

## Terugblik VTE beleid Noord-Brabant 2019-2020

### Monitor VTE Noord-Brabant

#### *Inleiding*

We leven in een bijzondere tijd. Waar we begin 2020 nog dachten dat de vrijetijdseconomie opnieuw allerlei records zou breken – meer buitenlandse gasten, meer bestedingen, verdere groei van de vrijetijdseconomie – is de realiteit door corona compleet anders. De impact van de coronapandemie op de sector is groot en daarmee ook van grote invloed op de cijfers. Dit jaar ziet de monitoringsnotitie van de vrijetijdseconomie (VTE) van Noord-Brabant er daarom anders uit dan u gewend bent. In deze notitie geven we een eerste indruk van de impact van de coronapandemie op de activiteiten van VisitBrabant en, waar mogelijk, op de vrijetijdseconomie in Noord-Brabant.

In deze notitie beschrijven we de ontwikkelingen en voortgang van de sector – op basis van de nu beschikbare informatie. Voor een totaaloverzicht van de feiten en cijfers bij deze rapportage verwijzen wij u naar de rapportage “Kwantitatieve gegevens monitoring vrijetijdseconomie Noord-Brabant” van Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd.

### 1. En toen was er... corona

#### *Een situatieschets van maart 2020 tot nu*

De Brabantse samenleving is hard geraakt als gevolg van de coronapandemie. Duizenden mensen zijn zelf getroffen door het virus, of kennen mensen in hun directe omgeving die getroffen zijn. De zorg staat dag en nacht voor deze mensen klaar en verdient een groot applaus.

Ook Brabantse bedrijven zijn hard geraakt, nadat in maart de bedrijvigheid in onder meer de sectoren toerisme, leisure en horeca abrupt tot stilstand kwam. Vrij snel na de eerste coronabesmettingen in Nederland, blijkt de situatie in Noord-Brabant onbeheersbaar. Nederland maakt een noodstop, waarbij de maatregelen al vrij snel van ‘geen handen schudden’ naar een ‘intelligente lockdown’ gaan. Halverwege maart moeten scholen tijdelijk hun deuren sluiten en ook horeca en recreatiebedrijven gaan of blijven dicht. Met Pasen, bij de gebruikelijke start van het toeristisch seizoen, blijven de meeste bedden bij toeristische accommodaties leeg. De bossen, parken en natuurgebieden worden massaal bezocht.

Na de meivakantie, als de scholen weer opengaan, krijgt de 1,5 meter samenleving langzaam vorm. Het testbeleid wordt uitgebreid en er komen extra steunpakketten voor ondernemers. De eerste restricties worden opgeheven en toerisme en recreatie komen voorzichtig op gang. Met Hemelvaart is het warm en is het druk op de stranden, in parken en bij plassen. De horeca en terrassen mogen weer open op Tweede Pinksterdag, evenals musea, theaters en bioscopen. De weken daarna gaat Nederland verder open en worden lastminute vakantieplannen gemaakt, óók voor het buitenland. De zomer is warm, waar campings en bungalowparken in eigen land van weten te profiteren, maar enkele diertuinen en kleine musea luiden de noodklok. Een deel van de Nederlanders besluit toch naar het buitenland op vakantie te gaan. Met het in- en uitreizen van toeristen laait het virus weer op. Half augustus geeft België een oranje reisadvies af, onder meer voor Noord-Brabant, inkomend toerisme vanuit ons buurland loopt verder terug.

# VISIT BRABANT

In het najaar komt de gevreesde tweede golf op gang. Midden oktober verklaart Duitsland Nederland tot risicogebied, waardoor ook toerisme vanuit Duitsland terugloopt. De cafés en restaurants moeten opnieuw dicht en blijven dicht, terwijl bioscopen, musea, theaters en dierentuinen na een korte sluiting in november weer open mogen. Vanaf 1 december is het dragen van mondkapjes in onder andere winkels, musea en theaters verplicht. In aanloop naar Sinterklaas is er grote drukte te zien in winkels en op straat, waar zich lange rijen vormen. Omdat veel horecaondernemers de wanhoop nabij zijn wordt actie gevoerd, onder andere via '#BlackMonday: final sale horeca'. Koninklijke Horeca Nederland (KHN) geeft begin december aan dat een fors deel van de sector op omvallen staat. Als reactie kondigt het kabinet extra steunmaatregelen voor de horeca aan.

