



Verkenning toeristisch-recreatieve samenwerking Noordoost-Brabant

Ontbijtsessie

19 April 2024, 8.00u-10.00u, De Noordkade in Veghel
Sweco - Arno Ruis
In opdracht van Regio Noordoost-Brabant

Proces tot nu toe

- Kwantitatief onderzoek: analyse data, kansen en thema's, regionale en landelijke beleidskaders
- Kwalitatief onderzoek: 30 interviews met sleutelorganisaties
- Reacties uit ondernemersontbijt M00S, Maashorst Ondernemers en Maasmeanders
- Diverse discussies met kerngroep beleidsadviseurs
- Reacties uit bestuurlijk overleg
- Ontbijtsessie vandaag: peilen van draagvlak, prioritering en ophalen concrete projectsuggesties



Belangrijkste conclusies

- Noordoost-Brabant **mist economisch gezien de boot** voor recreatie en toerisme.
- Er zijn **diverse koppelkansen** om met recreatie en toerisme een positieve bijdrage te leveren aan urgente maatschappelijke opgaven.
- Er is **potentie vanuit de inhoud en vanuit draagvlak van ondernemers (uniek!)** en sleutelorganisaties om samen een regionale 'kop erop' te ontwikkelen. Hiermee valt te profiteren van aanvullende inzet bovenop eigen, lokale inspanningen. Dit maakt **extra funding en cofinanciering mogelijk** (programma's provincie, Rijk).
- Regionale samenwerking kan het beste **thematisch** worden opgezet.
- Inzetten op **samenhangende aanpak** voor data-monitoring, aanbodontwikkeling en vraagsturing (gebiedsmarketing).
- Er lijkt breed draagvlak voor het werken met **verbindende themalijnen die focus geven** aan de inspanningen om meeste impact te genereren.
- Het is het meest effectief om een **lichte programmatische samenwerking** in te richten (geen DMO of instituut).



Noordoost-Brabant mist economisch gezien de boot

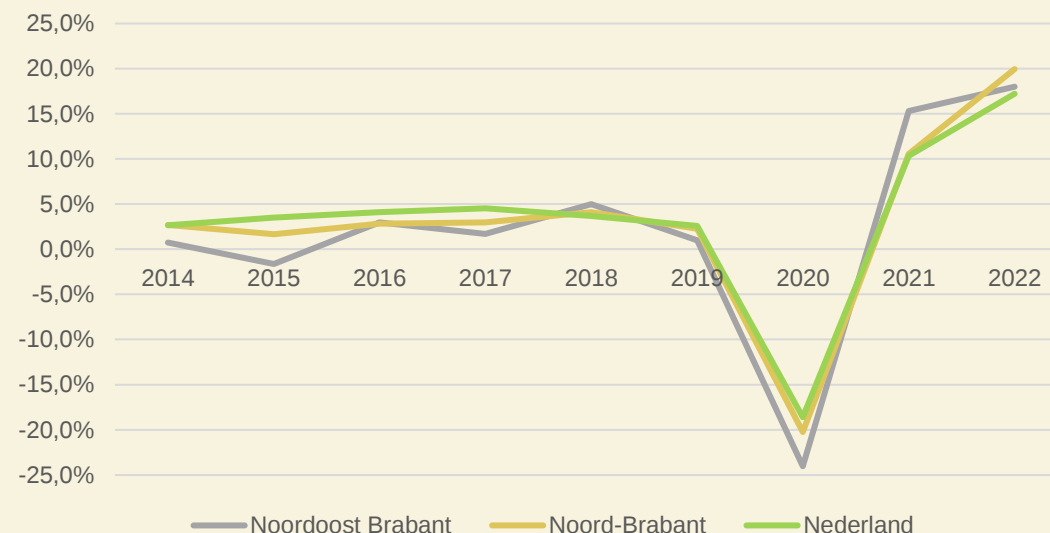
- De **jaarlijkse groei van het aantal dienstverbanden** in de gastvrijheidssector in Noordoost-Brabant (2,1%) ligt tussen 2013 en 2022 **beduidend lager** dan de groei in Noord-Brabant (3%) en Nederland (3,3%).
- De ontwikkeling van het aantal dienstverbanden **per 1.000 inwoners** in Noordoost-Brabant kent eenzelfde trend: 1,1% in Noordoost-Brabant ten opzichte van 2,1% in Noord-Brabant en 2,6% in Nederland. **Het verschil loopt komende jaren verder op.**
- Per inwoner** van de regio bedraagt in 2019 het **gemiddelde toeristisch-recreatieve bestedingen** € 1.526. Dit is liefst **43% lager** dan het Brabantse gemiddelde van € 2.662.

