toegankelijkheid en service), kan tijdelijk verblijf in Nederland door gasten uit deze landen worden gestimuleerd.



# Gastvrij Nederland wil:

## 3. Een innovatieve sector Omdat vernieuwingen de gastvrijheidseconomie stimuleren

De wereldeconomie ontwikkelt zich steeds meer van een productoriëntatie naar een beleavingsoriëntatie. De wensen en behoeften van consumenten staan hierin centraal. Deze ontwikkeling is voor de gastvrijheidseconomie zeer belangrijk. Om internationaal voorop te blijven lopen zet de sector zich actief in voor innovatieve concepten, producten en diensten. Het resultaat zijn verrassende combinaties, zoals gecombineerde zorg- en wellness arrangementen; campings met hotel service.



**D**e gastvrijheidseconomie is bij uitstek in staat om innovatie te verbinden met duurzaamheid. Concepten als elektrisch varen, vakantieparken die biomassa opwekken en duurzame horecaformules geven aan dat de sector de aansluiting met maatschappelijke ontwikkelingen niet wil missen. De branche is zich bewust van haar voorbeeldfunctie en wil deze beter over het voetlicht brengen.

Ontwikkelingen op het gebied van social media zorgen dat ondernemers in de gastvrijheidseconomie door hun gasten continu worden beoordeeld. Websites als zoover.nl, partyflock.nl, tripadviser.nl, horeca-hotelsholland.com en hotelzapper.nl hebben de wereld van de gastvrijheidseconomie ingrijpend veran-

derd. De zogenaamde 'user generated content' sites waar gasten hun - soms ongezoeten - mening geven over de kwaliteit van ondernemers zijn zeker van invloed op de bedrijfsprestaties en -continuïteit. Hiervan gaat meer dan eens een reinigende werking uit. De sector is zich meer bewust geworden van de noodzaak om binnen de keten vernieuwende product-marktcombinaties te creëren.

Het is essentieel dat de landelijke en lokale overheid goede randvoorwaarden creëert om innovaties te stimuleren. Zoals het wegnemen van belemmeringen door regels en procedures, maar ook het actief meedenken en navenant handelen over nationale, regionale en lokale kansen en mogelijkheden.

### Het gebruik van nieuwe media

- 1 op de 3 gasten baseert haar keuze op websites als zoover.nl, tripadviser.nl of iens.nl
- Jongeren bepalen hun avond uit op basis van websites als partyflock.nl en betribes.nl
- 74% van de 50-plussers weet online de weg heel goed te vinden. Layers en Apps sterk in opkomst.
- Social media zijn voor jongeren het belangrijkste medium om op de hoogte te blijven van activiteiten, feesten en partijen.

## Kansen

### 1. Kansen voor innovatieve concepten.

Innovaties moeten niet worden belemmerd door regelgeving of complexe (vergunning)procedures. Gastvrij Nederland zal maximaal gebruik maken van de ruimte die de wetgeving biedt voor experimenten en innovaties. Daartoe zal Gastvrij Nederland belemmeringen inventariseren en deze adresseren bij de relevante overheden.

### 2. Social media beter benutten voor marktvraag.

Internet heeft de wereld veranderd. Bedrijven communiceren steeds vaker direct met hun klanten en omgekeerd. In 2011 zullen ruim 3 miljoen gebruikers informatie halen en activiteiten delen via social communities en online applicaties. Nieuwe media vormen bepalen consumptie- en recreatiegedrag in toenemende mate. Hier liggen innovatiekansen voor de sector.

### 3. Duurzaam innoveren.

De gastvrijheidseconomie is bij uitstek een sector die in staat is om duurzaamheid te combineren met innovatie. Gastvrij Nederland zal een innovatieagenda voor de sector opzetten en uitvoeren, en zo nodig samenwerking zoeken met de overheid.



# Gastvrij Nederland wil:

## 4. Een kansrijke arbeidsmarkt Omdat dit kansen genereert voor werknemers en werkgevers

De gastvrijheidsbranche heeft werk voor iedereen: jong en oud, vitaal en minder valide, hoog- en lager opgeleid. De sector biedt volop mogelijkheden tot werken in deeltijd en op basis van flexibele contracten. Dit verhoogt de arbeidsparticipatie. In de gastvrijheidseconomie werken hierdoor meer dan 400.000 mensen, met veel toewijding en plezier.



**G**astvrij Nederland wil dat werken in de sector veilig en verantwoord is, want dat bepaalt mede de beleving van de gast. Het is in de gastvrijheidseconomie van bijzonder groot belang snel in te kunnen spelen op de vaak grillige marktvraag en tegelijkertijd flexibel om te kunnen gaan met het beschikbare, gevarieerde arbeidsaanbod.

Een baan in de gastvrijheidseconomie betekent werken in een sociale omgeving met zorg voor elkaar en voor de gasten. Het betekent in dezelfde gezonde en veilige omstandigheden kunnen verblijven als waarin de gasten vertoeven.

De arbeidsmarkt zal over enkele jaren gekenmerkt worden door tekorten en een groeiende dynamiek. Investerings in opleidingen, duurzame inzetbaarheid en het imago van het werk in de gastvrijheidsbranche vormen het beste recept voor een toenemende arbeidsparticipatie.

Extra aandacht is er daarbij voor ouderen en arbeidskrachten aan de onderkant van de arbeidsmarkt. Ook allochtonen worden gestimuleerd meer te participeren, met name door de aandacht te vestigen op de juiste beroepskeuzes.

Binnen de gastvrijheidseconomie bestaan voldoende mogelijkheden voor een verdere verbetering van de kwaliteit van dienstverlening, met name als het aankomt op aandacht voor de gast. De gelijktijdige vergrijzing en verjonging van de arbeidsmarkt vraagt om een toekomstgericht arbeidsmarkt- en onderwijsbeleid. Het motiveren en ontwikkelen van mensen draagt bij aan een duurzame arbeidsmarkt, zowel voor werknemers als werkgevers. Ofschoon de sector veel tijd besteedt aan samenwerking met opleidingsinstituten, sluiten opleidingen nog te vaak onvoldoende aan bij de arbeidsmarkt.

Toeristische werkgelegenheid en aandeel (%) in totale werkgelegenheid

(2008, Bron CBS Nationale Rekeningen 2008)

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| Arbeidsvolume (fte's) toerisme | 3,6% |
| Toeristische werkzame personen | 4,1% |
| Toeristische banen             | 4,3% |

Vergelijking werkgelegenheid toerisme met een aantal andere sectoren

(werkzame personen, Bron CBS Nationale Rekeningen 2008)

| Sector                        | Werkzame personen |
|-------------------------------|-------------------|
| Banken en verzekeringswezen   | 215.000           |
| Landbouw, bosbouw en visserij | 255.000           |
| Toerisme                      | 357.000           |
| Bouwnijverheid                | 498.000           |
| Industrie                     | 938.000           |

## Kansen

### 1. Meer werkgelegenheid.

Investeren in de gastvrijheidseconomie leidt direct tot extra werkgelegenheid. Zo is berekend dat bij een reële omzetgroei van 1,5% het aantal banen de komende tien jaar met circa 65.000 toeneemt.

### 2. Meer stage- en leerwerkplekken voor kwetsbare groepen.

Gastvrij Nederland spant zich in voor een toenemende participatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

### 3. Opleiden met perspectief.

Door meer rekening te houden met de behoeften van 'generatie Y' kunnen opleidingen beter aansluiten op de vraag uit de markt. Gastvrij Nederland stimuleert de aangesloten leden de contacten met kennisinstellingen hiertoe te intensiveren.

### 4. Binden, boeien en behouden van personeel.

Gastvrij Nederland zorgt ervoor dat personeel voldoende ontplooiingskansen krijgt en het gastheerschap optimaal wordt ontwikkeld, binnen een gezonde en veilige omgeving.



# Gastvrij Nederland wil:

## 5. Een gezonde en vitale samenleving Omdat dit de productiviteit van Nederland bevordert

Gasten hebben vertrouwen in ondernemers in de gastvrijheidsbranche. Gasten verwachten bijvoorbeeld smakelijke en verantwoorde gerechten. Gasten willen verblijven, recreëren en verpozen in een veilige omgeving, met een divers aanbod aan activiteiten en attracties. Hiermee leveren de bedrijven uit de gastvrijheidseconomie waarde aan een samenleving die hecht aan de vervulling van immateriële basisbehoeften. De gastvrijheidseconomie biedt een ieder gelegenheid om even te ontsnappen aan een hectisch bestaan. Zo levert de sector een zeer directe bijdrage aan een beter en gezonder leven in Nederland.



**D**e gast is kieskeurig en mondig. Dat houdt de ondernemer scherp, maar maakt hem ook verantwoordelijk. Uitgaan voor jongeren moet vooral leuk en veilig zijn. Ondernemers in de gastvrijheidseconomie weten als geen ander dat overmatig alcoholgebruik en harde muziek leiden tot onnodige risico's, maatschappelijke problemen en kosten. Ondernemers in de gastvrijheidseconomie spannen zich maximaal in om hun verantwoordelijkheid op dit terrein te nemen en daarvoor periodiek verantwoording af te leggen. De insteek is gerichte communicatie, direct bij de bron. Zo wordt in uitgaansgelegenheden waar veel jongeren komen meegewerkt aan (voorlichtings)campagnes over alcohol- en drugsgebruik en veilige seks. Ook wordt actief gehoorbescherming verstrekt.

Een gezonde samenleving is echter wel een gezamenlijke verantwoordelijkheid. Dit betekent dat ook de jongeren – en eventueel hun ouders – door de overheid aangesproken dienen te worden op onverantwoord gedrag.