Het virus grijpt opnieuw razendsnel om zich heen, wat half december leidt tot een nieuwe lockdown – de strengste tot nu toe, aldus de Rijksoverheid. Onder meer scholen, musea, theaters, pretparken, dierentuinen, niet-noodzakelijke winkels, horeca én horecavoorzieningen van hotels zijn dicht; Kerst wordt klein gevierd. Een lichtpuntje in deze donkere dagen is de aankondiging van een goedwerkend vaccin tegen het coronavirus. Na officiële goedkeuring van het vaccin door het Europees medicijnagentschap (EMA) kan naar verwachting in de eerste maanden van 2021 worden gestart met inenten.

Het grote belang van de vrijetijdssector voor de landelijke, provinciale en lokale economie is op dit moment zichtbaarder dan ooit tevoren. De sector wordt hard getroffen en de gevolgen zijn direct voelbaar. In de volgende paragraaf beschrijven we een paar highlights uit onze activiteiten van 2020 en wat we als VisitBrabant hebben gedaan om de sector te steunen.

## 2. VisitBrabant in coronatijd

### *De impact van corona op de activiteiten van VisitBrabant*

De coronapandemie en de daarop volgende maatregelen van het kabinet, raakten onze sector diep. Reden voor VisitBrabant om niet stil te gaan zitten. Juist nu ondersteunen we onze sector:

- ✂ **Samenwerking:** Samen met KHN-Brabant, HISWA-RECRON, Provincie Noord-Brabant, House of Leisure, VVV Brabant en BUAS vormt VisitBrabant sinds maart 2020 de **Taskforce Toerisme Brabant**. Het doel is de krachten van de leden van deze taskforce te bundelen, en ons zo gezamenlijk sterk te maken voor het herstel van de vrijetijdssector in de breedste zin van het woord. Samen werken we aan lobby voor de sector, het ontwikkelen en uitrollen van marketing(herstel)campagnes, het versterken van de dienstverlening richting DMO's en ondernemers, en het doen en delen van onderzoek en inzichten. Deze taskforce gaat door in het nieuwe samenwerkingsverband **Gastvrij Brabant**.
- ✂ **Samenwerking:** Samen met HISWA-RECRON, KHN-Brabant, VVV Brabant, Kunstloc Brabant, Brabant C en House of Leisure, roepen we gemeenten, streken en stakeholders op om juist nu extra te investeren in de lokale en regionale (marketing)kracht voor de promotie van de vrijetijdssector. Want: zonder bezoekers, geen herstel.
- ✂ **Campagne:** Ook in tijden van coronamaatregelen, blijven we onze bestemming Brabant promoten. Met de campagne 'Hier moet je zijn in Brabant' geven we Brabantse vrijetijdsondernemers het podium dat ze verdienen. We sluiten aan op de landelijke campagne van het NBTC, maar uiteraard met een Brabantse uitwerking. Afhankelijk van de situatie ligt de nadruk van de campagne op inspiratie (voor een later bezoek) en conversie (kom nu). Inmiddels (cijfers oktober 2020):
  - zijn ruim 30 DMO's en gemeenten in Brabant aan de slag gegaan met de campagne #hiermoetjzijn;
  - wordt de toolkit door ruim 150 ondernemers ingezet en groeit dat aantal elke maand;