Bestedingsvolume recreatie en toerisme 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
Noordoost-Brabant	€ 1.421	€ 1.455	€ 1.491	€ 1.526
Noord-Brabant	€ 2.481	€ 2.542	€ 2.602	€ 2.662

⁴ Bron: VisitBrabant, 2016 (*trendprognose door Sweco)

Jaarlijkse groei dienstverbanden gastvrijheidssector
2014 – 2022



Aantal dienstverbanden gastvrijheidssector per 1.000 inwoners

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*
NO Brabant	36	37	38	38	29	34	39	40	40	41	41
Noord-Brabant	34	35	36	37	29	32	38	39	40	41	41
Nederland	38	39	41	41	33	37	43	44	45	46	47

Bron: Arbeidsmarktmonitor NBTC (*trendprognose door Sweco)

Logiesfunctie beperkt, gevarieerd dagtoeristisch aanbod

- Noordoost-Brabant heeft **beperkte logiesfunctie**: jaarlijks in de 10 gemeenten **1,2 miljoen toeristische overnachtingen in reguliere logies en 106.000 in Airbnb's**. In 2021 had Noordoost-Brabant **qua intensiteit 0,75 overnachtingen per dag per 100 inwoners**. Dit is **aanzienlijk lager** dan de naastgelegen regio's Midden (2,2 maal zoveel) en Zuidoost Brabant (1,45 maal zoveel).

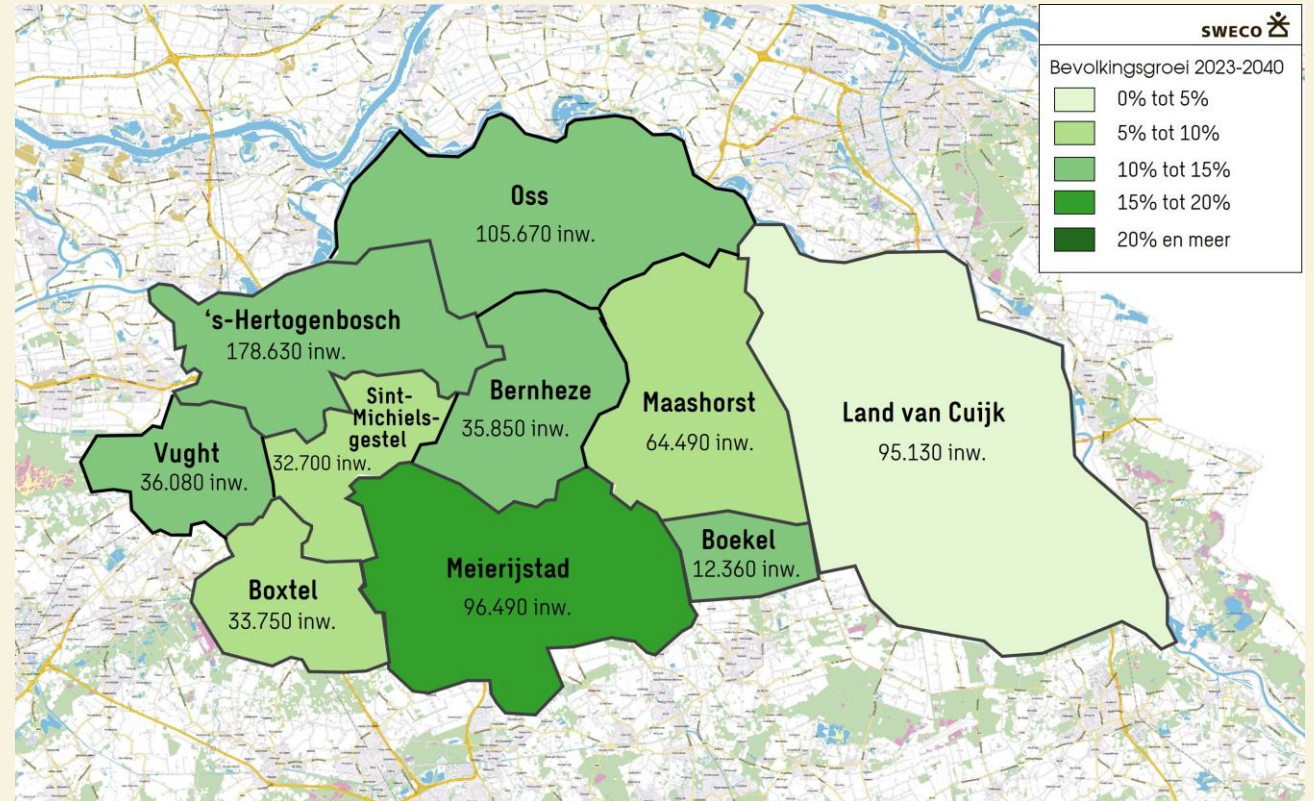
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
West Noord Brabant	0,82	0,72	0,71	0,76	0,52	0,65
Midden Noord Brabant	1,36	1,3	1,36	1,61	1,34	1,65
Noordoost-Brabant	0,78	0,75	0,75	0,79	0,57	0,75
Zuidoost-Brabant	1,74	1,64	1,72	1,76	1,1	1,45

