

Duurzaam ruimte en richting geven aan het groeiend bezoek in en aan Nederland

Investeer in de bestemming Nederland op een manier die duurzaam ruimte en richting geeft: spreiden van bezoekers, verbeteren van fysieke en digitale bereikbaarheid, effectieve binnenlandmarketing en borgen routenetwerken. Gastvrij Nederland roept de rijksoverheid op om te helpen om een integrale voorwaardenscheppende, interdepartementaal gedragen visie op de bezoekerseconomie te ontwikkelen die langs publiek-private weg kan worden uitgevoerd. Dit werkt tevens als innovatieprikkel om provinciale en gemeentelijke overheden en bedrijfsleven te stimuleren om gezamenlijk de handschoen op te pakken.

AANLEIDING

Wereldwijd neemt het aantal mensen dat reist toe. Dat komt enerzijds door de groeiende welvaart en anderzijds doordat reizen steeds makkelijker wordt. De United Nations World Tourism Organization (UNWTO) verwacht dat het aantal reizigers toeneemt naar 1,8 miljard in 2030, wat een groei betekent van 50% in 15 jaar tijd.

Een deel van deze reizigers doet ook Nederland aan. Uitgaande van de verwachting van de UNWTO kan Nederland de komende 15 jaar zo'n 7 à 8 miljoen extra internationale bezoekers begroeten, ten opzichte van de ruim 15 miljoen bezoekers in 2015.

Daarnaast brachten Nederlanders in 2017 zo'n 17,6 miljoen vakanties door in eigen land.

Unieke vakantiebestemming

Nederland biedt veel verschillende belevenissen per vierkante kilometer. Binnen dit gevarieerde landschap met grote cultuurhistorische waarde en iconen, hebben meer dan 50.000 ondernemers in de gastvrijheidseconomie een sterke sector opgebouwd die ertoe doet. De combinatie van verrassende natuur, cultuur, architectuur, iconen die tot de verbeelding spreken, gastronomie, vermaak én de uitgebreide vaar-, fiets- en wandelroutes maken Nederland tot een unieke bestemming.

Bijdrage aan welvaart

De gastvrijheidssector levert een onmisbare en groeiende impuls aan de economie en is goed voor ruim € 75 miljard aan bestedingen. Daarnaast zorgen bezoekers voor werkgelegenheid en versterking van voorzieningen zoals horeca, winkels en cultureel aanbod. De gastvrijheidssector creëert in Nederland zo'n 640.000 banen, ook banen die voor kwetsbare groepen in de samenleving, zoals laaggeschoolden, een opstap kunnen zijn.

Gastvrij Nederland is gelieerd aan VNO-NCW en MKB-Nederland

ANVR, ANWB, CLC VECTA Centrum voor Live Communication, Club van Elf, FC Federatie van Werkgevers in de Cultuur, HISWA-Vereniging, Koninklijke Horeca Nederland, IDEA Independent Dutch Eventmarketing Association, Koninklijk Nederlands Vervoer, NBTC Holland Marketing, Nederlandse Vereniging van Dierentuinen, Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG), Royal Schiphol Group, RECRON, Vereniging van Evenementenmakers, Vereniging Vrije Theater Producenten VVTP en VVV Nederland.

De sector speelt maatschappelijk een rol van betekenis: de gastvrijheidssector vormt dé ontmoetingsplek voor iedereen uit de samenleving en levert zo een belangrijke bijdrage aan welzijn en sociale verbinding.

Daarnaast zorgen recreatie en toerisme ervoor dat het voorzieningenniveau in minder bevolkte (buiten)gebieden op niveau blijft. Zo draagt de sector ook bij aan de leefbaarheid in krimpgebieden.

Tenslotte is het internationale bezoek – en zeker het internationale zakelijke en congresbezoek – van groot belang voor de positieve beeldvorming van en over Nederland als aantrekkelijke vestigingsplaats voor bedrijven en toplocatie voor kenniswerkers en internationale studenten.

Groeiend aantal gasten

Bezoekers zorgen op sommige plekken in ons land voor drukte en daarbij kan sprake zijn van overlast. De huidige internationale gasten bezoeken met name Amsterdam, en andere toeristische iconen zoals Kinderdijk, Giethoorn en Volendam. In deze hotspots is op sommige momenten sprake van piekbelasting. De uitdaging voor de komende jaren is om de groei op een evenwichtige manier te absorberen om daarmee te voorkomen dat de bezoekdruk op deze hotspots nog verder toeneemt, waardoor de leefbaarheid voor bewoners in gevaar dreigt te komen. Tegelijkertijd zijn er grote kansen voor andere delen van Nederland die nog minder druk bezocht worden. Hier kan groei van het (inter)nationale toerisme juist zorgen voor een belangrijke economische impuls en zijn de banen en voorzieningen als gevolg van (extra) bezoekers meer dan welkom.