# VISIT BRABANT

- is #hiermoetjeblijveninbrabant zichtbaar geweest op straat (met een bereik van 3,5 miljoen mensen);
  - zijn er tientallen publicaties over Brabant verschenen in Nederland, België en Duitsland met – alleen in Nederland al – een bereik van 3 miljoen;
  - hebben de online campagnes 16,5 miljoen personen bereikt;
  - en is 100.000 keer doorgedownload naar campagneaanbod van partners.
- 📌 **Campagne:** De campagne #hiermoetjeblijveninbrabant blijft actueel en tenminste doorlopen tot in het voorjaar van 2021 en wordt geïntensifieerd in opmaat naar het toeristische seizoen.
- 📌 **Ondernemerschap:** We lanceerden nieuwe diensten zoals de Gast Inspiratie Service voor verblijfsaccommodaties en DMO's en de gratis toolkit (met inmiddels meer dan 175 downloads) om aan te haken op de Brabantbrede campagne.
- 📌 **Thematische Routes:** fietsen en wandelen is meer populair dan ooit. Met het toevoegen van lokale verhalen en thema's aan de routeinformatie brengen we meer beleving voor inwoners en bezoekers en leggen we een link met cultuur en erfgoed.
- 📌 **Druktemeter:** We roepen onze bezoekers op vooral veilig en verantwoord op pad te gaan, en plekken op te zoeken waar het rustig is. We lanceerden samen met Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, Brabants Landschap en de drie veiligheidsregio's de Druktemeter, die actuele informatie geeft over de drukte in de Brabantse natuurgebieden. De druktemeter is inmiddels ruim 50.000 keer bekeken en bijna 35.000 fiets- en wandelroutes werden gepland via de online routeplanner.
- 📌 **Convention Markt:** zakelijke bijeenkomsten in conferentiecentra en hotels zijn vrijwel geheel stil komen te liggen. VisitBrabant heeft samen met haar partners een analyse gemaakt ter voorbereiding op de nieuwe aanpak vanaf 2021 gericht op kennisintensieve en kleinere bijeenkomsten. Deze aanpak is voor Brabant juist in het post-corona tijdperk extra kansrijk. Het draagt bovendien sterk bij aan de profilering van Brabant als innovatieve regio om talent en bedrijvigheid aan te trekken.
- 📌 **Kennis delen:** in maart 2020 wist niemand nog welke impact de coronapandemie zou hebben op de vrijetijdssector en welke aanpak gewenst was. VisitBrabant liet daarom diverse onderzoeken uitvoeren, en deelt op basis daarvan praktische kennis door de publicatie van trendanalyses en scenario-analyses, een studie onder consumenten over de beeldvorming van Brabant als toeristische bestemming en een economische impactanalyse.

## Belangrijke resultaten uit de corona-impact studies

- Onderzoek onder Nederlanders wijst uit dat 78% van de ondervraagden geen negatiever beeld van Brabant heeft gekregen, als gevolg van de coronapandemie. Bij 22% van de ondervraagden is dit wel het geval. VisitBrabant blijft inzetten op het profileren van Brabant als aantrekkelijke bestemming voor kwaliteitsbezoekers.
- Meer dan ooit letten potentiële bezoekers op de aspecten als drukte, rust en ruimte en een (natuurlijke) omgeving. De lokale leefomgeving is veel belangrijker geworden en meer mensen trekken de natuur in. Dat leidt tot toenemende druk op de natuur. Om in de toenemende vraag naar natuur te voorzien, maar ook regie te houden op drukte en goede alternatieven voor drukke plekken te bieden, is de Druktemeter gelanceerd.  
Bronnen: Scenario's en reistrends in coronatijden, mei en juni 2020, VisitBrabant.
- Uit berekeningen en schattingen van BUAs komt naar voren dat de toegevoegde waarde van de toerisme- en recreatiesector in Noord-Brabant in 2020 mogelijk met ruim een miljard euro daalt ten opzichte van 2019 (-40%). Overigens moet hierbij het voorbehoud gemaakt worden dat het hier ruwe schattingen betreft, die dateren van mei 2020. De cijfers en inschattingen rondom de effecten van corona kunnen snel wijzigen, door de steeds veranderende situatie en maatregelen.

