



Voortgangsrapportage Actieagenda en sleutelprojecten

1. **Gastvrijheid verdient zichzelf, trekker: CELTH in samenwerking met STIRR**

Doel van dit project is het ontwikkelen en delen van kennis over kansrijke verdienmodellen, waarmee regio's, ondernemers en organisaties nieuwe gastvrijheidsbelevingen rendabel kunnen exploiteren. De veranderende behoeften van de gast, het beperkte investerend vermogen van ondernemers, de andere politieke keuzes van overheden en het streven naar maatschappelijk verantwoord ondernemen creëren nieuwe omstandigheden waarin regio's, ondernemers en organisaties hun verdienmodel kloppend moeten krijgen.

Binnen dit sleutelproject wordt een aantal casussen gekozen, die gericht zijn op het creëren van een optimale combinatie van waarden voor gast, ondernemer en stakeholders.

Voor 2016 is de uitvoering van deze casussen voorzien, waarbij de uitdaging is om universeel toepasbare kennis te ontwikkelen.

2. **Land van Water, trekker: HISWA Vereniging en Stichting Waterrecreatie Nederland**

Doel van dit project is dat Nederland wereldwijd wordt gezien als het Land van Water, waar water vanuit een groot aantal perspectieven – cultuur, natuur, historie, horeca, wetenschap, drinkwater, voedsel, kustveiligheid, watermanagement en recreatie gastvrij is te beleven. Op dit moment wordt geïnventariseerd wat er regionaal en landelijk al aan waterpakketten is (zoals verdedigingswerken – Deltawerken, Afsluitdijk, watermanagement, arrangementen). Daarnaast wordt geïnventariseerd welke activiteiten in Nederland plaatsvinden. Tot slot worden nieuwe ontwikkelingen in beeld gebracht. Het jaar 2016 staat in het teken van het concretiseren van het projectplan en de ontsluiting van een portaal Nederland Waterland.

Uiteraard ligt hier t.z.t. ook een nauwe relatie met het project 'Holland City', getrokken door NBTC Holland Marketing – de Waterland lijn – en met Schaalsprong promotie routerecreatie. De HISWA-campagne Welkomophetwater.nl kan als kapstok dienen voor verdere initiatieven.

Inbedding in de kabinetsbrede Maritieme Strategienota is geregeld.

3. **Leven lang (excel)leren in gastvrijheid, trekker: CELTH**

Onderwijs en bedrijven in de gastvrijheidssector creëren samen een aantrekkelijk en inspirerend aanbod voor een 'leven lang leren'. Dit resulteert in:

- De medewerker is trots op zijn vak, beheerst zijn vak en werkt met passie en plezier om de gast altijd een excellente gastvrijheid te laten ervaren;
- De gast ervaart excellente gastvrijheid, heeft een betere beleving, is meer tevreden, hetgeen leidt tot herhaalbezoek en aanbeveling aan anderen;
- De sector haalt hogere omzetten als gevolg van tevreden gasten en is een aantrekkelijke werkgever (geringer personeelsverloop, hogere aantrekkingskracht voor potentiële medewerkers).

Fase 1 van dit project betreft de vraagarticulatie in de sector, door middel van interviews (met branches en ondernemers) en een werkconferentie in het voorjaar van 2016. De resultaten worden bijeengebracht in een leeragenda voor de gastvrijheidssector (mei 2016). Op basis hiervan kunnen onderwijsinstellingen een aanbod voor een leven lang leren ontwikkelen (fase 2) en aanbieden (fase 3).

4. **Holland City, trekker: NBTC**

Toenemende regionale spreiding van internationale bezoekers aan Nederland moet leiden tot betere benutting van capaciteit en het realiseren van groeikansen op een duurzamere manier. In dit project wordt Nederland neergezet als Metropool, waarbij een (fictieve) metrokaart met diverse verhaallijnen is uitgewerkt. Twee concrete verhaallijnen, te weten de Waterland-lijn en de Mondriaan-Dutch Design-lijn, worden op dit moment uitgewerkt en in 2016 geïmplementeerd. Op basis van de ervaringen met deze twee lijnen wordt gekeken naar de meerjarige ontwikkeling van andere verhaallijnen, mede in lijn met het door het ministerie van Economische Zaken gesteunde proces i.s.m. de provincies. In 2016 zal een meerjarenplanning worden uitgewerkt.

5. **De Nederlandse kust is een merk, trekker NBTC**

De kustregio's lopen kansen mis omdat er in de internationale marketing nog te vaak sprake is van versnippering. Het aanwezig potentieel wordt onvoldoende benut, terwijl de concurrentie met de Belgische en Duitse kust toeneemt. Het project heeft tot doel een integrale marketingaanpak, gericht op versterking van de concurrentiekracht en de marktpositie van de Nederlandse kust ten opzichte van de directe concurrentie.

De resultaten van een grootschalig onderzoek in Duitsland en België naar de concurrentiepositie van de Nederlandse kust, die het eerste kwartaal 2016 bekend worden, moeten verder vorm en richting geven aan het project.