- Den Bosch recreatieve winkelhoofdstad en meerdere regionale winkelkernen. Ruim bemeten met recreatie- en natuurgebieden, veelheid aan kleinschalige erfgoedparels en historische verhalen. Eenduidig toeristisch-recreatief DNA regio.



Meer dagtochten verwacht door gestage inwonersgroei

Het **inwonersaantal** in de regio Noordoost-Brabant **groeit** de komende decennia **gestaag**. De bevolking groeit ten opzichte van 2023 van 626.670 tot 659.270 in 2030 (+5,2%) en 693.390 in **2040 (+10,6%)**. Dit betekent dat er beduidend meer faciliteiten nodig zijn voor recreatie zoals voor fietsen, wandelen en andere vrijetijdsactiviteiten.



Bron: Primos

Aanhoudende groei van Vlaamse en Duitse verblijfsgasten verwacht

Het aantal Duitse verblijfsgasten in Nederland zal in 2030 zo goed als verdubbelen van 5,2 miljoen in 2017 naar 10,3 miljoen in 2030, een toename van liefst 97,4%. Ook de prognose voor de Belgische vakantiegangers is gunstig: een verwachte toename van 2,2 miljoen in 2017 naar 3,3 miljoen in 2030, ofwel plus 49,5%.

Voor Noordoost-Brabant wordt **groei van Duitsers en Belgen** in de praktijk door ondernemers waargenomen en toename zal **komende jaren eveneens fors** zijn.



HERKOMSTLAND VERBLIJFSGASTEN	AANTAL VERBLIJFSGASTEN 2017 (* 1.000)	VERWACHTE AANTAL VERBLIJFSGASTEN 2030 (*1.000)	VERWACHTE GROEI (2030 t.o.v. 2017)
Duitsland	5.245	10.355	+97,4%
België	2.230	3.335	+49,5%
Groot-Brittannië	2.225	3.240	+45,6%
Verenigde Staten	1.415	2.055	+45,2%
Frankrijk	840	1.085	+28,4%
Italië	560	735	+31,2%
Spanje	465	665	+49,4%
China	365	630	+72,6%
Zwitserland	295	510	+72,9%
Ierland	220	315	+43,2%

