



Manifest Gastvrij Drenthe



Gastvrij
Drenthe

Toeristisch
Recreatief Drenthe

2017 - 2019

Aanleiding en achtergrond



Toeristen beleven tijdens hun verblijf een combinatie van omgeving, vervoer, activiteiten, attracties, verblijf, eten en drinken. Deze zaken zijn direct verbonden met de vrijetijdsector, maar tegelijkertijd ook aan sectoren als Cultuur & Erfgoed, Natuur & Landschap, Retail, Sport en Landbouw. In de toeristische sector beseffen Drentse ondernemers daarom steeds beter dat hun diensten en producten onderdeel uitmaken van een groter geheel. Een geheel dat we kunnen samenvatten als een 'totaalpakket' waardoor toeristen over de streep worden gehaald om de provincie Drenthe te bezoeken.

Gastvrij Drenthe verenigt ondernemers in de vrijetijdseconomie van Drenthe en wil hierin een actieve rol spelen in de verbinding van verschillende partijen en aspecten in deze sector.

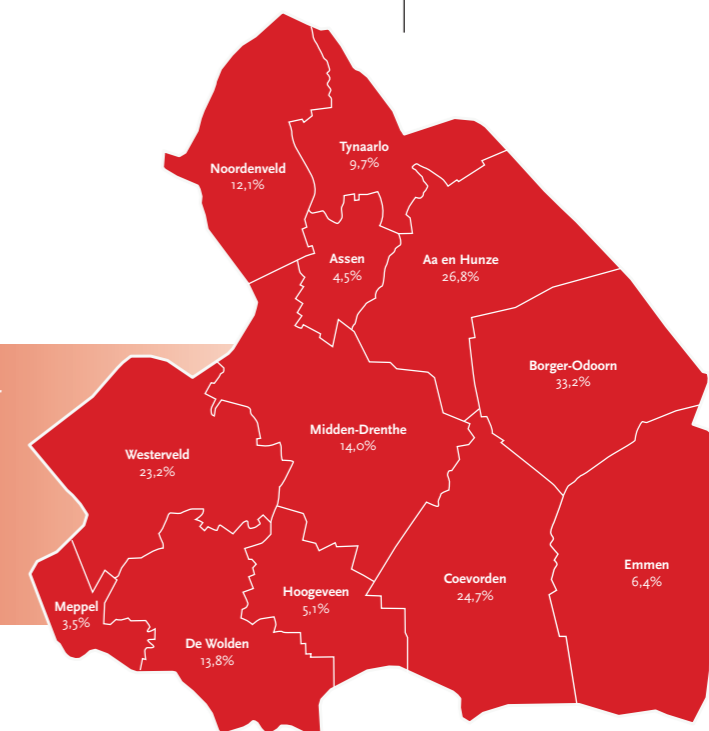
Euro's die bezoekers besteden komen in veel verschillende kassa's terecht; in 2016 was 1 op de 15 banen in Drenthe gerelateerd aan de vrijetijdsector. Er zijn gemeenten in Drenthe waar dit zelfs 1 op de 4 banen (zoals Aa & Hunze, Coevorden en Westerveld) of 1 op de 3 banen is (Borger-Odoorn). Een dag bezoek of verblijf in Drenthe is daarom van belang voor een groot deel van de Drentse economie. Om dit plaatje ook toekomstbestendig te maken is nu een goede verbinding en ontwikkeling nodig vanuit de vrijetijdsector en de sectoren die daaraan gekoppeld zijn.

Vanuit deze marktontwikkelingen ondersteunt Gastvrij Drenthe de ambitie van de provincie Drenthe om 100 miljoen euro extra bestedingen in 2020 (ten opzichte van het jaar 2015) en 1500 extra banen waar te maken. Een verhaal waar de ondernemer aan zet is en de overheid faciliteert, enerzijds in passend (omgevings-)beleid, anderzijds in belangrijke infrastructuur zoals wegen, routefaciliteiten en mobiele en digitale netwerken. Als deze zaken niet goed op orde zijn, leidt dit direct tot minder bezoek.