AMBITIE

Bredere uitdagingen

Om daadwerkelijk op duurzame wijze ruimte en richting te kunnen geven aan groei, moeten we publiek – privaat en landelijk – regionaal aan de slag met bredere uitdagingen dan het promoten van onbekende plekken. Uitdagingen op het gebied van coördinatie, onderzoek, innovatie en productontwikkeling. Om het potentieel te verzilveren is beter en actueel inzicht vereist in uiteenlopende bezoekersstromen zowel van bezoekers uit het buitenland als van bezoekers uit eigen land. Tevens zijn investeringen noodzakelijk in de bereikbaarheid van gebieden en zal de sector nieuwe bestemmingen en aanbod moeten ontwikkelen. Steden en streken moeten worden geholpen bij het kiezen van een aantrekkelijke positionering en het aanboren van nieuwe, respectievelijk andere vraag. En dat alles in samenhang.

Gastvrij Nederland is gelieerd aan VNO-NCW en MKB-Nederland

ANVR, ANWB, CLC VECTA Centrum voor Live Communication, Club van Elf, FC Federatie van Werkgevers in de Cultuur, HISWA-Vereniging, Koninklijke Horeca Nederland, IDEA Independent Dutch Eventmarketing Association, Koninklijk Nederlands Vervoer, NBTC Holland Marketing, Nederlandse Vereniging van Dierentuinen, Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG), Royal Schiphol Group, RECRON, Vereniging van Evenementenmakers, Vereniging Vrije Theater Producenten VVTP en VVV Nederland.

AANPAK

Ruimte en richting geven aan groei

Het is van nationaal belang dat de toekomstige groei goed wordt opgevangen, onder meer door versterkt en versneld in te zetten op het spreiden van bezoekers naar minder bekende delen van ons land. Met de strategie HollandCity wordt een eerste stap gezet om de noodzakelijke ruimte en richting te geven aan het groeiend aantal internationale gasten.

- **HollandCity Strategie¹: bezoekers van harte welkom maar wel meer gespreid over tijd en ruimte**

HollandCity positioneert Nederland als één grote, veelzijdige metropool en moedigt toeristen en zakelijke bezoekers aan van de gebaande paden te gaan en andere plekken in het land te bezoeken, op andere momenten. Voor deze gasten zijn de afstanden in ons land zo klein, dat ze vergelijkbaar zijn met de afstanden binnen wereldsteden. Door te spelen met de perceptie van reistijd kunnen de gasten kennismaken met minder bekende regio's en nieuwe bestemmingen en bezienswaardigheden in Nederland. De HollandCity Strategie realiseert het koppelen van nog onbekende plaatsen aan elkaar én aan de al bekende plekken rondom thematische verhaallijnen via een gemeenschappelijk thema. Denk aan water, Van Gogh of Hanzesteden. Zo kan een bezoeker die geïnteresseerd is in Van Gogh naast het Van Gogh Museum in Amsterdam ook naar Brabant toe of naar het Kröller-Müller Museum op de Veluwe. Daarnaast worden ook in toenemende mate de minder bekende plekken onder de aandacht gebracht. Hierdoor profiteren op termijn meer plekken en regio's in ons land van de groei van het nationale en internationale toerisme.

- **Verbetering fysieke bereikbaarheid**

Regionale toerismespreiding wordt mede bereikt door een toegankelijk en gebruiksvriendelijk openbaar vervoer voor buitenlandse toeristen. De Holland Travel Ticket behoeft doorontwikkeling naar een meerdaagse, concessie-overstijgende ov-pas voor toeristen, met een vaste prijs, die van tevoren aangeschaft kan worden. Contactloos in- en uitchecken en contactloos betalen en/of betalen met credit card, bankpas of telefoon zijn daarbij noodzakelijk.