Bron: NBTC Toekomstprognose, 2019 in Nederland

Den Bosch en regio versterken elkaar, thematische samenwerking voor meerwaarde

Het beste van twee werelden

Noordoost-Brabant kent een samenstelling van steden, kernen en buitengebied, vaak kleinschalig en compact en in een grote afwisseling. **Stad en regio vullen elkaar aan als complementaire districten** en vormen hiermee het beste van twee werelden. De inwoners van Den Bosch kunnen beter profiteren van het groene buitengebied en de kernen in de regio en de recreanten in de regiogemeenten kunnen meer genieten van het aantrekkelijke culturele en bruisende aanbod van hoofdstad Den Bosch. Een ander argument voor meer verwevenheid is dat Den Bosch in vergelijking met andere steden weinig logiesaanbod kent: samenwerking met het achterland van Noordoost-Brabant verhoogt de aantrekkelijkheid als verblijfsbestemming.

Cultuurstad Den Bosch en de groene regio hebben elkaar nodig.

Inzetten op thematische samenwerking, niet op bouwen Noordoost-Brabant als merk

Noordoost-Brabant is **geen herkenbaar consumentenmerk** en zal dit niet worden. De verbinding met het Brabant-merk is belangrijk om beter te benutten. In aangrenzende gebieden zijn aansprekende merken, zoals Den Bosch, Nijmegen, Eindhoven, Land van de Peel en Rivierenland. Dit betekent dat eventuele regionale marketinginzet altijd thematisch van opzet dient te zijn en waar mogelijk vanuit het **benutten** van het bereik en de kracht **van andere, sterkere gebiedsmerken** (zoals bijvoorbeeld Brabant).

Toerisme ook benutten voor maatschappelijke impact

- In de kernen verdwijnen steeds vaker basisvoorzieningen als supermarkt, bank, winkels. Verblijfsaccommodaties en meer bezoek kunnen bestedingen impuls geven en **bijdrage leveren aan vitale kernen**.
- Positieve gezondheid is steeds belangrijker. Het bewust inzetten van recreatieprojecten zoals **wandelen, fietsen en gezond bewegen voor lichamelijk en mentaal welbevinden** is kansrijk. Het kan ook een middel zijn om ontmoetingen te stimuleren en hiermee vereenzaming tegen te gaan.
- **Transitie van de landbouw vraagt om nieuwe verdienmodellen**. Recreatie en toerisme kunnen als neven- of als hoofdfunctie hieraan bijdragen. Tegelijkertijd zorgt inzet op beleefbare landbouw voor meer trots en verbinding onder agrarische ondernemers en is aantrekkelijk voor de ontwikkeling van het buitengebied.
- **Veel kerken en religieus erfgoed kampen met leegstand en de exploitatie van erfgoed staat onder druk**. Publieksprojecten dragen bij aan een robuuste instandhouding van het kenmerkende erfgoed en kunnen zorgen voor reuring en positieve aandacht voor erfgoed.



Stip op de horizon en meervoudige doelstelling

AMBITIE 2035

Regio Noordoost-Brabant is een **aantrekkelijke, gastvrije en vitale regio**, die zijn **hoge leefkwaliteiten** in 2035 heeft weten te behouden. Het aantal banen in de toeristisch-recreatieve sector is met 25% gestegen ten opzichte van 2022 en hiermee is het aandeel van de vrijetijdseconomie in de regionale economie flink vergroot. Er is een groei in bezoeken waarneembaar, die past bij de identiteit van de regio en opgaat in het alledaagse ritme van de bewoners.

Door goede samenwerking is een goed werkend toeristisch-recreatief ecosysteem ontwikkeld waarin lokale ondernemers, overheden en DMO's elkaar gemakkelijk weten te vinden.

In 2035 gaan de **maatschappelijke en economische impact hand in hand** met elkaar. Inwoners van Noordoost-Brabant profiteren daadwerkelijk van de vruchten van de toeristisch-recreatieve samenwerking, omdat er naast economische impact eveneens aandacht is geweest voor maatschappelijke projecten.

