

Een van de pijlers van Perspectief 2030 is Nederland overal aantrekkelijk maken. Met aanbod in het hele land kun je bezoekers beter spreiden in ruimte. Daarnaast is jaarrond aanbod stimuleren van belang. Dit dient twee doelen. Ten eerste het spreiden van bezoekers in tijd, om overbelasting en drukte te voorkomen. Ten tweede, en dit punt is door de coronacrisis nog belangrijker geworden, het verlengen van het seizoen voor de ondernemers uit de gastvrijheidssector. Om zo de verliezen goed te kunnen maken die door sluiting van de sector zijn veroorzaakt. Als ondernemingen het hele jaar door gasten hebben in plaats van alleen in het hoogseizoen, leidt dit tot een meer stabiele bedrijfsvoering, groter verdienvermogen en jaarrond werkgelegenheid.

## Actie

Het stimuleren van jaarrond aanbod op plekken waar nu alleen seizoensgebonden aanbod is of waar überhaupt nog weinig of geen aanbod is. Door jaarrond bezoekers te trekken kan toerisme op deze plekken een waardevolle bijdrage leveren voor bewoners en bedrijven.

## Trends



Een leefomgeving in balans, leidt tot een mens in balans. Respect voor de natuur is een must geworden. Hier zijn we steeds beter van doordrongen. We kiezen voor gezonde voeding, werken aan voldoende beweging en streven bovenal naar meer ontspanning.



Crises als COVID-19 hebben vaak slechts beperkte invloed op consumentengedrag. We vallen al snel weer terug in oude patronen. We willen er allemaal massaal weer op uit trekken en de verwachting is dat de cijfers van 2019 in enkele jaren weer worden overtroffen.



Digitalisering maakt dat we aanbod online bereikbaar en beleefbaar kunnen maken en reserveringen betaalmogelijkheden sterk worden uitgebreid. Aangejaagd door COVID-19 omarmden we online meetings als een efficiënte vorm van vergaderen en overleggen.



# Type Bezoeker

Bezoekers hebben verschillende behoeftes in hun vrije tijd of vakantie. Zo is een toerist uit eigen land of regio wellicht geïnteresseerd in hele andere dagtochten en vakanties dan een internationale bezoeker die hier voor de eerste keer komt. Door gebruik te maken van segmentatiemodellen en bezoekersprofielen kan onderscheidt gemaakt worden tussen bezoekers, en beter ingespeeld worden op de vraag die uit de desbetreffende doelgroep voortkomt.



## Nationaal

Leefstijlvinder vakantie en vrijetijd



## Internationaal

Glocalities-model

## Inzicht in bestaand jaarrond aanbod

Jaarrond aanbod zorgt voor spreiding van bezoekers in tijd en ruimte. Dit kan overbelasting op de ene bestemming voorkomen en tegelijkertijd aanbod op andere bestemmingen bevorderen. Om inzicht te krijgen in bestemmingen die door jaarrond aanbod gestimuleerd kunnen worden, is het belangrijk om ook oog te hebben voor het huidige toeristische aanbod.

In Nederland kunnen we diverse accommodaties, attracties, activiteiten en voorzieningen vinden. Uiteraard zijn niet alle (toeristische) attracties jaarrond geopend. Wat we zien is dat de meeste dierentuinen en attractieparken jaarrond geopend zijn, maar de openingstijden in de **wintermaanden zijn verkort**. Daarnaast draait er vaak een **andere programmering** dan in de zomermaanden.

Door bezoekers is er meer ruimte voor voorzieningen zoals de horeca en detailhandel. Zo is de horecadichtheid per gemeente in kustgemeenten en andere toeristische hotspots in Zeeland beduidend hoger dan gemiddeld, en is er een positieve relatie tussen het aantal supermarkten afgezet tegen het aantal inwoners per gemeente. Toch zien we dat veel van deze voorzieningen in toeristische trekpleisters in de winterperiode sluiten. Het beperkte inwoneraantal van de kern biedt in deze periode **onvoldoende** om de omzet op een normatief niveau te houden. Hierdoor is het aanbod te groot voor de vraag en zijn horeca en detailhandelaren genoodzaakt om 's winters hun deuren te sluiten.

Ter inspiratie zijn op de volgende pagina's drie voorbeelden uitgewerkt van jaarrond aanbod die een positieve bijdrage leveren aan de omgeving.



# Dynamische Steden: GLOW Eindhoven

**Licht zit in het DNA van Eindhoven. Als centrum voor design en technologie is Eindhoven dé stad waar lichtkunstenaars van over de hele wereld zich thuis kunnen voelen. De lichtindustrie zit verankerd in de geschiedenis van de stad. Daarnaast zijn technologie, design en kennis (TDK) aanwezig binnen 3 segmenten (bedrijfsleven, onderwijs & overheid) en vanuit alle lagen van de samenleving (bevolking, bedrijfsleven & overheid).**

GLOW is een perfect voorbeeld van een initiatief dat in de late herfstperiode extra bezoekers aantrekt, en jaarrond de stad positief stimuleert. Het evenement is (gratis) toegankelijk en verbindt inwoners met de stad. Duurzaam toerisme wordt bevorderd door het aantrekken van internationale toeristen die deel uitmaken van de city explorer doelgroep. Daarnaast zorgt GLOW ook voor het behoud van bright talents door samenwerkingen met studenten en alumni's van verschillende universiteiten aan te gaan. Bovenal staat het evenement in het teken van design waardoor lokale ontwerpers zichtbaar bij kunnen dragen aan de leefbaarheid van Eindhoven. In andere woorden, GLOW verbindt de samenleving en brengt talenten op het gebied van techniek, design en kennis samen. Samen met de zojuist benoemde stakeholders participeert GLOW in GLOWlabs. Dit initiatief is momenteel nog een pilot, maar zal in de toekomst een belangrijke rol spelen bij het aanbrengen van nieuwe technieken die kunnen leiden tot unieke nieuwe lichtprojecten.

