

*Overijssel, een bewuste en
gastvrije bestemming*





Foto: Bergkerk in Bergkwartier - Hanzesteden

Centraal uitgangspunt

Tijdens de programmaperiode 2020-2023 van Gastvrij Overijssel is met veel inzet en enthousiasme gewerkt aan een 'bewuste bestemming'. Stefan Hartman, werkzaam voor het European Tourism Futures Institute, omschrijft dit begrip als volgt:

"Een bewuste bestemming is in balans. Er wordt bewust omgegaan met belangen en er is afstemming. Een bewuste bestemming is 'adaptief' en kan op die manier meebewegen met de maatschappij. Hierdoor wordt een bestemming robuuster en meer flexibel. Een bewuste bestemming is doordacht. Er is verhaal, visie, strategie, data en kennis."

Hartman, 2018/2019

Ambitie

Voor de periode 2020-2023 kent ons programma de volgende doelstellingen:

- Behoud aantal binnenlandse overnachtingen: **6,4 miljoen** per jaar;
- Stijging aantal buitenlandse overnachtingen met 10% naar **1,4 miljoen**;
- Totale bestedingen stijgen met 10% naar **€ 375 miljoen**.

Het behaalde resultaat in 2020-2023

Ondanks de grote en 'verlammende' impact van de COVID 19 -pandemie, waaronder een zeer sterke terugval van het aantal bezoekers vanuit het buitenland in 2020 en 2021, is het behaalde resultaat beter dan de gestelde ambitie.

- Het aantal binnenlandse overnachtingen in 2023 bedraagt **7,4 miljoen**. Een stijging van 1,6%. Dit is 23% boven het niveau van 2019.
- Het aantal buitenlandse overnachtingen in 2023 bedraagt bijna **1,6 miljoen**. Dit is een stijging van 45% ten opzichte van 2019! Overijssel is daarmee één van de grootste stijgers van alle provincies (gemiddelde in Nederland: 23%).
- De totale bestedingen in 2023 komen uit op ruim **€ 465 miljoen**. Dit is een stijging van 12% ten opzichte van 2019.

Voorwoord

.....

De toeristische sector is in Overijssel 'robuuster' geworden en speelt maatschappelijk een steeds grotere rol. Met name door haar verbindende karakter met natuur en landschap, erfgoed, kunst, cultuur, sport en landbouw én ook in de verbinding tussen steden, dorpen, de natuurgebieden en het landelijk gebied.

In 2023 hebben in onze provincie ruim 9 miljoen overnachtingen plaatsgevonden. Bijna 50.000 mensen zijn in ruim 5.200 bedrijven direct en indirect werkzaam in of voor de Overijsselse vrijetijdseconomie. Dit is 7% van de totale werkgelegenheid van Overijssel. De omzet bedraagt zo'n €4,5 miljard per jaar, waarvan €465 miljoen in de verblijfsrecreatie. Het is daarom een sector met een gezond toekomstperspectief, die gekenmerkt wordt door een grote diversiteit aan toeristische (familie)bedrijven. Samen met de partners van Gastvrij Overijssel én betrokken overheden wordt met veel energie gewerkt aan innovaties en kennisdeling.

In het Programma Vrijetijdseconomie 2020-2023 wordt gesproken over een bewuste en gastvrije bestemming én een goede samenwerking tussen de 19 netwerkpartners van Gastvrij Overijssel en betrokken provinciale en gemeentelijke overheden. Door de krachten en belangen te bundelen kunnen we sneller schakelen in een telkens veranderende omgeving. Dit bleek cruciaal toen de COVID 19-pandemie begin 2020 ook ons land trof en de recreatief-toeristische sector volledig tot stilstand bracht. Ondanks grote onzekerheid is door goede informatievoorziening vanuit de betrokken partners en overheden de sector optimaal geïnformeerd, zodat deze meteen kon schakelen toen er weer recreatief-toeristische mogelijkheden ontstonden. Dit heeft er in geresulteerd dat in 2021/2022 het toerisme dankzij grootschalige vaccinatieprogramma's voor Overijssel weer op gang kwam, met name voor de Nederlandse markt. In 2023 bleek ook het inkomend toerisme sterker dan ooit tevoren, waarmee de sector inmiddels de weg omhoog volledig heeft teruggevonden.