DOELSTELLING

- Op een **duurzame economische manier** groeien in aantal toeristisch-recreatieve banen, bestedingen en met nieuwe vrijetijdsvoorzieningen, die passen bij het DNA van de streek.
- De **aantrekkelijkheid en de toegankelijkheid van het buitengebied vergroten**. Hiermee dragen we bij aan vitale kernen in het landelijk gebied doordat hun directe omgeving beter beleefbaar wordt.
- De geschiedenis van de streek levend houden met aandacht voor samenhangende verhalen en producten. Hiermee genereren we extra inkomsten voor de **instandhouding van karakteristiek erfgoed** in de regio.
- **Welbevinden en goede gezondheid onder bewoners stimuleren**. Hiermee dragen we bij aan brede maatschappelijke waarde.

Strategische keuzes

Om aan de doelstelling invulling te geven is het nodig om strategische keuzes te maken, die vanuit de inhoud sturing geven.

- 1: het unieke plaatsgevoel van de streek benutten**
- 2: inzet op Brabantse waarden bourgondisch en gemoedelijk**
- 3: het hele gebied profiteert, zowel de kernen als het buitengebied**
- 4: actief naar elkaar doorverwijzen over gemeentegrenzen heen**
- 5: de bezoeker is een homo ludens**
- 6: verblijftoerisme als hefboom voor dagtoeristische ontwikkeling**
- 7: verjongen en vernieuwen van het aanbod is nodig**
- 8: voor internationaal bezoek zijn België en Duitsland prioriteit**

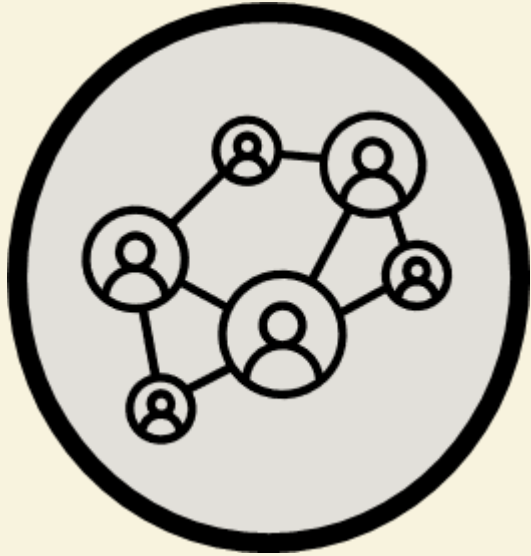


Passende doelgroepen

- **Inwoners uit de regio**, voornamelijk gericht op dagtoeristische activiteiten en evenementen.
- **Inwoners uit aangrenzende regio's** Brainport, Land van de Peel, Rivierenland, De Langstraat, gericht op dagtoeristische activiteiten en evenementen.
- **Internationaal bezoek**, te weten Duitsers uit Noordrijn Westfalen en Belgen uit Vlaanderen met inzet van andere sterke gebiedsmerken als Visit Brabant, Brainport, Den Bosch of Nijmegen. Inzet op verblijfstoerisme en dagbezoek van Duitsers en het verleiden van reeds in Nederland aanwezige Duitse en Vlaamse vakantiegangers.



Kansrijke thema's uit verkenning



**BASIS OP ORDE:
REGIONAAL ECOSYSTEEM**



**BELEEFBAAR BOERENLEVEN
EN FOOD**

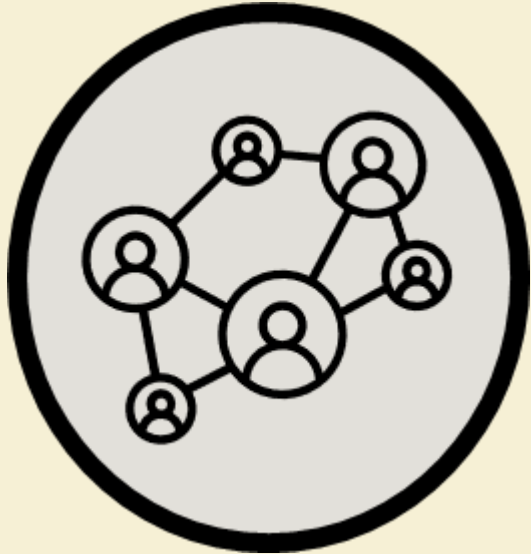


BUITEN ACTIEF BEWEGEN



**TOEKOMSTBESTENDIG
ERFGOED**

Toelichting 'Basis op orde: regionaal ecosysteem'



