

# NL

Nederland

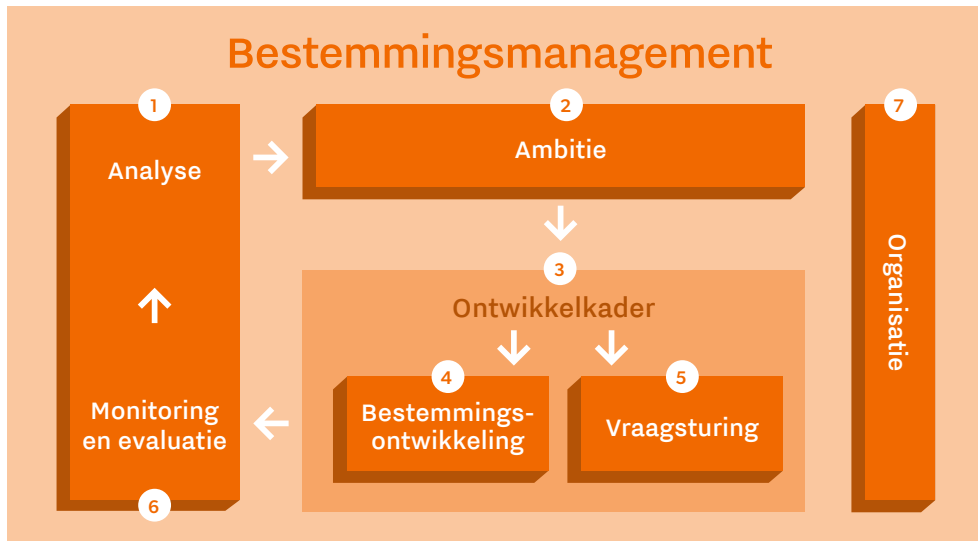


**Bestemmingsmanagement:  
overzicht praktijkvoorbeelden**

In dit document staan voorbeelden per stap ter inspiratie. Het overzicht is een eerste aanzet en zal de komende periode worden aangevuld.

# Zeven stappen van bestemmingsmanagement

Bestemmingsmanagement kent zeven essentiële stappen. In figuur 1 zijn deze stappen schematisch weergegeven en is te zien hoe ze met elkaar samenhangen.



FIGUUR 1: Zeven stappen van bestemmingsmanagement

Lees meer details over de zeven stappen van bestemmingsmanagement in de leidraad<sup>7</sup>

## Stap 1: analyse

### Inspirerende voorbeelden van analyses:

- CELTH onderzocht de bredere maatschappelijke waarde van het gastvrijheidsdomein: wat zou Nederland verliezen wanneer het gastvrijheidsdomein<sup>7</sup> niet overeind blijft en wat is er voor nodig om de maatschappelijke waarde te behouden en mogelijk te vergroten;
- Metropoolregio Amsterdam (MRA) liet onderzoek doen naar de omvang van het toeristisch-recreatieve aanbod, de huidige toeristisch-recreatieve vraag, de verwachte vraagontwikkeling richting 2030 en de draagkracht van de MRA als bestemming. Op basis hiervan werd de ontwikkelruimte voor de MRA<sup>7</sup> ingeschat;
- Als onderdeel van de Visie Vrijtijdseconomie<sup>7</sup> liet de gemeente Hoeksche Waard onder meer een SWOT-analyse opstellen waaruit opgaven volgen voor de gemeente als toeristische bestemming. Een samenvatting van de analyse is opgenomen in hoofdstuk 2 van de Visie (zie link);
- Gemeente Lochem heeft ter voorbereiding op de toeristische visie onderzoek laten uitvoeren onder bezoekers<sup>7</sup> om te weten te komen hoe zij Lochem als toeristische bestemming waarderen;
- De provincie Limburg heeft onder gemeenten laten peilen wat de positieve en negatieve aspecten zijn van toerisme volgens inwoners<sup>7</sup> ;
- Gemeente Veere heeft onderzoek<sup>7</sup> laten uitvoeren naar de omvang van toerisme in relatie tot de draagkracht (leefbaarheid inwoners en mobiliteit verkeersstromen);
- Voor de hele Veluwe is een inwonersonderzoek gedaan in opdracht van de Provincie Gelderland<sup>7</sup> naar hoe inwoners de relatie toerisme en leefbaarheid zien.

