



ACTIEPLAN TOERISME EN RECREATIE

TIEN PUNTEN OM DE SECTOR OP EEN
HOGER PLAN TE BRENGEN



PvdA TWEEDE-KAMERFRACTIE



VOORWOORD

Toerisme en recreatie is de vierde bedrijfstak van Nederland. Niet onbelangrijk dus!

Zowel gemeenten, provincies als het Rijk kunnen de komende jaren belangrijke impulsen geven aan deze sector. De sleutelwoorden voor de ondernemers zijn de komende jaren: innovatie en samenwerking.

Als de toeristische sector in Nederland levensvatbaar wil blijven zijn samenwerkingsverbanden, interregionaal én brancheoverstijgend, onontbeerlijk. Daarnaast zullen de ondernemers in deze sector moeten innoveren om te overleven. Kortom veel uitdagingen voor de overheid, de politiek én de ondernemers. Samen is het mogelijk om de toeristische sector te versterken. Meer gasten en een werkring die leuk en interessant is, dat is onze inzet. De PvdA in de Tweede Kamer wil met dit Tien-punten-plan een stap in de goede richting zetten.

*Pauline Smeets, woordvoerder Toerisme
Juni 2009*

INHOUD

1. INLEIDING	3
2. DE TOERISME- EN RECREATIESECTOR IN NEDERLAND	4
3. TIEN ACTIEPUNTEN	6



1. INLEIDING

Vakantie en recreatie zijn 'eerste' levensbehoeften

Crisis of geen crisis: ruim 70 procent van de Nederlanders gaat deze zomer zeker of waarschijnlijk met vakantie. Dat is maar 2 procent minder dan in 2008. Vakantie vieren is min of meer een eerste levensbehoefte geworden in de loop der jaren. We kunnen niet meer zonder. Het vakantiebudget is ten opzichte van 2008 nauwelijks veranderd. Een belangrijk deel van de vakantie wordt doorgebracht in eigen land. Uit onderzoek van het kenniscentrum recreatie blijkt dat vrijwel alle Nederlanders (99,3% van de bevolking) recreëren. Bijna een kwart bestaat uit buitenrecreatie. Wandelen en fietsen en vermaak aan de waterkant zijn de meest favoriete bezigheden.

In Nederland zijn meer dan anderhalf miljoen mensen met een handicap. Ook zij willen graag (aangepast) recreëren en met vakantie gaan. Het is daarom van belang dat het aanbod van toerisme en recreatie passend is voor mensen met een handicap. In veel gebieden in Nederland is nog dringend behoefte aan voorzieningen waar speciale zorg kan worden geboden tijdens vakantie en een weekend uit.

Innovatie cruciaal

Maar de consument wordt steeds kritischer. De behoeften veranderen vaak en sneller. Daarop inspelen is van cruciaal belang om als individuele ondernemer en als branche te overleven. Het sleutelwoord is innovatie. Toch zijn nog niet alle bedrijven in de sector doordrongen van de noodzaak om te (blijven) vernieuwen. Zeker in tijden van economische neergang is het zaak aan de periode na de recessie, waarin de economie aantrekt, aandacht te schenken. Om ook in de toekomst een gezond bedrijf en een aantrekkelijke sector te zijn en te blijven zullen de ondernemers zich (nog) meer moeten gaan richten op het verbeteren en vernieuwen van het dienstenaanbod. Kortom: innovatie en een innovatieve houding horen een vast onderdeel van de bedrijfsvoering te zijn en te blijven.

Handvatten om de branche te versterken

De PvdA vindt dat de aandacht voor de sector in de afgelopen jaren onder de maat is geweest. Dit terwijl de sector een sterke groeipotentie heeft. Bovendien vinden veel mensen werk in de branche en dat kan alleen maar toenemen. Verder draagt de sector bij aan de kwaliteit van het leven en is de sector een belangrijke drager van ruimtelijke kwaliteit. Daarom presenteert de PvdA een Actieplan. Middels dit Tienpuntenplan wil de PvdA de toeristische bedrijven in Nederland concrete handvatten bieden om de sector als geheel, maar vooral ook de individuele bedrijven, sterker te maken en op een hoger plan te brengen. Door een aantal innovatieve ideeën en nieuwe strategieën aan te reiken hoopt de PvdA een voorzet te geven tot een gezonde toekomst voor alle bedrijven in de toerisme- en recreatiebranche in Nederland.