Tegelijkertijd zijn er ook trends en marktontwikkelingen in de vrijetijdsector die laten zien dat de voorkeur van toeristen in de laatste tien jaar is veranderd en ook nu nog steeds verandert: toeristen zijn grilliger, concurrentie op de binnenlandse markt neemt toe en de interesse vanuit het buitenland voor Nederland wordt groter. Om dit te kunnen bereiken moeten alle neuzen in de Drentse vrijetijdsketen daarom dezelfde kant op staan. Activiteiten moeten elkaar versterken en daarnaast moet het duidelijk zijn wie welke rol gaat vervullen.

Aandeel directe- en afgeleide toeristisch-recreatieve werkgelegenheid in totale werkgelegenheid per gemeente.

TOTAAL PROVINCIE DRENTHE: 10,2%
Bron: Ecorys, december 2016.





“We maken met en voor ondernemers in de vrijetijdseconomie, Drenthe de meest spraakmakende beleving van Nederland.”

De manier waarop Gastvrij Drenthe bijdraagt aan de ontwikkeling van toerisme in Drenthe zal in de komende jaren stap voor stap worden ingevuld. Duidelijk is in ieder geval dat Gastvrij Drenthe de focus gaat leggen op het collectief van ondernemers in de vrijetijdseconomie en zal inspelen op een veranderende markt in deze sector.

De insteek van Gastvrij Drenthe is om samen met andere partijen initiatieven te nemen en bij te dragen aan belangrijke ondernemersprojecten. Om gezamenlijk Drenthe naar een hoger niveau te tillen en zo nog meer bezoekers naar onze provincie te halen.

Visie

“We maken met en voor ondernemers in de vrijetijdseconomie, Drenthe de meest spraakmakende beleving van Nederland.”

Missie

“Gastvrij Drenthe werkt aan een optimaal ondernemersklimaat gericht op een toekomstbestendige vrijetijdseconomie. Dit behalen we door een heldere en transparante standpuntbepaling met en vanuit onze brancheorganisaties. KHN, RECRON en SGAD, met overheden en andere relevante partners. Ook geven wij adviezen en werken samen met overheden en relevante partners aan projectinitiatieven voor ondernemers.”

