

VISIE RECREATIE & TOERISME



Inhoudsopgave

Inleiding	3
1 Marktanalyse	5
1.1 trends en ontwikkelingen	5
1.2 ontwikkelingen in dagtoerisme	5
1.3 ontwikkelingen in verblijfstoerisme	6
1.4 Ontwikkelingen zakelijke markt	6
1.5 Wijdemeren en omgeving	6
1.6 Conclusie	7
2 Beleidsanalyse	9
2.1 Gewest Gooi en Vechtstreek	9
2.2 Provincie Noord-Holland	10
2.3 Landelijk beleid	10
2.3.1 Recreatie	10
2.3.2 Toerisme	11
2.4 Overig relevant beleid	11
2.4.1 Plassenschap Loosdrecht e.o.	11
2.4.2 Europa	11
2.4.3 Natuur	12
2.4.4 Conclusie	12
3 Conclusies	13
3.1 Het product Wijdemeren	13
3.2 Matching vraag en aanbod	14
3.3 SWOT-analyse	15
4 Visie	16
5 Strategie	17
5.1 Productontwikkeling	17
5.2 Samenwerking	17
5.3 Marketing en promotie	18
6 Invulling randvoorwaarden	20
6.1 Meten is weten	20
6.2 Sectoroverstijgende aanpak	20
6.3 Regionaal samenwerken	21
7 Samenvatting	22
8 Bronnen	23
Bijlage 1 Kadernotitie	25
Bijlage 2 Verslag bijeenkomst stakeholders	28
Bijlage 3 Opmerkingen na bestuurlijke bijeenkomst	31
Bijlage 4 Gemeentelijke uitgaven aan recreatie & toerisme	33

INLEIDING

Recreatie en Toerisme¹ zijn van oudsher belangrijk voor Wijdmeren. Het aanbod op het gebied van natuur, cultuur, cultuurhistorie en watersport heeft zowel voor de eigen inwoners als voor de bezoekers aan de gemeente een bijzondere aantrekkingskracht. Voor de inwoners betekent dit aanbod dat de kwaliteit van de woon- en leefomgeving stijgt; voor de toerist is Wijdmeren een reisdoel voor een aangenaam dagje uit of voor een korte vakantie. Welke vorm van toerisme of recreatie de consument ook kiest, de kans is groot dat hij of zij er (veel) geld aan uitgeeft.

Het resultaat van deze jarenlange ontwikkeling is ook in economische zin merkbaar: binnen de gemeente Wijdmeren zorgt de vrijetijdssector² voor veel werkgelegenheid en bedrijvigheid. De ontwikkelingen van de laatste tien jaar laten zien dat Wijdmeren aan de vooravond staat van veranderingen in het vrijetijdsaanbod binnen de gemeentegrenzen. Dit heeft consequenties voor werkgelegenheid, kwaliteit van de woonomgeving en voor de positionering van de gemeente.

Om deze reden heeft het college in de lange termijn agenda aangegeven beleid te willen ontwikkelen waarmee ingespeeld kan worden op deze veranderingen. Als er immers geen visie en daarmee samenhangend beleid uitgedragen wordt door de gemeente is de kans groot dat er ongewenste ontwikkelingen optreden. Overlast, verrommeling en ongewenste ontwikkelingen vanuit een leefbaarheidperspectief kunnen daarvan het gevolg zijn. De vrijetijdssector is bij uitstek een sector waarin overheid, non-profit organisaties en de markt samen moeten werken om het optimale product te creëren.

De onderwerpen die op het gebied van recreatie en toerisme aandacht vragen binnen de gemeente zijn enerzijds typerend voor de gemeente Wijdmeren. Anderzijds zijn er onderwerpen die door landelijke of Europese regelgeving om gemeentelijke aandacht vragen. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- De plannen rond het Dorpscentrum in Oud-Loosdrecht;
- Discussie rond de invulling van de VVV-functie;
- De oprichting van de Stichting Samen Sterk, waardoor een platform ontstaat van Loosdrechtse ondernemers;
- De oprichting van de Stichting WATER, waardoor een platform ontstaat van ondernemers in de gehele gemeente;
- Europese Kaderrichtlijn water;
- Natura 2000.

Een interactieve discussie met de Raadscommissie Ruimte & Economie heeft plaatsgevonden op 10 maart 2008. Tijdens deze bijeenkomst zijn allereerst de relevante marktgegevens gepresenteerd. Vervolgens is uitgebreid gediscussieerd. Het resultaat van de discussiebijeenkomst is samengevat in een bondige kadernotitie, bijgevoegd als bijlage 1.

¹ Met recreatie wordt hier bedoeld: vrijetijdsactiviteiten door de inwoners van Wijdmeren. Toerisme betreft vrijetijdsactiviteiten door bezoekers aan de gemeente van buiten de gemeente.

² De vrijetijdssector is een verzamelnaam voor alle activiteiten die Nederlanders in hun vrije tijd ondernemen: winkelen (niet-dagelijkse goederen), uitgaan, dagtochten, vakanties, culturele activiteiten, sport, et cetera.

De kadernotitie gaf houvast voor het invullen van de visie op recreatie en toerisme. Het formuleren van een dergelijke visie vraagt niet alleen om een dergelijk houvast, maar ook om voldoende draagvlak in de gemeentelijke organisatie en bij de belangrijkste stakeholders. Daarom is een tweetal aanvullende discussiebijeenkomsten georganiseerd: een ambtelijke en bestuurlijke bijeenkomst binnen de gemeente en een bijeenkomst met de relevante stakeholders: terreinbeherende organisaties, ondernemers, verenigingen en andere betrokkenen bij recreatie en toerisme in Wijdmeren. Tijdens de bijeenkomsten zijn voorstellen besproken voor de beleidsonderwerpen die in de visie aan de orde komen en is een voorzet voor het beleid per beleidsonderwerp gegeven.

Van beide bijeenkomsten is een bondig verslag gemaakt. Deze verslagen zijn naar alle deelnemers toegezonden, zodat zij nog aanvullende opmerkingen konden maken. In bijlage 2 is het verslag met reacties van de bijeenkomst met stakeholders opgenomen. In bijlage 3 staan de opmerkingen naar aanleiding van de bestuurlijke bijeenkomst.

In februari 2009 is vervolgens het eerste concept van deze Visie besproken met ondernemers uit de gemeente. Op deze interactieve bijeenkomst is uitgebreid gediscussieerd over de inhoud van het concept. Het resultaat van de discussiebijeenkomsten is verwerkt in het voorliggende visiedocument. Hierin komen de visie, doelstellingen en doelgroepen aan de orde.

1 MARKTANALYSE

De ontwikkeling van het toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente Wijdmeren moet aansluiten bij de marktvraag en bij de beleidsontwikkelingen ten aanzien van toerisme en recreatie in de regio. Hiertoe is een marktanalyse gemaakt.

1.1 Trends en ontwikkelingen

Alvorens in te gaan op de actuele marktgegevens, is het van belang een breder beeld te schetsen vanuit trends en ontwikkelingen in de maatschappij en het effect van deze ontwikkelingen op de toeristisch-recreatieve sector.

Algemeen kan worden gesteld dat in Nederland sprake is van relatieve welvaart maar diverse bronnen van economische groei, welvaart en welzijn staan onder druk. Dit betreft zowel de werkende klasse (vergrijzing en ontgroening), onze beschikbare tijd (files, arbeidsproductiviteit), als onze hulpbronnen zoals energie, het milieu en meer algemeen het klimaat. Dit spanningsveld heeft vele neveneffecten zoals veranderingen in de samenstelling van de bevolking en huishoudens, groeiende aandacht voor gezondheid en milieu, en een stijgende behoefte aan rust en ontspanning. Tegelijkertijd wordt ook hard gewerkt aan oplossingen, onder andere door inzet van zich snel ontwikkelende nieuwe informatiebronnen en elektronische hulpmiddelen.

Toerisme, recreatie en vrije tijd gedijen goed onder de geschetste ontwikkelingen. Er ontstaan nieuwe doelgroepen met tijd en/ of geld en, nog belangrijker, behoefte aan verzorging en ontspanning. De markt voor toerisme, recreatie en vrije tijd verandert, maar biedt vele kansen voor die partijen die de nieuwe doelgroepen en behoeftes weten te vertalen in de juiste producten.

Eén ontwikkeling in het bijzonder verdient extra aandacht. Het betreft de demografische verschuivingen door vergrijzing, ontgroening en (mede als gevolg hiervan) toenemende diversiteit in de huishoudensamenstelling (meer éénpersoonshuishoudens, paren en samengestelde gezinnen). Deze ontwikkeling heeft veel invloed op de toeristisch-recreatieve sector. Het belang en de aard van de doelgroepen verandert en hiermee het gedrag, de behoeften en motieven met betrekking tot toerisme, recreatie en vrijetijdbesteding. De markt van 45+-ers zal de komende jaren in belang toenemen ten koste van de tot voor kort dominerende jongerenmarkt. Ook de toename in éénpersoonshuishoudens, zowel jongere als oudere, zal effect hebben op de toeristisch-recreatieve vraag. Daarnaast is een trend zichtbaar naar vakanties van de 'extended family', familie- en/ of vriendengroepen die gezamenlijk er even tussen uit gaan. Het leren kennen van deze 'nieuwe' doelgroepen en inspelen op hun wensen en behoeften is een randvoorwaarde voor toekomstig succes.

1.2 Ontwikkelingen in dagtoerisme

De dagtoeristische markt vormt een belangrijke pijler voor de toeristisch-recreatieve sector. Onder dagtoerisme verstaan we³: "Alle dagactiviteiten die worden ondernomen vanuit de eigen woning waarbij men minimaal 1 uur (inclusief reistijd) van huis is". De belangrijkste voor handen zijnde gegevens met betrekking tot dagtoerisme in Nederland worden hierna kort besproken.

Belangrijke stromingen op het gebied van dagtoerisme zijn de verschuivingen in doelgroepen, meer 50-plussers en minder jongeren, de steeds kritischer wordende

³ Definitie zoals bepaald en aangehouden in het CVTO 2007.

consument, de toegenomen belangstelling voor wandelen, fietsen en golfen, de afgenomen belangstelling voor zonnen in het algemeen.

1.3 Ontwikkelingen in verblijfstoerisme

Ook op het gebied van verblijfstoerisme zijn er belangrijke veranderingen gaande. Bij verblijfstoerisme speelt het buitenland een grote rol: de Nederlanders brengen in toenemende mate de hoofdvakantie in het buitenland door en kiezen alleen voor de tweede of derde korte vakantie voor het eigen land.

De grotere behoefte aan comfort uit zich in toegenomen vraag naar hotelovernachtingen en luxe voorzieningen. Daarnaast nemen het aantal vakanties per persoon en het aantal overnachtingen per vakantie af. Deze laatste ontwikkeling zou veroorzaakt kunnen worden door de stagnerende economie, vooral korte binnenlandse vakanties in de winter worden op dit moment minder ondernomen.

1.4 Ontwikkelingen zakelijke markt

Een belangrijke groep potentiële bezoekers van Wijdmeren bestaat uit de zakelijke markt, ook wel aangeduid als MICE (Meetings, Incentives, Conferences en Exhibitions).

De MICE markt is een interessante markt, met name gezien het complementaire karakter ten aanzien van toeristisch-recreatieve activiteiten. De markt voor MICE is echter kritisch en de aanbieders staan onder druk. Kwaliteit, professionaliteit en aantrekkelijkheid van locaties en aanbod zijn kritieke succesfactoren. Daarbij is de concurrentie groot en staan de prijzen en daarmee de marges onder druk.

1.5 Wijdmeren en omgeving

◦ *Ruim 155 miljoen dagtochten in Noord-Holland.*

Van het totaal aantal dagtochten in 2008 in Nederland werden ruim 155 miljoen in de provincie Noord-Holland ondernomen. In de provincie wordt daarmee 17,1% van alle dagtochten in Nederland ondernomen. In de periode 2002-2007 is het aantal dagtochten in Noord-Holland met 9,9% gedaald terwijl er landelijk sprake was van een daling van 'slechts' 7,6%.

