

## 10-punten plan VNG - Gastvrij Nederland: basis voor nieuw toeristisch-recreatief beleid

**Gastvrij Nederland<sup>1</sup>, Nationale Raad voor toerisme, recreatie, horeca en vrije tijd en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) spannen zich in om samen de volgende onderwerpen verder uit te werken en te communiceren via gezamenlijke bijeenkomsten en publicaties.**

Beiden beogen via deze samenwerking tot zowel betere afstemming van elkaars agenda's te komen als tot betere zo mogelijk gezamenlijke (investerings)plannen, waardoor vaker win-win situaties zullen ontstaan.

Oproep aan leden VNG en leden Gastvrij Nederland: **Zoek elkaar op!**

### I **Wonen, werken en recreëren van belang voor Nederlandse samenleving**

*Wonen, werken en recreatie. De inwoners van Nederland stellen hoge eisen aan de kwaliteit van wonen en werken. Een goede balans tussen werken en vrije tijd wordt daarbij ook belangrijk gevonden. De maatschappelijke betekenis van de vrijetijdssector gaat natuurlijk verder dan de belangen van ondernemers alleen. In een individualiserende samenleving biedt vrije tijd mogelijkheden voor socialisatie en integratie, voor welzijn en ontspanning.*

#### a. **Vrijetijdseconomie als nieuwe economische motor**

Een onderneming in de vrijetijdssector is nauw verweven met de gemeente en kan bijdragen aan de kwaliteit van de omgeving. Betrek de sector daarom vroegtijdig in de planvormingfase. Beschouw ondernemers in de vrijetijdssector als producent van ruimtelijke kwaliteit en niet louter als consument.

De sector vraagt om een passend ruimtelijk ontwikkelingskader, omdat innovatie en snel inspelen op marktontwikkelingen nu eenmaal in de toeristisch-(water)recreatieve sector al snel een ruimtelijke component heeft.

---

<sup>1</sup> Gastvrij Nederland - Nationale Raad voor toerisme, recreatie, horeca en vrije tijd - is een volle dochter van VNO-NCW en MKB Nederland. Aan Gastvrij Nederland zijn de volgende organisaties verbonden: ANVR, ANWB, CLC VECTA Centrum voor Live Communication, Club van Elf, HISWA-Vereniging, Koninklijke Horeca Nederland, Koninklijk Nederlands Vervoer, NBTC, Nederlandse Museumvereniging, Nederlandse Vereniging van Luchthavens/Schiphol, Nederlandse Vereniging van Dierentuinen, RECRON, Federatie van Podiumverenigingen, Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties en VVV Nederland.

Het proces van planvorming naar projectontwikkeling en vastgoed behoeft verbetering.

Het verdient aanbeveling de branches die zich nationaal via Gastvrij Nederland verbonden weten, actief te betrekken bij het verder vormgeven van nieuwe initiatieven in het ruimtelijke domein van het stedelijk en landelijk gebied.

**b. Benut gebiedsidentiteit en kernwaarden**

Natuur, water en omgeving zijn van grote maatschappelijke en economische betekenis. De identiteit of gewenste identiteit van de gemeente en het gebied en de kernwaarden van de bewoners in de regio spelen een rol in het creëren van authentieke belevingen. Het ligt op de weg van de gemeente om de gebiedsidentiteit en kernwaarden te benutten voor marketingdoeleinden. Dit DNA van de regio wijst de weg voor het creëren van een sterk en onderscheidend imago. Door samenwerking tussen gemeente en de vrijetijdssector te faciliteren en te stimuleren kan een kwalitatief goede leefomgeving worden gerealiseerd.

De toerist kiest voor een toeristische regio; samenwerking tussen gemeenten en vrijetijdssector is dus noodzakelijk.

De identiteit van het gebied waarbinnen de gemeente ligt, kan worden benut voor het - in samenwerking met de vrijetijdssector - creëren van authentieke belevingen en een sterk imago.

**c. Ruimtelijke samenhang tussen stad en landelijk gebied**

Het beleid wordt gekenmerkt door enerzijds de ambitie om meer samenhang te brengen tussen de natuurgebieden en anderzijds het compacter maken van steden. Voorkom dat het woonklimaat van steden (nog meer) onder druk komt te staan en dat het draagvlak voor de instandhouding en verbetering van de kwaliteit van het landelijk gebied wordt aangetast. Op dit moment werken gemeenten aan de koppeling van vaarroutes, meren en waterplassen. Dat geeft de gemeenten letterlijk de ruimte om tegemoet te komen aan de moderne wensen van burgers en bovendien schept het ruimte om op slimme locaties natuur en stad met elkaar te verweven.