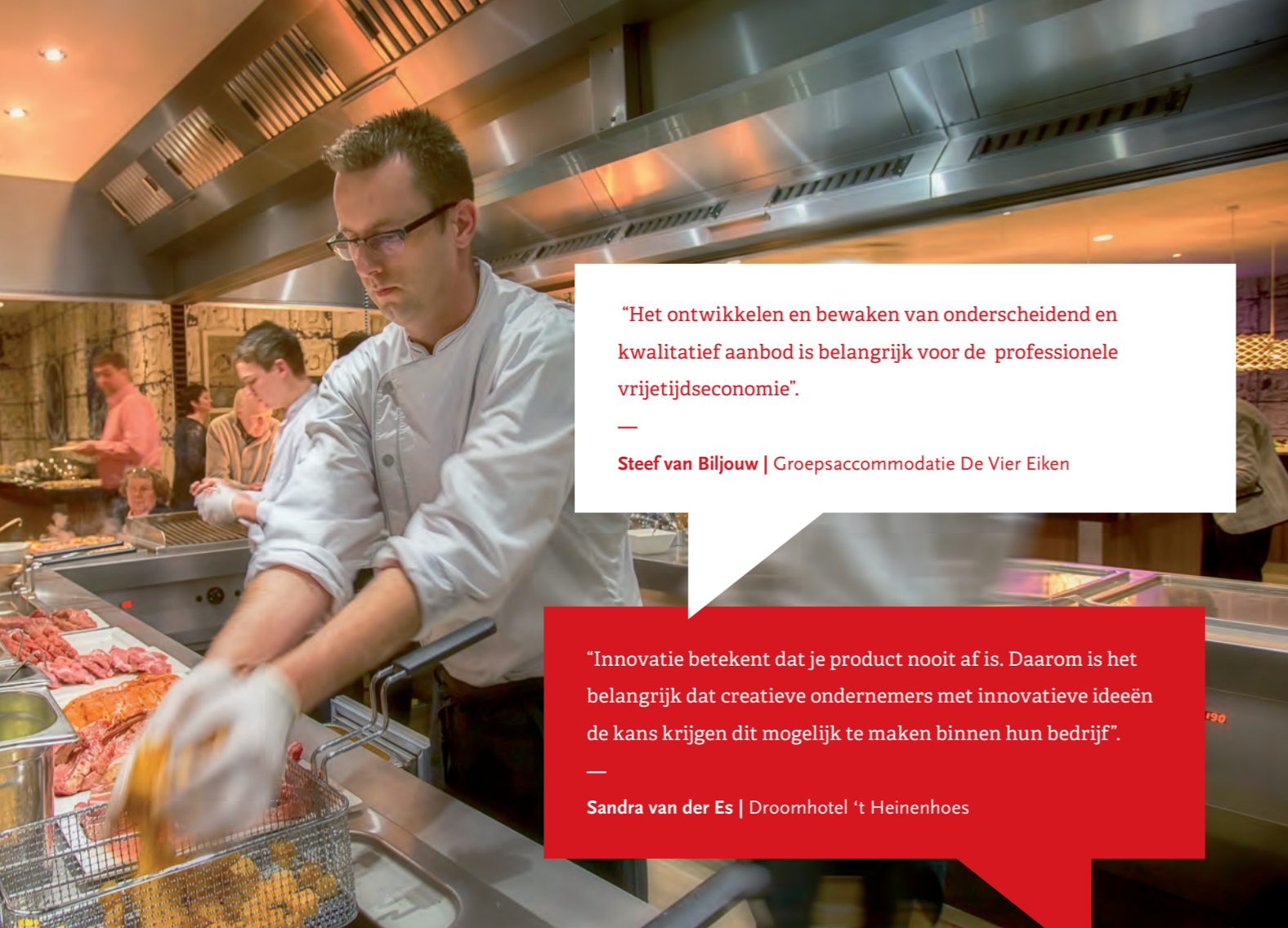
In dit Manifest benoemen we daarom een aantal thema's waar de komende tijd aandacht aan zal worden besteed:

- Ondernemer & product;
- Omgeving & infrastructuur;
- Ontsluiten en vermarkten;
- Onderzoek, kennis en onderwijs;
- Organisatie.

Elk thema wordt kort toegelicht met actiepunten waar we ons de komende tijd op gaan richten in de vorm van verschillende projecten.

“Door de content van de regio's in Drenthe slim te verbinden met de marketing van Drenthe, kan er meerwaarde gecreëerd worden voor zowel de gast als alle toeristische partijen”.

—
Jos van der Weide | Camping De Berken



“Het ontwikkelen en bewaken van onderscheidend en kwalitatief aanbod is belangrijk voor de professionele vrijetijdseconomie”.

—
Steeff van Biljouw | Groepsaccommodatie De Vier Eiken

“Innovatie betekent dat je product nooit af is. Daarom is het belangrijk dat creatieve ondernemers met innovatieve ideeën de kans krijgen dit mogelijk te maken binnen hun bedrijf”.

—
Sandra van der Es | Droomhotel 't Heinenhoes

Ondernemer en product

Een divers aanbod dat inspeelt op de wensen en behoeftes van de verschillende leefstijlen van toeristen is de basis voor een succesvolle vrijetijdseconomie. Trends en ontwikkelingen volgen elkaar snel op. De ondernemer is daarbij een belangrijk onderdeel van en voor de provincie Drenthe. De kwaliteit van het ondernemerschap maakt steeds meer het verschil in deze tijd, waarin we snelle technologische ontwikkelingen zien en een groeiende interesse vanuit het buitenland, voornamelijk vanuit België (Vlaanderen) en Duitsland.

