

# Toeristische visie na de recessie

22-04-2016 06:51

*Diverse gemeenten en regio's stelden in de periode 2000 tot 2010 een toeristische visie op. Deze visies hadden destijds een duidelijke invalshoek: de forse groei die de vrijetijdseconomie in die tijd doormaakte. Maar tijden zijn veranderd.*

Door de recessie en andere prioriteiten - denk aan de grote transities waar gemeenten mee te maken kregen - is de aandacht wat weggezakt. Nu de economie aantrekt en het consumentenvertrouwen weer toeneemt is de tijd rijp om met een frisse blik te kijken naar de kansen die de vrijetijdseconomie biedt. [caption

id="attachment\_42721" align="alignright" width="300"]

ondernemerssessies Berg en Dal[/caption]**Ondernemers nemen het voortouw, gemeenten volgen** In de afgelopen anderhalf jaar zien we al dat ondernemers druk bezig zijn om in te spelen op de (verwachte) groei van de economie. We ontvangen veel aanvragen voor nieuwe initiatieven of plannen voor een omvorming of een uitbreiding. Dat gebeurt in allerlei verschillende sectoren: van hotels en bungalowparken tot thematische attracties en bioscopen. Opvallend is dat nu, in het afgelopen half jaar, ook gemeenten en regio's steeds meer inspelen op deze nieuwe economische groei. Hiervoor krijgen wij regelmatig de vraag om een toeristische visie op te stellen of de oude visie te actualiseren. Zo mochten wij recentelijk de gemeenten Berg en Dal, Gulpen-Wittem, Provincie Drenthe, het gebied bij de Loosdrechtse Plassen en de regio Voorne-Putten ondersteunen.

**Verschillen: toen en nu** We zien een aantal verschillen met de eerdere toeristische visies:

1. Het eerste opvallende verschil is de vraag naar een stevige **onderbouwing van de sector** (bezoekers, overnachtingen, bestedingen en werkgelegenheid) en meer **inzicht in de motieven** en het gedrag van de (potentiële) bezoeker. Hier spelen we op in met een aantal specifieke tools, zoals onze toeristische monitors en ons economisch impact-model. Ook gebruiken we verschillende databanken en het Leisure Leefstijlen-model, waarvoor we gecertificeerd adviseur zijn. Hiermee krijgen gemeenten een haarscherp beeld van het profiel van de gast, waar deze vandaan komt, wat de bestedingen zijn en wat dit oplevert aan werkgelegenheid.
2. Een tweede verschil is het **nóg** grotere belang dat wordt gehecht aan **draagvlak bij de vrijetijdsondernemers**. Dit betekent dat we in onze aanpak vanaf het allereerste begin veel aandacht besteden aan co-creatie. Dit houdt in dat we de visie daadwerkelijk samen met de ondernemers ontwikkelen. Zo zijn we uiteindelijk niet alleen verzekerd van meer draagvlak, maar ook van meer inhoudelijke input, meer kennis én meer vernieuwingsdrang. Dit leidt uiteindelijk tot een ambitieuzere en meer uitvoeringsgerichte visie dan vroeger, omdat de belangrijkste spelers vanaf het begin zelf mee aan tafel zitten.

**Met dank aan:**

Gré Beekers, manager en senior adviseur bij [ZKA](#) Bereikbaar op: [g.beekers@zka.nl](mailto:g.beekers@zka.nl) , 06 5126 5401

Redactie