2. DE TOERISME- EN RECREATIESECTOR IN NEDERLAND

Economisch belang groot

Enkele kerncijfers

UITGAVEN AAN TOERISME IN NEDERLAND

35,3 MILJARD EURO

- WAARVAN DOOR NEDERLANDERS 28,5 MILJARD

- WAARVAN DOOR BUITENLANDERS 6,8 MILJARD

TOERISTISCHE TOEGEVOEGDE WAARDE

17 MILJARD EURO (3% VAN HET BBP)

WERKGELEGENHEID

394.000 BANEN (4,3% TOTALE WERKGELEGENHEID)

247.000 FTE'S (3,7% VAN TOTALE ARBEIDVOLUME)

Bron: Economisch belang toerisme en vrije tijd. NBTC augustus 2008.

Uit de kerncijfers blijkt dat toerisme en recreatie van groot belang is voor de Nederlandse economie. De sector is de vierde bedrijfstak van Nederland. Bijna 400.000 mensen vinden een betaalde baan in de toerismesector. Omdat een groot aantal mensen in deeltijd werkt is het aantal fte's lager. Van de toeristische uitgaven in Nederland komt tweederde uit binnenlands toerisme en een vijfde uit inkomend toerisme.

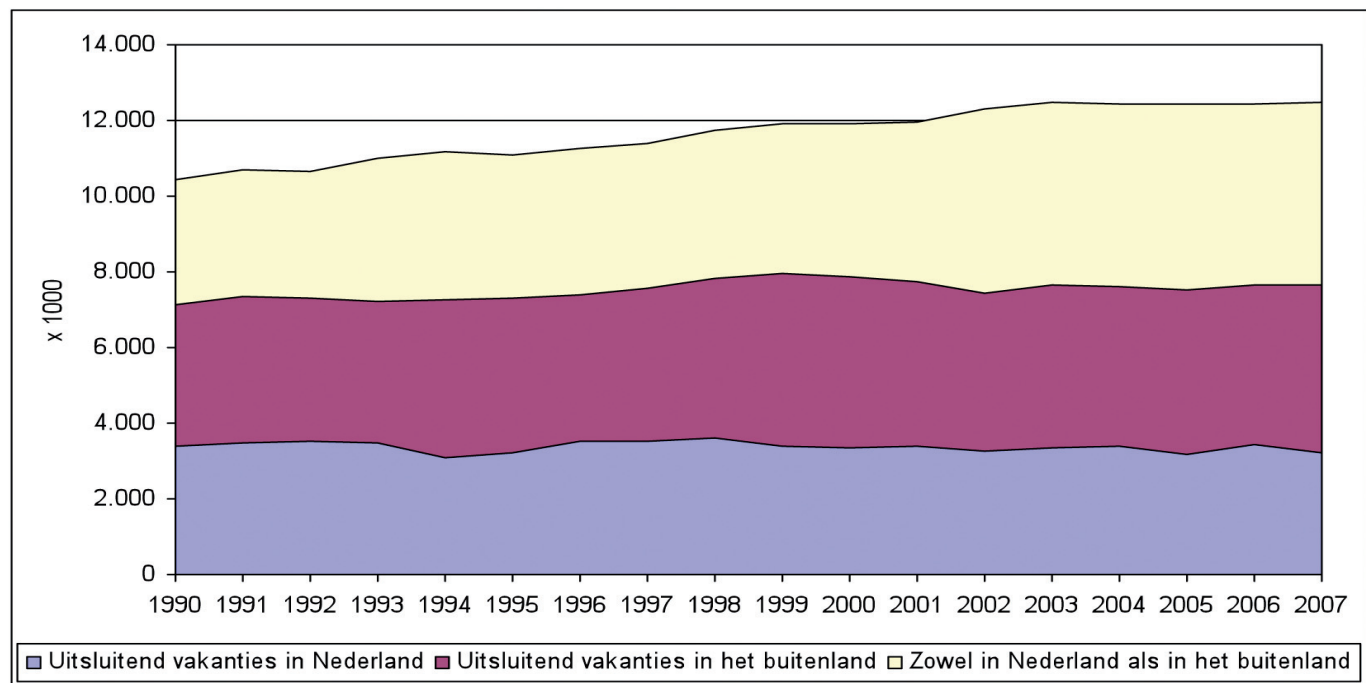
Belangrijke vakantiebestemming

Nederland is en blijft een belangrijke vakantiebestemming voor Nederlanders én buitenlanders. Circa 2,7 miljoen Nederlanders gaan in eigen land met vakantie. Dat zijn er 100.000 méér dan vorig jaar. Vooral de bungalowparken (+5 procent) en de campings (+4 procent) scoren goed. De populairste regio's om vakantie te vieren in eigen land zijn Gelderland, Drenthe en Zeeland.