Met het voorliggende eindverslag wil Gastvrij Overijssel verantwoording afleggen voor de wijze waarop het Programma Vrijetijdseconomie 2020-2023 is uitgevoerd en welke resultaten zijn behaald, ondanks een zéér lastige corona-periode. Het bieden van maatwerk voor ondernemers, in combinatie met de verbinding naar stakeholders én de korte lijntjes naar overheden, heeft zich voor Overijssel positief uitbetaald.

Namens de netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel,

Drs. J. Ybema

Voorzitter



Foto: Symposium Gastvrij Overijssel - Theo Smits

De toeristische sector speelt maatschappelijk een steeds grotere rol

Inhoudsopgave

| | |
|---|-----------|
| Voorwoord | 3 |
| Programmaliijn 1: Ondernemers kennisgedreven aan zet | 5 |
| Vitaliteit van het productaanbod | 5 |
| Vergroten innovatiekracht en internationalisering | 5 |
| Wendbare arbeidsmarkt | 10 |
| Energietransitie | 11 |
| R&D Gastvrij Overijssel | 11 |
| Programmaliijn 2: Verbindend landschap | 16 |
| Groene gebiedsontwikkeling | 16 |
| Natuur-inclusief ondernemen | 19 |
| Beleefbaar en leesbaar landschap | 20 |
| Natuur(toerisme) en gezondheid | 21 |
| Programmaliijn 3: Vermarkting en ontsluiting | 22 |
| Leisure nationaal | 22 |
| Leisure internationaal | 23 |
| Zakelijk nationaal | 24 |
| Binding | 24 |
| Programmaliijn 4: Recreatieve en toeristische routenetwerken | 25 |
| Doorontwikkelen en digitalisering routenetwerken | 25 |
| 365 dagen fietsen in Overijssel | 27 |
| Programmaliijn 5: Organisatie | 28 |
| Netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel | 28 |
| Bestuurlijk Overleg Vrijtijdseconomie Overijssel | 29 |
| Meer informatie? | 30 |

Programmalijs 1: Ondernemers kennisgedreven aan zet

.....

De drijfveren achter 'Ondernemers kennisgedreven aan zet'

Vitaliteit van de vrijetijdssector is cruciaal. Het gaat er om dat ondernemers, veelal familiebedrijven, op een adequate wijze kunnen inspelen op de ontwikkelingen in de markt. Zij zijn (en blijven) aan zet. Voornoemde ontwikkelingen volgen elkaar in een steeds hoger tempo op. Alertheid, creativiteit en flexibiliteit zijn voor ondernemers in de huidige tijd onontbeerlijke kernkwaliteiten. Voor wat de aanbodzijde van de Overijsselse vrijetijdseconomie betreft, is in de afgelopen programmaperiode, de vitaliteit van twee deelsegmenten onderzocht, te weten het verblijf en de dagrecreatie. In de voorliggende programmaperiode wordt ingezet op vervolgvactiteiten voor beide segmenten.

1.1

Vitaliteit van het productaanbod

Tijdens de vorige programmaperiode, 2016-2019, is in een aantal stappen een soort van 'nulmeting' gedaan van de vitaliteit van het verblijfs- en dagrecreatieve aanbod voor geheel Overijssel. Hierbij was het idee om vervolgens in de aansluitende programmaperiode, 2020-2023, in breed verband een actieprogramma op te stellen, welke in de eerste helft van 2020 zou worden uitgewerkt. De financiering van het uitgewerkte actieprogramma zou gezamenlijk worden gedragen door ondernemers, stakeholders en overheden. De impact en gevolgen van de COVID 19-pandemie hebben er voor gezorgd dat dit programma-onderdeel 'on hold' is gezet. De aandacht, de tijd en het geld zijn ingezet voor het aanpakken en het te bovenkomen van de crisis.