**BASIS OP ORDE:
REGIONAAL ECOSYSTEEM**

- We maken werk van het verbinden van de bovenlokale netwerken, en elkaar hiermee slimmer, gastvrijer en sterker te maken.
- Kennisdeling en afstemming
- Data en monitoring: regionaal dashboard
- Met lobbyactiviteiten en gebundelde inzet maken we meer impact richting VisitBrabant, provincie, Rijk en Europa etc.

Toelichting themalijn 'Beleefbaar boerenleven en food'



**BELEEFBAAR BOERENLEVEN
EN FOOD**

- Data-monitoring aanbodontwikkeling en vraagsturing rondom food, gezond eten, streekproducten, boerenlandwinkels, verblijf en educatie/vermaak bij de boer.
- Versterkt de inzet van de coalitie van de Agrifood Capital.
- Versnelt de realisatie van passende verblijfsaccommodaties binnen transitie van de landbouw.
- Versterkt trots en samenhang van agrarische ondernemers.

Toelichting themalijn 'Buiten actief bewegen'



BUITEN ACTIEF BEWEGEN

- Intrinsieke waarde van recreatieve faciliteiten en routenetwerken wandelen/varen/fietsen
- Ontsluiten mogelijkheden om actief te bewegen en inspirerende manieren om buiten te bewegen in het perspectief van welzijn (preventie).
- Alliantie vanuit recreatie met beweegteams, sportbeleid en gezondheidsprogramma's.
- Daarnaast aandacht voor sociaal-maatschappelijk element: activatie van eenzame of kwetsbare groepen.

Toelichting themalijn 'Toekomstbestendig erfgoed'



**TOEKOMSTBESTENDIG
ERFGOED**

- Bezoek en beleving vergroten het bestaansrecht van erfgoedvoorzieningen. Ze zorgen voor extra inkomsten en positieve aandacht.
- Veel historische thema's in Noordoost-Brabant zijn verbindend, zoals het religieus erfgoed, Tweede Wereldoorlog/ vrijheidsstrijd, kastelen/landgoederen en tuinen, monumenten (streek-)musea en ambachten.
- Samenwerking met erfgoedprogramma's en aandacht voor collectieve openstelling van bezoekbare monumenten (zoals kerken en historische boerderijen).

Aandacht voor effectieve organisatie

Er is werk aan de winkel in het ontwikkelen van organisatiekracht, omdat een goed functionerende regioafstemming in ontbreekt. **Onderbrengen bij Den Bosch Partners in vorm van regioprogramma ligt voor de hand.** Lichte vorm met inzet van streekmanager (uren) en out-of-pocketbudget, die in zowel stad als regio wordt gestationeerd.

Aandachtspunten voor **taakstelling** zijn:

- **Denken en doen vanuit het perspectief van de bezoeker**, die zich niet aan gemeentegrenzen houdt.
- Versterken van het regionaal toeristisch profiel aan de hand van **themalijnen en doelgroepsegmentatie**.
- **Uniformeren van lokale dienstverlening**, kennisdeling en niet overal lokaal het wiel uitvinden.
- Bevorderen van **bovenlokale samenwerkingen** vanuit beleid en markt (bv ondernemers en DMO's).
- **Koppelingen maken tussen beleids- en marketingprogramma's** (VisitBrabant) vanuit rijk, provincie Noord-Brabant en regio's (en mogelijk op termijn ook vanuit Europa) en zo aanvullende funding te organiseren.
- **Bewaken van kwaliteit** en focus op de themalijnen.
- Het bieden van **vertrouwen en continuïteit** vanuit de gemeenten richting marktpartijen.

