

## **Q&A Toerisme paragraaf**

### **Wat willen de gezamenlijke DMO's bereiken met deze brief?**

Nederland is zwaar getroffen door de coronacrisis en ook de toeristische sector wordt hard geraakt. Deze sector is van grote waarde voor de Nederlandse economie en een duurzaam herstel is daarom ontzettend belangrijk.

Met het aanbreken van een nieuwe regeerperiode is het voor zestien verschillende DMO's dan ook nu het moment om gezamenlijk in actie te komen om een bijdrage te leveren aan de wederopbouw van de Nederlandse economie na de pandemie. Om zo uit de crisis te komen met een sterkere en meer toekomstbestendige toeristische sector.

De zestien verschillende DMO's bieden daarom een 'Toerisme paragraaf' met tien concrete actiepunten aan de formateur aan. Deze brief is in eerste instantie een landelijk signaal om samen de schouders eronder te zetten. Het einddoel is dat deze paragraaf wordt opgenomen in het nieuwe regeerakkoord.

De Toerisme paragraaf is ondertekend door de volgende DMO's en Kennisnetwerk Destinatie Nederland:

Eindhoven365	Peter Kentie
Marketing Drenthe	Astrid Crum
Toerisme VAN	Herre Dijkema
Utrecht Marketing	Cor Jansen
Leiden Marketing	Martijn Bulthuis
Dordrecht Marketing	Gerben Baaij
The Hague & Partners	Marco Esser
Rotterdam Partners	Wilbert Lek
MarketingOost	Evelyn Borgsteijn
VisitBrabant	Heleen Huisjes
Maastricht Marketing	Leontien Mees
Merk Fryslân	Martin Clossen
Amsterdam & Partners	Geerte Udo
Marketing Groningen	Barbara Risselada-Lutz
Kennisnetwerk Destinatie Nederland	Kees van Wijk

### **Waarom een brief naar de Kamer? Het gaat toch goed met het Nederlands toerisme? De campings en parken zitten vol?**

Parken en campings zijn niet alleen het Nederlands toerisme. Horeca, attractieparken en andere recreatieve voorzieningen hebben het ontzettend moeilijk. Het is een probleem dat (nog) niet zichtbaar is, nog niet in cijfers is uit te drukken. Wij als dmo's zien echter wat er zich onder deze oppervlakte afspeelt. Zo zijn er naast de vele faillissementen veel ondernemers die stoppen voordat ze de bodem raken, voordat hun spaarpot leeg is. Een flink aantal bedrijven leeft nog dankzij de staatssteun, totdat deze wegvalt. Het aanbod in onze regio's zal flink verschalen.

### **Wat houdt de Toerisme paragraaf precies in?**

De Toerisme paragraaf omvat tien actiepunten die kunnen bijdragen aan de wederopbouw van de Nederlandse economie na de pandemie. Erop gericht om uit de crisis te komen met een sterkere en meer toekomstbestendige toeristische sector. De actiepunten zijn kort en bondig omschreven in een brief, persoonlijk gericht aan de formateur. De brief is in eerste instantie een landelijk signaal om samen de

schouder eronder te zetten. Het einddoel is dat deze paragraaf wordt opgenomen in het nieuwe regeerakkoord.

De actiepunten uit de brief kort samengevat:

1. Samen met het Rijk moeten we op regionaal, nationaal en internationaal niveau met een **fors herstelloffensief** voor recreatief-toerisme komen. Alleen zo kunnen we de toeristisch-recreatieve sector overeind houden.
2. Meer dan ooit is er behoefte aan een **staatssecretaris van Toerisme**. Alleen zo kan er een landelijke visie, strategie en aanpak komen.
3. De Rijksoverheid kan de sector en zichzelf een dienst bewijzen door een **subvention fonds** van 50 miljoen euro in het leven te roepen voor grote internationale congressen van wetenschappelijke verenigingen. Een dergelijk subvention fonds heeft een grote *return on investment*, omdat de deelnemers van congressen veel geld uitgeven.
4. Er moet gezamenlijk worden geïnvesteerd in het uitbreiden en vergroten van een (onderscheidend) **toeristisch aanbod**.
5. Er is vanuit het Rijk regie en coördinatie nodig voor een **goede spreiding van bezoekers**.
6. Het volgende kabinet moet een ander debat voeren en **toerisme meer omarmen als een kans voor economisch herstel**.
7. Er is volledig **publieke financiering** nodig voor **imagocampagnes**, georganiseerd door het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC), om de kracht van het Nederlandse toerisme te ontketenen.
8. Er moet **extra geïnvesteerd** worden in de **Landelijke Data Alliantie**. Alleen op basis van data kunnen scherpe customer journey's worden geformuleerd en gekoppeld worden aan een onderscheidend aanbod.
9. Voor een toekomstbestendige sector is het nodig dat het volgende kabinet **onderwijs en de arbeidsmarkt** goed op elkaar laat **aansluiten**.
10. **Duurzaamheid** is voor de toeristische sector geen noviteit meer.

### **Jullie geven aan dat er een landelijke visie op toerisme moet komen. Wat is jullie visie?**

Op dit moment is er geen geïntegreerde aanpak voor de bezoekerseconomie. Het beleid is verkokerd en er is, vergeleken met sectoren met evenveel impact op de Nederlandse economie, zeer beperkte politieke en ambtelijke aandacht voor het onderwerp.

Met een staatssecretaris van Toerisme kan er wél een landelijke visie, strategie en aanpak komen. De belangrijkste actiepunten van deze visie zijn samengevat in de Toerisme paragraaf. Denk onder meer aan een breed gedragen herstelloffensief, een gezamenlijke investering in het uitbreiden en vergroten van een onderscheidend toeristisch aanbod en de weg naar een nieuwe, breed gedragen identiteit van Nederland.