### 3. 2020 tot zover

#### *De impact van corona op de toeristische kengetallen*

#### 2020, de eerste resultaten samengevat

- De zomer van 2020 was een recordperiode voor Brabantse logiesaccommodaties, maar hierbij moet meteen opgemerkt worden: de zomer kon de schade van het eerste halfjaar van 2020 niet compenseren.
- Er gingen in juli en augustus weliswaar meer Nederlanders op vakantie in Brabant; het buitenlands bezoek liep sterk terug als gevolg van reisrestricties en terughoudendheid bij potentiële bezoekers. Zodoende bleef het totale aantal gasten in de zomer van 2020 iets achter bij 2019. De overnachtingen namen daarentegen wél toe, sterker zelfs dan in Nederland als geheel, omdat de gemiddelde verblijfsduur toenam. Blijkbaar hebben veel Nederlanders hun (voorgenomen) vakantie in het buitenland, vervangen door een lange vakantie in eigen land.
- Nemen we de periode januari tot en met september in ogenschouw, dan zien we dat het totaal aantal gasten (toeristisch en zakelijk, binnenlands en buitenlands) in Brabant daalde met 34%. Het aantal overnachtingen daalde minder sterk, maar alsnog met 26%.

- ❏ **Toerisme in Brabant sterk teruggelopen:** In de eerste drie kwartalen van 2020 daalde het aantal gasten in Brabant (toeristisch en zakelijk, binnenlands en buitenlands) met 34% ten opzichte van dezelfde periode in 2019. Het aantal overnachtingen daalde minder sterk, maar alsnog met 26%. Dit komt overeen met de landelijke ontwikkelingen.

- *Verdieping: de daling van 34% wordt veroorzaakt door een daling van het aantal buitenlandse gasten (-52%) en een daling van het aantal Nederlandse gasten (-26%).*

# VISIT BRABANT

- ✉ **Verblijfsduur nam toe:** De gemiddelde duur per verblijf in Brabant (en Nederland) nam toe ten opzichte van andere jaren; mogelijk omdat Nederlanders hun geplande vakantie in het buitenland vervingen door een vakantie in eigen land.
- ✉ **Binnenlands toerisme plust in de zomer, inkomend toerisme loopt sterk terug:** Zoomen we in op de cijfers over de zomermaanden van 2020 dan zien we dat het aantal gasten in juli en augustus met -4% iets achterbleef op dezelfde periode vorig jaar. Wel nam het aantal overnachtingen toe met 6%. In heel Nederland liep het aantal gasten sterker terug (-8%) en het aantal overnachtingen nam met +2% minder sterk toe dan in Brabant.
  - *Verdieping: de daling van 4% is het resultaat van een dalend aantal buitenlandse gasten (-40%) en een toenemend aantal Nederlandse gasten (+13%).*
  - *Verdieping: Hoewel campings en veel vakantieparken dicht waren tijdens Pasen, Pinksteren en de meivakantie, hebben zij de schade redelijk kunnen beperken in de zomermaanden. ABN AMRO stelt dat groepsaccommodaties deze 'luxe' niet hadden; een groot deel van hen verkeert op dit moment in zwaar weer.*
- ✉ **Samengevat:** Blijkbaar wisten Nederlandse toeristen Brabant relatief goed te vinden deze zomer en brachten zij een langere vakantie in Brabant door dan andere jaren. Toch kon dat het gebrek aan buitenlandse gasten en de lockdown in het eerste halfjaar qua bezoekersaantallen niet compenseren.
- ✉ **Zakelijk toerisme bleef fors achter:** bovengenoemde cijfers gaan over zowel toeristisch als zakelijk bezoek aan Brabant. Het CBS stelt echter ook cijfers beschikbaar over specifiek de zakelijke overnachtingen bij hotels (over het totaal van zowel binnenlandse als buitenlandse gasten). Daaruit blijkt dat het zakelijk toerisme in Brabantse hotels in de eerste drie kwartalen van 2020 52% achterbleef bij dezelfde periode in 2019. Landelijk was er sprake van een daling van 58%, in Noord-Holland was het verlies procentueel het grootst met -68%.
- ✉ **Impact op bestedingen en werkgelegenheid nog niet bekend:** Er zijn nog geen actuele gegevens bekend over wat de coronapandemie doet met het aantal toeristische bedrijven in Noord-Brabant en de werkgelegenheid bij deze bedrijven. Ook zijn er nog geen gegevens bekend over de toeristische bestedingen in 2020.