1.2

Vergroten innovatiekracht en internationalisering

De brancheorganisaties HISWA-RECRON, KHN en MarketingOost zijn samen verantwoordelijk voor dit programmaonderdeel, onder de noemer "Topprogramma Overijsselse Toeristische Ondernemers (TOTO) 2". De tussenresultaten zijn periodiek gecommuniceerd op de website van Gastvrij Overijssel en besproken met de netwerkpartners van Gastvrij Overijssel. In de periode 2020 t/m medio 2024 heeft het projectteam samen met honderden toeristische ondernemers met veel plezier gewerkt aan de verbetering van de innovatieve slagkracht van de toeristische sector in Overijssel. Toch was er een wezenlijk verschil met de voorgaande projectperiodes, vanwege de COVID 19-pandemie. Begin 2020 sloeg het virus in alle hevigheid toe en medio dat jaar moesten toeristische bedrijven verplicht hun deuren gesloten houden. Iedereen werd geacht 1,5 meter afstand te houden, er werd tijdelijk een avondklok ingevoerd en in- en uitgaand toerisme werd niet langer toegestaan. Begin 2021 werd een grootschalig vaccinatieprogramma opgezet waardoor er letterlijk weer wat bewegingsruimte ontstond. Ondanks dat de toeristische sector in 2021 weer met beperkingen open kon functioneerde de sector qua bezetting nog lang niet op haar oude niveau van 2019, mede door de steeds wisselende toegangseisen en beperkte inreis mogelijkheden voor buitenlandse toeristen. In 2022 daarentegen herstelde de sector zich prima, mede omdat de Nederlanders massaal op vakantie gingen in eigen land.

Deze coronaperiode hield voor het projectteam van het TOTO-2 programma wel in dat er veel extra contact is geweest met de deelnemers in deze voor hen onzekere (economische) periode. Hierdoor hebben de investeringen, die waren verbonden aan de TOTO 2-regeling, veelal een lagere prioriteit gekregen. Toch mag het eindresultaat er zijn, mede door een 'eindsprint' in de loop van 2023/ eerste helft 2024. De aan het begin van de programmaperiode opgetekende doelen zijn nagenoeg volledig behaald.

Innovatiescan en innovatievouchers

Aan het TOTO 2-programma hebben 125 toeristische bedrijven/organisaties meegedaan. Twee bedrijven lukte het niet om op tijd hun subsidieaanvraag af te ronden. Aanvullend is voor de sterk door de COVID 19-pandemie getroffen categorie groepsaccommodaties een specifieke regeling aangeboden. Deze regeling bood ruimte voor 25 deelnemers. Van deze groep heeft één bedrijf zijn innovatie niet door kunnen voeren. Uiteindelijk zijn beide programma's uitgekomen op 98% resultaat. Gezien de eerder geschetste coronaperiode waarmee de sector werd geconfronteerd, is het betrokken projectteam tevreden met dit eindresultaat. Voor iedere deelnemer is een innovatiescan afgenomen door branche-experts van HISWA-RECRON en KHN en zijn afspraken gemaakt over welke innovaties door de deelnemers zijn opgestart. In administratieve zin zijn hiervoor, naast de innovatiescan en een beknopte beschrijving van de uitgevoerde innovatieplannen, een urenregistratie- en deelnameformulieren met daarin de vereiste parameters opgesteld. Aangezien de deelnemende bedrijven een zeer uiteenlopend profiel kennen, variërend van een camping of hotel tot een watersportbedrijf of buitensportbedrijf, zijn logischerwijs ook de innovatieprogramma's zeer divers. Vanwege de mogelijkheid tot maatwerk sloten de innovatiekaders aan bij de wensen van de ondernemers. De administratieve afwikkeling van de deelnemers is verzorgd door MarketingOost.