Gastvrij Nederland wil samen met de overheid streven naar een gezonde en veilige samenleving. Waar dit kan binnen de grenzen van het ondernemerschap, waar het moet met ingrijpen van overheidswege.

## Kansen

### 1. Meer gezamenlijk werken aan gezondheidskwesties.

Een goed voorbeeld is het rookverbod en de aandacht voor verantwoord alcoholgebruik. Door samen te werken komen betere oplossingen binnen handbereik. Een en ander wel binnen de grenzen van het ondernemerschap, waar het moet ondersteund met ingrijpen van overheidswege.

### 2. Gezonder ontspannen en genieten.

De leden van Gastvrij Nederland hebben unieke mogelijkheden om het thema gezondheid onder de aandacht te brengen. Gastvrij Nederland nodigt de overheid uit hierover gezamenlijk afspraken te maken.

### 3. Stimuleren bewegen en (inter)nationale (sport)evenementen.

Bewegen is goed voor de mens en (inter)nationale (sport)evenementen zijn hiervoor een aansprekende inspiratiebron. Bovendien bezorgen deze evenementen de gastvrijheidseconomie meer (internationale) bezoekers en bestedingen. Door bijvoorbeeld (water)sport te stimuleren verbetert de gezondheid van de Nederlandse bevolking.



# Gastvrij Nederland wil:

## 6. Een aantrekkelijke en veilige leefomgeving Omdat de Nederlandse samenleving hierdoor beter functioneert

Of het nu gaat om een cafetaria, recreatiepark, museum of bioscoop, ondernemers in de gastvrijheidseconomie leveren een directe bijdrage aan de leefbaarheid van de omgeving. Woongebieden worden aantrekkelijker als mensen er veilig kunnen samenkomen en genieten.



## Kansen

### 1. Kansen voor (potentiële) krimpgebieden door stuwende sector.

Door de gastvrijheidseconomie doelbewust in te zetten als vormgever en stimulator van de omgeving kunnen nieuwe kansen voor krimpgebieden worden geïdentificeerd. Ontwikkeling- en experimenteerruimte kan hier soelaas bieden.

### 2. Verbeteren imago sector.

De gastvrijheidseconomie functioneert grotendeels integer, betrokken en verantwoord. Desondanks is het imago van de branche, zowel bij het publiek als bij de politiek, niet altijd even sterk. De sector wil in nauwe samenwerking met overheden en consumentenorganisaties haar imago verbeteren. Malafide bedrijven dienen stevig te worden aangepakt, terwijl bonafide ondernemers niet onnodig moeten worden belast met integriteitstoetsen.

### 3. Een betere cohesie van de samenleving.

De sector wil de kans aangrijpen om haar louterende functie voor de samenleving beter gearticuleerd te zien in beleidsvisies en notities van overheden.

### 4. Veiligheid zonder bureaucratische rompslomp.

Gastvrij Nederland heeft duidelijke ideeën over een verdere verbetering van de veiligheid voor gasten zonder overbodige bureaucratie. Dit kan onder meer bereikt worden door regelgeving gezamenlijk te evalueren en bij te stellen (zoals bij het gebruiksbesluit tijdelijke bouwwerken).

**H**oger opgeleide mensen kennen over het algemeen veel waarde toe aan een groot en divers cultureel aanbod. Steden en regio's die hierin voorzien, kennen een grotere werkgelegenheid. Veel van die banen bevinden zich in de verzorgende sectoren, zoals horeca en detailhandel. Daarvan profiteren juist mensen met een lagere opleiding. Door ruimte(n) te creëren waar mensen uit alle lagen van de bevolking elkaar ontmoeten zorgt de gastvrijheidseconomie voor cohesie in de samenleving. Dit is een essentiële voorwaarde voor een aangenamer Nederland.

Gastvrij Nederland wil samen met de overheid bekijken op welke wijze de problemen van krimpregio's kunnen worden verlicht door nieuwe combinaties van wonen, werken en genieten marktgericht te exploiteren: de gastvrijheidseconomie als vormgever en stimulator van de omgeving.

Een belangrijke randvoorwaarde voor een aantrekkelijke omgeving is de veiligheidsbeleving. Of het nu gaat om agressie in de binnenstad of overlast in een recreatiegebied, veiligheid is een kerntaak van de overheid. Ondernemers hebben een concreet belang bij het waarborgen van de veiligheid van zowel hun gasten als hun personeel en zichzelf. De borging van veiligheid in en buiten ondernemingen is dan ook duidelijk een gezamenlijk belang. Gastvrij Nederland zoekt op dit gebied actief samenwerking. Voorwaarden waaronder dit kan, dienen samen te worden verkend op basis van beschikbare deskundigheid van brandweer, politie en de praktijkervaringen van betrokken ondernemers. Alleen dan kunnen incidenten worden beheerst en voorkomen. Gastvrij Nederland vindt dat malafide ondernemers hard dienen te worden aangepakt. Tegelijkertijd moeten bonafide ondernemers niet onnodig worden belast met integriteitstoetsen. Gastvrij Nederland wil samen met de overheid effectief en op maat gesneden waarborgen dat de sector integer opereert en criminele activiteiten weert.



# Gastvrij Nederland wil:

## 7. Een unieke beleving van natuur, landschap en cultuur Omdat dit een economische meerwaarde heeft

Ondernemers in de gastvrijheidseconomie vervullen hun gastheerschap in de directe nabijheid van natuur, culturele infrastructuur, historisch erfgoed of combinaties hiervan. Het wijdvertakte waterwegennetwerk, de grootschalige waterwerken, de talrijke grachten, meren en plassen, Europese topnatuurgebieden als de Weerribben en de Waddenzee, het zijn afzonderlijk en in combinatie met elkaar voorbeelden van de hoge kwaliteit van het natuuraanbod van Nederland, dat naast kleur en leven, ons land ook internationaal allure geeft.



## Kansen

### 1. Bevorderen wisselwerking natuur en economie.

Het bewustzijn groeit dat natuur van meerwaarde is voor de economie in de dagelijkse woon-, leef- en werkomgeving, en dat een economische benadering en ondernemerschap nodig zijn voor het behoud van deze natuur. Gastvrij Nederland wil de grenzen hiervan met de overheid verkennen en concreet beleid uitwerken.

### 2. Stimuleren bestedingen via co-producties met kunst en cultuur.

Door als overheid samen te werken met ondernemers en initiatiefnemers op het gebied van architectuur, design, arts, podia, musea en kunst kan de beleving van cultuur worden versterkt. Dienstverleningsovereenkomsten zijn hiervoor veel effectiever dan subsidieovereenkomsten.

### 3. Vermarkten kleinere CO2-footprint.

De gastvrijheidseconomie is lokaal georiënteerd en duurzaam. Gastvrij Nederland wil de relatief kleine CO2-footprint van de gastvrijheidseconomie benutten om binnenlands toerisme verder te stimuleren.

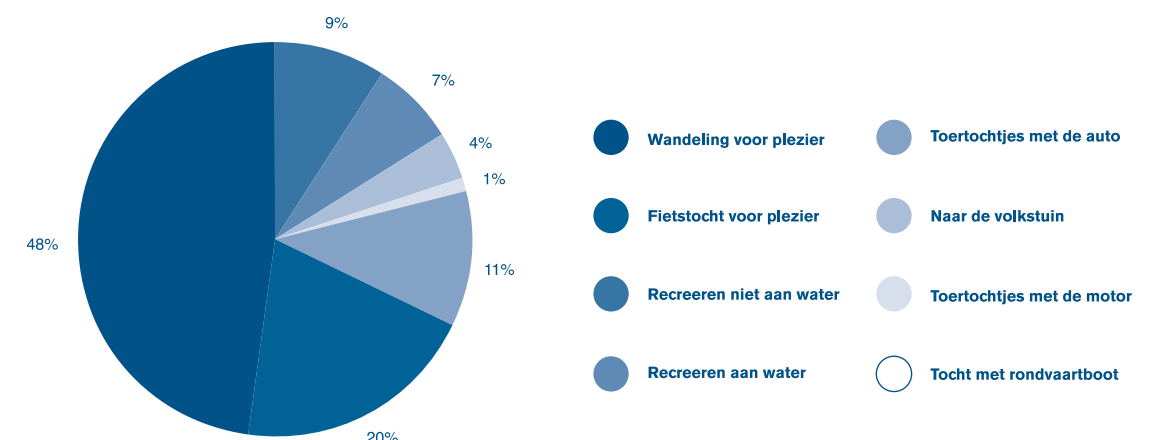
Een rijk cultureel aanbod draagt in belangrijke mate bij aan een vitale stad. Kunst en cultuur zijn prominente dragers van de esthetiek en beleving van steden en bepalen voor een belangrijk deel hun aantrekkingskracht. Over het algemeen zijn het de grotere steden, die hierin voorzien. Waar mensen 's avonds spontaan terecht kunnen bij een van de vele theaters, concertgebouwen, poppodia en jazzcafés. De waardering voor kunst en cultuur in de stad uit zich niet alleen in het bezoek van buitenaf, maar ook in een grotere vraag naar, en hogere prijzen van woningen. Kunst en cultuur vergroten de concurrentiepositie in de strijd om het aantrekken van kansrijke bezoekers- en bevolkingsgroepen en dragen zo bij aan de lokale economie.