Maar het buitenland trekt ook nog steeds. Ongeveer 8 miljoen Nederlanders zeggen naar het buitenland af te zullen reizen. Ten opzichte van 2008 is dat een daling van 3 procent (250.000 mensen).

Toekomstperspectief rooskleurig

Figuur 1 Ontwikkeling deelname aan vakanties (bron: CBS)



Circa 80% van de bevolking gaat met vakantie. Figuur 1 laat een stijgende lijn zien in het aantal mensen dat vakantie viert. De trend vlakt de laatste jaren wel licht af. Gegeven de recessie die in het najaar van 2008 uitbrak zal de stijgende trend de komende jaren naar verwachting niet meteen verder doorzetten.

Figuur 1 laat zien dat vakantie vieren in eigen land voor Nederlanders prettig is en blijft. Het aandeel personen dat uitsluitend in het buitenland de vakantie doorbrengt is immers vrij stabiel. Vooral de korte vakanties worden vaak in het binnenland doorgebracht. Dat zal naar verwachting ook in de toekomst zo blijven.

3. TIEN ACTIEPUNTEN

Sector voor het voetlicht

De toeristisch recreatieve branche is een aantrekkelijk en belangrijk onderdeel van de Nederlandse economie. De maatschappelijke functie staat buiten kijf. Dat is in de afgelopen jaren te weinig naar voren gekomen. Reden voor de PvdA om de sector voor het voetlicht te brengen. Door middel van een aantal concrete voorstellen en actiepunten wil de PvdA de sector helpen de weg naar boven verder in te vullen.

1. OP DE BRANCHE GERICHTE INNOVATIEVOUCHERS

Voor een gezonde toekomst van de sector is innovatie het sleutelwoord. Het is echter niet altijd even makkelijk om te juiste weg te vinden om als ondernemer je bedrijf te vernieuwen dan wel aan te passen aan de veranderende wensen van de gasten. Op de branche gerichte, ofwel 'geormerkte', innovatievouchers bieden de ondernemer de mogelijkheid om bijvoorbeeld het bedrijf door te lichten en concrete verbeterpunten in het dienstenaanbod vast te stellen. De vouchers kunnen ook worden gebruikt voor scans zoals de Hanzehogeschool Groningen die aanbiedt.

2. ONDERNEMER WORDT 'NATUURGASTHEER'

In de agrarische sector is het gebruikelijk dat ondernemers worden betaald om de natuur te beheren en te beschermen. De ondernemer in de toeristische recreatieve sector die een bedrijf heeft dat aan een natuurgebied grenst kan diezelfde rol worden toebedeeld. Uitgangspunt is dat de ondernemer inkomsten genereert door educatieve programma's in een aangrenzend natuurgebied te ontwikkelen voor de gasten. Hij of zij is daarmee 'gastheer van de natuur'. Daaronder kan ook het beheer van een gebied vallen. Ook de VROM-raad heeft geadviseerd de sector deze taak toe te dichten door de ondernemers 'makers van het landschap' te noemen. In de recente publicatie Publieke ruimte – Naar een nieuwe balans tussen beeld, belang en beheer, zegt de VROM-raad het nog duidelijker: 'Er moeten nieuwe beheerders worden gezocht, die in een nauwe relatie staan tot de toenemende consumptiefunctie van de groene ruimte.' De natuurbelevingsprojecten kunnen in samenwerking met Natuurmonumenten worden ontwikkeld. Het mes snijdt aan twee kanten: de toenemende beheerkosten kunnen voor een deel worden gecompenseerd door de inzet van de ondernemer en zijn of haar medewerkers en gasten. Goede voorbeelden van natuurbelevingsprojecten zijn de zogenoemde 'blotevoetenpaden' en het Belevingsbos.

Op het gebied van recreatie bestaat steeds meer behoefte aan 'ommetjes' en wandelpaden in het buitengebied. De toeristisch-recreatieve ondernemer kan hierop inspelen.