Foto: Symposium Gastvrij Overijssel - Theo Smits

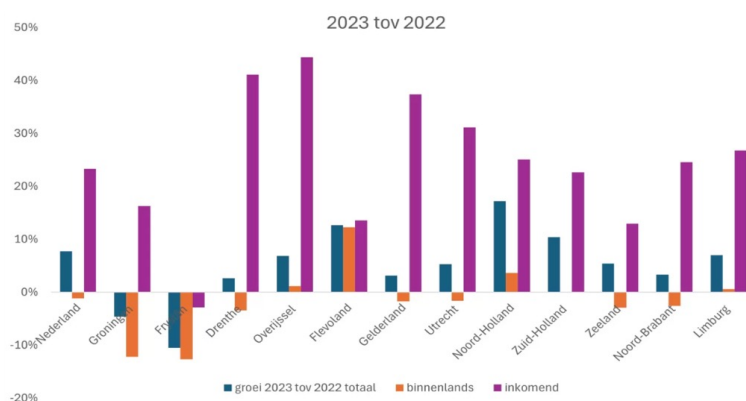
Kennisdeling

Gedurende het programma zijn er drie innovatiecongressen georganiseerd met hieraan verbonden workshops over verschillende thema's die werden beschreven in het onderliggende uitvoeringsprogramma, waaronder:

- Verduurzaming/vergroening;
- Effectief personeelsbeleid;
- Digitalisering / dynamic pricing;
- Cybersecurity;
- Robotisering;
- Online (internationale) marketing/SEO/SEA/GA4

De congressen, met workshops, zijn goed bezocht door zowel de recreatieondernemers als de andere netwerkpartners van Gastvrij Overijssel. Een overzicht van deze sessies hebben we gebundeld op de website van Gastvrij Overijssel¹.

Een belangrijke graadmeter over hoe de toeristische sector in Overijssel scoort zijn de cijfers van het CBS. Hieruit blijkt dat toeristisch Overijssel landelijk in 2023 procentueel als beste heeft gepresteerd op het gebied van inkomend toerisme. Daarvan neemt de Duitse markt het grootste aandeel in. De teller is op 1,6 miljoen inkomende overnachtingen uitgekomen. Dit is belangrijk, omdat met name campings in toenemende mate afhankelijk zijn van deze Duitse markt, ondanks dat vele Nederlanders gedurende de coronaperiode een caravan hebben aangeschaft. De binnenlandse vakanties zijn in 2023 ook nog iets toegenomen. Dat is opvallend, omdat veel Nederlanders in 2023 weer naar het buitenland op vakantie gingen. Een voorzichtige aanname is dat de vakantie in eigen land goed is bevallen en heeft geleid tot herhalingsbezoek en deze lichte groei. Als het aantal toeristische overnachtingen in absolute zin worden vergeleken met het pre-coronajaar 2019, zijn deze met maar liefst 1,7 miljoen toegenomen en dat is een bovengemiddeld mooi rapportcijfer.



Groei toerisme. Bron: CBS



Foto: Symposium Gastvrij Overijssel - Theo Smits

Innovatie- en scriptie-awards

Binnen de netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel participeren ook de onderwijsinstellingen Saxion Hogescholen en Hogeschool Windesheim. Om de hier opgeleide studenten in nauw contact te brengen met het bedrijfsleven én om in beeld te brengen welke onderzoeken zij uitvoeren, is door gedeputeerde Roy de Witte een drietal scriptie-awards aan goed presterende studenten uitgereikt. De thema's die zij hebben onderzocht zijn van meerwaarde voor onze sector en betreft de volgende onderwerpen:

- De ontwikkeling van een duurzaamheidsinstrument voor campings;
- Digitaal guest journey systematiek voor hotels;
- App voor beleving van Blokzijl.

Tijdens het laatste Gastvrij Overijssel-congres van de programmaperiode, gehouden op 12 december 2023, zijn vier innovatie-awards uitgereikt door gedeputeerde Erwin Hoogland aan bedrijven, die binnen het TOTO-programma een unieke innovatie hebben ontwikkeld². Het betreft de volgende vier bedrijven:

Arendshorst Buitenactiviteiten

Harry Arendshorst heeft vanwege personeelstekort een digitaal servicesysteem ontwikkeld waarmee klanten zelfstandig een boot kunnen boeken en meenemen.