Vervolgstappen 2024

- Draagvlak peilen en projectvoorstellen aanscherpen met sleutelorganisaties (ontbijtsessie vandaag)



- Organisatievorm uitwerken



- Voorstel voor organisatie presenteren in bestuurlijk overleg



- Bekrachtiging van samenwerking



Dank voor uw aandacht en wordt vervolgd



Meer weten?

Neem contact op met Arno Ruis via arno.ruis@sweco.nl

Basis op orde: regionaal ecosysteem



Wat is nodig om te starten?	Suggesties projecten?
- Concrete verhaallijnen -> meer uniek! - Professionele aansturing - Vertrouwen: Stap vooruit door overheden/ consistentie - Promotie themalijnen (bij alle platformen) - Breed draagvlak bij ondernemers -> inhoudelijke betrokkenheid ondernemers - Meerjarige aanpak (financieel, organisatorisch, etc) - Dedicated organisatie / coördinatie	- Peelrandbreuk -> geopark peelhorst maasvallei - Land van Ravenstein - Duits Lijntje - Meet sociaal economisch impact op gemeente en gemeenschap - Projecten die al verbinden - Pontjes dagen - Kloosterleven - Regiopromotie - Kennisontwikkeling - Uniformiteit lokale gastvrijheid
Hoe organiseren/samenwerken?	Aandachtspunten?
- Programma's / projecten - Uitwisselen beleid. Kennis. Marketing - Bestemming NOB	- Beperk je niet tot de regio - Bv provincie overschrijdend Brabant + Limburg (Brabantse vs Limburgse Peel) - Ov. Vooral verbindingen over de Maas (pontjes) - Coalition of the willing (verschillende samenwerkingsverbanden met gemeente op verschillende thema's) - Hoe zorgen we voor zichtbaarheid en vindbaarheid van al het toeristische aanbod van de regio? - Informatievoorziening opzetten (B to B) - Herbenutten bv NB regio's - Van veld tot vork / van Boer tot Bord

Beleefbaar boerenleven en food



Wat is nodig om te starten?	Suggesties projecten?
- Verdere samenwerking met lokale partijen, (die niet uitgenodigd zijn) Wie sluit aan? - Onderscheidende identiteit van "(NO)Brabants boeren" - Wederszijds vertrouwen - Lokaal de lijntjes op orde (weten wie waarvoor) - Aanmelden als regio - Trekker / facilitator nodig -> uitvoeringstraject organiseren - Netwerk organisatie activeren -> organiseren werksessie	- Food tours / safari - Lokale producten op alle menu's - Product centraal – lokaal / regionaal - Lokaal label - Wandelen door boeren land (themaroutes) - Bewegen sporten bewegen door boerenland
Hoe organiseren/samenwerken?	Aandachtspunten?
- Denk aan themalijn 'van veld tot vork'. Er ligt al samenwerking, vergeet die niet. - Ook ZLTO betrekken - Maasthorst boeren - Boeren en Natuur (landelijk) - Agri Food Capital - Bedrijfsleven foodsector - Aanhaken bestaande initiatieven Dutch Food Week (kapstok) - Grond – mond – boer – bord	- Stimuleren samenwerken tussen recr. bedr. en food producenten - Sales en imago - Opbouwen vanuit je identiteit (coöperatie gedachte). Historie / cultuur is de basis. - Thema bekijken met aandacht voor toen én nu (innovatie) - Themalijnen zoals benoemd in de presentatie verbinden - Inwoners betrekken (verenigingen)

