

Gezamenlijke routekaart voor de gastvrijheidseconomie van Gastvrij Nederland en het Interprovinciaal Overleg (IPO)

**Kasteel de Haar, Haarzuilens
8 februari 2011**

Gastvrij Nederland en IPO spannen zich in om de hierna volgende onderwerpen verder samen uit te werken en te communiceren via gezamenlijke bijeenkomsten en publicaties.

Beide ondertekenaars beogen via deze samenwerking tot een betere afstemming van elkaars agenda's te komen, waardoor vaker win-win situaties ontstaan. Als gevolg van een vernieuwde publiek - private agenda en herkenbaarder profiel intensiveren de relaties. Op basis van deze gezamenlijke routekaart formuleren de partijen in 2011 actiepunten en gaan zij over tot uitvoering. Een groter bewustzijn van beide ondertekenaars voor elkaars functioneren en nabijheid in de publieke ruimte is aanleiding voor het opstellen van deze gezamenlijke routekaart.

Inleiding

Toeristische, horeca en recreatieve voorzieningen zijn een belangrijke economische drager voor de gewenste woon- en verblijfskwaliteit. Juist de gastvrijheidseconomie draagt bij aan de inkleuring van de factor quality of life. Bijvoorbeeld bij de (inter)nationale competitie om kenniswerkers is een vitale, culturele, recreatieve vrijetijds-infrastructuur van bovengemiddelde betekenis.

De gastvrijheidseconomie is een belangrijke bedrijfstak, van groot gewicht voor de regionale economie. 35 miljard aan bestedingen, 50.000 ondernemingen en 400.000 banen (CBS cijfers 2009). Het inkomend toerisme is jaarlijks goed voor 7 miljard euro aan bestedingen. Het binnenlands toerisme is daar zelfs een veelvoud van (bijna 20 miljard).

Gegeven de grotere regierol van de provincies op met name die beleidsterreinen waar de vrijetijdseconomie / gastvrijheidssector zich manifesteert, is een gezamenlijke routekaart voor alle betrokkenen van meerwaarde.

Ruimtelijke ontwikkeling

De provincies houden rekening met bestaand en toekomstig recreatief en toeristisch gebruik in de beheerplannen voor Natura 2000 (het Europese beleid om te komen tot een samenhangend netwerk van beschermde natuurgebieden). Het bedrijfsleven erkent dat de kwaliteit van natuur een maatschappelijke en economische waarde heeft.

De kern van het beschermingsregime van Natura 2000 is dat alles mag, als maar zeker is dat de natuurdoelen niet in gevaar komen. Aanvullende maatregelen om natuur, recreatie en toerisme beter samen te laten gaan worden in goed overleg met betrokkenen genomen.

Uitvoering van deze afspraken, in het bijzonder de (verdere) aanwijzing van Natura-2000 gebieden en het opstellen van beheerplannen voor deze gebieden, is nodig. Binnen de grenzen van hetgeen Europees verplicht is en rekening houdend met sociaal-economische aspecten dient er ontwikkelingsruimte voor bedrijven te blijven. Belangrijk is het scheppen van duidelijkheid voor alle betrokkenen. Naast samenwerkingsrelaties op beheerplanniveau kan een overlegplatform per provincie zorg dragen voor de noodzakelijke gedachtewisseling.

De provincies maken met vertegenwoordigers van de gastvrijheidseconomie afspraken over hoe de bijdrage van de sector steviger verankerd wordt bij de invulling van duurzaam natuurbeleid.

Het bewustzijn groeit dat natuur de economie in de dagelijkse woon-, leef- en werkomgeving juist meerwaarde schenkt, en dat een economische benadering en ondernemerschap nodig zijn voor het behoud van natuur.

De provincies betrekken ondernemers actief via nieuwe uitvoeringsconcepten bij het creëren van nieuwe aantrekkelijke vrijetijdslandschappen (zoals buffers en waterbeleid).

Voor de ontwikkeling en het beheer van recreatiegebieden en bufferzones tussen stad en ommeland willen de provincies meer en meer samen met private partners optrekken. Publiek-private samenwerking is een vereiste voor duurzaam succes in gastvrijheidsbeleid. Door publiek-private samenwerking kunnen gebieden beter op de toekomstige vraag als gevolg van een andere samenstelling van de bevolking inspelen (vergrijzing, verkleuring, ontvolking, meer kenniswerkers etc.). De toeristisch-recreatieve sector heeft grote behoefte aan nieuwe partnerschappen die leiden tot benutting van de ontwikkelingsruimte zodat de omslag van aanbodgericht naar vraaggericht werken beter gemaakt kan worden.

Provincies en ondernemers bekijken gezamenlijk welke recreatiegebieden kansrijk zijn om private investeringen in te realiseren.