Aparthotel Delden

Het hotel had tennisvelden waarvan de bezettingsgraad was teruggelopen. Omdat padel een opkomende sport is in Nederland, heeft Jules Leenders een aantal tennisvelden vervangen door padel-velden. De beste beslissing ooit: het blijkt een heel rendabel project. Zowel hotelgasten als bewoners uit de regio maken er dankbaar gebruik van.



Erve Vechtdal / Koesafari

Simone Koggel heeft de TOTO-subsidie ingezet om een aanlegsteiger met loopbrug te realiseren. Zo zorgt ze voor meer kwaliteit, veiligheid en beleving van het bedrijf. Bezoekers, ook minder validen, kunnen nu vanuit de boot makkelijk aan land komen. Ze wil de verbinding met andere ondernemers blijven opzoeken om bezoekers het Vechtdal echt te laten beleven!



Groepshotel de Maathoeve

Agnes en Peter de Graaf vinden het belangrijk om goed te luisteren naar wat de gast wil. Zo lieten hun gasten hen weten dat ze, wanneer ze gebruikmaken van de vergaderruimte, ook graag uit willen kunnen wijken naar buiten. Daarom legde hij een amfitheater aan en bedacht hij het picknick-vlot. Zo kunnen gasten al vergaderend het Overijssels Kanaal over.



Spreading toeristenstromen

Het centrale uitgangspunt van het Programma Vrijtijdseconomie Gastvrij Overijssel geeft aan dat we streven naar Overijssel als een bewuste bestemming. Gastvrij Overijssel realiseert zich dat overtoerisme een negatieve impact heeft op steden en gebieden. Gelukkig is dit in Overijssel nog relatief beperkt, hoewel bijvoorbeeld Giethoorn en de Sallandse Heuvelrug, op bepaalde specifieke momenten, wel degelijk een groot aantal toeristen kent in een beperkt deelgebied. Vandaar dat aan bureau Abelleisure is gevraagd om als pilot voor de Sallandse Heuvelrug een meetsysteem te ontwikkelen, waarmee de intensiteit op wegen en wandel- en fietspaden in beeld wordt gebracht. Door met actuele cijfers in beeld te brengen waar sprake is van veel recreatief gebruik en inzichtelijk te maken waar het op datzelfde moment rustig is in de nabije omgeving, kunnen we toeristenstromen verleggen door alternatieven aan te bieden, op basis van werkelijke metingen. Naast het doorverwijzen naar rustige gebieden, waardoor de toeristische beleving beter wordt, kunnen we dit in de toekomst ook gaan combineren met wensen en eisen vanuit natuurspectief, zodat recreatief gebruik niet leidt tot bijvoorbeeld het afsluiten van wandel- of fietspaden. Een zevental toeristische ondernemers heeft inmiddels de toeristenradar gekoppeld aan hun website waardoor hun gasten kunnen zien welke route ze het beste kunnen kiezen.

We kunnen toeristenstromen verleggen door alternatieven aan te bieden

Onderzoeken

Tijdens de programmaperiode zijn er vier onderzoeken door externe specialisten uitgevoerd. Alle thema's zijn van meerwaarde voor ondernemers, overheid en onderwijs, omdat de onderzoeken een verdieping bieden op vraagstukken waar de sector tegenaan loopt. Dit varieert van toenemende belastingdruk tot de noodzaak van verduurzaming waarmee we als sector het verschil moeten maken. De onderzoeken zijn geplaatst op de website van Gastvrij Overijssel. De onderzochte thema's zijn:

Kleinschalig toerisme aanbod in Overijssel

Voor diverse gemeenten in Overijssel is in beeld gebracht hoeveel kleinschalige accommodaties op commerciële platforms worden aangeboden. Deze analyse is uitgevoerd door het gebruik van 'scraping'-technieken op de websites van Airbnb en Booking.com. Met deze data ontstaat een completer beeld van de omvang van de toeristische sector en welke beleid gemeenten hiervoor kunnen ontwikkelen in het kader van leefbaarheid en een 'level playing field' met andere toeristische bedrijven.