◦ *In omliggende gemeenten van Wijdmeren snellere bevolkingsgroei dan in Nederland.*

De bevolking in de gemeenten die in de directe omgeving van Wijdmeren liggen (Abcoude, Amstelveen, De Bilt, Breukelen, Bussum, Hilversum, Houten, IJsselstein, Maarssen, Naarden, Nieuwegein, Utrecht, Vleuten-De Meern en Woerden) hebben een relatief snelle bevolkingsgroei meegemaakt. Ook Utrecht heeft een flinke groei doorgemaakt: 17% tussen 2000 en 2008.

Het aantal inwoners in de gemeente Wijdmeren is nagenoeg stabiel gebleven. Dit is weergegeven in onderstaande tabel. Daarnaast houdt de regio 't Gooi nadrukkelijk rekening met de gevolgen van vergrijzing, die in deze regio eerder en sterker wordt verwacht dan in de rest van Nederland.

Tabel 1 Bevolkingsgroei omgeving Wijdmeren en Nederland als geheel, 1995 - 2008

	1995	2000	2005	2008	Vershil 1995 – 2005	Vershil 2000 – 2008
<i>Wijdmeren</i>	-	23.331	23.432	23.433	0 %	0 %
<i>Omgeving Wijdmeren</i>	718.350	692.686	801.297	824.678	+ 11,6%	+ 19%
<i>Nederland Totaal</i>	15.424.122	15.863.950	16.305.526	16.409.056	+ 5,7%	+ 3,4%

Bron: CBS

◦ *Groei bedrijvigheid cultuur, sport en recreatie blijft achter op landelijk gemiddelde*

Uit de cijfers van het Handelsregister van de Kamer van Koophandel Gooi en Eemland blijken er in Wijdmeren circa 230 bedrijven en instellingen op het gebied van cultuur, sport en recreatie te zijn. De onderverdeling die de Kamer van Koophandel hanteert is erg breed maar het geeft een goede indicatie van wat er in Wijdmeren mogelijk is voor recreanten en toeristen. Het aanbod is de afgelopen jaren aanzienlijk gestegen (+ 57,1%) en is zelfs relatief meer toegenomen ten opzichte van 't Gooi. Toch blijft de groei sterk achter ten aanzien van de groei op landelijk niveau, waar in de afgelopen jaren sprake is geweest van een groei van maar liefst 78,4%.

Tabel 2 Aantal instellingen op het gebied van cultuur, sport en recreatie in Nederland, 't Gooi en Wijdmeren

	1997	2002	2007	Vershil 1997 – 2007
Wijdmeren	147	208	231	+ 57,1%
't Gooi	1.385	1.647	2.040	+ 47,3%
Nederland	26.628	34.685	47.507	+ 78,4%

Bron: KvK, 2008

Met name het aanbod van kunst en amusement is met ongeveer 75 bedrijven en instellingen goed vertegenwoordigd. Onder deze groep vallen alle vormen voor het beoefenen van kunst, de dienstverlening voor de kunstbeoefening zoals het theater maar bijvoorbeeld ook dansscholen. Ook op het gebied van sport is het aantal instellingen in de afgelopen 10 jaar aanzienlijk gestegen tot ongeveer 65 instellingen en verenigingen. Hieronder bevinden zich opvallend veel watersportgerelateerde bedrijven, zoals jachthavens en zeilscholen. De watersport is een belangrijke sector voor de bedrijvigheid in de gemeente Wijdmeren.

◦ *Lage groei in aanbod horeca in Wijdmeren*

Het aanbod van horeca is in de afgelopen 10 jaar met 14,7% gestegen. Er is over de afgelopen jaren slechts een lichte groei in aantal horecagelegenheden. Ten opzichte van het regionale en landelijke niveau is de groei achtergebleven.

Het aantal verblijfsaccommodaties in de gemeente Wijdmeren is, net als in 1997, 23. Door de jaren heen is er een daling geweest, maar momenteel zijn er weer 23 aanbieders van verblijfsaccommodaties in de gemeente. Dit aanbod varieert van hotels (onder andere Golden Tulip) tot campings en verschillende caravanparken. Het aantal restaurants en cafés is ten opzichte van 1997 toegenomen van 34 naar 46. Deze eetgelegenheden zijn variërend van restaurants tot cafetaria's en snackbars. Daarnaast zijn er in Wijdmeren ook ongeveer 20 cafés.

1.6 Conclusie

Het gedrag van consumenten ten aanzien van vrije tijd verandert snel. De samenstelling van gezinnen verandert en de huishoudengrootte neemt af. Dit veroorzaakt een flexibeler vakantiegedrag. De Nederlander gaat vaker, maar korter op vakantie. Opvallend is dat er steeds meer besteed wordt tijdens deze kortere vakanties. De vraag naar luxere vormen van verblijfsaccommodatie neemt toe: de kampeermarkt krimpt, de markt voor hotel- en bungalowaccommodatie neemt snel toe.

Men gaat voor de langste vakantie van het jaar naar het buitenland; Nederland is vooral populair voor korte vakanties in voor- en naseizoen. Opvallend is de tendens om ook in de winter korte vakanties te ondernemen.

Ten aanzien van dagtochten valt op dat dit een grotere markt is dan de vakantiemarkt: er worden circa 1 miljard dagtochten per jaar ondernomen. Jaarlijks wordt hieraan circa € 77 miljard besteed. De twee grootste typen dagtochten zijn: recreatief winkelen en buitenrecreatie. Daarbij zijn fietsen en wandelen, maar ook het bezoeken van cultuur(-historie) typen dagtochten die snel in belang winnen. Ook het bezoek aan evenementen

laat een sterke stijging zien. De reisbereidheid voor dagtochten is laag: bijna de helft wordt in de eigen gemeente ondernomen; de overige dagtochten in een straal van gemiddeld 30 kilometer vanaf het woonadres.

De zakelijke markt heeft zich, na een terugslag in 2000-2003, weer hersteld. Het is nog steeds een sterk concurrerende markt waar een scherpe prijs-/ kwaliteitverhouding geëist wordt. Interessant is de opkomst van de 'meetcentive': een vergadering die gecombineerd wordt met een 'uitje'. De zakelijke en de particuliere markt zijn niet alleen voor wat betreft het seizoen, maar ook voor wat betreft verdeling over week- en weekenddagen, complementair aan elkaar.

Een aantal ontwikkelingen springt er voor de gemeente Wijdmeren uit:

- Demografische ontwikkelingen in de omgeving: sterke groei van bevolking in met name regio Utrecht;
- Noord-Holland neemt de tweede plek in op het gebied van dagtochten in Nederland. Echter: na een jaren van groei is het aantal dagtochten in Noord-Holland afgenomen. De daling is groter dan de rest van Nederland;
- Vakanties nemen in de regio toe, maar het aantal verblijfsaccommodaties in Wijdmeren is gelijk gebleven;
- Groei van de bedrijvigheid blijft achter bij het landelijk gemiddelde.

De kansen en bedreigingen zijn samengevat in de onderstaande tabel.

Tabel 3 Analyse van kansen en bedreigingen in de marktontwikkelingen

Kansen	Bedreigingen
Meer inwoners in de regio	Daling aantal dagtochten, met name in Noord Holland
Buitenrecreatie belangrijkste vorm van vrijetijdsactiviteiten	Afname populariteit van watersport in Noord Holland
Sterke stijging uitgaven aan dagtochten	Kritische en veeleisende consument
Toenemende belangstelling voor dure verblijfsrecreatie met watersportvoorzieningen	Minder vakanties per persoon (in duur en aantal)
Toenemende vraag in MICE-markt naar combinatie-arrangementen met aantrekkelijk toeristisch-recreatief aanbod	Toenemende concurrentie MICE-markt
Vergrijzing: meer tijd en geld voor specifieke vormen van vrijetijdsbesteding	

Voor Wijdmeren betekenen deze ontwikkelingen het volgende:

- Door het toenemende aantal inwoners in de directe omgeving van Wijdmeren zal de vraag naar dagtoeristisch aanbod in de regio toenemen. De druk van toeristen en recreanten op het aanbod in Wijdmeren zal daardoor eveneens toenemen. De twee grootste 'trekkers' (Loosdrechtse Plassen en landgoederen en natuur 's Graveland) zullen hier op ingericht moeten worden;
- Wijdmeren heeft in het verleden een grote rol gespeeld als vakantiebestemming. Gelet op de marktontwikkelingen kan gesteld worden dat deze rol veel kleiner zal worden. Wijdmeren zal meer een bestemming worden voor dagtochten en zal een afnemend belang hebben in de markt voor vakanties. Een uitzondering daarop zijn de korte vakanties (weekends);
- De meest kansrijke doelgroepen voor Wijdmeren zijn: senioren, gezinnen met (kleine) kinderen en de zakelijke markt;
- Deze doelgroepen zoeken vooral steeds luxer wordend aanbod op het gebied van watersport en waterrecreatie, natuur en natuurbeleving, horeca, infrastructuur voor wandelen en fietsen, cultuur(historie) en beperkt verblijfsaccommodatie.

2 BELEIDSANALYSE

Diverse beleidstukken zijn relevant zijn voor het te voeren toeristisch-recreatieve beleid in Wijdmeren. Achtereenvolgens wordt het regionaal beleid (Gewest Gooi en Vechtstreek), provinciaal beleid (Noord-Holland), het landelijk beleid en overig relevant beleid besproken. Vervolgens worden de conclusies op hoofdlijnen samengevat.

2.1 Gewest Gooi en Vechtstreek

Begin 2008 heeft het Gewest Gooi en Vechtstreek het Ontwikkelplan Toerisme en Recreatie regio Gooi en Vechtstreek ("Verbinden en vernieuwen") vastgesteld. De economische doelstelling van de regio Gooi en Vechtstreek is volgens dit plan een groei van 6-10% van de toeristische bestedingen per jaar. De strategie om deze doelstelling te realiseren bestaat uit twee delen. Ten eerste het actief aanjagen en ontwikkelen van innovatie en crosssectorale samenwerking. En ten tweede vooralsnog niet zozeer inzetten op nieuwe elementen en trekkers, maar allereerst het bestaande aanbod op verrassende wijze verbinden en daardoor de trekkracht van de regio verhogen. Als relevante doelgroepen zijn genoemd:

- Inwoners uit de regio Gooi en Vechtstreek en omliggende gebieden;
- Zakelijke gasten (bovenregionaal);
- Bovenregionale bezoekers van de grote trekkers.

Activiteiten die het Gewest wil ondernemen zijn onder meer het opzetten van voorwaardenscheppende projecten als iTRovator, 'meten is weten' en een crosssectorale kennistransfer. iTRovator is een project dat als doelstelling heeft om vernieuwingen in de toeristisch-recreatieve sector te stimuleren. Die doelstelling geldt enerzijds bestaande en nieuwe bedrijven (of non-profitorganisaties) in de vrijetijdsector. Anderzijds geldt deze doelstelling ook voor crosssectorale samenwerkingsverbanden met andere sectoren. Specifiek zal ingezet worden op samenwerking met de zorg- en mediasector. De aanpak van iTRovator is pragmatisch en concreet: vanuit de doelstellingen worden concrete projecten ontwikkeld, gestimuleerd of ondersteund. iTRovator fungeert hiermee als een 'broedkamer' voor ideeën en concepten. De achterliggende doelstelling blijft steeds de gewenste economische groei, dus de projecten die iTRovator aanpakt moeten economisch haalbaar zijn en moeten multipliceerbaar zijn in de regio of daarbuiten. Het project 'meten is weten' behelst het opzetten van een meetinstrument om economische groei te meten waarna deze kennis kan worden benut voor visieontwikkeling en realisatie van projecten. De Kamer van Koophandel Gooi, Eem- en Flevoland wil daarnaast een project opzetten waarbij de uitwisseling van kennis tussen ondernemers uit de vrijetijdseconomie en cross media-bedrijven op gang komt.

Daarnaast zijn vier thema's benoemd die voor de periode van 2009 tot en met 2014 de kern van de strategische ontwikkeling moeten vormen. Deze thema's zijn:

- Kennis en kunde: het ontwikkelen en delen van kennis tussen kansrijke sectoren;
- Infrastructuur: gelet op de ligging van de regio Gooi en Vechtstreek in een regio met grote bevolkingsconcentraties zijn een goede ontsluiting van en voorzieningen in het gebied van groot belang. De toeristisch-recreatieve infrastructuur kan een belangrijke motor vormen van de economische groei;
- Klant: de juiste product-marktcombinaties en de juiste promotie leiden tot een verlenging van de verblijfsduur en een verhoging van de bestedingen van alle doelgroepen;
- Jeugd en werk: het ontwikkelen van voldoende passende banen om (jonge) mensen in de regio te houden en het wonen en werken in de regio Gooi en Vechtstreek ook voor hen aantrekkelijk te maken.