Voor de ondernemer is het daarom belangrijk om 'out of the box' te kunnen denken, om te kunnen innoveren en in

te kunnen spelen op deze marktveranderingen. De provincie Drenthe en Drentse gemeenten zullen vanuit deze gedachte ruimte willen bieden aan bedrijven die deze vernieuwing in de gaten hebben en zich op de toekomst richten. Ook wordt speciaal aandacht gevraagd voor de opvolging van vrijetijdsbedrijven; een groot aantal bedrijven is nu in de stille verkoop door gebrek aan opvolging.

Actiepunten

- Ondernemers beter laten inspelen op de marktontwikkelingen in de vrijetijdseconomie;
- Maatregelen en eventueel instrumenten vormen om aan de slag te kunnen met de uitkomsten van het onderzoek

“Ik vind het belangrijk dat de ondernemers creatieve ideeën voor de bedrijfsvoering zo snel mogelijk kunnen toepassen”.

— Marianne Glas | Camping de Vledders

‘Vitaliteit Verblijfsrecreatie Drenthe’.

- Uitbreiding van vitaliteitsonderzoek naar deelsectoren die gerelateerd zijn aan de vrijetijdseconomie, zoals hotel en groepsaccommodaties, maar ook attracties, musea en overige dagactiviteiten.

Projectinvulling

Een voorstel aandragen voor een vitaliteitsonderzoek naar hotels, groepsaccommodaties en attracties in Drenthe.

Omgeving en (toeristische) infrastructuur

Het omgevingsbeleid moet ruimte bieden aan 'ondernemer & product' zoals hierboven staat omschreven. Gezien het belang van de vrijetijdseconomie in de provincie Drenthe is het cruciaal om te kijken naar veranderingen in de omgeving van bedrijven in deze sector. Denk bijvoorbeeld aan verkenningen voor windmolenparken en geluidsoverlast zoals nu het geval is bij Lelystad Airport.

De omgeving en route-infrastructuur is de basis van toerisme en daarmee onmisbaar voor de vrijetijdseconomie. In Drenthe geldt dit in het bijzonder

voor de fiets- en wandel- infrastructuur; Drenthe is met name toonaangevend op fietsgebied en wil dat blijven. Daarnaast is het belangrijk om dergelijke routes te versterken en in te spelen op bepaalde doelgroepen, zoals MTB, toerfietsers en E-bikers. Gastvrij Drenthe pleit daarom voor een Recreatie Effect Check (REC), naar voorbeeld van een Milieu Effect Rapportage.

Actiepunten

- Naar aanleiding van de uitkomsten van bezoekersonderzoeken aandacht voor de kwaliteit van het landschap, ofwel het 'decor' voor de toerist.

- Verbeteren van de kwaliteit van het Drentse Fietsknooppuntnetwerk, door meer beleving toe te voegen, eventueel ondersteund door nieuwe technologie (zoals sensoren of Virtual Reality) en met het oog op een groeiend aantal bezoekers uit het buitenland.

Projectinvulling

Initiatieven helpen om op belangrijke plekken langs het Fietsknooppuntnetwerk meer belevingsaspecten toe te voegen, zodat er meer toeristen komen die een bezoek brengen aan Drentse iconen, juist in combinatie met een versterkte benutting van bestaande horecafaciliteiten.

“Onze gasten kunnen vanaf de camping direct het Nationaal Park Drents-Friese Wold in rijden en hebben dan 175 kilometer aan bewegwijzerde ruiters- en menroutes tot hun beschikking. Omgeving, infrastructuur en product zijn rechtstreeks met elkaar verbonden.”

—
Raymond Beerendonk | Camping De Reeënwissel

“Het Drentse Fietsknooppuntnetwerk is aan verbetering toe. Erg belangrijk dat de gewenste aanpassingen voortvarend worden opgepakt en uitgevoerd. Wij als ondernemers kunnen met nieuwe initiatieven méér beleving toevoegen aan het netwerk”

—
Roel-Poppe Lubbers | Boerhaarshoeve Groepsverblijven



Ontsluiten en vermarkten

“Alleen met een gezamenlijke inspanning tillen we toeristisch en recreatief Drenthe naar een hoger niveau!”