## Vergelijkbare voorbeelden

Lichtkunst in stedelijke festivals kent sinds het afgelopen decennium een enorme vlucht. Naast GLOW in Eindhoven zijn er in talloze Nederlandse steden lichtfestivals opgedoken. Zo is er in Amsterdam het Amsterdam light festival, in Rotterdam De Grote Schijn en in Utrecht het Light Festival. De lichtkunst voor festivals meet vaak zijn eigen identiteit door samenwerkingen met kunstenaars, partners en bedrijven.



# Cultureel Erfgoed: Muiderslot

**Het Muiderslot is een rijksmuseum. Rijksmusea worden gesubsidieerd door de Nederlandse staat voor hun wettelijke taak voor het beheer van de (rijks) collectie. De eigendommen van rijksmusea zijn onlosmakelijk verbonden met de geschiedenis van Nederland. Door subsidies van de overheid is de collectie van rijksmusea toegankelijk voor alle Nederlanders (en buitenlandse bezoekers). Dit draagt bij aan het zichtbaar maken van cultureel erfgoed voor internationale bezoekers, om zo de bijdrage van bezoekers aan behoud van cultureel erfgoed te vergroten.**

Om een zo breed en divers mogelijk publiek te bereiken is het Muiderslot vanaf november 2019 jaarrond geopend. Door de ruimere openingstijden wil het Muiderslot hun open- en toegankelijkheid vergroten, om bezoekers die enige drempel ervaren bij het bezoek aan een museum te kunnen bereiken. Daarnaast zijn de publiekruimtes ook vrij te bezoeken zonder rondleider. Bezoekers kunnen zelfstandig rondlopen, gebruik maken van een (10-talige) audiotour, een tekstbord lezen of wat rondwalen. Uiteraard biedt het Muiderslot nog steeds mogelijkheden tot het boeken van een rondleiding of begeleide schoolprogramma's. Door keuzemogelijkheden te vergroten worden diverse typen bezoekers verleidt.

Daarnaast is het Muiderslot ook druk met het verleiden van internationale bezoekers. Om internationale bezoekers te spreiden in de metropoolregio van Amsterdam is het project Amsterdam Bezoeken, Holland Zien (ABHZ) door Amsterdam Marketing opgericht. Bezoekers worden door dit project verleid om ook andere attracties in de regio te bezoeken, waaronder het Muiderslot. Door dit project promoot het Muiderslot zich sinds 2011 als 'Amsterdam Castle' richting internationale bezoekers. Dit heeft ertoe geleid dat het aantal buitenlandse bezoekers aan het Muiderslot is verdubbeld. Een groei in het aantal bezoekers zorgt niet alleen voor extra inkomsten van het kasteel zelf, maar ook voor de omliggende gebieden. Toeristen brengen immers ook een bezoek aan lokale winkels en restaurants. Dit zorgt voor economische groei in de regio, ten gunste van lokale bewoners en bedrijven.



# Landelijk gebied: Streekproducten

Sinds het begin van de coronacrisis is de omzet van boerderijwinkels meer dan verdubbeld. Door de toenemende populariteit van boerderijwinkels zijn veel agrarische bedrijven in Nederland streekproducten gaan verkopen aan consumenten of de horeca en detailhandel. Boerderijwinkels die al een tijdje bestaan merken ook dat de populariteit van lokale producten stijgt, zo groeide de omzet in sommige gevallen tot wel 80 procent. Naast een flinke omzet stijging voor boeren, dragen deze toeristische ontwikkelingen ook bij aan de kwaliteit van de leefomgeving. Zo kunnen toeristen de leefbaarheid in het landelijk gebied bevorderen door gebruik te maken van lokale winkels, horeca en faciliteiten. Op deze manier dient toerisme als middel om bij te dragen aan het in stand houden van het landelijk gebied.

Op boerderijwinkels kunnen consumenten streekproducten zoals verse aardappelen, groenten en fruit op een duurzame manier kopen. Vaak bestaan de winkels uit typische seizoensproducten zoals asperges en aardbeien, maar zijn er ook producten die jaarrond beschikbaar zijn. Daarnaast zorgt verbreding in het assortiment door de verkoop van lokale specialiteiten zoals jam, kaas en zuivel voor een hogere omzet, waardoor boerderijwinkels langer open kunnen blijven. In sommige gevallen investeren boeren of tuinders ook in boerderijautomaten. De automaten zijn vaak laagdrempeliger in gebruik en zijn dag en nacht beschikbaar voor de consument.