In het kader van het laatstgenoemde thema heeft het Gewest ook onderzoek laten verrichten naar de huidige en toekomstige arbeidsmarkt in de vrijetijdsector: "Creatief omgaan met Krimp en groei" (2007). Hieruit bleek onder meer dat door de ook in het vorige hoofdstuk gememoreerde demografische ontwikkelingen een (te) krappe arbeidsmarkt voor de werkgevers dreigt te ontstaan. Het bevolkingsaantal daalt, vergrijsst en dit zal ten koste gaan van de omvang van de beroepsbevolking. Naar verwachting daalt de beroepsbevolking ten opzichte van de rest van Nederland met een kwart in de komende veertig jaar. Met name het aantal werknemers met specifieke vakkennis op MBO-niveau is volgens dit onderzoek een zorgpunt. Dit kan een stevige belemmering voor de groei van de vrijetijdseconomie in de Gooi en Vechtstreek betekenen. Het CWI houdt voor de Gooi- en Vechtstreek in 2012 zelfs rekening met rond de 4.300 vacatures in het vrijetijdscuster. Kortom: in kwantitatief, maar vooral ook in kwalitatief opzicht dreigt de arbeidsmarkt voor de werkgevers in recreatie en toerisme in de Gooi en Vechtstreek zich ongunstig te ontwikkelen. De problemen van 'meer uitstroom aan de bovenkant door vergrijzing en minder instroom door ontgroening' vragen om toegepast regionaal arbeidsmarktbeleid.

2.2 Provincie Noord-Holland

Het lopende provinciaal toeristisch beleid is verwoord in de Agenda Recreatie en Toerisme 2008-2011 met als ondertitel 'Stad en Land, in balans'. Samen met de regionale partners richt de Provincie zich vooral op de uitvoering van projecten aan de hand van twee centrale thema's: Recreatie dicht bij huis en Noord-Holland: waterrijk van zee en meer. Deze thema's zijn uitgewerkt in acht beleidsopgaven:

- Inrichten van regionaal groen;
- Duurzaam beheren regionaal groen;
- Realiseren regionale recreatieve verbindingen;
- Recreatiebehoeften van specifieke doelgroepen;
- Promotie toeristisch potentieel;
- Sterker neerzetten Noord-Holland als watersportprovincie;
- Verbeteren kwaliteit kust;
- Toegankelijk en beleefbaar maken van het waterrijk cultuurlandschap.

De Provincie brengt vanuit een regierol ondernemers, belangenorganisaties en lokale overheden bij elkaar om samen plannen uit te voeren. Organisaties in de regio worden ook uitgenodigd om zelf initiatieven te nemen. Daarnaast zet de Provincie zelf ook middelen in (geld, personeel, kennis, communicatie, marketing en promotie, ruimtelijke ordening en onderzoek) om de doelen van het Noord-Hollandse toeristisch beleid te bereiken.

2.3 Landelijk beleid

2.3.1 Recreatie

Binnen de rijksoverheid is het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) als eerste verantwoordelijk voor het recreatiebeleid in Nederland. Daarbij zijn er veel relaties met andere departementen, zoals het ministerie van:

- Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu (VROM): ruimtelijke ordening en milieu;
- Verkeer & Waterstaat (V&W): waterbeleid, infrastructuur;
- Economische Zaken (EZ): toerisme;
- Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS): volksgezondheid, sport;

- Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW): cultuur, vakantiespreiding;
- Bestuurlijke vernieuwing en Koninkrijksrelaties: grote steden beleid.

De rijksoverheid stuurt alleen nog maar op hoofdlijnen: faciliteren, randvoorwaarden stellen. De decentrale overheden zoals provincies en gemeenten, krijgen hierdoor meer ruimte voor de uitvoering van het beleid. Uitgangspunt is: 'decentraal wat kan, centraal wat moet'. De vraag uit het gebied staat daarbij voorop.

In aansluiting op het Tweede Meerjarenprogramma van de Agenda voor een Vitaal Platteland is sinds 1 januari 2007 het Investeringsbudget Landelijk Gebied (ILG) in werking. De provincies hebben de regie over de uitvoering van rijksdoelen in het landelijk gebied voor perioden van telkens zeven jaar. Dit geldt ook voor de rijksdoelen op het gebied van de openluchtrecreatie.

2.3.2 Toerisme

Staatssecretaris Heemskerk heeft begin juni 2008 het nieuwe toeristisch beleid van het ministerie van Economische Zaken gepresenteerd. In de Toerismebrief geeft de staatssecretaris aan zich de komende jaren in te willen zetten voor verbetering van het ondernemingsklimaat van de sector en de beschikbare promotiemiddelen in te zetten voor het versterken van het inkomend toerisme. Het toeristische promotiebeleid wordt de komende jaren sterker gericht op goedbestedende toeristensegmenten. Vanwege de hoge bestedingen van de zakelijk toeristen, zal ook de komende jaren door het NBTC acquisitie gepleegd worden om grote congressen in Nederland te laten plaatsvinden. Verder geeft Economische Zaken in de Toerismebrief aan de toeristische promotie te willen verbinden aan de bredere economische promotie van Nederland, waaronder bijvoorbeeld de handelsbevordering en de acquisitie van buitenlandse vestigingen van multinationals.

De reacties uit de verschillende sectoren in Nederland op deze toerismebrief zijn niet altijd positief: men is van mening dat binnenlands toerisme met de daarbij behorende bestedingen onderbelicht blijft. De Staatssecretaris heeft inmiddels aangegeven aandacht aan deze bezwaren te willen besteden.

2.4 Overig relevant beleid

2.4.1 Plassenschap Loosdrecht e.o.

Wijdmeren is onderdeel van het Plassenschap Loosdrecht e.o. Dit plassenschap is onderdeel van Recreatie Midden Nederland. Doel van het plassenschap is de behartiging van de belangen van de recreatie. Belangrijk uitgangspunt daarbij is de bescherming en de ontwikkeling van landschappelijke en natuurwaarden. Vanuit deze doelstelling is het plassenschap belast met de ontwikkeling en het beheer van recreatieve voorzieningen. Zo zijn in de afgelopen jaren openbare recreatie-eilanden aangelegd, is een groot dagrecreatieterrein ontwikkeld (De Strook) en zijn vele aanlegplaatsen gerealiseerd. Ook zijn vaarwegen aangelegd en verbeterd (Muyeveldse Vaart, 's-Gravelandse Vaart). Het plassenschap beheert bovendien een viertal sluizen. Het streven is een zo groot mogelijke verscheidenheid aan recreatieactiviteiten mogelijk te maken.

2.4.2 Europa

Recreatie en toerisme zijn geen aparte formele beleidsvelden in het Europees Gemeenschapsrecht. Ze zijn echter wel terug te vinden in het beleid en de wet- en regelgeving van de Europese Unie. Zo krijgen recreatie en toerisme aandacht in andere beleidsvelden als milieu en landbouw. Daarnaast bestaat er sinds maart 2006 een Europees toeristisch beleid en een agenda. Op www.euvoorrecreatieentoerisme.nl staat

een overzicht van relevant beleid en regels voor recreatie en toerisme, maar omdat deze regels vooral doorwerken in landelijk en provinciaal beleid is dit niet verder uitgewerkt in deze analyse.

2.4.3 Natuur

Een groot deel van het grondgebied van Wijdemeren valt onder diverse natuurbeschermingsregels. De gemeente heeft te maken met een combinatie van onder meer de volgende regelgeving:

- Natura 2000 (2007);
- Beschermde natuurmonumenten (2001);
- Wetlands (2005);
- Nationale Landschappen (2007); en
- Ecologische Hoofdstructuur (2007).

Eenzijds biedt dit een mooie basis voor recreatie, omdat natuurschoon wordt gewaardeerd door recreanten en verschillende natuurgebieden uitstekende mogelijkheden voor recreatie bieden. Anderzijds leveren de natuurbeschermingsmaatregelen vaak ook grote belemmeringen op voor vrijetijdsondernemers. Dit is een klassiek dilemma, maar speelt extra in de gemeente Wijdemeren door de opeenstapeling van regels om de natuur te beschermen.

2.4.4 Conclusie

Het Gewest Gooi en Vechtstreek heeft een aantal scherpe keuzes gemaakt op het gebied van doelgroepen en activiteiten om deze doelgroepen te verleiden hun vrije tijd in de regio te besteden. De gemeente Wijdemeren heeft een belangrijke rol in de regio vanuit toeristisch-recreatief perspectief, dus het ligt voor de hand om zoveel mogelijk bij het regionale beleid aan te sluiten. De mogelijkheden om samen met de andere regio-gemeenten (financiële) ondersteuning van de Provincie Noord-Holland hierbij te verwerven worden momenteel onderzocht. Er liggen daarnaast veel kansen voor de gemeente Wijdemeren om in te spelen op de gekozen thema's in het provinciale beleid (watertoerisme, infrastructuur en de nabijheid van groen).

Landelijk en Europees beleid heeft daarnaast vooral indirect gevolgen voor de gemeentelijke visie op recreatie en toerisme. Enerzijds door in wetgeving voornamelijk beperkingen op te leggen, anderzijds door het decentraal scheppen van ontwikkelingsmogelijkheden via ILG budgetten en andere (subsidie)regelingen. Deze ontwikkelingsruimte lijkt door de grote hoeveelheid aan voor Wijdemeren relevante natuur- en milieuregels beperkt, maar met de nodige creativiteit kan de gemeente wel degelijk goede randvoorwaarden scheppen voor een bloeiende vrijetijdseconomie.

3 CONCLUSIES

Op basis van de markt- en beleidsanalyse en de informatie die verzameld is in bijeenkomsten met bestuurders, ambtenaren, ondernemers en andere stakeholders in Wijdmeren, kunnen conclusies getrokken worden over de marktontwikkelingen, kansrijke markten, randvoorwaarden, kansen en bedreigingen. Deze conclusies worden in dit hoofdstuk nader uitgewerkt.

3.1 Het product Wijdmeren

Wijdmeren is niet één coherent toeristisch product, net zo als Noord-Holland geen eenduidige toeristische bestemming is. Ter indicatie: op de grootste fotowebsite ter wereld, www.flickr.com, scoort 'Wijdmeren' 98 'hits' en Loosdrecht 2.274 'hits'. De gemeente bestaat immers uit verschillende bestemmingen voor verschillende doelgroepen. Van Ankeveen en Breukeleveen tot 's-Graveland / Kortenhoef, Loosdrecht en Nederhorst den Berg. Het oostelijke Vechtplassengebied maakt bovendien deel uit van de Hollandse en Utrechtse meren zoals Maarsseveense, Vinkeveense en Nieuwkoopse Plassen.

Zoals op www.wijdmeren.nl staat te lezen: "Wijdmeren is met 7.700 hectare de grootste gemeente in de Gooi- en Vechtstreek. Een uniek stuk Nederland met veel plassen, moerassen, bossen, vaarten en weiden. De diverse landgoederen, vele monumenten en beschermde dorpsgezichten zijn beeldbepalend voor Wijdmeren. De gemeente is ontstaan op 1 januari 2002 door samenvoeging van de voormalige gemeenten Loosdrecht, 's-Graveland en Nederhorst den Berg. Onze Noord-Hollandse gemeente ligt in het groene hart van de Randstad en heeft bijna 23.500 inwoners."

Deze regionale inwoners hebben een grote impact: waar de eigen bevolking in de afgelopen jaren met 0% groeide, steeg het aantal inwoners in de omgeving met bijna 20%. Die mensen uit de omgeving willen bij voorkeur niet te ver van hun woonplaats recreëren. Dit gegeven, gecombineerd met de constatering dat het traditionele verblijfstoerisme waar een deel van de bedrijven in de gemeente op teerde inmiddels fors aan relevantie is ingeboet ten faveure van de trendmatige groei in dagrecreatie, leidt tot de conclusie dat Wijdmeren aan de vooravond van grote veranderingen staat.