## Stap 2: ambitie

### Inspirerende voorbeelden hoe toerismebeleid bijdraagt aan lokale en regionale opgaves:

- Het geluk van bezoekers, bedrijven en bewoners staat voorop in het Perspectief op bestemming Drenthe 2030.<sup>7</sup> De toerisme- en recreatiesector in Drenthe wil hiermee meer toegevoegde waarde bieden aan de samenleving;
- Eindhoven365 heeft op basis van maatschappelijke opgaves ambities en een strategie<sup>7</sup> geformuleerd voor de stad;
- De provincie Friesland heeft nieuw beleid voor recreatie en toerisme<sup>7</sup> ontwikkeld dat bijdraagt aan leefbaarheid van alle Friezen en de uitgangspunten uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma<sup>7</sup> aan de hand van zeven opgaves;
- Rotterdam Partners heeft in opdracht van Gemeente Rotterdam een visie voor de vrijetijdsector<sup>7</sup> ontwikkeld waarbij de kansen van toerisme optimaal benut worden voor een evenwichtige ontwikkeling van identiteit, economie, duurzaamheid en leefbaarheid;
- Een evenwichtige balans tussen bezoekers en bewoners is het uitgangspunt voor de nieuwe visie van de Gemeente Texel<sup>7</sup> waarbij toerisme en recreatie waarde toevoegen aan de Texelse samenleving en onderscheidend zijn;
- Toerisme vraagt om regie op een leefbaar Nieuwpoort. Gemeente Molenlanden heeft, met inbreng van inwoners en ondernemers, het Perspectief Nieuwpoort<sup>7</sup> 2030 opgesteld.

## Stap 3: ontwikkelkader

### Inspirerende voorbeelden van een ontwikkelkader:

- Provincie Zeeland benoemde in het toekomstbeeld Bestemming Zeeland 2030<sup>7</sup> een overkoepelende ambitie en diverse thematische ambities die hieraan bijdragen. In de bijbehorende Actieagenda is voor elk van de thema's aangegeven welke acties de komende tijd worden uitgevoerd en door wie;
- Provincie Noord-Holland heeft in de Visie Recreatie & Toerisme<sup>7</sup> een strategie opgenomen voor bestemmingsmanagement en –ontwikkeling en hierbij nadrukkelijk aandacht besteed aan de koppeling met andere domeinen;
- Gemeente Dronten stelde samen met een kerngroep van ondernemers uit de sector een uitvoeringsprogramma<sup>7</sup> op met concrete projecten;
- Gemeente Den Haag ontwikkelde een positioneringsstrategie<sup>7</sup> die dient als kompas voor de ontwikkeling van de stad, de communicatie richting inwoners en de manier waarop Den Haag zich wil laten zien aan de buitenwereld;
- Utrecht Marketing ontwikkelde een merkprofiel en merkkompas<sup>7</sup> als praktische meetlat voor het toetsen en verbeteren van initiatieven in de stad, zodat ze nog beter passen binnen de merkwaarden van Utrecht.

## Stap 4: bestemmingsontwikkeling

### Inspirerende voorbeelden van bestemmingsontwikkeling:

#### Duurzame mobiliteit

- Vier duurzame Veluwe ondernemers richten gezamenlijk een deelfietsencoöperatie<sup>7</sup> op. Door gebruik van een Veluwe Deelfiets verplaatsen bezoekers zich over de Veluwe met zo min mogelijk CO<sub>2</sub>-uitstoot;
- De gemeente Schouwen-Duivenland zet voor het (toeristisch) transferium Renesse<sup>7</sup> in op duurzaam vervoer. Steeds meer elektrische auto's kunnen op het transferium worden opgeladen. Van mei tot en met september zijn bovendien diverse vormen van duurzaam vervoer mogelijk naar de verschillende stranden en campings in de regio;
- In de gemeente Teylingen wordt geëxperimenteerd met een klein, volledig op zonnepanelen aangedreven veerpontje, FERRY<sup>7</sup>, dat volledig autonoom vaart in een natuurgebied vlakbij Leiden. Naast de fietsbrug vormt de pont een extra toegangsmogelijkheid tot het gebied. Zo wordt bezoek gespreid en wordt een nieuw gebied ontsloten.

### Wet en regelgeving

- Gemeente Utrecht stelde beleid op voor toeristische verhuur van woningen<sup>7</sup> (Airbnb) met regels, registratie- en meldplicht. Utrecht houdt hiermee vinger aan de pols voor de ontwikkeling van particuliere verhuur;
- De gemeente Lisse heeft toerisme en recreatie een belangrijke plek gegeven in de omgevingsvisie<sup>7</sup>;
- Provincie Drenthe<sup>7</sup> heeft in de Omgevingsverordening specifieke regels opgenomen over nieuwvestiging en transformatie van vakantieparken (art. 2.20 en 2.21);
- Gemeente Sluis heeft specifieke regels over minicampings opgenomen in de Verordening Kleinschalig Kamperen<sup>7</sup>.

### Subsidie

Met een subsidieregeling toerisme<sup>7</sup> ondersteunt Provincie Zuid-Holland projectvoorstellen die bijdragen aan andere provinciale opgaves.