Een alternatief voor toeristenbelasting

De toeristenbelasting is de afgelopen jaren in steeds meer gemeenten explosief gestegen. Een hoge belastingdruk is negatief voor de exploitatie van recreatiebedrijven, omdat hun product te duur wordt. De analyse van onderzoeksbureau Ginder heeft opgeleverd dat een alternatief in de vorm van een 'omgevingsheffing' mogelijk is, maar dat daarvoor wel de wetgeving moet worden veranderd. Het voordeel van een dergelijk systeem is dat de belasting voor gebruik van de omgeving over veel meer bedrijven wordt verdeeld, waaronder de supermarkten en fastfoodketens.

Verduurzamen zwembaden inclusief rekenmodel

Het onderzoeksbureau Greenvis is gespecialiseerd in het analyseren van complexe vragen over de warmtetransitie. Daarbij wordt ingezet op nieuwe verwarmingsmethodieken en is gasverbruik niet langer noodzakelijk. Greenvis heeft het energieverbruik op een aantal vakantieparken met zwembaden geanalyseerd en hiervoor een aantal praktische tools ontwikkeld. Met deze tools, waaronder een rekenmodel voor zwembaden, worden de investeringen om te verduurzamen afgezet t.o.v. de energiebesparingen. Je kunt daarbij denken aan warmteterugwinning van douchewater, de inzet van een luchtwarmtepomp, reversed osmose en/of zonthermie panelen.

Inspiratiedocument / duurzaamheid & natuurinclusief

Verduurzaming en vergroening zijn op dit moment veel gebruikte begrippen in allerlei bedrijfstakken. Maar hoe kom je concreet tot stappen om dit ook praktisch in te voeren? Voor het toeristisch bedrijfsleven is een inspiratiedocument samengesteld waarmee toeristische ondernemers geïnspireerd worden om stappen te zetten. Het rapport is rijkelijk geïllustreerd met mooie voorbeelden van de ontwikkeling van Wadi's, de aanleg van bloemstroken, natuurlijke verharding, tot aan toepassingen in de horeca. Ook de communicatie met de gasten over verduurzamingsplannen wordt toegelicht.



Foto: Rijssen-Holten -
Barbara Trienen



1.3

Wendbare arbeidsmarkt

Vanuit Gastvrij Overijssel is voor dit programmaonderdeel aansluiting gezocht bij de regionale initiatieven van de Regio Twente en Regio Zwolle. Met betrekking tot de Regio Twente heeft dit geleid tot een aantal verkennende gesprekken met ondernemers en het onderwijs, maar vooralsnog niet tot een concreet eigen regionaal uitvoeringstraject. Voor de Regio Zwolle is dit wel het geval.

Op 14 april 2023 is het Hospitality Pact Regio Zwolle ondertekend door vertegenwoordigers van de overheid, het beroepsonderwijs en ondernemersorganisaties actief in de vrijetijdsector, waaronder Gastvrij Overijssel³. Dit gebeurde in het Mac3Park Stadion in Zwolle. Hiermee loopt Regio Zwolle voor op het landelijke pact dat later dit jaar gepresenteerd wordt. Het pact moet eraan bijdragen dat de onderlinge samenwerking wordt versterkt. De aangesloten partijen zetten zich in voor vermindering van de uitstroom uit de sector en verhoging van de instroom. Met de ondertekening van het regionaal Hospitality Pact scharen de ondertekenende partijen zich achter een gezamenlijke aanpak van de arbeidsmarktproblematiek. Bijvoorbeeld door de branche te presenteren als eentje die carrièremogelijkheden biedt, waar flexibiliteit eerder regel dan uitzondering is en waar er banen zijn op veel verschillende niveaus.