— David de Leeuw | Abdij de Westerburcht

Drenthe moet als gebied bovenaan het zoek- en verlanglijstje staan van de bezoeker. Telkens weer. Dit is niet alleen het doel van marketing Drenthe of Drenthe als provincie, maar ook in het belang van de regio's en de ondernemers. Het zijn de ondernemers die een belangrijke rol hebben om bezoekers over te halen nog een keer terug te komen. Ondernemers bieden immers vrijetijdsactiviteiten, attracties, horeca en natuurbe-

leving. Door te verbinden tussen deze partijen kan er daarom samen gedeeld én vermenigvuldigd worden.

Actiepunten

- Efficiënte marketing van de grond krijgen, waarbij 'Drenthe' als bestemming voor de bezoeker de focus is. Marketing Drenthe heeft daarbij het voortouw en Gastvrij Drenthe neemt deel aan de marketingadviesraad van Marketing Drenthe.

- Kennis en inzicht vanuit Marketing Drenthe overdragen aan ondernemers, met extra aandacht voor de Duitse markt.

Projectinvulling

In samenwerking met Marketing Drenthe vrijetijdsondernemers ondersteunen die actief zijn of willen worden op de Duitse markt.

“Voor ons hotel is de toerist uit België & Duitsland een zeer belangrijke doelgroep. De internationale markt groeit. Daar spelen wij met ons restaurant op in”.

—
Harry Lanting | Hotel de Meulenhoek

“DDD Visie: Drenthe meer gezicht geven in Duitsland en Denemarken; beter een goede buur die herhaaldelijk op bezoek komt, dan een verre vriend die éénmalig even komt buurten”.

—
Harry Bakker | Center Parcs De Huttenheugte

Onderzoek, kennis en onderwijs

Metten is weten. Ook in de vrijetijdsector. Als we naar een toekomstbestendig Drenthe toe willen werken, moeten we weten wat nu precies de wensen en behoeften van bezoekers zijn. Deze kennis moet vervolgens worden gebundeld en worden gedeeld tussen alle belangrijke partijen in de sector.

Het is van belang dat er aandacht wordt besteed aan kennisontwikkeling binnen scholen, training van ondernemers en samenwerkingsverbanden, maar ook expertsessies. Op welke vlakken hebben

ondernemers bijvoorbeeld behoefte aan kennis en expertise? Past het aanbod van trainingen bij de huidige, maar vooral ook de toekomstige vrijetijdsector? En hoe kunnen onderwijs en praktijk beter op elkaar worden afgestemd?

Meer aandacht voor onderzoek, kennis & onderwijs in de vrijetijdsector zorgt voor meer informatie en een beter groeiperspectief.

Actiepunten

- Relevante kennis en inzicht overdragen aan vrijetijdsondernemers.
- Onderwijs en praktijk beter aan elkaar koppelen.

Projectinvulling

In samenwerking met ROC's zoals Alfa College, Deltion College en Drenthe College, het Horeca Vakpunt initiatief méér afstemmen op de vraag vanuit de ondernemers en verkennen of het gewenst is om het Recreatie Vakpunt op te zetten.

“Goed opgeleid personeel waarbij praktijk & onderwijs goed op elkaar aansluiten is van essentieel belang is ons bedrijf”.

—
Bertus Witteveen | Brasserie Diggels & Brasserie de Gelpenberg

Het kapitaal van onze bedrijven zijn de medewerkers en het goud de gasten”.

—
Ton Duivenvoorden | Van der Valk Emmen

Organisatie

Het netwerk van organisaties in de vrijetijdseconomie gaat samen de doorslag vormen voor het waarmaken van de ambitie om vrijetijdseconomie provincie nummer 1 te worden. Dat betekent werken aan en werken vanuit een gemeenschappelijke agenda en samen zorgen voor een groeiend aantal bezoekers, die telkens weer terug zullen komen. Om dit werkbaar te maken voor ondernemers, die graag hun bijdrage willen leveren aan deze agenda, dienen er subsidiemogelijkheden te zijn, die voor ieder toegankelijk zijn.