## Stap 5: vraagsturing

### Inspirerende voorbeelden van vraagsturing:

- NBTC stelde een handreiking bezoekersmanagement<sup>7</sup> op, met onder meer aandacht voor toepassing van een risicoanalysemodel en allerlei praktijkvoorbeelden;
- Rotterdam Partners ontwikkelde vanuit zijn strategie om waardevolle bezoekers aan te trekken een toolkit voor partners<sup>7</sup>;
- Visit Sweden stimuleert in het programma Discover the Originals<sup>7</sup> op ludieke wijze bezoek aan minder bekende locaties met de inzet van IKEA en Zweedse namen van producten;
- Groenland wil met de onorthodoxe positionering 'Why Greenland may not be for you'<sup>7</sup> bezoekers trekken die passen bij de bestemming;
- Soms kan met een simpele ingreep bezoek worden gestimuleerd. Zaanse Schans zag het bezoek per bus met 25% toenemen nadat buslijn 391 de naam Industrial Heritage Line kreeg<sup>7</sup>;
- De website Liefde voor Ameland<sup>7</sup> geeft informatie en tips over hoe bezoekers een positieve impact kunnen hebben op het eiland.

## Stap 6: monitoring

### Inspirerende voorbeelden van monitors:

#### Druktemonitors

Veel partijen zijn op zoek naar een goede methode om inzicht te krijgen in bezoekersaantallen. Door COVID-19 werd dit thema ineens nog relevanter. De provincies Utrecht<sup>7</sup> en Gelderland<sup>7</sup> ontwikkelden druktemonitors die in één oogopslag laten zien waar het druk of rustig is. Deze monitors vormen de basis voor bezoekersmanagement.

Het Data & Development Lab heeft maar liefst 16 druktemonitors vergeleken. De publicatie<sup>7</sup> hierover geeft antwoord op vragen als: Wat zijn de overeenkomsten en verschillen tussen deze instrumenten? Wat meten ze exact en waar komt de data vandaan? Waar zijn ze geschikt voor, wat is belangrijk om rekening mee te houden en welke voor- en nadelen heeft ieder instrument? Ook interessant in dit kader: onderzocht werd in hoeverre het mogelijk is om voorspelmodellen te ontwikkelen (als middel) om inzicht te geven in verwachte bezoekersstromen.

#### Monitor vitale vakantieparken Veluwe

Op de Veluwe is vanuit het programma Vitale Vakantieparken de Monitor Vitale Vakantieparken<sup>7</sup> ontwikkeld. Hierin wordt antwoord gegeven op vragen als: Hoe staan de vakantieparken in uw gemeente ervoor? Hoe is de kwaliteit? Welke trends en ontwikkelingen zijn zichtbaar? Heeft de aanpak het gewenste effect? Het programma Vitale Vakantieparken stelt de monitor beschikbaar aan alle gemeenten en andere overheden in Nederland.

### Arbeidsmarktmonitor gastvrijheidssector

Voor een optimale gastvrijheidsbeleving moet blijvend geïnvesteerd worden in het imago, de professionaliteit en de aantrekkelijkheid van de sector als werkgever. Om hier gericht op te kunnen sturen is data over de arbeidsmarkt van groot belang. Hiernaast vraagt de krappe arbeidsmarkt om goede data en inzichten. In samenwerking met Gastvrij Nederland ontwikkelde NBTC de Arbeidsmarktmonitor<sup>7</sup> Gastvrijheidssector<sup>7</sup>. Deze monitor geeft inzicht in de arbeidsmarkt van de gehele gastvrijheidssector: toerisme, horeca, dagattracties, watersport en recreatie.

## Stap 7: organisatie

### Inspirerende voorbeelden rondom organisatie:

- Kenniscentrum Kusttoerisme<sup>7</sup> fungeert als spil in duurzame innovatie in de vrijetijdseconomie. Het ontwikkelt kennis, samenwerkingsverbanden en praktijkcasussen met overheden, ondernemers en onderwijsinstellingen;
- Netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel<sup>7</sup> bepaalt samen met alle betrokken toeristische organisaties de regionale agenda en helpt ondernemers en overheden om Overijssel verder te ontwikkelen;
- Data Fryslân<sup>7</sup> is een community van 1.200 Friese dataprofessionals die het datagedreven werken in deze provincie willen versterken;
- Hotel De Marne<sup>7</sup> is een samenwerking van meer dan 60 ondernemers in recreatie en toerisme in gemeente De Marne;
- Op de Utrechtse Heuvelrug werken meer dan 17 partijen samen via een Samenwerkingsagenda<sup>7</sup> en is er een convenant gesloten over het gezamenlijk onderhouden van routes en paden;
- De Veluwe werkt samen met 40 actieve partners binnen de netwerksamenwerking Veluwe-op-1.<sup>7</sup>

