

# Toerisme Top; De post-corona recreatiesector ziet er anders uit

01-10-2020 12:47



Dat was een belangrijke conclusie uit diverse discussies tijdens de Nationale Toerisme top op 29 september j.l..

## De staat van recreatie en toerisme

De Toerisme Top van dit jaar stond helemaal in het teken van de gevolgen van de Coronacrisis. De cijfers die werden gepresenteerd waren 'niet best'. Zo worden er in 2020 zo'n 70 procent minder internationale bezoekers verwacht ten opzichte van vorig jaar.

Zie ook: [Coronacrisis zorgt ook in 2021 nog voor minder toeristen in Nederland](#)

Het is wel belangrijk om onderscheid te maken naar deelsectoren en regio's, want het gaat niet overal even slecht. Het zwaarst getroffen zijn bedrijven die zich richten op groepen en het zakelijk toerisme in Amsterdam.

Over de steunmaatregelen van de overheid deed Minister Mona Keijzer een opmerkelijke uitspraak: "Het is niet alleen de overheid die er voor zorgt dat bedrijven het hoofd boven water houden. Veel ondernemers steken hun eigen spaargeld in het bedrijf om de continuïteit te waarborgen en personeel te behouden. Daarvoor moeten we ook hen dankbaar zijn."

## Voorrang voor rijke toeristen?

Tijdens het eerste debat was het reisspecialist Doug Lansky die het aandurfde om te pleiten voor stevige

keuzes: “We zien dat door de coronamaatregelen de capaciteit van veel recreatiebedrijven beperkt is geworden. Kies voor kwaliteit in plaats van kwantiteit. Durf het aan om toeristen die meer besteden voorrang te geven. Bijvoorbeeld door een fast-lane in het museum. Laat hen niet wachten, maar zorg er voor dat zij hun geld laten rollen. Dat kun je ook doen door producten met meerwaarde te bieden.”

O.a. minister Mona Keijzer en Jeroen Kleis vonden dit pleidooi net iets te ver gaan. Zij willen toerisme voor iedereen toegankelijk houden; ook voor mensen met een wat kleinere portemonnee. Kleis (docent BUAS): “Je moet wel voorkomen dat je alleen maar exclusieve vakanties hebt. Je moet ook zorgen dat mensen met een kleine portemonnee op vakantie kunnen.” En Mona Keijzer voegde daar aan toe: “Er zijn veel mensen met een kleine portemonnee die ook op vakantie willen. Ook die doelgroep is een belangrijke doelgroep voor recreatiebedrijven. Waar ze wel in meedingen is ‘het maken van keuzes’. Niet op basis van economisch rendement, maar op de manier waarop toeristen passen bij een locatie.”

## **Enquête: 80% ziet corona als kans voor reset van toerisme in Nederland.**

De deelnemers aan de Virtuele Toerisme Top hadden ook de mogelijkheid om op stellingen te reageren. Zo wil een hele ruime meerderheid de coronacrisis aangrijpen om veranderingen te realiseren in de recreatiesector.

Jos Vranken, directeur van het NBTC ligt toe dat de prioriteit op dit moment ligt bij het herstel van recreatie en toerisme in Nederland, maar dat er daarbij ook wordt gestuurd op andere doelstellingen, w.o. het beter spreiden van toeristen over heel Nederland.

Dat het spreiden van toeristen niet altijd zonder problemen verloopt vertelt Annemiek Riefel van Bureau van Ruimte en Vrije Tijd: “Nederlanders gaan door de coronamaatregelen steeds meer op zoek naar ‘rustige gebieden’. Maar lang niet alle natuurgebieden kunnen die extra toeloop aan. Je zult dus ook goed moeten kijken naar de infrastructuur van de regio’s die je wilt promoten.”

Mona Keijzer gaf nog een inklikje in de plannen van haar ministerie met betrekking tot toerisme: “Ons toeristisch beleid is op dit moment gebaseerd op drie pijlers: Data, bestemmingsmanagement en Randvoorwaarden waar ook de wet- regelgeving en steunpakketten onder vallen. We hebben ook veel aandacht voor opleidingen en stages. Want je wilt niet dat de coronacrisis een gat slaat in het personeelsbestand. De huidige studenten zijn de werknemers en werkgevers voor de toekomst.”