Gezamenlijk kan gewerkt worden aan meer ruimtelijke samenhang tussen stad en landelijk gebied.

**d. Krimp als uitdaging**

Een aanzienlijk aantal gemeenten heeft of krijgt te maken met krimp. Vooral in delen van het noorden, oosten en zuiden kunnen toeristische en recreatieve voorzieningen wellicht mede een economische drager vormen voor de woon- en verblijfskwaliteit. De vrijetijdssector heeft belang bij (investerings)ruimte die ze samen met gemeenten wil inzetten voor de kwaliteit van stad en landelijk gebied.

Het ligt voor de hand dat gemeenten met een aansprekend aanbod van vrijetijdsvoorzieningen het daarbij zullen 'winnen' van gemeenten die deze kwaliteit niet kunnen bieden.

Gemeenten kunnen met een intelligent toeristisch recreatief vrijetijdsbeleid beter (randvoorwaardelijk) inspelen op de behoeften van bewoners en bedrijven, met name waar zich krimp voordoet en/of het vestigingsklimaat in het geding is.

**e. Medevormgever en beheerder ruimtelijke omgeving**

De vrijetijdssector heeft veel belang bij de instandhouding en verbetering van natuur en landschappelijke waarden. Gemeenten hebben op basis van de nieuwe Wet ruimtelijke ordening een directe verantwoordelijkheid voor een aantrekkelijke openbare ruimte.

Deze verantwoordelijkheid is van groot belang nu toerisme en recreatie een steeds belangrijkere plaats in het buitengebied van de diverse gemeenten innemen.

Daarnaast kan de afschaffing van de Wet Openluchtrecreatie per 1 januari 2008 een belangrijke reden zijn om te komen tot een herformulering van het toeristisch-recreatieve beleid in de gemeente.

Gegeven het belang van het buitengebied, kan de gemeente met het oog op haar verantwoordelijkheid voor een aantrekkelijke openbare ruimte haar toeristisch-recreatief vrijetijdsbeleid in een structuurvisie opnemen.

## **II De vrijetijdssector is met 400.000 banen en 37 miljard euro omzet van significant belang voor nationale en lokale economie**

*De vrijetijdssector speelt een stevige rol in de aantrekkingskracht van de gemeente, maar ook in de vitaliteit van het landelijk gebied (platteland en wateromgeving). Zij staat borg voor vele vormen van uiteenlopende bedrijvigheid en vrijetijdsbesteding. Hierbij gaat het om horeca, attractieparken, (verblijfs)recreatie, musea, theaters, poppodia, festivals etc. Ook de markt voor congressen en events worden tot de vrije tijdssector gerekend.*

*Kenmerkend voor de vrijetijdssector is haar nauwe verwevenheid met tal van gemeentelijke beleidsterreinen, zoals ruimtelijke ontwikkeling, mobiliteit, economie, sociale zaken, waterbeleid, natuur en cultuur. Gemeenten kunnen investeringen in de vrijetijdssector deels terugverdienen, omdat de baten (hogere bestedingen) direct ten goede kunnen komen aan de vitaliteit van de openbare ruimte.*

### **a. Samenwerking bij promotie**

Door promotiebudgetten te bundelen, ontstaat marketingslagkracht wat tot effectievere promotie leidt.

Het is van belang dat de gemeente haar promotiebudget effectief en efficiënt inzet. Op (inter)nationale schaal biedt gebiedsgerichte promotie op basis van herkenbare bestemmingen de sleutel tot succes.

De vrijetijdssector vraagt om diversificatie en flexibiliteit. Positionering en heldere keuzes zijn te verkiezen boven alles te willen.

### **b. Betekenis citymarketing**

Citymarketing is meer dan het bedenken van slogans. Een strategische oriëntatie met medewerking van 'smaakmakers' binnen doelgroepen van het bedrijfsleven, is het startpunt van hetgeen uiteindelijk zijn promotionele vertaling krijgt.

Het is van belang vast te stellen wat de unique selling points van de eigen gemeente zijn. Deze usp's geven samen met een uitgebreide omgevingsanalyse aan op welke punten de gemeente zich daadwerkelijk onderscheidt van andere steden. Een gemeente die strategisch marketingbeleid serieus neemt, zal tijdig kunnen reageren op trends, ontwikkelingen en anticiperen op de sterke punten van morgen.