Op het snijvlak van natuur, landschap en cultuur enerzijds en de economische belangen anderzijds zijn het de ondernemers van de gastvrijheidsbranche die als gastheer fungeren. En zij zijn zich terdege bewust van het belang van een gezonde balans. Gastvrij Nederland pleit voor het behoud van natuurgebieden in Nederland, maar wil wél dat onze binnen- en buitenlandse gasten ervan

kunnen genieten. Het bewustzijn groeit dat natuur van meerwaarde is voor de economie in de dagelijkse woon-, leef- en werkomgeving - en dat een economische benadering en ondernemerschap nodig zijn voor het behoud van deze natuur. Uiteraard moeten voor elk gebied de passende, verantwoorde afwegingen worden gemaakt. Belangrijk hierbij is dat dit in een sfeer van vertrouwen en transparantie gebeurt. Oprecht genieten van Nederlandse natuur, landschap en cultuur kan volgens Gastvrij Nederland zeer wel samengaan met verantwoord ondernemerschap.

### Buitenrecreatieve vrijetijdsbesteding 2008/2009

Nederlanders genieten van hun omgeving. Van de 3,67 miljard vrijetijdsactiviteiten vinden er maar liefst 903 miljoen activiteiten in de natuur plaats. [Bron: NBTC-NIPO Research, CVTO].





# Gastvrij Nederland wil:

## 8. Een goede bereikbaarheid Omdat stadcentra en gebieden beter zijn te ontsluiten

Nederland is uniek in de wereld doordat wonen, werken en genieten op korte afstand van elkaar mogelijk zijn. Nederland is een metropool van wereldformaat met een laagdrempelige infrastructuur - water, lucht, spoor en weg - die voor iedereen toegankelijk is. Hierbij dient wel te worden opgemerkt dat er een groot verschil is tussen de bereikbaarheid van verstedelijkte gebieden waar collectief vervoer een oplossing vormt en het landelijke gebied waar de auto van wezenlijk belang blijft.



Onze aaneengesloten (water) wegen, die natuur en binnenstad met elkaar verbinden, maken reizen binnen Nederland tot een ontspannen avontuur. Ook gasten uit de grensregio's genieten dit voordeel. Dit onderscheidende concurrentievoordeel vraagt om samenhangend beleid dat water, lucht, spoor en weg beter met elkaar verbindt en locaties goed bereikbaar houdt.

Goed bereikbare binnensteden met touringcars zijn van groot belang voor het bezoek aan musea, theaters, winkelveorzieningen en horeca. Dit is essentieel voor de economische vitaliteit en leefbaarheid van de binnensteden. De gastvrijheidsconsument maakt graag en vaak gebruik van de auto. Daarom is goede bereikbaarheid met de auto en voldoende en betaalbare parkeergelegenheid belangrijk. Daarnaast is een goed ontsloten binnenstad eveneens van belang om bedrijven in de gastvrijheidseconomie die gevestigd zijn in de binnenstad adequaat te kunnen beleveren.

In kleinere steden is een goede bereikbaarheid met de auto van groot belang. Deze kan met de aanleg van parkeergarages nog flink worden verbeterd. In grotere steden kan het autogebruik teruggedrongen worden als ruim baan wordt gegeven aan benutting van de businfrastructuur, met collectief vervoer per openbare en particuliere bus of taxi. Op deze wijze krijgen onze binnen- en buitenlandse gasten optimale service en wordt het leefklimaat in de binnensteden duurzaam verbeterd.

Gastvrij Nederland wil graag met de overheid prioriteiten stellen om de bereikbaarheid van binnensteden over het water en de weg te verbeteren. Zij ziet hierin een kans om de unieke waarden van Nederland verder te benutten en ondernemerschap succesvol te stimuleren. Zo vormen de plannen van lokale overheden om parkeerplaatsen voor touringcars bij musea en stations te verminderen een bedreiging voor de komst van grote groepen toeristen naar de culturele high lights in binnensteden.

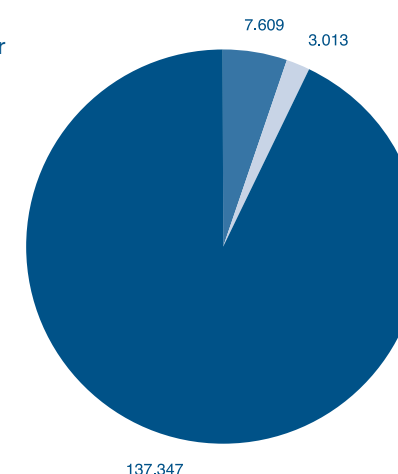
## Kansen

- Betere bereikbaarheid stadcentra en landelijke gebieden.**  
Gastvrij Nederland heeft concrete voorbeelden van hoe de bereikbaarheid vergroot kan worden. Bijvoorbeeld door beter de bestaande infrastructuur te benutten.
- Meer gebruik van de waterinfrastructuur.**  
Nederland heeft van oudsher een unieke waterinfrastructuur. Gastvrij Nederland wil deze samen met de betrokken overheden verder ontsluiten en ontwikkelen.
- Ruim baan voor collectief particulier busvervoer.**  
Busvervoer is duurzaam en verlaagt de verkeersdruk. Door collectief particulier busvervoer ook gebruik te laten maken van busbanen kan dit verder worden gestimuleerd.

### Infrastructuur in Nederland

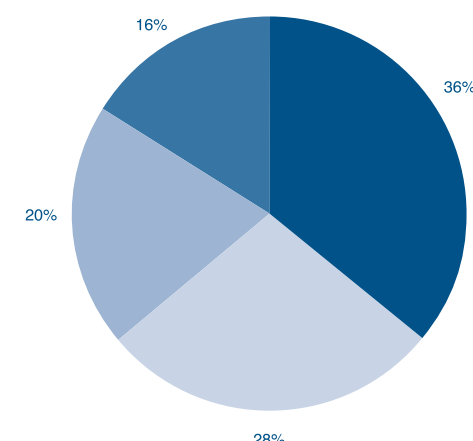
Nederland heeft 137 duizend kilometer wegen, 10 duizend kilometer waterwegen (waarvan 7,6 duizend kilometer hoofdvaarwegen) en 3 duizend kilometer spoor.

[Bron: CBS, Rijkswaterstaat]



- Vaarwegen (km)
- Autowegen (km)
- Spoorwegen (km)

### 20% gastvrijheidseuro gaat naar vervoer



- Horecadiensten
- Overige toeristische goederen en diensten
- Vervoersdiensten
- Cultuur, sport en recreatie



# Gastvrij Nederland wil:

## 9. Een gastvrijheids-economie financieel in evenwicht Omdat het speelveld binnen Nederland niet overal gelijk is

**Uiteenlopende activiteiten in de gastvrijheids-economie zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Daarbij hebben vele bedrijven in de gemeente baat bij de aanwezigheid van gasten en toeristen uit binnen- en buitenland, zoals bedrijven actief in de detailhandel en grootwinkelbedrijf.**



**O**mdat de effecten van financiële maatregelen die bij de consument direct tot een kostenverhoging leiden groot zijn, pleit Gastvrij Nederland ervoor belastingverhogingen in de gastvrijheidseconomie te voorkomen. Terughoudendheid met de toeristenbelasting, die een opwaartse trend kent, is gewenst. Een kwart van de Nederlandse gemeenten geeft het goede voorbeeld door deze niet in te voeren.

Ook op een ander terrein hebben kostenstijgingen een disproportioneel effect. Een duurder theaterkaartje als gevolg van een BTW-verhoging leidt onherroepelijk tot vraaguitval. Daarvan zijn naast theaters en schouwburgen ook andere ondernemers in de gastvrijheidseconomie en daarbuiten de dupe (horeca, detailhandel etc.). Bovendien leidt een grote vraaguitval tot minder inkomsten voor de overheid. Een compleet dagje weg bestaat voor veel van onze binnen- en bui-

tenlandse gasten uit volop genieten van de grote variëteit aan uitgaansmogelijkheden. Zo wordt een museumbezoek afgesloten op een terras of wordt de voorstelling in het theater voorafgegaan door een sfeervol etentje om de hoek, nabij een gezellige jachthaven.

Bijzondere aandacht vraagt het culturele speelveld. Onderscheidende kunst en cultuur trekken gasten uit binnen- en buitenland. Ook bedrijven met (internationale) kenniswerkers zijn hiervoor gevoelig. Juist daarom is het belangrijk dat de overheid condities creëert die de kwaliteit van het aanbod van kunst en cultuur verhogen en de toegankelijkheid ervan waarborgen. Hiermee wordt de duur van het verblijf verlengd en stijgen de consumentenbestedingen. En dat komt ook de Nederlandse staatskas ten goede.

**Na 1,5 jaar heeft het internationale kunst- en cultuurevenement Holland Art Cities (HAC) bijna €50 miljoen aan extra inkomsten opgeleverd voor de toeristische sector in Nederland.**

230.000 bezoekers gaven aan speciaal voor de tentoonstelling naar Nederland te zijn gekomen. Deze groep bezoekers gaf bijna €50 miljoen uit in ons land. Daarnaast gaven 330.000 mensen aan dat de bezochte tentoonstelling voor hen één van de redenen was om Nederland te bezoeken. Deze groep gaf ruim €210 miljoen uit in de Nederlandse winkels, horeca, hotelierie en musea.