DMO's hebben hier de afgelopen jaren al stappen in gezet door het ontwikkelen van lokale/regionale toeristische visies, gestoeld op principes als spreiding, duurzaamheid en innovatie.

### **Jullie schrijven dat het tijd is voor een nieuwe, breed gedragen identiteit van Nederland met een branding en proposities op basis van ons DNA. Wat is ons DNA?**

Het verhaal van Nederland kan al lang niet meer alleen verteld worden met tulpen, molens en kaas. Toch wordt dit imago nog veel uitgedragen. Het is tijd voor een nieuwe, breed gedragen identiteit van Nederland met een branding en proposities op basis van ons DNA. Oftewel: een imago dat naadloos aansluit bij de steden en regio's die samen Nederland maken. Waarbij bezoekers én bewoners worden aangetrokken door een *authentieke lokale identiteit*.

## **Wat is de waarde van de toeristische sector voor de Nederlandse economie?**

De toeristische sector is van grote waarde voor de Nederlandse economie. Normaliter draagt deze sector ruim 4,4% bij aan het BBP en daarmee is de sector qua importantie vergelijkbaar met de landbouw of de bouwsector. In 2019 had de toeristische sector een jaarlijkse economische impact van 32 miljard euro voor de Nederlandse economie.

## **Willen jullie ondanks het feit dat het al zo druk is extra toeristen naar Nederland halen?**

Nederland is zwaar getroffen door de coronacrisis en ook de toeristische sector wordt hard geraakt. Deze sector is van grote waarde voor de Nederlandse economie en herstel is daarom heel belangrijk. Voor een sterkere en toekomstbestendige sector is een goede spreiding van bezoekers essentieel. Centrale regie en coördinatie vanuit het Rijk is hierbij zeer wenselijk.

(Zie ook punt 5 in de lobbybrief.)

## **Is dit de start van een langdurig lobbytraject?**

Deze brief is in eerste instantie een signaalbrief om samen de schouders eronder te zetten en in actie te komen voor een duurzaam herstel van de toeristische sector. Het einddoel is dat deze paragraaf wordt opgenomen in het nieuwe regeerakkoord en is daarmee ook onderdeel van een langduriger lobbytraject.

## **Waarom laten de DMO's dit niet aan het NBTC over?**

NBTC is onder andere verantwoordelijk voor de vermarkting van de bestemming Nederland in het buitenland, naast de activiteiten op het gebied van data & intelligence, bezoekersspreiding en bestemmingsontwikkeling (conform Perspectief 2030). Het Ministerie van EZK zorgt voor 50% van de financiering van NBTC, de andere 50% moet uit de markt komen. Voorgaand businessmodel zorgt ervoor dat de inhoud van de campagnes NBTC voor een belangrijk deel wordt bepaald door betalende partners. De rol van NBTC in de marketing van Nederland is om de bestemming Nederland te representeren in het buitenland, maar niet om de verschillende regio's en steden te representeren. Vraagstukken die gaan over spreiding binnen Nederland, bestemmingsontwikkeling binnen regio's of steden zijn daarom ook van de DMO's en niet van NBTC. Het is goed en fijn dat NBTC betrokken is bij de Landelijke Actieagenda Gastvrijheidseconomie, maar ook goed dat wij als DMO's zelf onze eigen belangen naar voren brengen.

## **Jullie actie lijkt op die van Gastvrij Nederland, waarom slaan jullie de handen niet ineen?**

Onze intentie is hetzelfde: de toeristische sector vooruit helpen. Wij zijn echter de organisaties die de steden en regio's in binnen- en buitenland onder de aandacht brengen, die zich intensief bezighouden met het voorkomen van drukte op de ene plek en tegelijkertijd adviseren bij het aantrekkelijk(er) maken van andere plekken in onze bestemmingen. Voor ons zijn bezoekers geen doel op zich, maar een doel om bij te dragen aan de opgaven onze stad en regio op het gebied van leefbaarheid, werkgelegenheid, duurzaamheid en economie. Met een uitgekiende set aan activiteiten en werkzaamheden ondersteunen wij onze publieke en zakelijke partners bij het bereiken van deze opgaven. Dat doen we met inzicht in de relevante trends, analyseren van data, advies over hoe onze partners hun aanbod aantrekkelijk(er) kunnen maken voor bezoekers uit binnen- en buitenland en passende marketingcommunicatie om de stad of regio goed onder de aandacht te brengen bij (potentiële) bezoekers.

## **En, wat is het verschil in jullie aanpak?**

Als dmo's laten wij ook onze stem horen in Den Haag. Dit zal echter niet bij een éénmalige actie blijven. Wij, 16 dmo's, starten een langer lobbytraject. We willen in gesprek over deze actiepunten en een duurzame samenwerking realiseren met het Rijk. Wij zien dagelijks de grote gevolgen die de coronacrisis heeft voor onze partners in het bedrijfsleven. Bedrijven die stoppen, omdat ze geen toekomst meer zien. Als dé organisaties die de regio's en steden in binnen- en buitenland onder de aandacht brengen, maken we ons niet alleen zorgen over de economische gevolgen, maar ook over het overblijvende aanbod aan culturele instellingen,

horeca, congrescentra en dagattracties. Dat gaat ons als inwoners van Nederland allemaal raken. Tegelijkertijd zien we vóór corona, nu en in de toekomst vraagstukken rondom plekken waar het te druk kan worden en plekken waar wel wat meer recreanten en bezoekers zouden mogen komen. Daar willen wij graag verder mee aan de slag, maar daar hebben we hulp bij nodig vanuit het Rijk: onder andere door het opstellen van een integrale aanpak voor heel Nederland.