6. **Effectieve binnenlandmarketing, trekker VVV Nederland, ANWB, NBTC**

Dit project richt zich op het stimuleren van het toerisme in eigen land door efficiënte en gecoördineerde marketing. Op dit moment is de binnenlandse vermarkting van het gastvrijheidsproduct de verantwoordelijkheid van de

sector zelf, provincies, gemeenten en regionale en citymarketingverbanden. Wat ontbreekt is een goede overkoepelende visie en een goede meerjarige communicatie- en marketingcampagne die kan zorgen voor meer synergie en het verhogen van de besteding van Nederlanders aan de binnenlandse gastvrijheidssector. Hiervoor is allereerst draagvlak nodig bij de relevante stakeholders, hiervoor worden verkennende gesprekken gevoerd. In 2016 zal door middel van een brainstorm het project verder worden geconcretiseerd om zo te komen tot een gedragen visie en uniforme marketingaanpak, waarvan de uitrol in 2017 kan plaatsvinden.

7. Schaalsprong routerecreatie – ToerNederland, trekker: Stichting Landelijk Fietsplatform

Nederland heeft unieke mogelijkheden om wandelend, fietsend en varend ons land te beleven. Die mogelijkheden kunnen nog verder verbeterd en uitgenut worden, met een focus op het verbinden van zogenaamde Nederlandse parels, zoals de Nationale Parken. Voor 2016 zal de inzet zijn het versterken en borgen van de routenetwerken in de Omgevingswet, omgevingsvisies en convenanten en het voeren van gesprekken met stakeholders. Het organiseren van een duurzame provinciegrensoverschrijdende samenwerking fietsen/wandelen/varen verloopt echter moeizaam, mede vanwege onduidelijke rolverdeling landelijk/regionaal en overheid/markt.

Dit project omvat tevens een impuls aan de marketing van routerecreatie in Nederland, hiervoor is contact gezocht met landelijke en regionale promotiepartners. Voor 2016 is voorzien in de verdere doorontwikkeling van de afzonderlijke portals en versterking van koppelingen met landelijke en regionale portals.

Dit voorjaar (20 februari 2016) zal Fietsplatform een sectorbrede toekomstvisie presenteren voor doorontwikkeling en promotie landelijke fietsroutestructuur.

8. Nationale Parken nieuwe stijl, trekker: Staatsbosbeheer, i.s.m. Stirr

Het project Nationale Parken nieuwe stijl is opgenomen als speerpunt in het Programma Nationale Parken van het ministerie van Economische Zaken, zoals ook in de brief aan de Kamer is aangegeven.

Staatsbosbeheer zal, o.a. in samenwerking met Stirr, zich nog wel richten op de ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen die de realisatie van deze belevingsmix mogelijk maakt.

9. Maatwerkaanpak regeldruk, trekker: Ministerie van Economische Zaken

De maatwerkaanpak regeldruk gastvrijheidseconomie is bedoeld om tot concrete acties te komen voor het oplossen van merkbare regeldruk knelpunten binnen de gastvrijheidseconomie door middel van een publiek-private samenwerking. De maatwerkaanpak richt zich op verschillende knelpunten. Sira Consulting BV heeft op basis van gesprekken met

branches en beleidsmakers de knelpunten uitgewerkt tot probleem- en stakeholdersanalyses, op basis waarvan aan aanpak voor oplossingen wordt voorgesteld.

Voor begin 2016 is een actieplan voorzien waarin staat welk knelpunt door wie en wanneer wordt opgelost. Flinke stappen zijn inmiddels gemaakt in de oplossingsrichtingen op het gebied van het knelpunt legionella.

10. Eén vervoerspas voor inkomende toeristen, trekker: NBTC

Met dit project wil de sector bereiken dat er een gastvriendelijke en vooraf aan te schaffen, meerdaagse OV-pas komt voor buitenlandse bezoekers.

Met deze pas zijn voor een vaste prijs alle kilometers in alle type OV, concessie-overstijgend, in Nederland of in een bepaalde toeristische regio afgekocht. De tot op heden geformuleerde oplossingsrichtingen (een informatieplatform waarop OV-tickets in combinatie met toegangskaartjes voor bezienswaardigheden worden verkocht, en een OV-dagkaart waarmee tot een bepaald tijdstip door heel Nederland voor een vast bedrag – € 60,- of een variant tijdens daluren van € 40,-) sluiten wat betreft Gastvrij Nederland nog niet aan bij de geformuleerde ambitie. Het ministerie van Economische Zaken heeft inmiddels ingestemd met aanvullend onderzoek naar marktpotentieel en inzicht in de meest optimale oplossing mede ter versterking en onderbouwing richting concessiehouders. De planning voor dit onderzoek is in het voorjaar van 2016.

11. Gezond Gastvrij, trekker: CELTH

Het project Gezond Gastvrij verbindt de gastvrijheidseconomie met gezondheid door nieuwe producten en diensten te ontwikkelen die een gezonde levensstijl stimuleren bij de gast.

CELTH heeft dit sleutelproject verder uitgewerkt in het Actieplan Gezonde regio 2016 – 2018, waarin projecten zijn geformuleerd en worden uitgevoerd waarin gezond gastvrij centraal staat. Zeeland vormt hierbij een pilotregio. In 2016 zullen een tweetal congressen hierover plaatsvinden, in Noordwijk en in Vlissingen.