## 4. Verwachtingen toekomst

### *Wat zijn de verwachtingen voor toerisme post-corona?*

De ontwikkelingen van de afgelopen maanden leren ons dat Nederlanders, en ook inwoners van onze buurlanden, een reislustig volkje zijn. Ze gaan er graag op uit, zodra dat veilig kan. Het herstel van de vrijetijdseconomie hangt dan ook voor een groot deel samen met de mate waarin wij het normale leven weer min of meer kunnen oppakken, stelt ABN AMRO. Hoe en wanneer dat herstel zal komen, is niet makkelijk te voorspellen, maar afgaande op scenarioanalyses van experts, kunnen we heel voorzichtig toch vooruit kijken:

- ✉ **Herstel wordt verwacht:** Marc Bonten, lid van het Outbreak Management Team (OMT) verwacht dat ook in de zomer van 2021 coronamaatregelen nodig zullen zijn. Zowel ABN AMRO als NBTC Holland Marketing verwachten dat toerisme en leisure uiteindelijk zullen herstellen, maar niet op korte termijn. “De sector leisure krimpt in 2020 naar verwachting met 45% en keert volgend jaar nog niet terug naar het niveau van voor de pandemie” stelt ABN AMRO in de Leisure-update van november 2020. De bank verwacht dat een hogere werkloosheid en bedrijfsfaillissementen, voortdurende maatregelen, terughoudendheid van consumenten en ondernemers en een mogelijke derde golf, het economisch herstel zullen beperken. In vergelijking met eerdere crisis verwacht NBTC een langzaam herstel, waarbij

# VISIT BRABANT

uitgegaan wordt van het herstel van inkomend toerisme in 2024 (naar het niveau van 2019) en een herstel van binnenlands toerisme in 2022.

- ✎ **Maar niet overall tegelijk:** Reizen blijft belangrijk, stelt NBTC. Vanwege de diversiteit van de sector, zal het herstel niet in alle sub sectoren gelijk opgaan. Voor de zakelijke markt wordt een langzamer herstel verwacht dan voor de leisure-sector en binnenlands toerisme zal sneller herstellen dan inkomend toerisme. Naar verwachting komt allereerst het binnenlands toerisme weer op gang, gevolgd door inkomende toeristen en recreanten uit Duitsland en België. Voor Brabant zijn dit twee belangrijke herkomstmarkten. Deze gasten komen grotendeels met eigen vervoer, waardoor verwacht wordt dat deze markten sneller aantrekken dan ‘ver weg markten’. Dit leidt tot een veranderende (potentiële) bezoekersmix. Waar mogelijk speelt VisitBrabant hierop in, met campagnes, activiteiten en tools voor ondernemers. Zo richt de campagne #hiermoetjenzijninbrabant zich nadrukkelijker op de bezoekers uit Brabant en Nederland en de grensregio’s in België en Duitsland.
- ✎ **Voorzichtige Nederlander gunstig voor verblijfsrecreatie:** Verwacht wordt dat consumenten voorzichtiger gaan handelen met betrekking tot hun vrijetijdsbesteding en geen lange termijn plannen maken. Waarschijnlijk heeft dat een gunstig effect op de campings en bungalowparken in Nederland. ABN AMRO verwacht zelfs dat vakantieparken en campings in 2021 méér zullen omzetten, dan in 2019, omdat Nederlanders waarschijnlijk hun vakanties voorlopig dichtbij huis zullen boeken. VisitBrabant speelt hierop in met de campagne #hiermoetjenzijninbrabant, door potentiële bezoekers nu al te inspireren voor een bezoek aan Brabant. Afhankelijk van de situatie leggen we in de campagne de nadruk wat meer op inspiratie (voor later) of meer op conversie (kom nu).
- ✎ **Perspectief voor leisure-hotels buiten de grote steden:** Hotels die minder afhankelijk zijn van de zakelijke markt dan van de leisure-markt, zullen naar verwachting sneller herstellen, dan hotels die zich puur richten op de zakelijke markt. Bovendien wordt eerder herstel verwacht voor hotels buiten (groot)stedelijk gebied, dan voor hotels in drukke steden. ABN AMRO stelt dat hotelondernemers die zich richten op toeristen uit Nederland, Duitsland en België, minder moeite zullen hebben bij het aantrekken van nieuwe gasten. Voor hen zijn hygiëne en annuleringsvoorwaarden voorlopig de belangrijkste boekingscriteria. Dit stemt positief voor hotels in Brabant, aangezien daar ruim 75% van de gasten uit deze landen kwam in 2019 (NL: 61%).
- ✎ **Ook uitstapjes dicht bij huis:** in 2020 zagen we al dat Nederlanders dichtbij huis bleven, meer in de eigen omgeving gingen recreëren en verbleven. Als gevolg van de lockdown en capaciteitsbeperkende maatregelen zagen (en zien) ook de attractieparken, dierentuinen, musea, theaters, bioscopen en horeca hun omzet stevig teruglopen. Voor volgend jaar wordt wel enig herstel verwacht, maar nog niet terug naar het oude niveau. Dat Nederlanders dichtbij huis op vakantie zullen gaan, stemt gunstig voor de cultuur- en recreatiesector – zo ook in Brabant. Samen met onze partners zullen we de toerist in eigen land, én de Nederlander die thuisblijft, verleiden tot een (veilig) dagbezoek aan de Brabantse ondernemers.
- ✎ **Buitenlands bezoek blijven inspireren:** De intentie om vanuit het buitenland naar Nederland te reizen is onder de bezoekers van Holland.com, de website van het NBTC, verder teruggelopen ten opzichte van september 2020. De Nederlandstalige bezoekers van de website zijn voornamelijk Vlamingen, een belangrijke doelgroep voor VisitBrabant. Bij hen is de onzekerheid over een bezoek toegenomen. Ongeveer 65% van hen verwacht dat ook in 2021 corona van invloed zal zijn op hun vakantiebestemming. Dit geeft aan dat er een taak ligt om potentiële buitenlandse gasten te blijven inspireren voor een bezoek aan Noord-Brabant. Nu, of later, passend binnen de geldende maatregelen.
- ✎ **We blijven de impact op VTE monitoren:** Op dit moment kunnen we nog niet volledig in cijfers uitdrukken hoe de coronapandemie de ondernemers in onze sector geraakt heeft. Het duurt nog even voordat alle gegevens bekend zijn over 2020. Daarom zullen wij juist nu de samenwerking (blijven)