De PvdA wil daarom ook dat de schouwpaden van de waterschappen in met name recreatief belangrijke gebieden weer zoveel mogelijk worden open gesteld. Bovendien dient het herstel van oude kerkpaden bevorderd te worden, omdat deze vaak van grote recreatieve waarde zijn.

3. VERSNELLEN VERGUNNINGVERLENING

Ondernemers die een bedrijf willen starten of uitbreiden hebben vaak te kampen met eindeloze vergunningstrajecten. Als de Wet Algemene Bepalingen Omgevingsrecht (WABO) op 1 januari 2010 in werking treedt zullen ondernemers in de sector daar veel baat bij hebben. Toch blijven de ondernemers kampen met bestemmingsplannen die niet (voldoende) zijn toegespitst op de onderneming. Dit terwijl uitbreiding van die onderneming van levensbelang is. Oplossing is dat elke gemeente met toeristisch-recreatieve bedrijven daar een speciaal regime voor gaat hanteren om de vergunningsprocedure soepel en snel te laten verlopen. Het aanstellen van een speciale accountmanager verdient hierbij de voorkeur. Steeds meer vergunningen worden verstrekt middels het 'wie-zwijgt-stemt-toe'-principe (Lex Silencio Positivo (LSP)). Specifiek voor de ondernemers in de sector dienen extra vergunningen aangewezen te worden die vallen onder het LSP-regime.

Om de administratieve lasten, en vooral de inspectiekosten, (verder) te beperken dienen gemeenten het high trustbeginsel als basis te hanteren, dat wil zeggen dat gemeentelijke ambtenaren zich een houding eigen maken die uitgaat van vertrouwen in plaats van wantrouwen naar de ondernemer toe. Basisprincipe is dat de ondernemer die zich aan de regels houdt minder vaak inspecteurs op bezoek krijgt. Alleen als een ondernemer zich niet (goed) aan de regels houdt kan hij of zij extra inspectierondes verwachten.

4. CREATIVITEIT ONDERNEMER STIMULEREN

Het bevorderen van het 'creatief ondernemen' biedt de ondernemer in de toeristisch-recreatieve sector talloze kansen om de omzet te verbeteren. Een voorbeeld zijn de zogenoemde 'boerenlodges', waarbij een dorpsrestaurant of familiehotel in het landelijk gebied contracten heeft gesloten met boerenbedrijven in de regio voor hotelkamers bij de boer. De hoteleigenaar betaalt hierbij de benodigde verbouwing tot een maximumbedrag en hij betaalt een jaarbedrag aan de boer. Er ontstaat een win-win situatie. Dit concept is een groot succes in Overijssel (regio Tubbergen). Ook gericht aanbod op bijvoorbeeld gehandicapten biedt volop kansen. Het aanbod aan zorghotels is nog relatief laag.

In het algemeen is aan te bevelen dat gemeenten en provincies de landbouwsector intensiever betrekken bij de ontwikkelingen in de recreatie en toerismesector. Er moet meer inzicht komen in de vraag van de toeristische consument en wat de landbouwsector vervolgens kan bieden, zoals bijvoorbeeld de activiteitenboerderij, het aanbieden en organiseren van bedrijfsuitjes, en vergaderingen bij de boer.

5. GREENKEY BREDER INZETTEN

De Greenkey is een certificaat voor bedrijven die meer dan wettelijk is voorgeschreven doen om milieubewust te ondernemen. In het algemeen is de sector sterk bewust van milieuverantwoord ondernemen. Die houding overdragen aan de gasten kan ook een belangrijke doelstelling zijn.

De inzet van de Greenkey kan verder verbreed worden door er tevens een kwaliteitsgarantie, een ISO-garantie, aan te koppelen. De ondernemer ziet de investering die het behalen van het certificaat kost terug in een versnelling van de behandeling van vergunningaanvragen. Het bezit van de Greenkey geeft dus 'recht' op versnelde afhandeling, of zelfs onmiddellijke vergunningverlening. De administratieve lasten zullen (verder) kunnen dalen én gemeenten scoren beter op hun dienstverlening!

6. UITBREIDEN AANTAL CAMPERPLAATSEN

Campers worden steeds populairder. In Nederland zijn naar verhouding weinig plaatsen ingericht om campers te plaatsen. Om aan de groeiende vraag naar camperplaatsen te voldoen dienen gemeenten in samenwerking met de plaatselijke campinghouders deze voorziening uit te breiden. De meest logische keuze is om de bestaande faciliteiten van de campinghouder te benutten en de plaatsen in of bij de camping te realiseren.