De nog jonge gemeente Wijdmeren vertegenwoordigt geen toeristisch product, maar er zijn wel degelijk zeer bekende toeristisch-recreatieve deelproducten die kunnen bogen op een lange toeristische traditie. Dat is een mooie basis, maar hierin schuilt wel het gevaar van stagnatie of zelfs teruggang als niet alert ingespeeld wordt op de veranderende vraag van de markt. Daarnaast staat de kwantiteit van het aanbod onder druk. Door de uitponing van kavels die voorheen een vrijetijdsbestemming hadden, neemt het aanbod in Wijdmeren af. Deze vermindering van het aanbod heeft consequenties voor de aantrekkingskracht van Wijdmeren en dwingt alle betrokkenen tot het goed inspelen op marktontwikkelingen.

Net als in een productlevenscyclus waar na volwassenheid verzadiging en teruggang dreigt, moeten ook de vrijetijdsproducten in de gemeente regelmatig tegen het licht worden gehouden om te bezien of deze nog aansluiten bij de veranderende vraag uit de markt. Door productinnovatie kan een nieuwe cyclus worden opgebouwd. In deze visie gaan we ervan uit dat alle stakeholders die kansen met beide handen willen aangrijpen.

Natuurlijk zijn er nuances te maken bij het vaststellen van de productontwikkelingsstrategie. Op iedere regel zijn uitzonderingen en sommige bestaande nicheproducten gedijen wellicht uitstekend bij de aanpak tot nu toe. En de ene kern in de gemeente is de andere niet. Maar met dit alles in het achterhoofd is de tijd wel rijp voor vernieuwing. Het

vernieuwde, samengestelde product Wijdmeren wordt zichtbaar aan de hand van een aantal kenmerken. Grofweg worden de volgende tegenstellingen zichtbaar:

Tabel 4

Oude situatie	Nieuwe situatie
Vakantiebestemming	Dagtochtbestemming
Doelgroepen: bezoekers van verder weg	Doelgroepen: inwoners regio
Bezoekers: relatief lage eisen	Bezoekers: veeleisend, wensen luxe en gemak

Sommige onderdelen van het ‘product’ Wijdmeren zijn gevormd in de oude situatie en dienen ook in de nieuwe situatie te worden gekoesterd. Onder meer de volgende bestaande aspecten van Wijdmeren als vrijetijdspanduct kunnen in dit kader worden genoemd:

- Actieve vrijetijdsondernemers en andere stakeholders;
- Grote wil om (lokaal) samen te werken wordt vaak omgezet in daden;
- Wijdmeren is onderdeel van een groter regionaal geheel.

Belangrijke context voor toerisme en recreatie in Wijdmeren is daarnaast de waardevolle natuurlijke, landschappelijke en cultuurhistorische waarde. Deze vormt unieke waarde binnen het Nederlandse landschap en natuur en zijn tegelijkertijd om deze reden belangrijk voor toerisme en recreatie in Wijdmeren. Balans tussen gebruik en beleving van het gebied en bescherming van landschappelijke en ecologische kwaliteit is en blijft dan ook het uitgangspunt.

Bij de gemeente Wijdmeren ligt dan ook de volgende ‘producttypering’ voor de hand:

- Toeristisch-recreatieve dagbestemming;
- Oostelijk Vechtplassengebied in Noord-Holland;
- Natuur, cultuur(historie), water;
- Gastvrijheid.

3.2 Matching vraag en aanbod

Waar de doelgroepen veranderen (minder vakantiegangers, meer (dag-)recreanten uit de buurt), hun wensen veranderen (minder basic, meer luxe en gemak; andere vormen van informatievergaring en andere uitgavenpatronen) moet ook de ‘match’ tussen vraag en aanbod opnieuw worden gedefinieerd en ingevuld. De gemeente en andere betrokkenen bij de vrijetijdseconomie van Wijdmeren moeten rekening houden met andere piekmomenten als gevolg van de dagrecreatie, (ver)nieuw(d)e gemakspanducten ontwikkelen die inspelen op de vraag van de dagrecreanten, investeren in internetmarketing en op een vriendelijke manier het gedrag van bezoekers sturen. Gebeurt dit niet, dan worden enerzijds de economische doelstellingen niet gehaald en anderzijds wordt de overlast als gevolg van ongeorganiseerde pieken in dagrecreatie onaanvaardbaar. In de volgende paragraaf worden de belangrijkste issues en de betekenis hiervan voor de gemeente Wijdmeren samengevat.

3.3 SWOT-analyse

Het in de vorige hoofdstukken (en de vorige paragrafen) geschetste beeld ten aanzien van de sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen is in de onderstaande SWOT-analyse nog verder aangescherpt.

Tabel 5 SWOT-analyse

Sterktes	Zwaktes
Actieve ondernemers en andere stakeholders Samenwerking tussen betrokken partijen loopt goed Goede ligging t.o.v. bevolkingconcentraties Ruim bestaand aanbod Naamsbekendheid producten Inhoud producten	Verschraling producten Diffuus product Bereikbaarheid Wijdemeren als bestemming niet bekend Promotie bestaand aanbod
Kansen	Bedreigingen
Meer inwoners in de regio Sterke groei aantal dagtochten in Noord Holland Sterke stijging uitgaven dagtochten Toenemende belangstelling dure verblijfsrecreatie met watersportvoorzieningen Toenemende vraag in MICE-markt naar combinatie-arrangementen Vergrijzing: meer tijd en geld Gewestelijke inzet op vrijetijdseconomie Inspelen op provinciaal beleid	Verkeerscongestie in de regio Afnemende populariteit watersport in Noord Holland Minder vakanties per persoon Toenemende concurrentie in MICE-markt Door vergrijzing in regio personeelstekort Europees en landelijk natuur- en milieubeleid

4 VISIE

De conclusies in het vorige hoofdstuk vormen de basis voor een visie voor onze gemeente en een uitwerking van deze visie in een drietal kernthema's.

De visie op toerisme en recreatie in Wijdemeren is geworteld in vier uitgangspunten:

- Inzetten op dagtoerisme;
- Doelgroepen: vooral dagrecreanten uit de regio;
- Dat wat was, komt niet meer terug. Inspelen op nieuwe trends en ontwikkelingen: vraaggestuurde markt- en productontwikkeling;
- Ondernemers en stakeholders nemen marktgerichte initiatieven, gemeente faciliteert.

Deze uitgangspunten zijn gekozen omdat de veranderende vrijetijdsmarkt aan de vraagzijde vergaande consequenties heeft voor de aanbodzijde in de gemeente Wijdemeren. Omzien in weemoed en teruggrijpen naar de 'goede oude tijd' kan de productinnovatie waar de gasten van vandaag om vragen blokkeren of in ieder geval hinderen. Het credo is daarom: vooruit kijken, zonder het goede te verliezen. De kansen die er liggen om economische groei te bereiken zijn haalbaar door samen te werken. Ieder heeft daarin zijn rol. De gemeente is niet afwachtend, maar het initiatief ligt wel degelijk bij de stakeholders. De gemeente toont haar ondernemingszin door deze initiatieven te faciliteren. Economische groei is door alle spelers in de toeristisch en recreatieve sector gewenst. Deze uitgangspunten hebben tot de volgende visie geleid:

Visie
Economische groei en welzijnsverbetering door focus op dagrecreatie met natuur, water en cultuurhistorie als kernelementen.

De gemeente Wijdemeren heeft een groot potentieel op het gebied van recreatie en toerisme. Dit potentieel wordt momenteel onvoldoende benut, waardoor kansen blijven liggen. De gemeente Wijdemeren wil daarom recreatie en toerisme als belangrijke economische pijler verder ontwikkelen. Maar hierbij gelden niet alleen economische motieven (bestedingen, bedrijvigheid en werkgelegenheid), maar zijn ook de maatschappelijke aspecten van belang. Woongenot, tegengaan van overlast en piekbelasting van de infrastructuur zijn hierin belangrijke thema's. De inwoners van de gemeente moeten van een prettige woonomgeving kunnen genieten waarin het goed recreëren is. Hierdoor zijn zij ambassadeurs voor de gemeente Wijdemeren.

De gemeente faciliteert ondernemers bij het marktgericht ontwikkelen en aanbieden van product/ marktcombinaties. Actief overleg met alle partijen in de sector, gebaseerd op een goed begrip van de markt vraag moet leiden tot een totaalproduct op het gebied van toerisme en recreatie. Hiermee worden zowel de inwoners van de gemeente als toeristen van buiten de gemeente goed bediend. Het behoud van de voorzieningen in de kernen is daarbij een belangrijk aandachtspunt.

De visie is uitgewerkt in drie kernthema's. In het volgende hoofdstuk worden deze thema's nader beschreven en uitgewerkt.

5 STRATEGIE

Als de analyses van de voorgaande hoofdstukken worden gekoppeld aan de in het vorige hoofdstuk gepresenteerde visie, dan blijkt dat een aantal thema's prioriteit verdient.

- 'Productontwikkeling' is het eerste strategische thema. De gemeente Wijdmeren richt zich op andere bezoekers dan vroeger en dat betekent dat ook op andere behoeften moet worden ingespeeld;
- Samenwerking is een vereiste voor een succesvolle vrijetijdseconomie in Wijdmeren. Zeker in Wijdmeren kunnen ondernemers, overheden, inwoners en andere partijen niet zonder elkaar. Ook organisaties als Natuurmonumenten, bewonersorganisaties, het waterschap en de Kamer van Koophandel horen hier nadrukkelijk bij. De gemeente Wijdmeren verwelkomt daarom ook het initiatief voor de oprichting van het samenwerkingsverband 'WATER' van harte;
- Marketing en promotie vormen het derde strategische thema, omdat zelfs het meest optimale productaanbod niet kan zonder goede marketing en promotie. Dat gaat niet vanzelf en vergt de nodige investeringen. Het is hierbij de uitdaging voor de gemeente om enerzijds aan te sluiten bij de wensen van onze gasten en inwoners en anderzijds de beperkte middelen zo efficiënt mogelijk in te zetten.

In de onderstaande paragrafen worden de drie strategische thema's verder uitgediept.

5.1 Productontwikkeling

Productontwikkeling is de verzamelnaam van het gehele ontwerpproces of ontwikkelproces wat tot doel heeft om (nieuwe) producten te ontwikkelen, te produceren en te verkopen (vermarkten). Bij productontwikkeling in de vrijetijdssector is sprake van een samengesteld toeristische product. Kortweg gezegd bestaat het toeristische product over het algemeen uit een combinatie van de te bezoeken attractie (bijvoorbeeld de Loosdrechtse Plassen), aanvullend aanbod (met name horeca en winkels) en de bereikbaarheid van deze attractie (zowel fysiek als in de informatiesfeer: is informatie over openingstijden, prijzen enzovoorts eenvoudig te ontsluiten?). Als een deel van het product niet voldoet aan de gestelde kwaliteitseisen door de klant, levert dit ontevreden klanten (bezoekers, gasten) op. Een andere complicerende factor is het gegeven dat het vrijetijdsproduct door verschillende betrokkenen samen wordt gemaakt. Niet alleen ondernemers, overheid en intermediairs, maar de bezoeker zelf is vaak ook medeproducent van het vrijetijdsproduct. Hoe een waterrecreant zich gedraagt ten opzichte van andere recreanten heeft grote invloed op elkaars vrijetijdsbeleving.

Het bovenstaande in acht nemend, stelt de gemeente Wijdmeren vast, dat gezien de veranderende consumentenwensen en de verschuiving in doelgroepen voor het vrijetijdsproduct van Wijdmeren op verschillende plaatsen productontwikkeling nodig is. De wensen van onze bezoekers zijn anders dan die van bezoekers uit de jaren tachtig van de vorige eeuw. Daar moeten we op inspelen. De gemeente kan dit echter alleen doen vanuit de rollen en taken die een gemeente nu eenmaal heeft. Een goed samenspel met bedrijfsleven, non-profitorganisaties, de inwoners én de bezoekers aan de gemeente is onontbeerlijk.

5.2 Samenwerking

Samenwerking tussen ondernemers en andere stakeholders onderling en tussen stakeholders en de gemeente is een elementaire voorwaarde voor een succesvolle vrijetijdseconomie in Wijdmeren. De gemeente, ondernemers en overige stakeholders zijn samen verantwoordelijk voor een goed toeristisch en recreatief product dat past bij de aard en schaal van Wijdmeren en haar bevolking. Alleen in goede samenwerking kan dit

product gerealiseerd worden en hiervoor is al een stevige basis gelegd. Hiermee kan ook een meer actieve rol voor de verschillende ondernemersverenigingen worden ingevuld. Dit levert een grotere betrokkenheid van ondernemers op en daarmee een hogere kwaliteit van het overleg. Het opzetten van een regulier overleg tussen sleutelspelers en de gemeente (discussieforum en expert panel) kan concreet worden gerealiseerd, bijvoorbeeld door inhoudelijke ondersteuning van de stichting WATER.