## **Coördinatie van binnenlandse promotie**

Het was tijdens de ToerismeTop ook mogelijk om vragen in te sturen. Destinatiemarketeer Jeroen Beelen kwam met de zeer relevante vraag: “**Wie neemt de coördinatie van de binnenlandse marketing op zich?** – Nederlanders op vakantie in Nederland.” Dit is al langer een discussiepunt. Het NBTC heeft de afgelopen jaren, vanuit de landelijk overheid, de opdracht meegekregen om buitenlandse toeristen naar Nederland te halen – Dus geen activiteiten op de binnenlandse markt.

Jos Vranken reageerde als eerste op deze vraag: “Dat is primair een taak van steden en streken. De campagne #hiermoetjezijn brengt partijen samen. Je moet niet als steden en streken elkaar vliegen afvangen.”

De minister gaf vervolgens aan dat zij inmiddels niet meer zo stringent vasthoudt aan de oorspronkelijke taakstelling: “NBTC krijgt geld van de overheid om toeristen naar Nederland te krijgen. Gezien de ontstane situatie sta ik daar flexibel in. Het is zeker belangrijk voor de toeristisch recreatieve sector om Nederlanders in Nederland te houden. De themalijnen van het NBTC kunnen bijvoorbeeld goed worden ingezet voor promotie van vakanties in eigen land. De doelgroep Nederlandse bezoekers is bijvoorbeeld vier keer zo groot als de

Duitsers.”

Vranken pleit er ook voor om niet alleen te kijken naar promotie, maar ook naar productontwikkeling: “Het aandeel van Nederlanders, Duitsers en Belgen zal de komende jaren toenemen. Daar moet je op inspelen. Er komen minder mensen binnen via Schiphol, en meer met de auto. Je zou daarom ook met investeringen daarop moeten anticiperen. Denk bijvoorbeeld aan de laadpalen voor elektrisch vervoer in toeristengebieden.

## **Nieuwe concepten – een blijvertje**

In de vervolgsessie kwamen vooral ook ondernemers aan het woord. Die gaven blijk van een grote mate van flexibiliteit en creativiteit.

Gunay Uslu van het College hotel in Amsterdam heeft bijzonder veel last van de crisis. Met name de zakelijke markt is volledig ingestort en hotels in Amsterdam kennen gemiddeld nog een bezetting van 20% in de crisistijd. Het College Hotel heeft er voor gekozen om veel meer activiteiten op te zetten voor Masterdammers. Met bijvoorbeeld concerten en exposities in het restaurant en de binnentuin. Dit concept wordt neergezet als ‘De huiskamer voor Amsterdammers’. Uslu is bijzonder tevreden over de resultaten en de sfeer die het toevoegt aan het hotel. De activiteiten worden dan ook na de coronacrisis in ieder geval deels voortgezet.

Jeroen Schreurs was Festivalorganisator en zag het hele seizoen in het water vallen. Samen met collega Michael Wedel organiseerde hij deze zomer een pop-up For-rest-glamping in De Achterhoek. Als locatie werd een verlaten campingterrein gebruikt. Festivals kennen la een mooie traditie van bijzondere accommodatievormen. De verhuurders van deze accommodaties werkten dan ook graag mee aan dit initiatief. Schreurs: “Wij spelen daarmee niet in op de traditionele doelgroep die normaal al in Nederland op kampeervakantie gaat, maar op de reiziger die normaal in het buitenland op zoek gaat naar avontuur en nieuwe ervaringen.” Ook Schreurs laat weten dat het nieuwe concept goed is bevallen en naar meer smaakt.

Rober Willemsen van Koninklijke horeca Nederland ging vooral in op de beperkingen die hij ziet voor de horecabedrijven. Hij pleit voor meer flexibiliteit op lokaal niveau om nieuwe initiatieven mogelijk te maken: “Denk bijvoorbeeld aan uitbreiding van terrassen. Daar zijn ondernemers in deze tijd echt mee geholpen. Nog belangrijker is dat er vanuit de nationale overheid een perspectief op herstel wordt gegeven.”

Meer informatie: <https://toerismetop2020.nbtc.events/>

Walter Jonker