## Kansen

- 1. Stimuleren level playing field.**  
Gastvrij Nederland heeft concrete voorbeelden van gevallen waarin regelgeving en randvoorwaarden nog niet uniform zijn. Zij zal deze adresseren bij specifieke overheden, om zo te voorkomen dat overheden marktverstoringen en concurrentievervalsing stimuleren of veroorzaken.
- 2. Duidelijkere richtlijnen (toeristen) belastingen.**  
Gastvrij Nederland wil dat de toeristenbelasting wordt afgeschaft. Als afschaffing niet mogelijk blijkt, dan moet er snel een einde komen aan de ongebreidelde stijgingen van lokale belastingen en moet de opbrengst in elk geval terugvloeien naar de gastvrijheidseconomie en besteed worden in samenspraak met de plaatselijke ondernemers.
- 3. Matig bezuinigingen op kunst en cultuur**  
Kunst en cultuur zijn een integraal en belangrijk onderdeel van de gastvrijheidseconomie. De op hand zijnde omvangrijke bezuinigingen bedreigen de kansen van ondernemers in de gastvrijheid. De optelsom van btw verhoging op de (podium)kunsten en omvangrijke bezuinigingen door rijk, provincies en gemeenten op kunst en cultuur bedreigen de vitaliteit van de cultuursector en hebben vergaande negatieve gevolgen voor de hele gastvrijheidseconomie. Ook de horeca en het toerisme worden getroffen door een gesloten museum of opgeheven festival. Besef dat wat wordt wegbezuinigd niet gemakkelijk wordt hersteld. Beperk de bezuinigingen op kunst en cultuur en zorg dat – waar deze onvermijdelijk zijn – ze verantwoord en evenwichtig worden doorgevoerd met erkenning van de onderlinge samenhang binnen het totaal aan gastvrijheidsvoorzieningen.



# Gastvrij Nederland wil:

## 10. Een hechte samenwerking met de overheid Volgens het principe “je gaat erover of niet”

Gastvrij Nederland en haar leden zijn namens het georganiseerde bedrijfsleven binnen de gastvrijheidseconomie een goede gesprekspartner voor de overheid. Het ondernemerschap in de gastvrijheidseconomie kenmerkt zich door verantwoordelijkheid, creativiteit en flexibiliteit. Ondernemers willen ondernemen en ideeën uitvoeren binnen de gestelde publieke kaders.



## Kansen

### 1. Eenduidige regelgeving en handhaving.

Een gelijk speelveld tussen gemeenten is belangrijk. Door uitwisseling van Best Practices is het mogelijk om tot verbeterde regelgeving en handhaving te komen.

### 2. Een slagvaardige overheid.

Gastvrij Nederland wil de bestuurlijke drukte vereenvoudigen door respectering van het principe “je gaat er over of niet”. Gastvrij Nederland heeft een overzicht van knelpunten die met dit principe kunnen worden opgelost. Een voorbeeldknelpunt is de bestuurlijke drukte bij het organiseren van evenementen.

### 3. Eenduidige sector kengetallen.

Vergroot de ‘market intelligence’ door het definiëren van gezaghebbende Kern Prestatie Indicatoren voor de gastvrijheidseconomie. Dit veronderstelt een verbijzondering op provinciaal en regionaal niveau, waarvoor een heldere structuur noodzakelijk is.

**V**eel ondernemers in de gastvrijheidseconomie hebben te maken met meerdere overheidsgeledingen en hiervan afgeleide uitvoeringsdiensten. Of het nu gaat om nieuwe (ruimtelijke) beleidsplannen, het organiseren van een evenement of het respecteren van talrijke toezichtsvereisten, de bestuurlijke drukte en hieruit resulterende complexiteit in de gastvrijheidseconomie is erg groot.

Gelukkig zijn er ook goede initiatieven: Door de invoering van de Wabo werken gemeenten, waterschappen en provincies meer samen. Zo wordt momenteel gewerkt aan de invoering van regionale uitvoeringsdiensten. Hierdoor zullen in de toekomst ondernemers minder hinder ondervinden van de gelaagdheid van de overheid.

Ook de toezichthouders volgen deze ontwikkeling door gezamenlijk te inspecteren en taken onderling af te stemmen en over te dragen. Zo heeft de nieuwe Voedsel en Warenautoriteit (VWA) met attractieparken concrete afspraken gemaakt om de

inspectiedruk te verminderen. Een goed voorbeeld dat hopelijk goed doet volgen.

Van een andere orde zijn de uitvoeringsorganisaties die zich bezighouden met het verzamelen en analyseren van sectorinformatie. Een verbeterde samenwerking ligt ook hier in het verschiet. Een kans om niet alleen betere informatie te krijgen maar ook met minder overheadskosten.

Gastvrij Nederland wenst dat deze ontwikkelingen verder gaan. Het resultaat zou moeten zijn een slagvaardige en efficiënte overheid (lagere kosten) met een helder beeld van haar taken.

### Bestuurlijke drukte in de gastvrijheidseconomie

In Nederland houden vele (overheids)organisaties zich bezig met beleid, regelgeving, uitvoering en/of toezicht in de gastvrijheidseconomie. Niet altijd naadloos met elkaar afgestemd.





# 5

## Gastvrij Nederland Agenda Versterken en Veraangename

### Van sectorvisie naar een concrete agenda

Voor de periode 2011 tot 2014 stelt Gastvrij Nederland haar uitvoeringsagenda vast. Hierbij is rekening gehouden met relevante criteria als politieke actualiteit, effecten, alle partijen betreffende, meetbaar, kansrijk, urgentie en uitvoerbaarheid. Met verwijzing naar op te pakken kansen zal de uitvoeringsagenda van Gastvrij Nederland op jaarbasis - te beginnen in 2012 - worden herijkt en geactualiseerd.

#### Samen sterker

Gastvrij Nederland neemt verantwoordelijkheid voor de agenda die voortkomt uit de sectorvisie. De leden van Gastvrij Nederland hebben zich gecommitteerd aan de uitkomsten van de sectorvisie als branche / organisatie als ook in de interactie met de aangesloten ondernemers. Daar waar nodig en mogelijk zal zij samen met publieke en private stakeholders werken aan het stimuleren van ondernemerschap en hiermee het verbeteren van de gastvrijheidseconomie. Door gezamenlijk de voorgestelde kansen te verzilveren worden win-win-situaties gecreëerd met verwijzing naar de 10 doelstellingen. Deze doelstellingen hebben een relatie met de missie van Gastvrij Nederland.

Gastvrij Nederland werkt aan een aantrekkelijk, duurzaam en (inter)-nationaal onderscheidend ondernemersklimaat om met meer gasten, toeristen, klanten en bezoekers meer bestedingen in Nederland te genereren. Zij zet zich in voor een toegankelijk, veelzijdig, verrassend en hoogwaardig producten- en diensten aanbod, waarin elk afzonderlijk bedrijf bijdraagt aan de uniciteit en dichtheid van de gastvrijheidsketen.

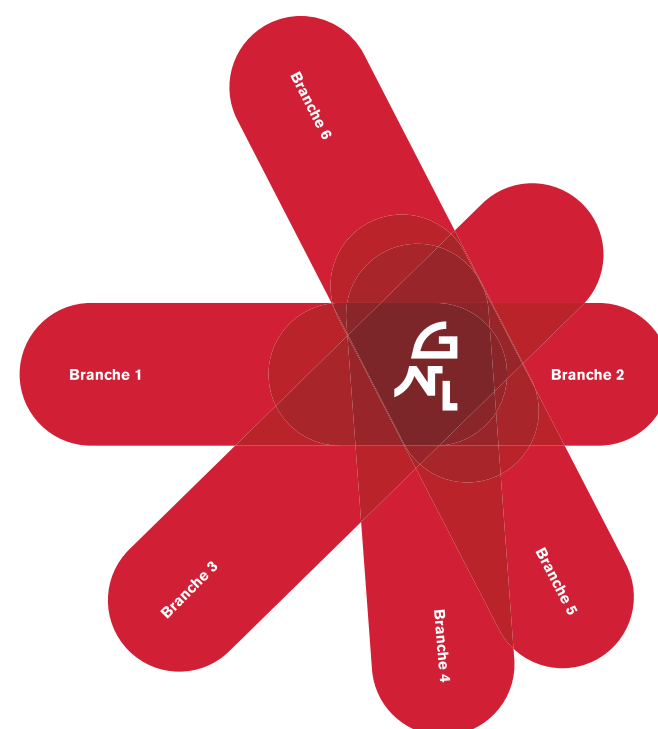
De overheid blijft een bovengemiddeld belangrijke stakeholder voor Gastvrij Nederland. Dat geldt voor alle drie overheidslagen. Met de sectorvisie 'versterken en veraangename' geeft Gastvrij Nederland aan dat versterking van de gastvrijheidseconomie meerdere publieke en private doelen dichterbij brengt.

#### Beknopt overzicht stakeholders Gastvrij Nederland



Gastvrij Nederland zal op de geïdentificeerde onderwerpen uit de sectorvisie nadrukkelijker met één mond spreken. Daarbij zal met verwijzing naar beschikbare expertise en gebruik makend van de juiste mechanismen via gedelegeerde samenspraak, met heldere standpunten naar buiten worden getreden. Onderstaande figuur illustreert het gezamenlijke profiel en de onderlinge binding.

Een en ander betekent ook dat gelieerde branches en organisaties naast de terreinen waarop ze overeenkomen met elkaar binnen de sectorvisie Gastvrij Nederland, ook eigen programma's en standpunten hebben.



#### Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Gastvrij Nederland en haar leden zijn zich bewust van hun rol in de samenleving. Maatschappelijk verantwoord ondernemen combineert het streven naar winst met actieve aandacht voor mens, milieu en maatschappelijke kwesties. Elk bedrijf maakt daarin de keuzes die bij zijn sector, omvang, regio en geschiedenis passen. Duurzaam ondernemen betekent ondernemen met oog voor profit (economie), people (maatschappij) en planet (milieu), waarbij gelijktijdig op drie dimensies meerwaarde wordt gecreëerd.