De gemeente kan met de vrijetijdssector en andere maatschappelijke organisaties en bedrijven een promotiebeleid ontwikkelen, gebaseerd op de (gewenste) identiteit van de gemeente en haar omgeving als ook op de kernwaarden van de bewoners. Dit DNA wijst de weg voor het creëren van authentieke belevingen met een sterk en onderscheidend imago.



Vereniging van  
Nederlandse Gemeenten



**c. Bedrijvenloket**

Het is voor ondernemers die actief zijn in de vrijetijdseconomie raadzaam gebruik te maken van het bij veel gemeenten al ingerichte bedrijvenloket. Eén loket, dus een aanspreekpunt, voor alle bedrijven komt de kwaliteit en uitvoering van het beleid ten goede. Het verdient aanbeveling bij de uitvoering van het beleid heldere afspraken te maken over verantwoordelijkheden en tempo. Het in de meeste gemeenten operationele bedrijvenloket kan hierin een centrale rol spelen.

De vrijetijdssector maakt gebruik van het reeds bestaande (bedrijven)loket binnen de gemeente.

### **III Gemeenten zijn de eerste overheid en hebben een regisserende rol in het bepalen en uitvoeren van beleid binnen de gemeente.**

#### **a. Visie op de meerwaarde van gemeentelijk vrijetijdsbeleid**

Een gemeente is voor inwoners aantrekkelijk door 'wat er te beleven is'. Elke gemeente kan een gevarieerd, levendig en boeiend palet van al dan niet gesubsidieerde vrijetijds mogelijkheden stimuleren om ook op termijn aantrekkelijk te zijn voor zowel bewoners als bezoekers. Dit veronderstelt een goede bereikbaarheid via verschillende modaliteiten, een gevarieerd en betaalbaar aanbod van bedrijvigheid afgestemd op de behoeften van de consument van binnen en buiten de gemeente en een aansprekende promotie van het toeristisch-recreatief product in de volle breedte. Duurzaam succes veronderstelt een goede publiek-private samenwerking. Het impactmodel van de vrijetijdssector kan hiervoor een cijfermatige onderbouwing bieden. Dit model is een breed toepasbaar rekenmodel waarmee de economische effecten van de toeristisch-recreatieve sector voor gemeenten kunnen worden berekend.

De gemeente en de vrijetijdssector zetten zich binnen hun mogelijkheden in, voor een gevarieerd, levendig en boeiend palet van vrijetijdsactiviteiten.

#### **b. Gemeente als eerste overheid aanspreekbaar**

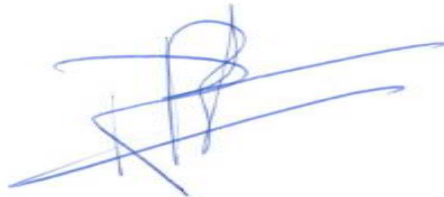
Gemeenten zijn de overheid die het dichtst bij bewoners en ondernemers staat. Echter veel partijen, zoals waterschappen, provincies, Rijkswaterstaat, Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten hebben ook invloed op de ontwikkeling van natuur, water en ruimte in binnen- en buitengebied. Gemeenten en bedrijfsleven zijn gebaat bij een richting, waarbij men zelf invloed heeft op toekomstige ontwikkelingen. Aan gemeenten wordt gevraagd om samen met genoemde stakeholders een heldere visie op de omgeving en de vrijetijdseconomie te formuleren, die ondernemers en andere partners verleidt hun bijdrage te leveren.

De gemeente kan in samenspraak met andere overheden en ondernemers in de vrijetijdssector een visie ontwikkelen als zij daarvoor de ruimte krijgt in bestaande en nieuwe regelgeving.

**c. Ondernemen en besturen vragen handelingsruimte**

Het behoeftepatroon van de inwoners van Nederland is grillig en verandert in een hoog tempo. Om het voor ondernemers mogelijk te maken hier snel op in te spelen is het nodig dat ruimtelijke kaders vastgelegd in structuurvisies, provinciale verordeningen en bestemmingsplannen - met behoud van het DNA van het gebied - voldoende flexibel zijn.

Decentraal wat kan, centraal wat moet wordt door de vrijetijdssector onderschreven. Samen met de gemeenten zal de vrijetijdssector bevorderen dat er niet meer regels komen dan noodzakelijk.



Roelof Bleker  
voorzitter bestuurlijke commissie  
ruimte en wonen VNG



Theo Ruijs  
voorzitter Gastvrij Nederland  
Nationale Raad toerisme, recreatie,  
horeca en vrije tijd

Den Haag 18 maart 2010