

Aanpak Offensief Duurzaam Herstel Bestemming NL

23-04-2020 09:39



NBTC werkt samen met partners achter de schermen aan de aanpak voor een landelijk marketingoffensief. Zodra de tijd rijp is, wordt er versneld aan de slag gegaan met het duurzame herstel van de bezoekerseconomie in Nederland.

Door: Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC)

Belang van versneld herstel

De impact van de coronacrisis op de recreatie sector is desastreus. 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 beoogde offensief richt zich 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.

Werkgroepen

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 werkgroep die zich bezighoudt met de thuismarkt kent de volgende deelnemers:

Alice Voorhorst – Marketing Oost
Bas Hoogland – Ondernemer
Charel van Dam – NBTC (teamlead)
Peter Kentie – Eindhoven365
Suzanne Ekel – Hiswa/Recron

Inmiddels is ook de werkgroep Meetings & Conventions van start gegaan. Hierin hebben zitting:

Claudia Wehmeijer, Amsterdam & Partners
Monique Andre de la Porte en Daniel Kusse, Utrecht Convention Bureau
Eveline van der Pluijm-Degenhart en Mirjam van de Kamp, Rotterdam Partners
Bas Schot, The Hague Convention Bureau
Eric Bakermans, NBTC (teamlead)

De werkgroep die zich gaat richten op overig buitenland zal binnenkort van start gaan.

Stuurgroep

De overall regie en coördinatie is belegd bij de stuurgroep van dit beoogde offensief, bestaande uit Gastvrij Nederland, Kennisnetwerk Destinatie Nederland, NBTC, gedeputeerden van Drenthe en Limburg namens provincies en de DMO's Merk Fryslân (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.

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

Strategisch kader

Het beoogde offensief wordt ontwikkeld vanuit een strategisch kader, opgesteld door de stuurgroep. Zo dienen alle activiteiten die ontwikkeld worden bij te dragen aan de doelstelling van Perspectief 2030: het duurzaam ontwikkelen van de bestemming Nederland ten behoeve van alle 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 thuismarkt, 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

De stuurgroep komt wekelijks bijeen. Tijdens dit 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.

Klik hier voor [de uitwerking van het strategisch kader](#).

Bron en meer informatie: www.nbtc.nl

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

Redactie