# 6

## Gastvrij Nederland Aan de sector...

**Uitvoering geven aan de sectorvisie 'Versterken en Veraangename' betekent dat Gastvrij Nederland haar leden/branches, en via hen de ondernemers in de gastvrijheidseconomie, aanspreekt op het volgende:**

### Gastvrij Nederland spreekt af met haar leden:

- 1. Promotie van haar standpunten bij de achterban en alle relevante stakeholders.**
  - Onze gezamenlijke visie 'Versterken en Veraangename' dient breed te worden gecommuniceerd. Zowel naar de eigen achterban en onze leveranciers als richting decentrale overheden, semipublieke instanties en andere relevante betrokkenen.
- 2. Zichtbare inspanningen om de kansen te pakken die zijn geformuleerd.**
  - Gastvrij Nederland heeft de kansen zoals die in deze sectorvisie zijn geformuleerd uitgewerkt in concrete actieplannen, voorzien van formats en planning. Ieder lid van Gastvrij Nederland levert expertise en middelen aan vanuit zijn of haar intrinsieke motivatie en kracht.
- 3. Een eenduidige visie op knelpunten en oplossingsrichtingen.**
  - Een aantal kansen kan alleen succesvol worden opgepakt als met vereende krachten naar oplossingen wordt gezocht. De leden van Gastvrij Nederland zullen daarom intensief samenwerken en eensgezind standpunten naar buiten brengen. Een georganiseerde stem namens het Gastvrij Nederland-collectief legt gewicht in de schaal bij de contacten met overheden en derden.
- 4. Gecoördineerd overleg met de overheid.**
  - De overheid heeft aangegeven dat brancheorganisaties zich beter dienen te voegen bij de bestaande overleggen. Wel moet worden voorkomen dat te veel verschillende partners om tafel zitten met de overheid. Gastvrij Nederland streeft ernaar om per onderwerp met haar leden af te stemmen wie de belangen van de ondernemers in specifieke situaties namens het collectief vertegenwoordigt. Tegelijkertijd zal Gastvrij Nederland op basis van de overlegde visie vaker naar buiten treden met statements over actuele zaken.

### De leden van Gastvrij Nederland spreken af met hun ondernemers:

- 1. Een topprestatie op het gebied van gastvrijheid en gastheerschap.**
  - Om als land goed aangeschreven te worden dan wel te blijven, is het belangrijk dat de gastvrijheid en het gastheerschap van Nederland (inter)nationaal van aansprekend niveau zijn. De gastvrijheidseconomie kan op onderdelen impulsen gebruiken, onder meer wat betreft prijsbesef, dienstbetoon en servicebewustzijn. Gastvrijheid moet vol overtuiging uitgedragen worden door alle ondernemers en medewerkers die in de sector actief zijn, opdat het aantoonbaar en herkenbaar is voor zowel buitenlandse ondernemingen en zakelijke bezoekers, als voor binnen- en buitenlandse gasten en toeristen.
- 2. Naleving van de wet- en regelgeving.**
  - De wet- en regelgeving waarborgt onze democratisch geformuleerde normen en waarden. Ondernemers in de gastvrijheidseconomie respecteren dat hierin maatschappelijke afwegingen worden gemaakt door zich hieraan te committeren.
- 3. Verdere professionalisering van de bedrijfsvoering.**
  - Gezien haar rol in de samenleving is Gastvrij Nederland van mening dat de gastvrijheidseconomie alleen succesvol kan zijn als ondernemers maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit veronderstelt een verdere professionalisering van de bedrijfsvoering met voldoende aandacht voor strategie en managementinformatie (vooral cijfermatig in termen van omzet, kosten, productiviteit en rendement).
- 4. Een bijdrage aan het signaleren en oplossen van knelpunten in regelgeving of de uitvoering daarvan.**
  - Ondernemers hebben inzicht in problemen waar zij in de gastvrijheidseconomie mee worden geconfronteerd. Knelpunten worden gesignaleerd en doorgegeven aan de brancheorganisaties. Structurele knelpunten in de regelgeving of de uitvoering daarvan zullen worden geadresseerd bij betrokken overheden, zo mogelijk met een bijbehorende passende gezamenlijke oplossing(srichting).



# 7

## Gastvrij Nederland Aan de overheid...

**Uitvoering geven aan de sectorvisie “Versterken en veraangename” betekent dat Gastvrij Nederland de overheden aanspreekt op het volgende:**

### Gastvrij Nederland verwacht van de rijksoverheid:

1. **Erkenning van het belang van de gastvrijheidseconomie voor Nederland en de Nederlandse economie. Voor Gastvrij Nederland zijn gerichte investeringen vanuit de rijksoverheid een belangrijk toetspunt van deze erkenning.**
  - Een substantiële rijksbijdrage aan de internationale positionering en promotie van de bestemming Nederland voor internationale gasten. De bestemmingskeuze gaat vooraf aan de keuze voor individuele ondernemers. De rijksoverheid faciliteert met haar financiële bijdrage verbindingen tussen actoren en voorkomt een gefragmenteerd beeld in het buitenland. Gegeven de investeringen van andere overheden in de promotie van hun land c.q. bestemming voorkomt de Nederlandse overheid zo een ongelijk speelveld voor de Nederlandse gastvrijheidseconomie. Dit heeft eveneens een positief effect op Nederland als vestigingsplaats voor internationale bedrijven.
  - Het faciliteren van (product)innovatie.
  - Aandacht voor zeer gunstige multipliereffecten en het rendement op de rijksbijdrage via de publiekprivate promotie in het buitenland.

### 2. Merkbaar minder regeldruk voor ondernemers in de gastvrijheidseconomie.

- Gastvrij Nederland heeft er vertrouwen in dat deze overheid het standpunt ‘je gaat erover of niet’ verder uitwerkt. Dit leidt tot minder regeldruk en betere dienstverlening van de overheid. Onder meer door (1) minder administratieve lasten uit rijksregelgeving en (2) uitvoeringsorganisaties te laten werken met het door VNO-NCW en MKB Nederland ontwikkelde Bewijs van Goede Dienst. Een sectorale aanpak gericht op het oplossen van knelpunten in de gastvrijheidseconomie is de volgende logische stap.
- Een stimulerende en faciliterende rol van de overheid in de zin van gunstige algemene (voor ondernemers geldende) fiscale faciliteiten, die innovatie en groei ondersteunen.

### 3. Gerichte verwerving van internationale (sport)evenementen.

- De komende jaren worden voorbereidingen getroffen voor enkele belangrijke (sport)evenementen. Gastvrij Nederland wil een duidelijke rol vervullen in de formulering van de randvoorwaarden en planvorming van deze evenementen.

### 4. Een duidelijke rol van Gastvrij Nederland bij het ontsluiten van de Topsectoren.

- De gastvrijheidseconomie is conditioneel voor de ontwikkeling van de negen benoemde Topsectoren. Immers, kenniswerkers uit binnen- en buitenland stellen hoge eisen aan de kwaliteit van hun omgeving. Zo kennen mensen met een hogere opleiding veel waarde toe aan een vitaal en divers cultureel aanbod. Deze conditionele rol van Gastvrij Nederland vraagt om flankerend overheidsbeleid door onder meer het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie.

### Gastvrij Nederland verwacht van decentrale overheden:

#### 1. Meer gelijke speelvelden via uniforme autonome regelgeving.

- Het gemeentelijke niveau is het niveau waar de dagelijkse ondernemerspraktijk het meest en direct mee te maken heeft. Dit bepaalt het gelijke speelveld voor ondernemers. Het is daarom belangrijk dat gemeenten uniform omgaan met autonome regelgeving. Gemeenten dienen beter gebruik te maken van bewezen ‘best practices’ en deze over te nemen wanneer sprake is van vergelijkbare omstandigheden. Hier is ook een duidelijke rol weggelegd voor de rijksoverheid.

#### 2. Merkbaar betere dienstverlening aan ondernemers.

- De dienstverlening aan ondernemers verschilt nog sterk per gemeente. Gemeenten moeten ten minste voldoen aan de minimumnormen van het Bewijs van Goede Dienst die gemeenten in samenwerking met VNO-NCW en MKB Nederland hebben opgesteld.

#### 3. Een duidelijke rol van Gastvrij Nederland bij gebiedsontwikkeling.

- Gebiedsontwikkeling is nog te vaak alleen een zaak van decentrale overheden. Afstemming met de sector kan veel toegevoegde waarde opleveren. Gemeenten en provincies dienen gerichter samen te werken met Gastvrij Nederland, zodat sneller en in goed overleg plannen kunnen worden ontwikkeld. Dit in aansluiting op de reeds gemaakte afspraken met het IPO (‘gezamenlijke routekaart’, februari 2011) en de VNG (‘10-puntenplan VNG en Gastvrij Nederland’, maart 2010).
- De waterwegen moeten gebruikt worden voor een verdere ontsluiting van stadscentra en landelijke gebieden. De bestaande waterwegen kunnen beter worden benut om gebieden te ontsluiten. Dit genereert de gewenste dynamiek. Gemeenten, provincies en waterschappen zouden hiervoor beter beleid moeten ontwikkelen. Gezien de grensoverschrijdende belangen, gebeurt dit idealiter onder landelijke coördinatie. Zie ook de ‘Toekomstvisie Waterrecreatie’.

#### 4. Voldoende middelen voor promotie van de binnenlandse gastvrijheidseconomie

- Een aantrekkelijk vrijetijdsaanbod alleen is niet genoeg om de gastvrijheidseconomie verder te ontwikkelen. Het is nodig dat consumenten in aanraking komen met het diverse en unieke aanbod van stad en land. De grootstedelijke en regionale VVV/bureau voor toerisme organisaties zorgen er voor dat vraag en aanbod bij elkaar gebracht worden door middel van promotiecampagnes en andere gastheerschapstaken. Zo wordt het (herhaal) bezoek van de gastvrijheidconsument gestimuleerd en de economische waarde van de gastvrijheidseconomie vergroot. Dit vergt een aanzienlijke en structurele financiële inspanning van genoemde organisaties. Het is daarom wezenlijk dat de verschillende overheden aan deze organisaties (blijven) bijdragen.