Het eerder opgezette project Loosdrecht Leeft! was succesvol en heeft nieuw élan gebracht in de samenwerking tussen de ondernemers onderling en in de relatie tussen de ondernemers en de gemeente. Het project heeft geleid tot de behoefte aan een vergelijkbare, meer permanente en gemeentebrede aanpak.

Gelet op de wens om een permanent karakter aan de samenwerking te geven is een groep initiatiefnemers aan de slag gegaan om de Stichting WATER (Wijdmeren Activiteiten Toerisme En Recreatie) op te richten. Deze initiatiefnemers werden in de startfase ondersteund door NORT Noord-Holland. Zij hebben aangegeven voor het vervolgtraject ondersteuning nodig te hebben bij hun plannen. De gemeente Wijdmeren onderschrijft het belang van de Stichting WATER en juicht dit initiatief van harte toe, maar stelt wel vast dat een dergelijk samenwerkingsverband primair de verantwoordelijkheid van de ondernemers zelf is. De gemeente kan hierbij een faciliterende rol vervullen. Daarnaast zijn er mogelijkheden om gezamenlijk op te trekken bij belangenbehartiging richting andere organisaties, wensen en doelen met elkaar af te stemmen en incidentele ondersteuning op projectbasis. Er zijn twee duidelijke taken onderscheiden: de stichting als productontwikkelaar (evenementen) en als gesprekspartner voor de gemeente namens het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven.

Bedrijfscontactfunctionaris

De bedrijfscontactfunctionaris kan een belangrijke rol spelen bij de samenwerking, want goede dienstverlening van de gemeente aan betrokken partijen is de basis voor faciliterend beleid. Deze persoon is de schakel tussen het bedrijfsleven en de gemeente. De rol is vooral het optreden als eerste aanspreekpunt en het verwijzen naar relevante collega's. De bedrijfscontactfunctionaris begeleidt de ondernemer van begin tot het eind bij de contacten met de gemeente. Het uitgangspunt is hierbij niet "nee, tenzij.." maar "ja, mits..".

De gemeente Wijdmeren werkt daarmee concreet aan een integrale afhandeling bij één loket en back-office. De gemeente Wijdmeren wil daarnaast op termijn haar dienstverlening aan ondernemers verder verbeteren door het versnellen en vereenvoudigen van de overige vergunningverlening. Kwaliteitsverbetering en innovatie bij het bedrijfsleven zijn primair een verantwoordelijkheid van de ondernemers zelf, maar de randvoorwaarden die de gemeente biedt kunnen dit proces wel ondersteunen.

De werkzaamheden van de bedrijfscontactfunctionaris hebben de afgelopen jaren hun vruchten afgeworpen: het bedrijfsleven is tevreden over de geboden ondersteuning. Daarom zal deze aanpak in de komende jaren voortgezet worden.

5.3 Marketing en promotie

De gemeente Wijdmeren kan niet zonder marketing en promotie van het vrijetijdspanduct naar de eigen inwoners en de inwoners van de regio. Ook goede informatievoorziening aan bezoekers van Wijdmeren is een voorwaarde voor een succesvolle gemeentelijke vrijetijdseconomie.

De gemeente Wijdmeren wil bij de activiteiten om deze doelstellingen te behalen zoveel als mogelijk aansluiten bij initiatieven op gewestelijk niveau. De negen gemeenten van het Gewest Gooi en Vechtstreek hebben in het plan 'Verbinden en Vernieuwen' een heldere

ambitie uitgesproken ten aanzien van de gewenste groei van toerisme en recreatie. Deze groei moet op velerlei wijze ontwikkeld worden. Eén manier is het verbeteren van de structuur van de toeristische marketing & promotie en informatievoorziening. De indruk bestond dat de huidige invulling van deze taken niet aansluit bij de benodigde aanpak om de gewenste groei te kunnen realiseren. Dit heeft geleid tot een evaluatie en een onderzoek naar de mogelijke herinrichting van de genoemde taken.

Onder meer uit de bijeenkomsten met stakeholders uit Wijdmeren is naar voren gekomen dat de wijze waarop de toeristische marketing en promotie tot op heden was georganiseerd, verbetering behoeft. De samenwerking tussen promotie organisaties onderling is suboptimaal en de rol van de gemeente Wijdmeren werd op onderdelen nog als (te) weinig sturend ervaren. Uit de beleidsanalyse is daarnaast gebleken dat verschillende andere bestemmingen hun marketing- en promotie inspanningen vergroten.

Anders gezegd: de concurrentie investeert flink in promotie van de eigen omgeving. Dit kan een reële bedreiging vormen voor de ambities die de gemeente Wijdmeren heeft voor haar vrijetijdseconomie. Kortom: op korte termijn is een vernieuwing van de aanpak noodzakelijk.

De resultaten van de gewestelijke analyse en de gekozen strategie die in 'Verbinden en Vernieuwen' staat benoemd geven richting aan de visie voor de toekomst. De marketing & promotie en informatievoorziening kunnen op een andere manier beter worden ingevuld, waardoor het voor alle gemeenten een duidelijk en positief resultaat oplevert. Door op bepaalde taken de regionale samenwerking te intensiveren kunnen schaalvoordelen behaald worden. Immers: vanuit de beperkte budgetten per gemeente is het lastiger om effectief de doelgroepen te bereiken dan wanneer de beschikbare middelen gecombineerd worden.

Op basis hiervan wordt in gewestelijk verband thans een businessplan voor een Regionaal Bureau voor Toerisme (RBT) opgesteld en nemen de individuele gemeenten het initiatief om de subsidiestroom naar de VVV Hollands Midden te gaan verleggen naar het RBT. Wijdmeren heeft hiertoe al een aanzet gegeven in 2008.

De conclusie van de analyse en de wensen van de gemeenten ten aanzien van de invulling van de kerntaken kunnen vervolgens niet los gezien worden van 'Verbinden en Vernieuwen'. Daarom zal iTRovator waarschijnlijk onder de noemer van het Regionaal Bureau voor Toerisme Gooi en Vechtstreek de spil zijn van de nieuwe aanpak van toeristische promotie, informatievoorziening, innovatie en kwaliteitsverbetering in de regio. ITRovator en de 'VVV-taken' worden daarmee samengevoegd; hiermee kan een vergroting van efficiency bereikt worden en worden overlappingsen voorkomen.

6 INVULLING RANDVOORWAARDEN

De randvoorwaarden voor de strategisch succesvolle ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve markt in de gemeente Wijdmeren kunnen als volgt samengevat worden:

Metten is weten

Ontwikkelen van meetinstrumenten om de resultaten van het ingezette beleid te kunnen meten. In 2009 moet in Gewestelijk verband een 0-meting gedaan worden, die jaarlijks herhaald wordt;

Sectoroverstijgende aanpak

Toerisme en recreatie hebben niet alleen betrekking op het werkgebied Economie. De consequenties van het beleid op andere beleidsterreinen moeten in kaart gebracht worden.

Het betreft onder meer de volgende beleidsterreinen:

- Welzijn;
- Openbare orde en veiligheid;
- Ruimte.

Regionaal samenwerken

Wijdmeren ligt niet op een eiland: het is daarom van belang dat het beleid aansluit op de ontwikkelingen in de regio.

6.1 Metten is weten

Het meetinstrument 'metten is weten' dient inzicht te geven in de mate waarin de gemeente Wijdmeren erin slaagt om door middel van uitvoering van de voorliggende visie een economische groei te realiseren in de toeristisch-recreatieve sector van 6 % tot 10 % per jaar. Deze ambitieuze doelstelling dient niet slechts eenmalig te worden gerealiseerd, maar zal jaarlijks gedurende langere tijd behaald moeten worden. De functie van het meetinstrument is tweeledig. In de eerste plaats het meten van de resultaten over de voorbije periode. Ten tweede om naar de toekomst toe stakeholders te voorzien van relevante informatie die kan worden gebruikt voor de eigen bedrijfsvoering.

Het meetinstrument is een middel, geen doel op zich. Het moet dus aansluiten op het regionale meetinstrumentarium en jaarlijks tegen lage kosten herhaald kunnen worden om de benodigde informatie op te leveren. Daarnaast moet het meetinstrument flexibel zijn: aanpassingen die in de loop der tijd gewenst of noodzakelijk zijn, moeten eenvoudig toegevoegd kunnen worden

6.2 Sectoroverstijgende aanpak

Sectoraal denken zal moeten worden doorbroken om de gesignaleerde kansen te verzilveren. Daarnaast is er een spanningsveld tussen ambities op het gebied van natuurontwikkeling en -beheer enerzijds en toerisme en recreatie anderzijds. Het streven is: creëren van een omgeving waarin kansen verzilverd kunnen worden en waarin de kwaliteit van het aanbod leidend is. Daarnaast biedt een sectoroverstijgende aanpak voor natuur en recreatie ook kansen. Denk onder meer aan het aansluiten op natuurontwikkeling/ bescherming met nieuwe producten en markten. Ook kleinschalige vormen van natuurbeleving in beschermde gebieden kunnen als product/marktcombinaties beschouwd worden. Bestuurlijk is uitgesproken dat grote waarde wordt gehecht aan de vrijetijdseconomie en dat vergt een integrale benadering van de uitdagingen waar de betrokkenen voor staan.

Daarnaast zal ook regionaal moeten worden gekozen voor een structurele integrale aanpak. Dit komt erop neer dat alle partijen (gemeente, provincie, Natuurmonumenten, Waterschap, ondernemers, burgers en andere stakeholders) met elkaar om de tafel moeten gaan zitten om gebiedsgericht (met inachtneming van beleid en belangen) invulling aan de toekomstplannen te gaan geven. Dit is ook de systematiek in de uitvoering van bijvoorbeeld Natura 2000.

De invoering van de WABO per 1 januari 2010 zal ook bij onze gemeente leiden tot veranderingen in de benadering van ondernemers. Er komt één loket voor de omgevingsvergunning, waardoor ondernemers sneller en efficiënter zaken kunnen regelen.

6.3 Regionaal samenwerken

Een 'nee, tenzij....' beleidslijn lijkt soms te overheersen op regionaal niveau. Een meer kansrijke benadering is de 'ja, mits....' benadering. Hierbij mag niet alleen het lokale belang prevaleren; een bovenlokale visie leidt tot een consistent (regionaal) vrijetijdspaanproduct dat zich een sterke marktpositie kan verwerven.

Het Gewest Gooi- en Vechtstreek wil aan de slag met de regionale vrijetijdseconomie. Het programma 'Innovatie verbinding in de Noordvleugel: zorg & welzijn en toerisme & recreatie' laat hierover weinig twijfel bestaan. De Gooische vrijetijdseconomie is ook een groeimarkt. Deze ontwikkeling zal zich echter niet zomaar autonoom doorzetten. Het aantal vrijetijdsondernemingen stijgt behoorlijk in de Gooi en Vechtstreek, maar niet zo explosief als in de rest van Nederland. Dat is deels te verklaren door de beperkte bevolkingsgroei, maar een belangrijke factor is ook de beperkte groeiimte voor ondernemers in de regio.

Blijven investeren in de Gewestelijke samenwerking moet ervoor zorgen, dat ook de gemeente Wijdmeren duurzaam profiteert van de landelijke groeitrend. Daarnaast is het belang van een goede relatie met de Provincie niet te onderschatten. Van de Provincie mag regie verwacht worden en via deze weg kan ook financiële ruimte voor het gewenste beleid worden gecreëerd.