7. VERZADIGDE MARKT VERBLIJFSRECREATIE: KWALITEITSIMPULS FACILITEREN

De branche kenmerkt zich nog te veel door aanbodgericht denken. Om de veranderende markt optimaal te bedienen en in te spelen op de wensen van de consument is het noodzakelijk te omslag te maken naar vraaggericht denken. Het kennisniveau op het gebied van marketing moet verbeterd worden. Het inspelen op de specifieke behoeften van de vijf door de Recron onderscheiden doelgroepen dient daarbij voorop te staan. In samenwerking met gemeente en provincie kan de brancheorganisatie speciale product-marktcombinaties ontwikkelen. Bijzondere aandacht voor de doelgroep 50+'ers (met veel vrije tijd) is daarbij aan te bevelen.

8. PLANOLOGISCHE MOGELIJKHEID B&B IN ELKE GEMEENTE

Steeds meer ondernemers starten een Bed & Breakfast (B&B). Tussen 2000 en 2006 zijn circa 2.500 van deze kleinschalige overnachtingsmogelijkheden opgericht. Doorgaans is een B&B gevestigd in een woonhuis of bijgebouw. In totaal zijn er nu naar schatting 4.000 B&B's in Nederland. De vraag naar deze kleinschalige accommodatie neemt nog altijd toe. Niet elke gemeente heeft de mogelijkheid om een B&B via

het bestemmingsplan automatisch mogelijk te maken. Dat belemmert de ondernemer in spe. Om toekomstige starters te helpen dienen alle gemeenten minimaal in de bestemmingsplannen ruimte te creëren, dat wil zeggen de voorschriften aan te passen, om een B&B planologisch mogelijk te maken.

9. SAMENWERKING BINNEN DE REGIO DOOR AAN TE SLUITEN HIJ REGIONALE BEELDVERHALEN

Individuele ondernemers zijn vooral gericht op het eigen bedrijf en het eigen diensten-aanbod. Om de klanten nog beter te bedienen is samenwerking met andere bedrijven in de regio een must. Uiteindelijk zal dat ook meer omzet opleveren. Samenwerking kan in de vorm van een gezamenlijke OV-kaart aan te bieden, zoals in Zeeland al gebeurt, maar ook door op basis van de regionale beeldverhalen gezamenlijke programma's te ontwikkelen en aan te bieden. In Zuid-Limburg, waar het beeldverhaal Helende Hellingen is genoemd, spelen diverse bedrijven in op het thema. Gezamenlijk promotie maken levert alle deelnemers voordeel op. Het aanbieden van wandel- of fiet-sarrangementen langs accommodaties en bezienswaardigheden in de regio is een ander voorbeeld van samenwerking tussen bedrijven. Innovatie Prestatie Contracten (IPC) kunnen hier eveneens worden ingezet. De subsidieaanvragen voor IPC's lopen via het EZ-agentschap SenterNovem.

10. NATIONAAL KENNISCENTRUM TOERISME EN RECREATIE

In Leeuwarden zal nog in 2009 een kennisinstituut worden opgericht voor de toeristische sector. Het centrum zal onder de naam European Tourism Institute gaan opereren. Het centrum wordt in samenwerking met de brancheorganisaties Hiswa en Recron ontwikkeld. Echter de focus is gericht op de drie noordelijke provincies. Toonaangevende kennisinstellingen die landelijk opereren bestaan er amper. Op termijn is het wenselijk de activiteiten van het European Tourism Institute ofwel uit te breiden, ofwel te komen met een nieuwe, landelijk gericht kennisinstituut voor de toeristische sector. Voor alle ondernemers in de diverse takken van de toerisme en recreatiebranche is een kenniscentrum van levensbelang om de sector op een hoger plan te brengen en de toekomst met open vizier tegemoet te kunnen treden. Een vast, jaarlijks product van het instituut dient de Staat van de Recreatie te zijn. Daarin wordt onder meer gerapporteerd over de grootte van de sector en het aandeel in de Nederlandse economie. Beleidsinstrumenten kunnen daarmee gericht worden ingezet en op effectiviteit worden gemonitord.



PAULINE SMEETS (WOORDVOERDER TOERISME)
I.S.M. LUTZ JACOBI (WOORDVOERDER LNV)