**Gastvrij  
Nederland**

Nationale Raad  
toerisme, recreatie,  
horeca en vrije tijd

## Bijlagen

1. Leden Gastvrij Nederland
2. Bouwstenen Sectorvisie Gastvrij Nederland
3. Relatie regeerakkoord versus doelstellingen Gastvrij Nederland
4. SWOT-analyse

Positief krediet voor Gastvrij Nederland



# Bijlage 1.

## Leden

### Gastvrij Nederland

#### Gastvrij Nederland



##### Missie

Gastvrij Nederland werkt aan een aantrekkelijk, duurzaam en (inter)-nationaal onderscheidend ondernemersklimaat om met meer gasten, toeristen, klanten en bezoekers meer bestedingen in Nederland te genereren. Zij zet zich in voor een toegankelijk, veelzijdig, verrassend en hoogwaardig producten- en diensten aanbod, waarin elk afzonderlijk bedrijf bijdraagt aan de uniciteit en dichtheid van de gastvrijheidsketen.

##### Postadres

Postbus 93002  
2509 AA Den Haag  
Telefoon: 070-3490469

##### Bezoekadres

Bezuidenhoutseweg 12  
2594 AV Den Haag  
Fax: 070-3490349

#### ANVR



##### Missie

De ANVR bundelt de krachten van de aangesloten leden (luchtvaart)reisagenten en touroperators ten einde de gemeenschappelijke sociaal-economische belangen te behartigen, zodat de ANVR als organisatie nationaal en internationaal een toonaangevende plaats inneemt als vertegenwoordiger van de reisbranche.

##### Postadres

ANVR  
Postbus 543  
3740 AM Baarn

#### ANWB



##### Missie

De ANWB helpt haar leden door hen te informeren, te adviseren in hun keuzes, te waarschuwen en door hen weer op weg te helpen wanneer er onderweg problemen optreden. De ANWB wil mensen helpen hun eigen weg te gaan.

##### Postadres

Postbus 93200  
2509 BA Den Haag

##### Bezoekadres

Wassenaarseweg 220  
2596 EC Den Haag  
Telefoon: 088-2692999

#### CLC VECTA Centrum voor Live Communication



##### Missie

CLC-VECTA is dé brancheorganisatie voor iedereen die professioneel betrokken is bij het organiseren, accommoderen en faciliteren van beurzen, congressen & vergaderen, evenementen, entertainment en incentives. Het CLC-VECTA Centrum voor Live Communication wil de stimulerende kracht zijn in de positionering en professionalisering van beurzen, congressen en evenementen als strategische component voor marketingcommunicatie en kennisuitwisseling.

##### Adres

De Corridor 10F  
3621 ZB Breukelen  
E-mail: info@clcvecta.nl

Telefoon: 0346-352444  
Fax: 0346-266599  
Internet: www.clcvecta.nl

#### De Club van Elf



##### Missie

De vereniging heeft ten doel de bevordering van de cultuursector dagtoerisme en dagrecreatie in Nederland, alsmede de behartiging van de belangen van de bedrijven van de leden die in deze recreatieve cultuursector werkzaam zijn, zulks in de meest ruime zin.

##### Adres

Club van Elf  
Dutch Association of  
Leading Visitor Attractions  
Floralaan West 143  
5644 BH Eindhoven

Telefoon: 040-2113230  
Fax: 040-2114050  
Internet: www.clubvanelf.nl

#### Koninklijke Horeca Nederland



##### Missie

KHN werkt in verenigingsverband samen aan de ontwikkeling van een optimaal ondernemersklimaat om zo het rendement en de toekomstbestendigheid van de bedrijfstak te vergroten.

##### Postadres

Postbus 566  
3440 AN Woerden

E-mail: info@khn.nl

##### Bezoekadres

Pelmolenlaan 10  
3447 GW Woerden  
Telefoon: 0348-489489  
Internet: www.khn.nl



## HISWA Vereniging



### Missie

HISWA Vereniging is de brancheorganisatie van de watersportindustrie. Bij HISWA Vereniging zijn circa 1.200 bedrijven aangesloten. Deze vertegenwoordigen tweederde van de omzet en werkgelegenheid in de sector. De activiteiten van HISWA Vereniging hebben grofweg een tweeledig doel: ondersteuning van onze leden bij hun bedrijfsvoering en collectieve belangenbehartiging met het oog op een gezond werkklimaat voor de watersportsector. HISWA, vertrouwd zakendoen.

|                                                                          |                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Postadres</b>                                                         | <b>Bezoekadres</b>                                       |
| Postbus 102                                                              | Hoofdstraat 82                                           |
| 3970 AC Driebergen                                                       | 3972 LB Driebergen                                       |
|                                                                          | Telefoon: 0343-524724                                    |
| E-mail: <a href="mailto:communicatie@hiswa.nl">communicatie@hiswa.nl</a> | Internet: <a href="http://www.hiswa.nl">www.hiswa.nl</a> |

## Nederlandse Vereniging van Luchthavens/Schiphol (NVL)



### Missie

Onze kernfunctie is het verbinden van Nederland met de rest van de wereld. Wij zorgen voor de infrastructuur die nodig is voor het netwerk van verbindingen met andere steden en economische centra in de wereld. Wij vervullen deze functie als een zelfstandige onderneming, marktgericht en financieel solide. Onze AirportCity, Amsterdam Airport Schiphol, is een dynamisch en efficiënt vervoersknooppunt van lucht-, rail- en wegverbindingen. 24 uur per dag, 7 dagen in de week bieden we alle reizigers, bezoekers, werknemers en werkgevers op Schiphol alle faciliteiten en diensten die zij nodig hebben. Wij doen dat op een veilige en verantwoorde manier, efficiënt, betrouwbaar, duurzaam, innovatief en gastvrij. Amsterdam Airport Schiphol wil de beste Europese hub zijn voor alle betrokkenen en belanghebbenden. Een prettige en inspirerende omgeving voor al onze gasten om te reizen, te verblijven en te werken. Amsterdam Airport Schiphol: Europe's preferred airport

|                  |                             |
|------------------|-----------------------------|
| <b>Postadres</b> | <b>Bezoekadres</b>          |
| Postbus 7501     | Evert van de Beekstraat 202 |
| 1118 ZG Schiphol | 1118 CP Schiphol            |
|                  | Telefoon: 020-6012947       |
|                  | Fax: 020-6013454            |

## Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC)



### Missie

Het NBTC is dé organisatie die verantwoordelijk is voor de marketing van Nederland in binnen- en buitenland, als bestemming voor vakanties, zakelijke bijeenkomsten en congressen. Met haar activiteiten zorgt het NBTC voor meer bezoekers en bestedingen in Nederland.

|                                                                                                                 |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>Postadres</b>                                                                                                | <b>Telefoon: 070-3705705</b> |
| Postbus 458                                                                                                     | Fax: 070-3201654             |
| 2260 MG Leidschendam                                                                                            |                              |
| E-mail: <a href="mailto:nbtcc@holland.com">nbtcc@holland.com</a>                                                |                              |
| Internet: <a href="http://www.holland.com">www.holland.com</a> , <a href="http://www.nbtcc.nl">www.nbtcc.nl</a> |                              |

## RECRON



### Missie

RECRON, de vereniging van Recreatieondernemers Nederland streeft naar een optimaal ondernemersklimaat in de recreatiebranche en behartigt de collectieve en individuele belangen van haar leden.

|                                                            |                                                            |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>Postadres</b>                                           | <b>Bezoekadres</b>                                         |
| Postbus 102                                                | Hoofdstraat 82                                             |
| 3970 AC Driebergen                                         | 3972 LB Driebergen                                         |
| Telefoon: 0343-524700                                      | Fax: 0343-524701                                           |
| E-mail: <a href="mailto:info@recron.nl">info@recron.nl</a> | Internet: <a href="http://www.recron.nl">www.recron.nl</a> |

## Koninklijk Nederlands Vervoer



### Missie

De kwaliteit en efficiëntie van het beroepsvervoer van personen en goederen is van groot belang voor de economie en werkgelegenheid. Nederland is gebaat bij veilig, snel en professioneel vervoer. Om blijvend aandacht te vestigen op het nationale en internationale belang van het beroepsvervoer, voert KNV een actieve lobby in de richting van overheden en volksvertegenwoordigers.

|                                                            |                                                      |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Postadres</b>                                           | <b>Bezoekadres</b>                                   |
| Postbus 19365                                              | Spui 188                                             |
| 2500 CJ Den Haag                                           | 2511 BW Den Haag                                     |
|                                                            | Telefoon: 070-3751752                                |
| E-mail: <a href="mailto:postbus@knv.nl">postbus@knv.nl</a> | Internet: <a href="http://www.knv.nl">www.knv.nl</a> |

## De Nederlandse Museumvereniging



### Missie

De Nederlandse Museumvereniging is de landelijke vereniging voor de gehele museumbranche. De vereniging behartigt de collectieve belangen van de Nederlandse musea en verleent diensten die bijdragen aan de ontwikkeling van de branche op weg naar meer professionaliteit en kwaliteit. Daarnaast biedt de vereniging een forum door te zorgen voor een sterk netwerk tussen museumprofessionals zodat kennis zich snel verspreidt en nieuwe inzichten ontstaan. Tenslotte werkt de vereniging aan het versterken van het museumimago en aan grotere, meer gevarieerde publieke belangstelling voor musea.