7 SAMENVATTING

Tabel 6 Samenvatting

<p>Marktontwikkelingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Van vakantiebestemming naar dagtochtbestemming; ◦ Lage reisbereidheid; ◦ Ver'luxe'ing van de vraag; ◦ Bevolkingsgroei in de omgeving; ◦ Externe invloeden worden groter. 	<p>Relevant beleid:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Gooi en Vechtstreek: innovatieve samenwerking media, zorg en toerisme/ bestaand aanbod verbinden/ meten is weten; ◦ Agenda Provincie Noord-Holland: Recreatie dichtbij huis, Waterrijk van zee en meer; ◦ Landelijk: Natura 2000, ILG enzovoorts.
<p>Randvoorwaarden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Meten is weten; ◦ Transparante financiering; ◦ Sectoroverstijgende aanpak; ◦ Regionaal samenwerken. 	<p>Uitgangspunten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Inzetten op dagtoerisme; ◦ Doelgroepen: vooral recreanten uit de regio; ◦ Dat wat was, komt niet meer terug. Inspelen op nieuwe trends en ontwikkelingen; ◦ Ondernemers en stakeholders nemen marktgerichte initiatieven, gemeente faciliteert.
<p>Visie: Economische groei en welzijnsverbetering door vraaggestuurde product/ marktcombinaties met natuur, water en cultuurhistorie als kernelementen</p>	
<p>Kernthema's:</p>	<p>Uitwerking kernthema's:</p>
<p><u>1. Productontwikkeling</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Kwaliteitsverbetering & innovatie. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Bedrijfsleven stimuleren; ◦ Inzetten op speerpunten; ◦ Mogelijkheden bieden voor dagtoerisme en hoogwaardige verblijfsrecreatie.
<p><u>2. Samenwerking</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Tussen alle betrokken partijen; ◦ Publieke en private financiering in balans. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Gemeente wil aanspreekpunt hebben voor beleidsontwikkeling en productontwikkeling. Ondersteuning Stichting WATER; ◦ Jaarlijkse netwerkbijeenkomsten; ◦ Investerings van gemeente in toerisme en recreatie moeten in balans zijn met private investeringen. Transparante financiering, afstemming en samenwerking; ◦ Gemeente participeert actief in regionale samenwerkingsprojecten.
<p><u>3. Marketing en promotie</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Evaluatie huidige situatie marketing en promotie, plan formuleren om met ondernemers aanpak te optimaliseren; ◦ Doelgroepen, -seizoenen en verzorgingsgebied in brede discussie vaststellen en als basis gebruiken voor productontwikkeling; ◦ Marktontwikkelingen volgen en structureel onderwerp maken van overleg.

8 BRONNEN

- Bedrijfschap Horeca, website (www.bedr-horeca.nl)
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2007), Demografie van gezinnen. Heerlen: CBS
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2007), Logiesaccommodaties. Heerlen: CBS
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), website (www.cbs.nl)
- Continu Vrijetijds Onderzoek (CVTO) (2007), Basisrapport Continu Vrijetijds Onderzoek 2006-2007. Amsterdam: TNS NIPO en NBTC
- Continu Vrijetijds Onderzoek (CVTO) (2007), Tabellenrapport Continu Vrijetijds Onderzoek 2006-2007. Amsterdam: TNS NIPO en NBTC
- Continu Vakantie Onderzoek (CVO) (2004), Binnenlandse zakelijke reizen. Amsterdam: TNS NIPO en NBTC
- Continu Vakantie Onderzoek (CVO) (2007), Continu Vakantie Onderzoek 2006. Amsterdam: TNS NIPO en NBTC
- Continu Vakantie Onderzoek (CVO) (2007), De markt voor binnenlandse zakelijke reizen 2006. Amsterdam: TNS NIPO en NBTC
- Continu Vakantie Onderzoek (CVO) (2008), Presentatie CVO jaarcijfers 2007. Amsterdam: TNS NIPO en NBTC
- Gewest Gooi en Vechtstreek (2008), Verbinden en vernieuwen: Ontwikkelplan Toerisme en recreatie regio Gooi en Vechtstreek. Hilversum: Leisure Result en Gewest Gooi en Vechtstreek.
- Gewest Gooi en Vechtstreek (2007), Creatief omgaan met krimp en groei: Arbeidsmarktonderzoek vrijetijdscluster Gooi en Vechtstreek. Hilversum: Leisure Result en Gewest Gooi en Vechtstreek.
- Gewest Gooi en Vechtstreek (website), www.gewestgooienvechtstreek.nl.
- Kamers van Koophandel Den Haag en Rotterdam (2007), Rapportage Benchmark Toeristisch Beleid gemeenten Zuid-Holland, Delft: ZHBT
- Metz, T. (2002), Pret! Leisure en landschap. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Ministerie van Economische Zaken (website), www.ez.nl.
- Ministerie van Economische Zaken (2005), Handreiking transparantie toeristische inkomsten en uitgaven, Den Haag.
- Ministerie van Landbouw, Natuur en Visserij (website), www.minInv.nl.

- Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (2007), Toerisme in perspectief: ontwikkelingen met betrekking tot inkomend en binnenlands toerisme nader bekeken. Leidschendam: NBTC
- Nederlands Research Instituut voor Toerisme (NRIT) (2006), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2005-2006. Breda: NRIT.
- Nederlands Research Instituut voor Toerisme (NRIT) (2007), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2006-2007. Breda: NRIT.
- Plassenschap Loosdrecht en omgeving (website), www.recreatiemiddennederland.nl.
- Provincie Noord-Holland (website), www.noord-holland.nl.
- Rabobank (2005), Masterplan Leisure Industrie. Utrecht: Rabobank
- Rabobank (2008), Rabobank cijfers en trends, website (www.rabobankcijfersentrends.nl)
- Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) (2006), website. Den Haag: SCP
- Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) (2006), De tijd als spiegel. Den Haag: SCP
- Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) (2006), Op weg in de vrije tijd. Den Haag: SCP
- Stichting Recreatie (website), www.euvoorrecreatieentoerisme.nl
- Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2000), Geïntegreerd toeristisch beleid: adviesmodel voor gemeenten, Den Haag: VNG Uitgeverij

BIJLAGE 1 KADERNOTITIE

Concepttekst kadernota Recreatie en Toerisme Wijdmeren, versie 17 maart 2008

Aanleiding en doelstelling van de kadernota Recreatie en Toerisme

Recreatie en Toerisme⁴ is niet alleen 'booming business', maar ook een boeiend beleidsthema en van groot belang voor iedere gemeentelijke beleidsmaker die het beste voor heeft met zijn of haar burgers. Recreatie en toerisme zijn van oudsher belangrijk voor Wijdmeren. Het aanbod op het gebied van natuur, cultuur, cultuurhistorie en watersport hebben zowel voor de eigen inwoners als voor de bezoekers aan de gemeente een bijzondere aantrekkingskracht. Voor de inwoners betekent dit aanbod dat de kwaliteit van de woon- en leefomgeving stijgt; voor de toerist is Wijdmeren een reisdoel voor een aangenaam dagje uit of voor een vakantie. Welke vorm van toerisme of recreatie de consument ook kiest, de kans is groot dat hij of zij er (veel) geld aan uitgeeft.

Het resultaat van deze jarenlange ontwikkeling is ook in economische zin merkbaar: binnen de gemeente zorgt de vrijetijdsector⁵ voor veel werkgelegenheid en bedrijvigheid. De ontwikkelingen van de laatste tien jaar laten zien dat Wijdmeren aan de vooravond staat van veranderingen in het vrijetijdsaanbod binnen de gemeentegrenzen. Dit heeft consequenties voor werkgelegenheid, kwaliteit van de woonomgeving en op de positionering van de gemeente. Om deze reden heeft het College in de lange termijn agenda aangegeven in 2008 beleid te willen ontwikkelen waarmee ingespeeld kan worden op deze veranderingen. Als er immers geen visie en daarmee samenhangend beleid uitgedragen wordt door de gemeente is de kans groot dat er ongewenste ontwikkelingen optreden. Overlast, verrommeling en ongewenste ontwikkelingen vanuit een leefbaarheidsperspectief kunnen daarvan het gevolg zijn.

De vrijetijdsector is bij uitstek een sector waarin overheid, non-profit organisaties en de markt samen moeten werken om het optimale product te creëren. Geen van deze partijen kan dit zelfstandig; dit is het onderscheidende verschil van de vrijetijdsector ten opzichte van andere sectoren. Het College wil daar een actieve rol in spelen.

De raad heeft aangegeven dat zij een meer actieve rol wil spelen bij de uitwerking van de lange termijn agenda van het College. Door middel van kaderstellingen van beleidsuitgangspunten wil de raad richting kunnen geven aan deze uitwerking. Dit geldt ook voor de uitwerking van de visie van het College op het gebied van Recreatie en Toerisme: de raad wil betrokken zijn bij de wijze waarop Recreatie en Toerisme een plaats krijgen in de samenleving, ruimte en economie van de gemeente.

Het doel van deze kadernota is: aangeven van de, voor de raad, belangrijke doelstellingen en aandachtsgebieden op het terrein van Recreatie en Toerisme. De kadernota is daarmee richtinggevend voor de uitwerking door het College van de Visie Recreatie en Toerisme.

Inhoud kadernota

In deze kadernota wordt, op basis van extern aangereikte marktinformatie, een samenvatting gegeven van de voor Wijdmeren relevante ontwikkelingen. De consequenties van deze ontwikkelingen worden in beeld gebracht. Op basis hiervan wordt die visie op hoofdlijnen beschreven. Deze visie wordt vervolgens uitgewerkt in een opsomming van de speerpunten voor het gewenste beleid.

Marktontwikkelingen

⁴ Met recreatie wordt hier bedoeld: vrijetijdsactiviteiten door de inwoners van Wijdmeren. Toerisme betreft vrijetijdsactiviteiten door bezoekers aan de gemeente van buiten de gemeente.

⁵ De vrijetijdsector is een verzamelnaam voor alle activiteiten die Nederlanders in hun vrije tijd ondernemen: winkelen (niet-dagelijkse goederen), uitgaan, dagtochten, vakanties, culturele activiteiten, sport, et cetera.

Het gedrag van consumenten ten aanzien van vrije tijd verandert snel. De samenstelling van gezinnen verandert en de huishoudengrootte neemt af. Dit veroorzaakt een flexibeler vakantiegedrag. De Nederlander gaat vaker, maar korter op vakantie. Opvallend is dat er steeds meer besteed wordt tijdens deze kortere vakanties. De vraag naar luxere vormen van verblijfsaccommodatie neemt toe: de kampeermarkt krimpt, de markt voor hotel- en bungalowaccommodatie neemt snel toe.

Men gaat voor de langste vakantie van het jaar naar het buitenland; Nederland is vooral populair voor korte vakanties in voor- en naseizoen. Opvallend is de tendens om ook in de winter korte vakanties te ondernemen.

Ten aanzien van dagtochten valt op dat dit een grotere markt is dan de vakantiemarkt: er worden circa 1 miljard dagtochten per jaar ondernomen. Jaarlijks wordt hieraan circa € 77 miljard besteed. De twee grootste typen dagtochten zijn: recreatie winkelen en uitgaan. Fietsen, wandelen en het bezoeken van cultuur(-historie) zijn typen dagtochten die snel in belang winnen. Ook het bezoek aan evenementen laat een sterke stijging zien. De reisbereidheid voor dagtochten is laag: bijna de helft wordt in de eigen gemeente ondernomen; de overige dagtochten in een straal van gemiddeld 30 kilometer vanaf het woonadres.

De zakelijke markt heeft zich, na een terugslag in 2000-2003, weer hersteld. Het is nog steeds een sterk concurrerende markt waar een scherpe prijs-/ kwaliteitsverhouding geëist wordt. Interessant is de opkomst van de 'meetcentive': een vergadering die gecombineerd wordt met een 'uitje'. De zakelijke en de particuliere markt zijn niet alleen voor wat betreft het seizoen, maar ook voor wat betreft verdeling over week- en weekenddagen, complementair aan elkaar.

Voor Wijdmeren betekenen deze ontwikkelingen het volgende:

- Door het toenemende aantal inwoners in de directe omgeving van Wijdmeren zal de druk van toeristen en recreanten op het aanbod in Wijdmeren toenemen. De twee grootste 'trekkers' (natuurgebied 's Graveland en Loosdrechtse Plassen) zullen hier op ingericht moeten worden;
- Wijdmeren heeft in het verleden een grote rol gespeeld als vakantiebestemming. Gelet op de marktontwikkelingen kan gesteld worden dat deze rol veel kleiner zal worden. Wijdmeren zal meer een bestemming worden voor dagtochten;
- De meest kansrijke doelgroepen voor Wijdmeren zijn: senioren, gezinnen met (kleine) kinderen en de zakelijke markt;
- Door de uitponding van kavels die voorheen een vrijetijdsbestemming hadden, neemt het aanbod in Wijdmeren af. In Loosdrecht zijn hiervan veel voorbeelden. Deze vermindering van het aanbod heeft consequenties voor de aantrekkingskracht van Wijdmeren en dwingt alle betrokkenen tot het goed inspelen op marktontwikkelingen.