# VISIT BRABANT

opzoeken met ondernemers, om hen bij te staan waar mogelijk, en realtime te monitoren hoe het onze ondernemers vergaat. Want: **samen maken we Brabant.**

- ✎ **Monitoring in de toekomst:** In de voorgaande notities hebben we voor een groot deel geput uit cijfers van NBTC-NIPO Research, zoals het ContinuVakantieOnderzoek (CVO) en ContinuVrijetijdsOnderzoek (CVTO). NBTC-NIPO Research heeft besloten te stoppen met het uitvoeren van deze onderzoeken. Dat betekent dat we niet alle doelstellingen van VisitBrabant op de huidige manier kunnen blijven monitoren. Landelijk wordt nagedacht over alternatieve onderzoeken. VisitBrabant volgt deze ontwikkelingen met interesse en onderzoekt de komende tijd hoe de monitoring van de vrijetijdseconomie in Brabant er vanaf 2021 uit kan zien.

## Impact corona op vakantieplannen

Jos Vranken, directeur NBTC Holland Marketing: “Het besef dat de coronacrisis ook in 2021 impact gaat hebben op vakantieplannen groeit. De resultaten laten zien dat mensen wat meer terughoudend en voorzichtiger worden als het om de vakantieplannen voor 2021 gaat. De introductie van een vaccin moet uitwijzen in hoeverre het daadwerkelijke vakantiegedrag op langere termijn verandert. Als gevolg van de (noodgedwongen) keuze voor een vakantie in eigen land, zijn Nederlanders positiever geworden over Nederland als vakantiebestemming. Bijna 45 procent is positiever gaan denken over een vakantie in eigen land en overweegt ook in 2021 op vakantie te gaan in Nederland.”