|                                                                                |                       |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Postadres</b>                                                               | <b>Bezoekadres</b>    |
| Postbus 2975                                                                   | Rapenburgerstraat 123 |
| 1000 CZ Amsterdam                                                              | 1011 VL Amsterdam     |
| Telefoon: 020-5512900                                                          | Fax: 020-5512901      |
| Internet: <a href="http://www.museumvereniging.nl">www.museumvereniging.nl</a> |                       |

## Vereniging van Evenementenmakers



### Missie

De Vereniging van Evenementen Makers (V.V.E.M.) is de brancheorganisatie voor de (publieks)evenementenbranche. De V.V.E.M. behartigt en verdedigt de belangen van haar leden die veelal samenwerken om te komen tot het maken van een professioneel evenement. Zij wil de vak kennis vastleggen en verhogen en ondersteunt en stimuleert daarin de aangesloten leden. De V.V.E.M. verzorgt voor leden op professionele wijze informatieoverdracht. Kwaliteit, veiligheid en professionaliteit worden als kenmerken uitgedragen.

|                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| <b>Postadres</b>      | <b>Bezoekadres</b> |
| Postbus 329           | Stationsstraat 2a  |
| 3850 AH Ermelo        | 3851 NH Ermelo     |
| Telefoon: 0341-559504 | Fax: 0341-559080   |

## Vereniging van Schouburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD)



### Missie

Alles voor de podiumkunst. De VSCD helpt de theaters, concertgebouwen en festivals in Nederland bij het optimaal tot hun recht laten komen van alle vormen en podiumkunst en daar een zo groot mogelijk publiek voor te werven.

|                   |                                                        |
|-------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Adres</b>      | <b>Telefoon: 020-6647211</b>                           |
| Funenpark 1       | Fax: 020-6752691                                       |
| 1018 AK AMSTERDAM | E-mail: <a href="mailto:info@vscd.nl">info@vscd.nl</a> |

## Nederlandse Vereniging van Dierentuinen



### Missie

De Nederlandse Vereniging van Dierentuinen (NVD) verenigt de 15 grootste dierentuinen, die verspreid door heel Nederland liggen. Jaarlijks bezoeken ongeveer 10,5 miljoen bezoekers deze dierentuinen om zich te verbazen, te verwonderen en ook te laten inspireren door bijzondere dieren. De NVD hecht het grootste belang aan en zet zich in voor educatie, het uitvoeren van internationale fokprogramma's voor bedreigende diersoorten en natuurbescherming van dieren in hun oorspronkelijke leefgebieden. Door de onderlinge intensieve samenwerking op het gebied van kwaliteitsverbetering en de nadruk op optimaal dierenwelzijn voor de meer dan 4000 verschillende diersoorten in de aangesloten dierentuinen, behoren de NVD dierentuinen tot de top van de wereld.

|                                         |                                                                              |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Adres</b>                            | <b>Telefoon: 020-5246080</b>                                                 |
| Nederlandse Vereniging van Dierentuinen | Internet: <a href="http://www.nvddierentuinen.nl">www.nvddierentuinen.nl</a> |
| Postbus 15458                           |                                                                              |
| 1001 ML Amsterdam                       |                                                                              |

## Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF)



### Missie

De Vereniging Nederlandse Poppodia en – Festivals behartigt de belangen van en verleent diensten aan poppodia en –festivals. Tevens promoot de vereniging popcultuur als (h) erkenbare podiumkunst en faciliteert zij een netwerk ten behoeve van haar achterban.

|                   |                              |
|-------------------|------------------------------|
| <b>Adres</b>      | <b>Telefoon: 06-16524278</b> |
| Funenpark 1       | Fax: 020-4215005             |
| 1018 AK Amsterdam |                              |

## VVV Nederland



### Missie

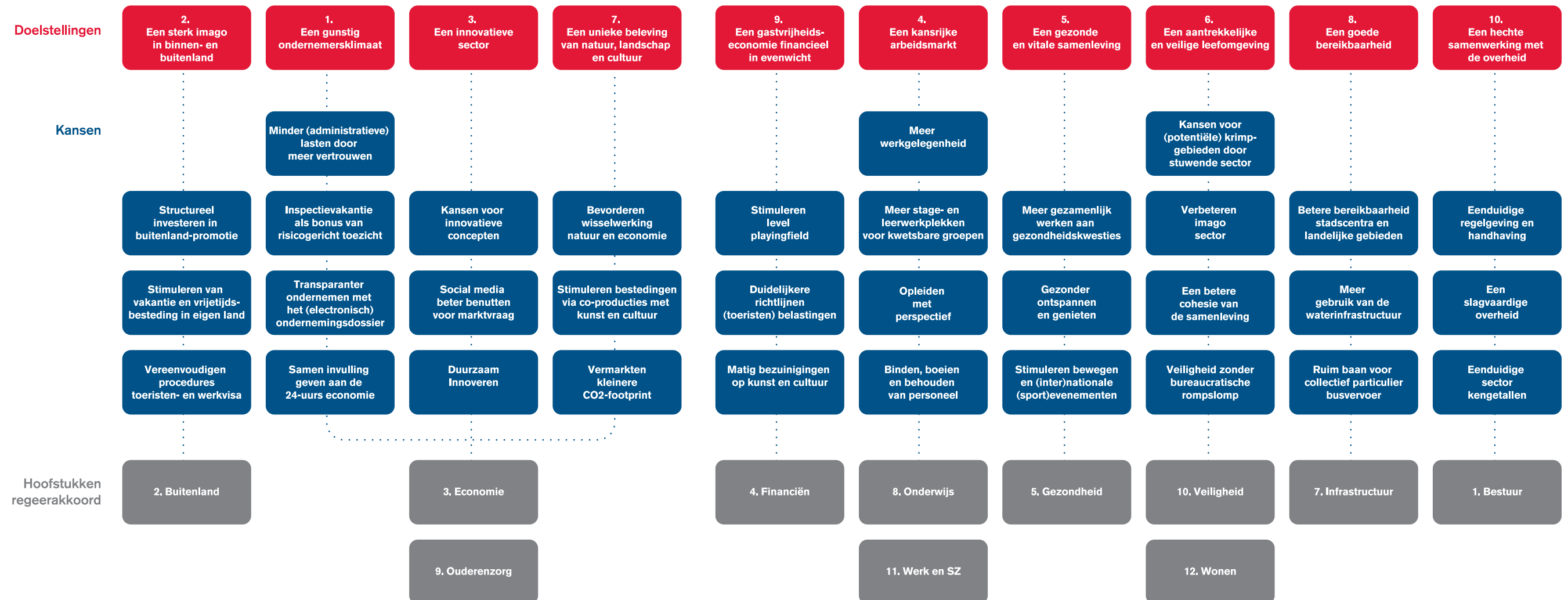
VVV Nederland zet zich in als koepelorganisatie van de (groot)stedelijke/regionale bureaus voor toerisme/VVV organisaties voor het belang en de ontwikkeling van de gastvrijheidseconomie in Nederland. Daarbij ligt het accent op binnenlands toerisme, recreatie en vrijetijdsbesteding, met als afzender het sterke consumentenmerk 'VVV'. Tevens is VVV Nederland als succesvolle uitgever van cadeaubonnen marktleider in Nederland op dit gebied.

|                       |                                                                        |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Postadres</b>      | <b>Bezoekadres</b>                                                     |
| Postbus 70            | Maarsbergseweg 20                                                      |
| 3956 ZS Leersum       | 3956 ZS Leersum                                                        |
| Telefoon: 0343-439489 | E-mail: <a href="mailto:info@vvvnederland.nl">info@vvvnederland.nl</a> |
| Fax: 0343-439470      | Internet: <a href="http://www.vvv.nl">www.vvv.nl</a>                   |



## Bijlage 2.

# Gastvrij Nederland Bouwstenen Sectorvisie





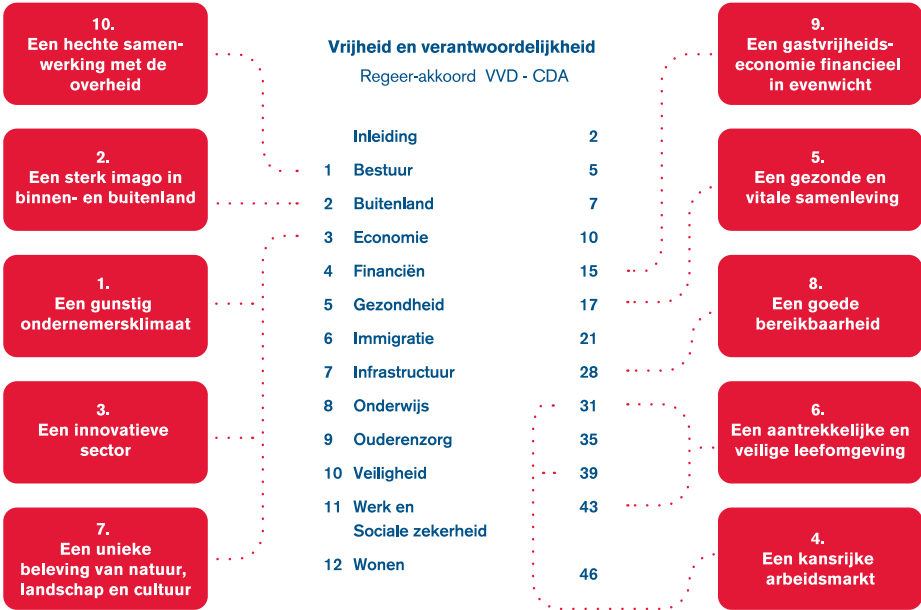


**Bijlage 3.**

**Relatie regeerakkoord  
versus doelstellingen  
Gastvrij Nederland**

**Het Regeerakkoord “Vrijheid en verantwoordelijkheid”**

In het regeerakkoord wordt aandacht besteed aan de doelstellingen die Gastvrij Nederland heeft gesteld. In de onderstaande figuur is aangegeven in welke hoofdstukken van het regeerakkoord de visie van het kabinet hierover is terug te vinden.