Actiepunten

- Inzet vanuit Gastvrij Drenthe is om spreekbuis te zijn voor vrijetijdsondernemers én voor en met hen praktische initiatieven te ontwikkelen
- Opzetten van een betere koppeling tussen de vrijetijdsondernemers en de beschikbare subsidieregelingen. In de praktijk blijkt dat deze koppeling niet altijd goed werkt voor ondernemers. Samen met Provincie, Recreatieschap en Marketing Drenthe nader bepalen hoe wij dit vorm gaan geven.

Projectinvulling

Realiseren van een onafhankelijke en optimale 'loketfunctie', die de komende jaren de verbinding tussen ondernemers en belangrijke projecten voor de ontwikkeling van de vrijetijdssector verbetert én versterkt.

"De Groepenmarkt is een markt waarin meerdere typen van aanbieders elkaar keihard nodig hebben; van accommodatieverstrekkers tot activiteiteenaanbieders, van evenementenorganisaties tot goede sportfaciliteiten. Hierin heeft Drenthe al veel te bieden en liggen nog volop kansen voor (ons) Gastvrij Drenthe!"

—
Dries Steenberg | Breeland Recreatie

"Drenthe is een gedachte. En net als een goed boek waarvan je vind dat anderen het moeten lezen, zo moeten recreatie - ondernemers die gedachte uitdragen. Als één gastheer. Zo krijgt Drenthe de spotlight die het verdient."