De toekomst van Toerisme en Recreatie in Wijdmeren: visie

De gemeente Wijdmeren heeft een groot potentieel op het gebied van Recreatie en Toerisme. Dit potentieel wordt nu nog onvoldoende benut, waardoor kansen blijven liggen. De gemeente Wijdmeren wil daarom Recreatie en Toerisme als belangrijke economische pijler verder ontwikkelen. Door middel van een doelgroepgerichte indeling binnen de gemeente worden ondernemers gefaciliteerd bij het marktgericht aanbieden van product/ marktcombinaties. Actief overleg met alle partijen in de sector, gebaseerd op een goed begrip van de marktvrage moet leiden tot een totaalproduct op het gebied van Toerisme en Recreatie. Hiermee worden zowel de inwoner van de gemeente als toeristen van buiten de gemeente goed bediend. Het behouden van de voorzieningen in de kernen is daarbij een belangrijk aandachtspunt.

Speerpunten van het beleid

De volgende speerpunten zijn voor het uitwerken van de visie van belang:

1. Doelgroepgerichte indeling van het vrijetijdsaanbod in de hele gemeente. Door te kiezen voor herkenbare gebieden waarin ruimte geboden wordt om kwalitatief goed aanbod te realiseren, kunnen specifieke doelgroepen aangesproken worden. Deze product/ marktcombinaties maken specialisaties binnen de gemeentegrenzen mogelijk. De gemeente Wijdmeren verspreid over verschillende dorpskernen met elk hun specifieke kwaliteiten. Hierdoor kan overlast worden verminderd en wordt versnippering tegengegaan, maar wordt vooral extra ingezet op de behoeften van bewoners en bezoekers;
2. Samenwerking tussen ondernemers onderling en tussen ondernemers en de gemeente stimuleren. De gemeente en ondernemers zijn samen verantwoordelijk voor een goed toeristisch en recreatief product dat past bij de aard en schaal van Wijdmeren en haar bevolking. In goede samenwerking kan dit product gerealiseerd worden;
3. Meten = weten: ontwikkelen van meetinstrumenten om de resultaten van het ingezette beleid te kunnen meten. In 2008 moet een 0-meting gedaan worden, die jaarlijks herhaald wordt;
4. Marketing en promotie van het vrijetijdspaanbod naar de eigen inwoners en de inwoners van de regio. Goede informatievoorziening aan bezoekers van Wijdmeren. De situatie van de VVV en de investeringen die de gemeente én het bedrijfsleven doen in promotie en informatievoorziening moeten geëvalueerd en geoptimaliseerd worden;
5. Benutting van de cultuurhistorische elementen van de gemeente als onderdeel van het totaalproduct;
6. Transparante financiering van de ontwikkeling en uitvoering van het beleid.

Wijdmeren ligt niet op een eiland: het is daarom van belang dat het beleid aansluit op de ontwikkelingen in de regio.

Interactie met andere beleidsvelden

Toerisme en Recreatie hebben niet alleen betrekking op het werkgebied Economie. De consequenties van het beleid op andere beleidsterreinen moeten in kaart gebracht worden. Het betreft onder meer de volgende beleidsterreinen:

- Welzijn;
- Openbare orde en veiligheid;
- Ruimte.

Tot slot

Recreatie en Toerisme draagt positief bij aan het woon- en leefklimaat voor inwoners en het vestigingsklimaat voor bedrijven. Ook geeft het een grote impuls aan andere sectoren, zoals de sectoren detailhandel en vervoer. De economische betekenis van Recreatie en Toerisme is ook in de gemeente Wijdmeren groot. De sector groeit landelijk en biedt werk aan veel mensen met een relatief laag opleidingsniveau, maar in de gemeente Wijdmeren wordt deze positieve trend slechts beperkt gevolgd. De verwachting is dat de werkgelegenheid in deze sector landelijk meer dan gemiddeld toe zal nemen. Als Wijdmeren op deze trend in wil spelen zal actie moeten worden ondernomen: stilstand is achteruitgang.

BIJLAGE 2 VERSLAG BIJeenKOMST STAKEHOLDERS

Toeristische Visie Wijdmeren – werkconferentie 1 juli 2008

Op 1 juli 2008 vond in de raadszaal van de gemeente Wijdmeren een werkconferentie over de op te stellen gemeentelijke toeristische beleidsvisie plaats met diverse stakeholders (onder meer ondernemers, terreinbeherende organisaties, belangenbehartigingsorganisaties en VVV). Het doel van de bijeenkomst was om de belangen, de wensen, de inzichten en de wettelijke mogelijkheden te peilen.

Aan de orde kwamen:

- Marktontwikkelingen & Wijdmeren;
- Kadernotitie;
- Beleid & acties per thema;
- Samenvatting & vervolgspraken.

De presentatie van Leisure Result is bijgevoegd als bijlage bij dit verslag.

Inleiding

Doel van het door de gemeente Wijdmeren op te stellen beleidsplan is de landelijke positieve economische trend op het gebied van toerisme en recreatie (vrijtijdseconomie) weer op te pakken in de gemeente. Veel partijen zijn belanghebbend bij dit onderwerp. De vrijetijdseconomie is breed en heeft vele raakvlakken: watersport, (verblijf)recreatie, natuur, landschap, landbouw, horeca, waterbeheer, sport en spel, cultuurhistorie, enz. Daarom is er voor gekozen om een brede vertegenwoordiging van belanghebbende partijen uit te nodigen. Zie voor een overzicht van de aanwezigen de bijlage.

Marktontwikkelingen & Wijdmeren

De aanwezigen herkennen zich grotendeels in de gepresenteerde marktanalyse. Met name de gepresenteerde trends op het gebied van 'meetcentives', dagtochten en verschraving van het lokale aanbod worden onderschreven. De meningen verschillen over de mate waarin de huidige horeca bloeit. De aanwezigen willen wel inhaken op seizoensverlenging, maar dit vergt wel productaanpassingen.

Specifiek over watersport worden de volgende opmerkingen gemaakt:

- Er is vooral groei in het segment 'gezinnen met (jonge) kinderen' die sloepen huren voor dagrecreatie;
- Verschillende (vrienden)groepen in de leeftijd van 20 tot 35 jaar zoeken een sportieve dagbeleving;
- Bij de watersportverenigingen speelt de jeugd een belangrijke rol, maar men heeft wel minder tijd (volle agenda en 'zapgedrag'). In het hoogseizoen is men juist weer sterk afhankelijk van passanten.

Daarnaast merken de aanwezigen onder meer op:

- Zakelijke incentives zijn weliswaar groeiemarkten, maar vragen ook continue product vernieuwing;
- Natuurbeleving kan hierbij goed ondersteunend zijn (decor). Zo ontstaat een verdere segmentering waarbij op weekdays bezoekers van buiten de gemeente in de natuur recreëren en in het weekend de eigen bevolking (Natuurmonumenten: 150.000 bezoekers);
- Veel dorpskernen hebben een eigen actieve Historische Kring. Wellicht dat die ingezet kunnen worden.

Kadernotitie

De aanwezigen onderstrepen de noodzaak van differentiatie per kern. Daarnaast zien sommigen kansen om de Vecht beter toeristisch te benutten (denk onder meer aan fietsopstapplaatsen voor waterrecreanten aan de Vecht en de meren, maar ook in plaatsen als Nederhorst ten Berg die een trouwlocatie herbergt).

De aanwezigen constateren dat het regionale toerisme traditioneel nog vrij aanbodgestuurd is. Men wil in de beleidsnota verankeren dat nu moet worden overgeschakeld naar vraaggestuurd toeristisch beleid. Dat betekent onder meer een verschuiving van verblijfstoerisme naar dagtochtbelevingen (“’s ochtends erin en ’s avonds er weer uit”).

Uit de discussie blijkt, dat men de nadruk wil leggen op waterrecreatie (op én aan het water, dus ook oever recreatie zoals fietsen) en natuur, in mindere mate op cultuurhistorie. Concreet betekent dat kansen pakken door het water verder in te zetten als belevingselement en aanvoerroute: van het plaatsen van bankjes aan oevers tot inspelen op fietsvaarvakanties. Ook organisaties als Natuurmonumenten willen hier graag aan meewerken. Tot slot wordt opgemerkt dat zich in de kernen regelmatig parkeerproblemen voordoen, zeker voor touringcars. Ook dat soort elementen zijn essentieel onderdeel van je vrijetijdsbeleid.

Beleid & acties per thema

Op basis van hun eigen voorkeuren splitsen de aanwezigen zich op in werkgroepjes om na te denken over gewenste acties per thema. De uitkomsten worden gepresenteerd op hoofdlijnen:

Marketing & Promotie

De werkgroep constateert dat er sprake is van versnippering door een combinatie van onder meer een gebrek aan gemeenschappelijke delers (grote variëteit in producten en belangen) en kleinschaligheid toeristische sector (ook lokaal). Er is behoefte aan een (gemeentelijke?) coördinator zoals ook al toegepast in de gemeente Muiden. Belangrijke randvoorwaarde is het waarborgen van continuïteit. Wellicht dat daarom moet worden aangesloten bij een grotere bestemming: één toeristische regio vermarkten (Plassengebied?). Bij voorkeur dient de marketing en promotie thematisch te worden ingericht en ligt de nadruk op de inzet van internet. De werkgroep pleit dus voor het aanstellen van een (gemeentelijke) coördinator met een frisse blik, gewaarborgde continuïteit en commitment van de belangrijkste stakeholders. Bijbehorende aanpak: eerst de huidige situatie tegen het licht houden en hiervan leren. Vervolgens doelgroepensegmentatie, projectfondsen verwerven, versnippering aanpakken en koepelvorming. Financieel zou de gemeente voortrekker moeten zijn, gevolgd door KvK, provincie en stakeholders.

Samenwerking

Samenwerken is noodzakelijk om informatie goed te kunnen ontsluiten, netwerken te maken en te verbinden, product-marktcombinaties in te vullen en arrangementen op te zetten, relevante informatie te verspreiden, krachten regionaal te bundelen en bestaande initiatieven te verbreden. Nadrukkelijk gaat het bij samenwerking niet alleen om ondernemers, maar om alle relevante stakeholders. We hebben immers te maken met een samengesteld product met overlappende belangen. Om de geconstateerde versnippering tegen te gaan moet dan ook energie worden gestoken in het aan elkaar knopen van initiatieven en partijen. Enerzijds ligt hiervoor een goede basis met traditioneel actieve ondernemers en anderen, maar de gevoelsmatige grenzen tussen de dorpskernen zijn bijvoorbeeld nog steeds sterk aanwezig. Het gaat er dan ook om informatie goed te ontsluiten en overzicht te creëren voor de consumenten. Je zou bij wijze van spreken bij elke recreatie organisatie moeten kunnen laten zien wat er te doen is in Wijdemeren en de regio. De voorgestelde aanpak is hierbij: lokaal organiseren, met

respect voor bestaande structuren en stevig invulling geven aan de organisatie van de stichting WATER.

Product-markt combinaties

Na aanvankelijke discussie ziet de werkgroep voordelen van vraaggerichte gebiedszonering, mits het niet tot restricties leidt. De nadruk moet liggen op ontwikkelingsplanologie: stimuleren en faciliteren, ondersteunen. Deels is er al feitelijk sprake van een natuurlijke zonering die kan worden uitgebouwd (denk ook aan recreatief medegebruik van natuur). Daarnaast zijn gebieden zoals de Loosdrechtse Plassen geschikt voor meerdere vormen van recreatie. Concrete kwesties die dan ook moeten worden aangepakt zijn overstapplaatsen, knooppunten en dergelijke. De zonering moet gaan over het in stand houden van de kenmerkende onderdelen van de gemeente. Wat kan waar en hoe faciliteer je dat?