## Bijlage 4.

# SWOT-Analyse

### Sterke punten

- Stabiele werkgelegenheid (400.000 banen, ruim 4% van alle banen in Nederland) (NBTC: Kerncijfers 2010).
- Grote economische betekenis (€ 35 miljard bestedingen) (NBTC: Kerncijfers 2010).
- Gastvrijheidseconomie heeft een hoge multiplier (zie ook relatie kunst en economie / vastgoedontwikkeling).
- De sector biedt een grote diversiteit aan mensen kans op werk.
- Nederlands landschap is uniek in de wereld (o.a. water, natura 2000).
- Nederland wordt in het buitenland gezien als een “grote stad” (voor buitenlandse begrippen ligt alles in Nederland dicht bij elkaar).
- Hoge maatschappelijke relevantie; ontspanning / leefbaarheid / cohesie.
- Lage toetredingsdrempel.

### Kansen

- Nieuwe en innovatieve product-markt combinaties (gebruik makend van allianties in de zorg, social media etc.).
- Beter aansluiten op behoeften van corporate Nederland bij invulling quality of life.
- Meer buitenlandse gasten (zij zorgen nu voor ‘slechts’ 20% van de bestedingen). Vergrijzing (verschuiving in behoefte van mensen).
- Bedrijvigheid bieden / veiligstellen in krimpregio's (vb. publieke voorzieningen herpositioneren binnen infrastructuur Gastvrij Nederland).
- Mogelijkheden voor de gastvrijheidseconomie om taken van de overheid over te nemen.
- Betrokkenheid bij ontwikkeling natuur. Nieuwe patronen van werk en vrije tijd (o.a. door de 24-uurs economie).
- Actief inspelen op convenanten sector met VNG en IPO.
- Beter afgestemd overheidsbeleid bij aanvullend inzicht wat vrije tijd kost en oplevert via market intelligence.

### Zwakke punten

- Gastvrijheidseconomie heeft voorts nog geen eenduidig gezicht en is daardoor te versnipperd om krachtig naar buiten te treden als één sector. (in process)
- Imago: de sector krijgt geen credits voor haar grote maatschappelijke en economische baten.
- Vertrouwen en toezicht van de overheid is meer gestoeld op wantrouwen dan op activeren vermogen tot zelfregulering door de sector.
- Vrijtijds-voorzieningen worden vaak vergeten in de planologische besluitvorming
- Ontbreken van market intelligence als basis van overheidshandelen

### Bedreigingen

- Bereikbaarheid (alles ligt zo mooi bij elkaar, maar bereikbaarheid wordt steeds meer een probleem).
- Incidenten (deze krijgen veel aandacht in de media, dit zorgt voor incident gedreven reacties).
- Gebrekkige aansluitingen onderwijs - arbeidsmarkt
- Bezuinigingen (een deel van de sector wordt (gedeeltelijk) gefinancierd door de overheid).
- Knellende regelgeving.
- Heftige internationale concurrentie om gunsten internationale gast.
- Afnemende loyaliteit van mensen. Toenemende individualisering (aanbod op maat nodig).
- Professionaliteit ondernemer verdient meer aandacht





**Rabobank**

### Sectorvisie Gastvrij Nederland

Onder de noemer 'horeca & recreatie' rekent Rabobank horeca-bedrijven, campings, vakantieparken, wellnesscentra, fitnessclubs en dagattracties tot exponenten van de gastvrijheidseconomie. Van oudsher is Rabobank sterk vertegenwoordigd in deze sector. Ruim 50% van alle vrijetijdsbedrijven in Nederland (vrijwel alle branches van groot tot klein) bankiert bij Rabobank. Net als bedrijven uit de gastvrijheidseconomie is Rabobank sterk lokaal en regionaal vertegenwoordigd en dat geeft een binding. Rabobank kent geen sectorbeleid. Bij financieringsaanvragen wordt de ondernemer en zijn of haar plan beoordeeld. Uiteindelijk draait het om de vent en zijn tent (vrouw en haar gebouw). Om die reden kun je ook in economisch minder goede tijden nog steeds financieringen verstrekken. Rabobank heeft de kredietkraan de afgelopen jaren niet dichtgedraaid. Als je weet waar je op moet letten is een branche als de horeca voor een bank niet risicovoller dan andere sectoren.

De gastvrijheidseconomie neemt een belangrijke plaats in binnen het Nederlandse bedrijfsleven. Het is goed dat Gastvrij Nederland dit nu zichtbaar maakt. De thema's uit de visie zijn herkenbaar en worden door ons grotendeels onderschreven en gedragen. Zoals gezegd draait het om ondernemerschap en vaak kan de overheid dit faciliteren. Een goede samenwerking met de overheid is essentieel en het bevorderen van innovatie en ondernemersklimaat helpt de sector vooruit. Op het gebied van ruimtelijke ordening is het beleid onnodig versnipperd, hetgeen goed ondernemerschap parten speelt. Hoewel de overheid randvoorwaarden schept, zijn het uiteindelijk de ondernemers die het verschil moeten maken. Om succesvol te zijn en te blijven is verdere professionalisering vereist. Hier is ook een rol weggelegd voor de brancheorganisaties. Daarbij valt te denken aan het stimuleren van samenwerking in de sector, zowel tussen ondernemers als met de overheid en andere stakeholders (in het landelijk gebied). Verder is meer aandacht vereist voor onderscheidend vermogen, positionering, doelgroepen en promotie. Tot slot is het een must dat ondernemers zich meer gaan richten op het verzamelen van managementinformatie. Vooral op het punt van cijfers (omzet, kosten, productiviteit en rendement) valt vooruitgang te boeken.

Voor ondernemers die dit lukt zijn er volop kansen binnen een sector die over groeipotentie beschikt. Als ondernemer moet je het verschil weten te maken. Gepassioneerd, gastvrij en met veel ondernemersgeest.

#### Bert Sikken

Sectormanager Horeca & Recreatie  
Rabobank Nederland



### Sectorvisie Gastvrij Nederland

Nederland is vrij dicht bevolkt als het gaat om activiteiten, spelers en initiatieven die gerelateerd zijn aan de gastvrijheidseconomie. Om het verschil te blijven maken als ondernemer in deze sectoren zijn er een aantal trends & ontwikkelingen die relevant en noodzakelijk zijn om mee genomen te worden in de financieringsvoorstellen richting bank:

1. Kwaliteitsniveau waarborgen door het op tijd signaleren van benodigde veranderingen / investeringen.
2. Socio-demografische ontwikkelingen in onze samenleving veranderen de behoeften van de gasten / reizigers.
3. Duurzaamheidsbehoefte in accommodatie, locatie en reizen.
4. Hoe wordt sociale media ingezet richting de communicatie naar de gasten / reizigers?
5. Gasten / reizigers laten zien hoe onderneming presteert door reviews op de website of via sociale media.
6. Gasten /reizigers steeds meer in controle door internet, boeking via dit kanaal blijven groeien.
7. Voordurende overcapaciteit in Nederland, hoe maak je het verschil als bedrijf?
8. Belevingswaarde creëren bij locatie en accommodatie voor gast.
9. Kwaliteit van de gastvrijheid wordt steeds belangrijker. Hoe waarborgt de ondernemer dit?
10. Samenwerken met andere partijen om het verschil te maken.

Daarnaast is het voor ondernemers belangrijk om niet enkel van bankkrediet uit te gaan. Juist die professionaliseringsslag maken door het betrekken en in overweging nemen van alternatieve financieringsmogelijkheden maakt een investeringsvoorstel sterker. Denk hierbij aan:

- Eigen vermogen verschaffers
- Staatgarantie
- borgstelling/financiering door leveranciers

Bij het opstarten van nieuwe initiatieven, kent de opstartperiode enige uitloop. Dit veroorzaakt wel eens aanloopverliezen. Raadzaam is om hier rekening mee te houden en hiervoor een buffer te hebben (middels extra eigen vermogen).

#### Sasja van As-Winters

Sectormanager Leisure, Travel & Media  
ING



# Colofon

Deze publicatie is een productie van



Bezuidenhoutseweg 12, 2594 AV Den Haag  
Postbus 93002, 2509 AA Den Haag

**T** +31 (0)70 - 3490469  
**E** [gastvrijnederland@vno-ncw.nl](mailto:gastvrijnederland@vno-ncw.nl)  
**I** [www.gastvrij-nederland.nl](http://www.gastvrij-nederland.nl)

---

#### Ontwerp publicatie en identiteit:

Studio Piraat - Agency in Creativity  
[www.studiopiraat.nl](http://www.studiopiraat.nl)

#### Druk:

Opmeer Drukkerij bv  
Den Haag

*De sectorvisie van Gastvrij Nederland is tot stand gekomen in samenwerking met SIRA Consulting. Gastvrij Nederland wil SIRA Consulting hiervoor hartelijk bedanken.*



SIRA Consulting  
Edisonbaan 14G-1  
3439 MN Nieuwegein  
**T** +31 (0)30 602 4900  
**E** [info@siraconsulting.nl](mailto:info@siraconsulting.nl)