- **Effectieve en gecoördineerde binnenlandmarketing**

De sector werkt verder toe naar het stimuleren van gespreide vrijetijdsbesteding in eigen land door efficiënte en gecoördineerde marketing en route- en bestemmingontwikkeling. Een goede overkoepelende aanpak van de gezamenlijke city- en regiomarketingorganisaties en regionale en lokale overheden van ons land kan bijdragen aan meer synergie, meer spreiding en het verhogen van de besteding van Nederlanders aan de binnenlandse gastvrijheidssector.

¹ HollandCity Strategie is ontwikkeld door NBTC Holland Marketing

Gastvrij Nederland is gelieerd aan VNO-NCW en MKB-Nederland

ANVR, ANWB, CLC VECTA Centrum voor Live Communication, Club van Elf, FC Federatie van Werkgevers in de Cultuur, HISWA-Vereniging, Koninklijke Horeca Nederland, IDEA Independent Dutch Eventmarketing Association, Koninklijk Nederlands Vervoer, NBTC Holland Marketing, Nederlandse Vereniging van Dierentuinen, Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG), Royal Schiphol Group, RECRON, Vereniging van Evenementenmakers, Vereniging Vrije Theater Producenten VVTP en VVV Nederland.

- **Promotie fiets- vaar- en wandelroutes**

Verbonden aan spreading van gasten en toeristen is de internationale en gecoördineerde promotie van de fiets- vaar- en wandelmogelijkheden in Nederland. De landelijke routestructuur moet worden doorontwikkeld en verrijkt. In fysieke zin betekent dit uitbreiding van de routestructuur met groter vaar-, rij- en wandelcomfort en meer voorzieningen als rustplaatsen en oplaadpunten. Daarnaast is het bijeenbrengen van informatie en promotie over het bestaande aanbod alsmede het versterken van fietsen, varen en wandelen in de internationale promotie belangrijk. Een nationaal communicatie- en PR-plan voor de iconroutes verbetert de marketing en vergroot de bekendheid nationaal en internationaal.

- **Voortzetting programma Nationale Parken**

Een volwaardig Nederlands stelsel van Nationale Parken draagt bij aan de gewenste spreading van bezoekers. Het programma Nationale Parken van Wereldklasse kan met een juiste financiële impuls de (internationale) marktpositie verstevigen en de recreatief-toeristische infrastructuur versterken, binnen de gebieden zelf en ten opzichte van de steden.

Gastvrij Nederland is ervan overtuigd dat met een *integrale* aanpak een bijdrage wordt geleverd aan de kansen die de bezoekerseconomie biedt. Een aanpak die garanties geeft voor de leefbaarheid, een vitaal land en een vitale samenleving. Andere steden en streken kunnen dan ook profiteren van inkomende en binnenlandse bezoekers. Op de toch al drukke plekken blijft de leefbaarheid behouden.

Gastvrij Nederland roept de rijksoverheid op om de kansen te erkennen en de ambitie van de sector te honoreren door op rijksniveau de regie te pakken en versnippering te voorkomen. Tevens kan de rijksoverheid voorwaarden scheppen voor deze ontwikkeling en mede-overheden en private partners prikkelen om mee te doen.

Dit betekent concreet:

- *cofinanciering rijksoverheid ten behoeve van een verdere uitwerking HollandCity Strategie;*
- *faciliteer realisatie van de meerdaagse ov-pas met contactloos in- en uitchecken en contactloos betalen;*
- *duidelijke afspraken tussen rijksoverheid en decentrale overheden over de investeringen in de kwaliteit van landelijke routenetwerken voor wandelen, fietsen en varen;*
- *financiële impuls voor de doorontwikkeling van het Programma Nationale Parken in Nederland met aandacht voor de (internationale) marktpositionering en (collectieve) marketing hiervan.*

Alleen met additionele middelen kan ons land nú investeren in de oplossingen van morgen ten behoeve van een leefbaar, geliefd en waardevol Nederland.

Gastvrij Nederland is gelieerd aan VNO-NCW en MKB-Nederland

ANVR, ANWB, CLC VECTA Centrum voor Live Communication, Club van Elf, FC Federatie van Werkgevers in de Cultuur, HISWA-Vereniging, Koninklijke Horeca Nederland, IDEA Independent Dutch Eventmarketing Association, Koninklijk Nederlands Vervoer, NBTC Holland Marketing, Nederlandse Vereniging van Dierentuinen, Nederlandse Vereniging van Golfaccommodaties (NVG), Royal Schiphol Group, RECRON, Vereniging van Evenementenmakers, Vereniging Vrije Theater Producenten VVTP en VVV Nederland.