In toenemende mate stelt de vrijetijdsconsument eisen aan de omgeving waarin recreatie wordt genoten. De vraag van de consument verandert snel. Provincies en ondernemers bedienen beide deze vrijetijdsconsument. De provincie legt haar recreatief-toeristisch beleid, in ieder geval de ruimtevraag van de sector en de recreatieve routestructuren, vast in haar structuurvisie. Het is de verantwoordelijkheid van de sector zelf om de gevraagde ruimte daarbinnen ook te pakken. In voorkomende gevallen kan een (informeel) overleg via regionale / landsdelige SERs uitkomst bieden voordat nieuwe structuurvisies definitief worden vastgesteld. Gastvrij Nederland is bij machte provinciaal zorg te dragen voor een herkenbaar ondernemersplatform namens de gastvrijheidssector.

Ondernemers en provincies gaan nauwer samenwerken om samenhangend beleid (goed voor de natuur én voor de vrijetijdseconomie) een plek te geven in structuurvisies en de hierdoor ontstane kansen beter te benutten.

Innovatie en verduurzaming

De gastvrijheidseconomie kan bijdragen aan het hoofd bieden van de huidige maatschappelijke uitdagingen, zoals terugdringen CO2-uitstoot en vergrijzing. Bevolkingsdaling heeft effecten op de kwaliteit van de openbare ruimte, de leefbaarheid en de economische dynamiek, hetgeen op elk bestuursniveau ruimtelijke keuzes en dilemma's met zich meebrengt. Het dalend inwonertal zet de sociaal-economische vitaliteit onder druk en leidt tot verschraling van de leefbaarheid. De gastvrijheidssector kan een positieve bijdrage leveren aan het omgaan met krimp door zich te ontwikkelen tot gebiedsontwikkelaar, waardoor een deel van de werkgelegenheid (en daarmee de sociale cohesie) in het buitengebied weer positief wordt beïnvloed. In krimpgebieden staat het voorzieningenniveau veelal onder druk. Juist krimpgebieden hebben kenmerken die voor toeristen en recreanten aantrekkelijk zijn. De provincies nemen de mogelijke positieve effecten van de gastvrijheidssector mee in hun beleid om om te gaan met krimp op zodanige wijze dat initiatieven elkaar versterken.

In de hoedanigheid van gebiedsregisseur bieden provincies ruimte aan initiatieven vanuit de gastvrijheidssector, die een antwoord kunnen zijn op de nadelige gevolgen van demografische krimp. De provincies en Gastvrij Nederland pleiten voor het beter onderbrengen van de gastvrijheidssector onder bestaande nationale en Europese financieringsinstrumenten.

De behoefte van de vrijetijdsconsument veronderstelt voortdurende innovatie van het vrijetijdsproduct. Het verdient daarom aanbeveling te komen tot eenduidige en ambitieuze doelen voor innovatieprogramma's op provinciale en nationale schaal. Het is in de eerste plaats aan de sector zelf om te innoveren. De provincies spelen een ondersteunende rol als aanjager van de collectieve innovatie en continue productvernieuwing binnen de gastvrijheidssector. Strategische informatie-uitwisseling tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheden staat nog in de kinderschoenen. Hier liggen voor alle betrokken partijen stevige kansen. De provincies en Gastvrij Nederland pleiten voor het beter onderbrengen van de gastvrijheidssector onder bestaande nationale en Europese financieringsinstrumenten, om zodoende meer geld beschikbaar te krijgen voor het stimuleren en bevorderen van innovatie in deze economisch belangrijke sector.

Provincies inventariseren tezamen met Gastvrij Nederland de mogelijkheden te komen tot een meer op de sector toegesneden stimuleringsinstrumentarium, rekening houdend met het huidige (inter)nationale aanbod van innovatiemogelijkheden.

Bij duurzaam toerisme gaat het om de harmonie tussen sociale, ecologische en economische belangen. Het streven naar duurzaamheid van het bedrijfsleven is de eigen verantwoordelijkheid van iedere individuele onderneming. Bedrijven geven daaraan invulling door maatschappelijk verantwoord ondernemen, ketenbeheer en verduurzaming van bedrijfsvoering en arbeidsvoorwaarden. Daarnaast wordt de bewegingsruimte van ondernemingen door het beleid van de Europese en nationale overheid bepaald. Het gaat hierbij in belangrijke mate om wet- en regelgeving, financiële instrumenten en convenanten.

De provincies spelen een belangrijke rol als het gaat om het duurzaam inpassen van de gastvrijheidssector in landschappelijke gebieden, zowel "groen" als "blauw".

Hierbij is het belangrijk om met vertegenwoordigers van de gastvrijheidseconomie en ondernemers te zoeken naar oplossingen die ervoor zorgen dat economie en ecologie elkaar versterken (de zogenoemde Eco2 benadering). Natuur, water en landschap zijn meer dan eens belangrijke elementen van het toeristisch product. Initiatieven als de EDEN award, de Blauwe Vlag en Green Key geven houvast om het bewustzijn van duurzaamheid binnen en buiten de sector van nieuwe impulsen te (blijven) voorzien en best practices over het voetlicht te brengen.