“De coronacrisis zorgt ervoor dat Nederlanders sneller een vakantie in eigen land overwegen dan voorheen. Een flink aantal Nederlanders heeft hun land op een andere manier leren kennen dit jaar vanwege de reisrestricties. Ons land kent veel onontdekte plekken die voor velen nog onbekend waren. Zodra de maatregelen daar ruimte voor bieden, zetten we met de ‘Hier moet je zijn’ voorlichtingscampagne nog volop in om Nederlanders verder te inspireren en om in de toekomst net wat vaker voor ‘hier’ te kiezen. Dit doen we samen met lokale en regionale marketingorganisaties, ondernemers en gasten zelf.”

## 5. Perspectief VisitBrabant

### *We kijken vooruit*

Op basis van de inzichten zoals in deze notitie geschetst en met het nieuwe beleidskader voor Vrije Tijd, Cultuur en Sport in zicht, zal VisitBrabant in 2021 een meerjarenplan opstellen. De koers die Brabant de afgelopen jaren al heeft ingezet, blijft relevant in die aanpak:

- ✎ **focus op de kwaliteitstoerist:** niet de grootste aantallen zijn belangrijk, maar de mate waarin de bezoeker bijdraagt aan de regionale economie en andere beleidsopgaven zoals cultuur, erfgoed en natuur door bestedingen en de investering in de leefkwaliteit;
- ✎ **spreiding door de gehele provincie:** door het inzetten van combinaties stad en omgeving, door de nadruk op routes en door het aanbieden van thematische arrangementen wordt duurzaam toerisme gestimuleerd;
- ✎ **stimulering van aanbod en ondernemers:** we stimuleren ondernemers en aanbod, waarmee de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van Brabant groter wordt. Dat is goed voor inwoners, talenten en bedrijven.

Ontwikkelingen zoals de sterkere roep om duurzaam toerisme en de verbinding naar overige beleidsopgaven zal in onze meerjarenaanpak nadrukkelijk worden vertaald naar nieuwe accenten en speerpunten. Dit gaat bijvoorbeeld om de focus op het kleinere en minder bekende aanbod en de verbinding met de inwoners, die mede door de corona-crisis al centraal staat in de aanpak van VisitBrabant.



## Bronnen

Voor het schrijven van dit document gebruikten wij de volgende bronnen:

- ✂ Artikel Brabantse horeca in actie – Brabants Dagblad, 7-12-2020
- ✂ Artikel OMT-lid Marc Bonten: ‘Ook volgend jaar zomer zijn we nog niet van de coronamaatregelen af’ – RTV Utrecht, 23-10-2020
- ✂ Artikel Tweede coronagolf heeft grote impact op vakantieplannen 2021 – NBTC Holland Marketing, 13-11-2020
- ✂ Continu Vakantieonderzoek 2019 – NBTC-NIPO Research, 2019
- ✂ Continu Vrijtijdsonderzoek 2018 – NBTC-NIPO Research, 2019
- ✂ Keiharde klappen voor de vrijetijdsindustrie – ABN AMRO, november 2020
- ✂ Monitoringsgegevens vrijetijdseconomie Brabant 2019/2020 – NBTC-NIPO Research, augustus 2020
- ✂ Nieuwspagina coronavirus – KHN via khn.nl, geraadpleegd op 8-12-2020
- ✂ Ontwikkelingen inkomend toerisme in 2020 – NBTC Holland Marketing, oktober 2020
- ✂ Rapportage Kwantitatieve gegevens monitoring vrijetijdseconomie Noord-Brabant – Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, december 2020
- ✂ Reisplannen meting 2 tot 15 november 2020 – NBTC Holland Marketing, november 2020
- ✂ Statistiek Logiesaccommodaties 2012-2020 – Centraal Bureau voor de Statistiek, 2020
- ✂ Verslag onderzoek sentiment en impact corona op toerisme en recreatie – VisitBrabant, juni 2020
- ✂ Website Rijksoverheid.nl, Coronavirus tijdlijn – geraadpleegd op 7-12-2020
- ✂ Website Tijdlijncoronavirus.nl – geraadpleegd op 7-12-2020