—
Lisette Beerman | Vakantiepark Drouwenezand

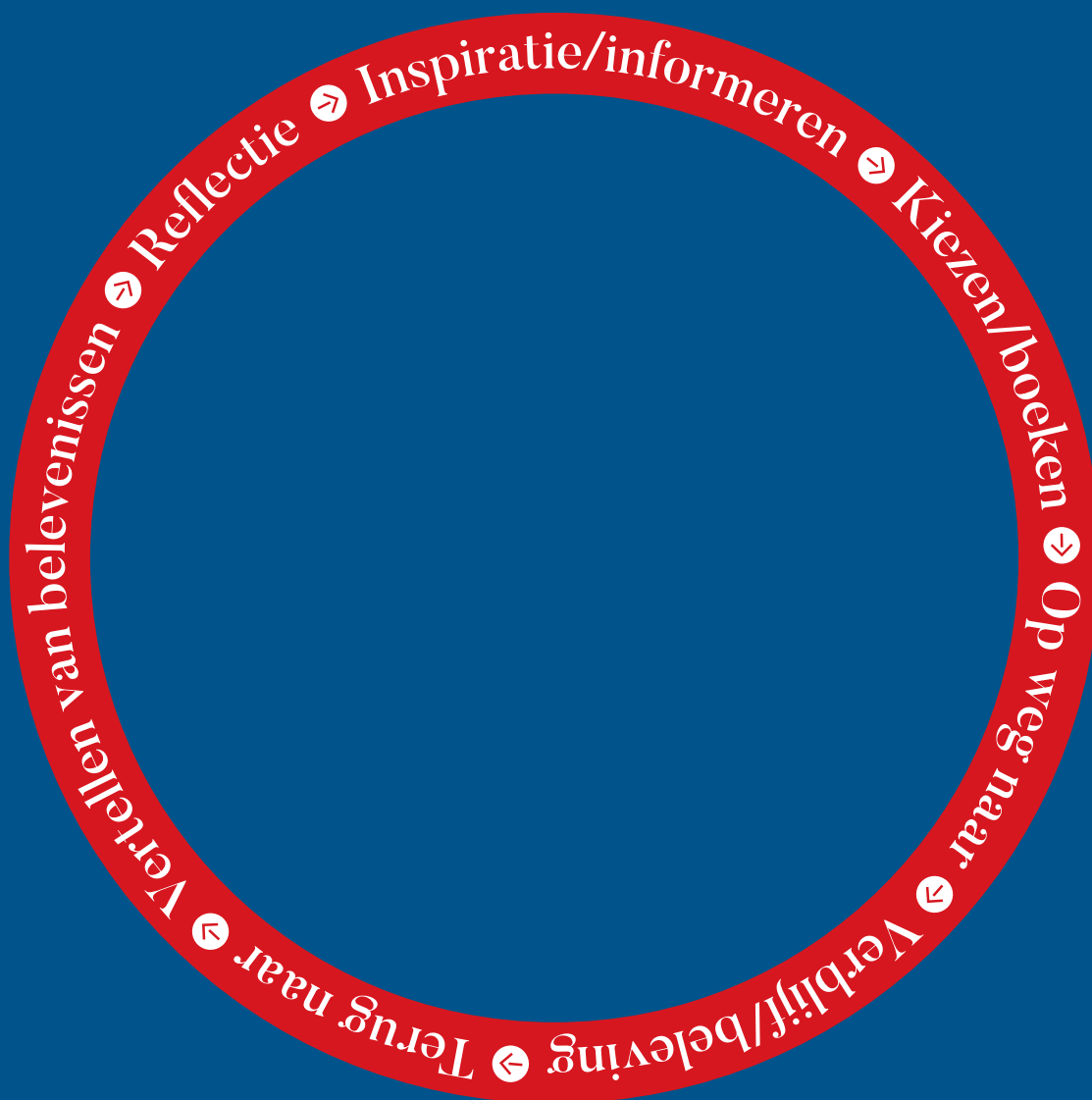


"Behalve vakantiegangers en dag gasten maken ook groepen een belangrijk deel uit van onze bezoekers. Ook groepen ontvangen we gastvrij in Drenthe!"

—
Erik Eefting | Joytime Vrijetijdsactiviteiten

Trends en marktontwikkelingen

- De gast kiest voor Drenthe en niet voor een specifieke gemeente of deelregio.
- De interesse van bezoekers uit het buitenland voor Nederland neemt sterk toe. Met name uit België (Vlaanderen) en Duitsland.
- Door digitalisering en het internet zijn bezoekers beter geïnformeerd. Keuzes worden gemaakt op basis van detail. Een match tussen vraag en aanbod is daarom belangrijk. De lat komt steeds hoger te liggen.
- Een groot deel van de bezoekers is kritischer geworden. De bezoeker gaat voor vernieuwing en kwaliteit, tegen een redelijke prijs.
- Op het gebied van verblijf is er een verschuiving te zien van kamperen (met eigen kampeermiddelen) naar hotel- en/ of bungalowvakanties.
- Toerisme zal beter verbonden moeten worden met hieraan gekoppelde sectoren zoals Natuur & Landschap, Sport, Zorg, Landbouw en Cultuur & Erfgoed.
- Informatie wordt vooral digitaal opgezocht, bijvoorbeeld via Social Media. Maar ook traditionele media en verwijzen en infoborden spelen nog steeds een belangrijke rol in de vrijetijdssector.
- Verbinding tussen regio's of gebieden zorgt voor een betere beleving en ervaring van de bezoeker. Het is belangrijk dat de bezoeker met een goed gevoel naar huis gaat en bij thuiskomst in zijn of haar omgeving deze boodschap ook zal verspreiden.



colofon

Grafisch ontwerp

Visueel Collectief

Fotografie

Gijs Versteeg

Theo Berends

Marketing Drenthe

Bestuur Gastvrij Drenthe

Sandra van der Es

Ton Duivenvoorden en Inge Venema-Vogelzang (KHN Drenthe)

Petra Ellens en Jos van der Weide (RECRON Drenthe)

Roel-Poppe Lubbers (SGAD)

www.drenthe.nl/gastvrijdrenthe

In samenwerking met