Provincies en ondernemers geven bekendheid aan best practices waar het streven naar duurzaamheid, economische groei en de bescherming van natuur en landschap hand in hand gaan en benoemen daarin kritische succesfactoren ter lering voor anderen.

Innovatie veronderstelt leren van anderen en andere branches, zoeken naar nieuwe combinaties en op een nieuwe manier tegen bestaande problemen aankijken. Bijvoorbeeld door op een nieuwe manier te kijken naar de gastvrijheidssector. Niet als gebruiker van de ruimtelijke kwaliteit, maar juist als drager daarvan. Dat creëert ruimte om opnieuw met bestaande authentieke gebiedskwaliteiten aan de slag te gaan. Een voorbeeld daarvan zijn de regionale beeldverhalen.

Een "regionaal beeldverhaal" geeft een beeld of storyline van een regio, gebaseerd op de al aanwezige identiteit of "dna", dat mensen in beweging brengt. Het is een werkwijze om te komen tot integrale gebiedsontwikkeling binnen het cluster van de gastvrijheidseconomie om de ruimtelijke kwaliteit van gebieden te verbeteren en het economisch rendement te verhogen. Het activeert ondernemers om, binnen dit samenhangend beeld, te komen tot nieuwe (innovatieve) product-marktcombinaties of samenwerkingsverbanden. Daarbij is een grote rol weggelegd voor de ondernemers in genoemd domein vanuit het perspectief dat zonder vraagafstemming geen succesvol beeldverhaal mogelijk is. Anno 2010 worden een aantal regionale beeldverhalen als pilot uitgewerkt, te weten Parkstad, Bossen van Bezinning, Veluwe, Dijk van een Delta en Friese Meren.

Ondernemers en overheden werken samen aan regionale beeldverhalen om te leren hoe de gastvrijheidseconomie kan bijdragen aan verbetering van de ruimtelijke kwaliteit én verhoging van het economisch rendement.

Stimulering gastvrijheidseconomie

Internationale en nationale promotie van regio's stimuleren bezoek aan en bestedingen in de regio. Maar ook bewoners van de stad/plaats of regio zorgen voor aanzienlijke bestedingen in het domein van de gastvrijheidseconomie. Vraaggericht werken is daarom van belang. Bij het "vermarkten" van Nederland helpt het besef dat Nederland vanuit recreatief-toeristisch oogpunt groter is dan alleen de Randstad en dat er ook waarde gegenereerd kan worden door de ontwikkeling van naburige markten en nieuwe niches, watertoerisme/recreatie en bevordering van binnenlands toerisme. De marketing en promotieopgave van de gastvrijheidseconomie vaak op basis van regio's en thema's is een typische publiek-private taak waar zowel bedrijfsleven als overheid belang bij hebben. Zonder promotie en informatie weten bezoekers en bewoners van stad of streek niet wat er te beleven en te genieten is. Het behouden en verbeteren van de kwaliteit van de routestructuren op land en water draagt hier aan bij, en provincies zullen zich hier blijvend voor inzetten.

Het is belangrijk beschikbare promotie en marketingbudgetten efficiënt in te zetten en versnippering te voorkomen. Daarom is samenwerking op landelijk niveau met VVV Nederland en het NBTC belangrijk, die het binnenlands en inkomend toerisme stimuleren door promotie campagnes en instrumentaria zoals de Nationale Database voor Toerisme Recreatie en Cultuur (NDTRC).

Om Nederland op het netvlies te houden van potentiële binnen- en buitenlandse bezoekers, zijn twee zaken nodig:

Ten eerste zijn de ondernemers in deze sector vaak te klein en is het aanbod te gefragmenteerd om promotioneel een vuist te kunnen maken. Bundeling van krachten is dus absolute noodzaak: alleen op deze manier kunnen we samenhang brengen in toeristische informatievoorziening en wordt de slag- en concurrentiekracht vergroot. Ten tweede blijft het essentieel te investeren in wervende toeristisch-recreatieve initiatieven die tot stand worden gebracht door publiek-private samenwerking.

Provincies en ondernemers stellen als doel om promotie- en marketingbudgetten efficiënt in te zetten en versnippering te voorkomen.

Beide geledingen spreken af op basis van deze routekaart een actieprogramma op te stellen, waarin de benoemde thema's concrete invulling krijgt.

IPO
namens de leden van IPO-Adviescommissie
Economische Zaken

Gastvrij Nederland
*Nationale Raad voor toerisme,
recreatie, horeca en vrije tijd*

J.W.R. van Lunteren
Gedeputeerde Provincie Utrecht

drs. Th.G.P.M. Ruijs
voorzitter

Kasteel de Haar, Haarzuilens
8 februari 2011

