

# NBTC: Aanpak Offensief Duurzaam Herstel Bestemming NL

16-04-2020 09:48



*Wanneer de tijd rijp is moet Nederland versneld en met kracht bezoekers uit binnen- en buitenland zien terug te winnen. Uiteraard ligt de focus voor de sector, voor ondernemers en overheden, momenteel op de noodzakelijke steunmaatregelen, om ervoor te zorgen dat men het hoofd überhaupt boven water houdt.*

Gelijktijdig werkt NBTC samen met partners achter de schermen aan de aanpak voor een landelijk marketingoffensief, zodat we (red: NBTC), zodra de tijd rijp is, versneld aan de slag kunnen gaan met het duurzame herstel van de bezoekerseconomie in ons land.

Zie ook:

[Een herstart van de recreatiesector begint bij vertrouwen](#) (de visie van Karel Vos van o.a. Weekendjeweg.nl) [Vakantieparken in Nederland; bereid je voor](#) (door Laurens Laekema van Parkvakanties.nl) NBTC: [Wat kunnen we leren van crisissen uit het verleden](#)

## Belang van versneld herstel

De toerismesector wordt ongekend hard geraakt door de coronacrisis. Het inkomend- en binnenlands toerisme ligt nagenoeg helemaal stil, met enorme gevolgen voor onder meer vakantieparken, hotels, vervoer, attracties en de culturele sector.

Het ontbreken van inhaaleffecten, het MKB-karakter van de sector en de hoge afhankelijkheid van het voorjaar

en komende zomerseizoen, maken dat we straks versneld en maximaal in moeten zetten op duurzaam herstel. Ook omdat juist onze sector als accelerator kan werken voor andere, voor onze economie essentiële sectoren. Denk aan de retail, de culturele sector, horeca en transport. Deze sectoren zijn immers ook sterk afhankelijk van toeristisch-recreatief en zakelijk bezoek. Om direct en daadkrachtig een extra impuls te kunnen geven aan het benodigde herstel van (inter)nationaal bezoek, wordt het Offensief Duurzaam Herstel Bestemming NL ingezet op maximale samenhang en versterking tussen landelijke, provinciale en lokale initiatieven.

## **Projectorganisatie**

De aanpak van het offensief die momenteel wordt uitgewerkt, richt zich dus expliciet op het herstellen van de gewenste (inter)nationale vraag en bestedingen. Vanuit een taskforce-achtige aanpak, bestaande uit een stuurgroep en diverse werkgroepen, worden momenteel drie hersteloffensieven uitgewerkt, gericht op de binnenlandse markt, de buitenlandse markt (te beginnen in de buurlanden) en de zakelijke markt.

Verschillende werkgroepen gaan met de drie genoemde sporen inhoudelijk aan de slag. Deze werkgroepen zullen bestaan uit uiteenlopende experts, waarbij zoveel als mogelijk rekening wordt gehouden met een evenwichtige verdeling van regio's in ons land en de betrokkenheid van het bedrijfsleven. Gedurende het proces kan de samenstelling van de werkgroepen variëren. De drie werkgroepen zullen uiteenlopende partijen naar behoefte consulteren en betrekken.

De overall regie en coördinatie is belegd bij de stuurgroep van dit beoogde offensief, bestaande uit Gastvrij Nederland, Kennisnetwerk Destinatie Nederland, de DMO's Marketing Groningen (aanspreekpunt regio Noord), Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (aanspreekpunt regio Oost), Visit Brabant (aanspreekpunt regio Zuid) en amsterdam&partners (aanspreekpunt regio West). Deze vier marketingorganisaties zijn voor andere marketingorganisaties in de betreffende regio's desgewenst aanspreekpunt in de stuurgroep. Klik [hier](#) voor een volledig overzicht van de verdeling naar regio. NBTC fungeert als voorzitter van de stuurgroep en neemt de algehele projectleiding voor haar rekening. Zowel het ministerie van Economische Zaken en Klimaat als ook de provincies zijn gevraagd zitting te nemen in de stuurgroep. Precieze rollen en het moment van aansluiting worden momenteel besproken.

Klik [hier](#) voor de gehele projectstructuur en bijbehorende namen.

## **Strategisch kader**

Het offensief wordt ontwikkeld vanuit een strategisch kader, opgesteld door de stuurgroep. Zo dienen alle marketingactiviteiten die ontwikkeld worden bij te dragen aan de doelstelling van Perspectief 2030: het duurzaam ontwikkelen van de bestemming Nederland ten behoeve van álle Nederlanders. Ook wordt er gewerkt met meerdere scenario's op basis van onder andere verschillende startdata en een gefaseerde opstart van economische activiteiten. De prioriteit ligt in eerste instantie bij de binnenlandse markt. Het campagneconcept voor herstel van de binnenlandse markt, gericht op de binnenlandse bezoeker, wordt begin mei opgeleverd. De daadwerkelijke activatie hangt uiteraard af van de realisatie van de noodzakelijke financiering, actuele overheidsrichtlijnen en het sentiment in de samenleving. Het te ontwikkelen overkoepelende concept kan ingezet worden door individuele steden, regio's en private partijen ter wederzijdse versterking.

## **Voortgang en communicatie**

Op 2 april is de stuurgroep voor het eerst bijeengekomen. Tijdens dit (vanaf nu) wekelijkse overleg, wordt de

voortgang met elkaar besproken op inhoud en proces. Zoals gezegd wordt er als eerste toegewerkt naar een concept voor de binnenlandse markt; mogelijk schaalbaar naar onze directe buurlanden. De voortgang op dit traject alsook op de andere twee deeloffensieven wordt wekelijks met u gedeeld door middel van de NBTC-nieuwsbrief [u kunt zich [hier inschrijven](#)] en op deze site. Via Kennisnetwerk Destinatie Nederland worden alle regionale en lokale marketingorganisaties op de hoogte gehouden en vindt eventuele inhoudelijke consultatie plaats.

Heeft u nog vragen? Neem dan contact op met [Conrad van Tiggelen](#).(NBTC)

Bron: nieuwsbericht [NBTC](#)

Meer informatie: [Doorverwijspagina Corona recreatiesector](#) Verzamelde artikelen op Pretwerk.nl:  
[#CoronaRecreatie](#)

Redactie