Daarnaast zijn routes belangrijk. Te denken valt aan investeringen in de doorsteekjes voor fietsers (fietsroutes zijn er op zich genoeg), aanleg van wandelpaden en meer rendement uit de fietspont. Parkeren is ook een belangrijk onderdeel van je productaanbod. Zorg dus voor parkeervoorzieningen aan de rand van de gemeente (weilanden) om piekbelasting op te vangen en zorg voor parkeerplaatsen die gecombineerd worden met horeca en diverse faciliteiten (aansluitend bij de consumententrends, dus ook bijvoorbeeld een parkeerplaats met stroom oplaadplekken voor elektrische fietsen). De basis is er wel, maar kan beter benut worden. Dat kan ook door kruisend verkeer te scheiden. Nu worden fietspaden ook als wandelpaden gebruikt. Maak meer doelgroepgerichte paden. Wellicht dat de haalbaarheidsstudie over wandelen op dijkjes van Waternet hierbij kan helpen.

De oplossing wordt op korte termijn vooral gezocht in modernisering van het bestemmingsplan Plassengebied (inmiddels 11 jaar oud). Dit biedt een kans om product-marktcombinaties te benoemen en meteen in te bedden in het bestemmingsplan.

Vervolgafspraken

In augustus wordt het eerste concept van de beleidsvisie ambtelijk behandeld, waarna de stakeholders in september kunnen reageren op het aangepaste stuk. Na verwerking van deze reacties treden de formele behandelingsprocedures in werking in oktober, zodat de visie nog voor het eind van dit jaar kan worden vastgesteld door de Gemeenteraad.

BIJLAGE 3 OPMERKINGEN NA BESTUURLIJKE BIJEENKOMST

Opmerkingen n.a.v. presentatie door Leisure Result, 1 juli 2008

Omgeving

In de omgevingsanalyse moet nadrukkelijk aandacht komen voor de provinciale beleidsterreinen 'Water' en 'recreatie en toerisme'. Deze bieden namelijk in de toekomst behalve kaders ook kansen: de provincie is een belangrijke subsidiebron, zo niet de belangrijkste.

- Concept- waterplan provincie (thema's: zwembaden, verknopen recreatieve routes); Wijdemeren is op de hoogte van de hoofdlijnen van dit concept-waterplan;
- Subsidieregeling water als economische drager;
- Nieuwe agenda toerisme en recreatie;
- PM (geen beleid, maar wel een provinciale stakeholdersrol) wat vindt provincie van heropening 's Gravelandse Vaart?

Sterkte / zwakte analyse

Vershraling product. moet meer genuanceerd worden. Want

- (Overgebleven) horeca is bloeiend;
- Jazz komt terug;
- Wachttijden bij jachthavens;
- Nieuwe ondernemingen melden zich gestaag;
- Partyboten sterk in opkomst;
- Weliswaar uitponding, maar de 'massa' van het product staat niet onder druk.

Diffuus product

- Aangeven wat dit precies betekent/ hoe dit in zijn werk gaat. Namelijk: de breedte van het aanbod is ook belangrijk voor toerisme en recreatie. Voor elk wat wils, bedienen van verschillende doelgroepen. De 'watersportrecreant' bestaat uit verschillende doelgroepen;
- Bestaan er, ondanks het diffuse karakter, niet tevens een aantal uitgesproken herkenbare kwaliteiten zoals de sloepenboulevard van Nederland, zeilsportgebied, horecagebied? Hoe verhoudt één en ander zich tot elkaar.

Doelen

- Er zou een relatie moeten bestaan tussen de doelen die geformuleerd worden en de mate waarin de gemeente hier invloed op kan uitoefenen. Echter het effect van lokaal economisch beleid op de lokale economie staat namelijk niet in verhouding met het effect van de nationale en internationale economische conjunctuur (Coen Teulings, 2001);
- Er bestaat daarom spanning tussen het SMART benoemen van doelen en de mate waarin je zelf in staat bent als gemeente om deze doelen te realiseren. Je kunt SMART maken wat je kunt doen: ruimtelijke mogelijkheden planologisch faciliteren in bestemmingsplannen, aanvragen subsidies, opstarten infrastructurele projecten, samenwerking stimuleren etc. Je kunt vervolgens ook een groeidoelstelling SMART benoemen (6% groei). Je kunt echter niet SMART de link leggen tussen wat je doet en wat het resultaat is;
- Voorstel: 1. SMART benoemen wat de doelstelling is en waarom. Bijvoorbeeld: Wijdemeren wil minimaal de landelijke trend volgen en deze kunnen meten (6% groei)
2. SMART benoemen hoe en in hoeverre de gemeente dit wel/ niet kan beïnvloeden.

Kernthema's

- Bij het benoemen van de kernthema's raakvlakken benoemen met omgeving. Op het gebied van productontwikkeling namelijk wil de provincie Noord-Holland de belangrijkste provincie op het gebied van watersport zijn. Dat geeft mogelijkheden

voor productontwikkeling, o.m. doordat de provincie investeert door middel van subsidieregelingen. Dit biedt kansen op terrein als watergebonden economische bedrijvigheid, zwembaden, CO₂ –neutrale producten;

- Zowel marketing en promotie als meten is weten zijn regionale thema's. Daarom is het inderdaad juist logisch voor Wijdmeren om deze nadrukkelijk in de visie op te nemen;
- De samenhang tussen de thema's kan in de visie benadrukt worden: promoten doe je op basis van wat je hebt. Andersom worden keuzes in productontwikkeling gemaakt n.a.v. de doelgroepen die je wil aanspreken. Samenwerking is randvoorwaardelijk voor zowel productontwikkeling als promotie en marketing et cetera. Deze relaties benoemen versterkt de consistentie van de visie.

Metten is weten

- Monitoring is een belangrijk beleidsinstrument en daarom wil de gemeente dit nadrukkelijk opnemen in de visie. Het is echter een voorwaarde voor uitvoering van het goed uitvoeren van beleid en niet een inhoudelijk thema. Het gaat dan om de hoe-vraag, niet om de wat-vraag. Daarom: 'metten is weten' apart aandacht geven, maar niet onder het rijtje thema's scharen.
- Naar aanleiding van transparantie van de financiering van de gemeente in Toerisme en Recreatie. In de visie moet inzichtelijk worden wat de gemeente allemaal doet aan investeringen: baggeren, FTE, bijdrage plessenschap, investeringen in infrastructuur, bijdrage VVV etc. Hoeveel geld is hiermee gemoeid? Heeft ook relatie met thema's van productontwikkeling, samenwerking en marketing en promotie.

Promotie en marketing

- Volgen van marktontwikkelingen is zaak voor brancheorganisaties als HISWA en RECRON en of KVK. En van individuele ondernemers. Niet a priori voor de gemeente. Wel is het voor de gemeente van belang om waar mogelijk op de hoogte te zijn. Echter in het (nagestreefde/ voorgestelde) overleg tussen ondernemers en gemeente zal dergelijke informatie vanzelf aan de orde komen.
- Zie ook onder kernthema's: er is een duidelijke relatie tussen productontwikkeling, samenwerking en marketing en promotie. De vraag is dan ook welke doelgroepen we willen aanspreken. De vraag is of je dit economische kunt onderbouwen: welke groep consumenten heeft de hoogste bestedingen/ levert de hoogste productiviteit op? Valt er wel te kiezen? Echter: je kunt rustig een aantal keuzes maken, bijvoorbeeld ouderen, gezinnen, jongeren, botenbezitters, enzovoorts.

BIJLAGE 4 GEMEENTELIJKE UITGAVEN AAN RECREATIE & TOERISME

Onderstaand overzicht geeft een indicatie van de huidige uitgaven van de gemeente Wijdmeren:

Tabel 7 Gemeentelijke uitgaven aan toerisme en recreatie per jaar

Kostensoort	Bedrag
Personeelslasten (ca. 0,8 FTE ⁶)	€ 45.000,-
Bijdrage aan Plassenschap	€ 334.100,-
Financiering infozuilen	€ 1.000,-
Bijdrage aan VVV	€ 27.497,-
Bijdrage evenementenorganisaties	
- SLOEP	€ 2.269,-
- Vrienden van het Plein	€ 690,-
Investering 3 ^e uitvoeringsmodule (jaarlijkse post in 2008, 2009 en 2010, daarna houdt de investering op)	€ 30.000,-
Totaal jaarlijkse uitgaven toerisme en recreatie⁷	€ 440.556,-

Bron: gemeente Wijdmeren 2009

De gemeente Wijdmeren draagt vooral af aan het Plassenschap. Dergelijke schappen hebben vooral een rol in het groenbeheer en het stimuleren van extensieve recreatie, maar niet op het vlak van toeristisch beleid. Een landelijke benchmark van toeristisch beleid en uitgaven door gemeenten bestaat (nog) niet, maar recent onderzoek in Zuid-Holland geeft wel een indicatie over de positie van Wijdmeren ten opzichte van andere gemeenten. De cijfers dienen wel met de nodige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd, want een heldere verdeelsleutel ontbreekt vaak bij de financiële post 'toerisme en recreatie'. Het ministerie van Economische Zaken heeft dit probleem onderkend. Daarom biedt zij de gemeenten een handreiking aan om tot een meer inzichtelijke begroting te komen.

Wanneer gemeenten hun grootste uitgaven opsommen op het gebied van toerisme en recreatie, komen de volgende begrotingsposten herhaaldelijk terug:

- Bijdrage aan het natuur- en recreatieschap;
- Bijdrage aan de VVV;
- Bijdrage aan het regionale samenwerkingsverband;
- Eenmalige en uiteenlopende projecten;
- Subsidies aan (kleinere en grotere) lokale evenementen.

Dit komt grotendeels overeen met de uitgaven die de gemeente Wijdmeren begroot. Maar er zijn ook onderlinge verschillen. In vergelijking met andere gemeenten valt onder meer het volgende op:

- Uit interviews bij gemeenten in de regio Rotterdam blijkt dat het onderwerp toerisme en recreatie niet altijd even duidelijk afgebakend is binnen de gemeente. De verantwoordelijke ambtenaren zijn vaak werkzaam bij de afdelingen Ruimtelijke Ordening, Economische Zaken of Welzijn. Hierbij is het opvallend dat vooral in een gemeente waar relatief weinig beleid wordt gevoerd op dit thema, toerisme en recreatie benaderd wordt vanuit een *welzijnshoek*. Ook werd regelmatig gesteld dat het onderwerp meerdere beleidsvelden raakt en om een integrale aanpak vraagt. Hierbij zou het economische perspectief voorop gesteld moeten worden, omdat hierin het bredere belang voor de gemeente ligt. Dat is in Wijdmeren wel het geval;

⁶ FTE = totaal aantal uur gedeeld door 36 uren werkweek.

⁷ Waarvan €30.000 van tijdelijke aard zijn d.w.z. na 2010 als jaarlijkse investering aflopen.

- Uit eerder onderzoek van de VNG in het kader van haar uitgave 'Geïntegreerd Toeristisch Beleid' blijkt, dat het gemiddelde aantal beschikbare uren bij een gemeente voor toerismebeleid landelijk 0,6 FTE bedraagt. Hierbij kan de nuance worden gemaakt dat in de praktijk een aanzienlijk groter deel van de werkorganisaties actief is bij de bevordering van het toerisme, maar niet direct onder de categorie 'toerismebeleid' wordt geschaard. De gemeente Wijdmeren lijkt echter meer dan gemiddeld tijd te investeren in toeristisch beleid;
- De totale post voor toerisme en recreatie (exclusief FTE, inclusief bijdrage recreatieschap) bedraagt bij de meeste gemeenten tussen de € 50.000,- en € 100.000,-. Bijna één op de vijf gemeenten investeert meer dan € 500.000,- per jaar en evenveel gemeenten geven vrijwel niets uit aan deze post. Vanzelfsprekend hangt dit sterk af van het al dan niet toeristische karakter van de desbetreffende gemeente. De gemeente Wijdmeren loopt met haar jaarlijkse investering behoorlijk in de pas;
- De bijdrage van de gemeente Wijdmeren aan de VVV ligt relatief laag: een kwart van de gemeenten in Zuid Holland draagt jaarlijks tussen de € 50.000,- en € 100.000,-;
- De bijdragen aan recreatieschappen verschillen sterk per gemeente. Verschillende gemeenten geven niet meer dan € 10.000,- uit aan hun recreatieschap, maar ruim een kwart van de gemeenten draagt tussen de € 50.000,- en € 300.000,- bij. De bijdrage van de gemeente Wijdmeren aan het Plassenschap ligt hier zelfs nog boven.