Buiten actief bewegen



Wat is nodig om te starten?	Suggesties projecten?
- Inventarissen wat er is / en of ontbreekt 0 – meting - Waar liggen de behoeften? Elkaar versterken / samen krachten bundelen. - Lef om projecten toe te staan die nu niet passen - Doelgroepgericht aanbod “open” aanbod: gratis om flexibele te beleven, effect op betaald aanbod - Verbinding ontbreekt, lokaal & regionaal (infrastructuur -> door groen, niet over industrieterreinen) - Bereidheid om elkaars parels te promoten - Kernwaarden kennen -> samenwerken/ambassadeurs	- Grote landelijke evenementen rondom bewegen. Tour de France / marathon / vlucht 14-18 - De Dommel - Brabantse Aa verbindt Peel met Den Bosch - Maas / Meander / de Leygraaf / Raam - Verbinding zoeken met bestaande activiteiten rond gezondheid - Laat Brabantse landschap zien! Heide en bossen landschap
Hoe organiseren/samenwerken?	Aandachtspunten?
- Werkgroepen opstarten (welke zijn actief) - Heldere kernwaarden - Platforms/ ondernemers met gemeente (aanjaagfunctie) - Brabantse juweeltjes heeft ambities	- Creeer samen activiteiten die “boven het maaiveld uit komen -> dan aanpalende regio’s - Verbinden van de rivieren

Toekomstbestendig erfgoed



Wat is nodig om te starten?	Suggesties projecten? = Gegeven
- Samenwerking erfgoed – ondernemers - Inventarisatie van Erfgoed - Opbouw draagvlak. Een v/d unieke hier is erfgoed, ... maar wie weet dit? Gemeentes benutten kennis hemkundekringen - Zoveel mogelijk aanhaken bij lopende/bestaande initiatieven - Den Bosch moet beseffen dat ze de regio nodig hebben om op de plek te blijven & vice versa - Gun elkaar het success	- UNESCO geopark de Peelhorst - Combinatie wandelroutes (kloosterpad) - Brabantse Aa molen + kastelen - Bewegen, historie, natuur - Meer combineren met cultuur (ambacht & kunst) - Vrijstaat land van Ravenstein - Romeinse verleden van de Maas - C3 toegankelijke kerken en kloosters - Verbastering kerken (transformatie) - Den Bosch
Hoe organiseren/samenwerken?	Aandachtspunten?
- Brabantse juweeltjes - Afwachtende houding provincie moet veranderen in proactief zeker ook als grootste subsidient (TOON) - Ondernemers bij elkaar brengen -> contact (verenigingen) - Samenwerken wat er is + wat versterken denk na hoe je je eigen ondernemers in positie kunt brengen - Overheden hebben rol in projecten - Waterschap + provincies + gemeentes (commitment vanuit overheden) - Ideeën + EUROS	- Exploitatie samenwerken - Gezamenlijk belang - TROTS, met en voor elkaar - Calimero moet uit haar ei komen - Grensoverschrijdend (afspraken betalen + uitvoeren) - Hoe krijgen we het netjes georganiseerd? - Politiek is de enige grens - Ondernemers risico's nemen + waardering voor product - Vergunningen duurt te lang - Wachten -> perspectief - Samen lef hebben (ja mits) lokale politiek niet bewust van sociaal economische waarde van toerisme - Raad + wethouders laten vertellen over parels in Noordoost Brabant

Opmerkingen/suggesties die je graag kwijt wilt

- Vergeet niet wat we al hebben, wat er al is / bestaat
- Bestemming NOB -> Bestaat niet!
- Verhaallijnen (vb “van veld naar vork” enz)
- Een verhaallijnen waar meerdere disciplines een plek hebben. Voorbeeld: route “in de voetstappen van Hendrik Verhees”. Zie het als 1 groot Openluchtmuseum: alles wat het mooier maakt hoort erbij. Land van Ravenstein.
- Versterk wat er al is / gebeurt en haak aan!
- Veel te voorzichtig. Denk en praat in scenario's!
- Grenzeloos denken = ook besef dat er nog meer burens zijn en dat oriëntatie kan verschillen
- Ondernemers en organisaties ondersteunen in “kwaliteit”, zij bepalen het niveau
- De Maas is belangrijk maar heeft twee oevers: 1x Brabant + 1x Gelderland /Limburg
- Stimuleer dat de lokale politiek kennis krijgt van betekenis toerisme
- Maw geen “kerktoren” denken
- Minder aanbodgericht denken, de vraag gaat jouw succes bepalen.