Al jaren is er krapte op de arbeidsmarkt van deze groeiende sector; de instroom is onvoldoende, terwijl de uitstroom toeneemt. Door ontgroening en vergrijzing en de coronapandemie is deze ontwikkeling verder doorgezet. In 2020 was de landelijke instroom 16,1 procent en nam de uitstroom toe tot 39,4 procent. Er bestaat dus een groot arbeidsvraagstuk. Dat vraagt om kennisontwikkeling, praktijkgerichte opleidingsvormen en samenwerking. Niet alleen op nationaal niveau, maar zeker ook op regionaal en sectorniveau. Binnen Regio Zwolle staat dit onderwerp op de Human Capital Agenda.

Als eerste stap in de samenwerking is bij de ondertekening van het pact een regionale imagocampagne gelanceerd. Deze richt zich met name op mensen die op zoek zijn naar een (bij)baan in een sector die flexibiliteit biedt, zowel in werktijden als in functies. Onder het motto 'Gastvrijheid verjaart nooit' spreekt de campagne vooral oudere volwassenen aan, die bijvoorbeeld door de afgenomen zorg voor de kinderen meer tijd beschikbaar hebben, een andere uitdaging zoeken en/of nog door willen werken met pensionering in zicht. Het Hospitality Pact Regio Zwolle is een initiatief van de sectortafel Vrijetijdseconomie, onderdeel van de Human Capital Agenda van Regio Zwolle.

1.4

Energietransitie

Binnen de provinciale aanpak Nieuwe Energie Overijssel (NEO) is geen specifieke actielijn geformuleerd voor de vrijetijdssector. Dit terwijl een aantal specifieke deelsectoren het terugdringen van het energiegebruik of andere vormen van energieopwekking hoog op de agenda hebben staan. Denk hierbij aan vrijetijdsbedrijven met een zwemvoorziening. Via branche- en koepelorganisaties als HISWA RECRON, Koninklijke Horeca, MKB Nederland Midden en VNO-NCW Midden zijn ondernemers betrokken bij de uitdagingen van de energietransitie. Dit is onder meer gedaan via brancheaanpakken, die zijn gericht op het stimuleren van meten, besparen en opwekken van energie bij ondernemers. Ook is bij het programmaonderdeel *1.2 Vergroten innovatiekracht en internationalisering* een gericht onderzoek ingezet naar het verduurzamen van zwembaden.

Foto: Balkbrug zwembad -
Vechtdal Marketing



1.5

R&D Gastvrij Overijssel

Uit eerdere programma's blijkt dat het stap voor stap actief inzetten op de onderdelen van bestemmingsontwikkeling- en management, zowel vanuit strategie als vanuit praktische tools, grote meerwaarde biedt. Met data kun je het verleden begrijpen, het heden vormen en je voorbereiden op de toekomst. Waarmee je concurrentievoordeel kunt behalen in een omgeving die snel verandert, gerichte keuzes kunt maken en de balans kunt vormen met onderbuikgevoel en sneller een veerkrachtige, duurzame bestemming bereikt.

Vanuit data en strategie wordt gefundeerd zichtbaar welke mogelijkheden er zijn en wordt er over 'het grotere plaatje' nagedacht. Dit wordt steeds relevanter voor overheden. Tegelijkertijd worden ondernemers actief begeleid bij het ontwikkelen van innovatieve producten. Door de koppeling te maken van gebieds- en ondernemersgerichte adviseurs met strategen en onderzoekers, vinden ondernemers hun weg naar de diverse loketten beter. Op deze manier komt de koppeling tussen het beleid van overheden en de investeringen van ondernemers beter tot zijn recht.

Daarnaast wordt de kennisketen, de samenwerking en de optelsom van data steeds belangrijker. In een regionale en landelijke data-alliantie, waarbij gezamenlijk gekeken wordt naar de opgaves en data binnen de sector en daarbuiten wordt gedeeld. Op de gebieden waar Gastvrij Overijssel haar grootste resultaten wil behalen, is het van belang om vanuit R&D Gastvrij Overijssel ondersteuning te bieden, zodat voor de regio een optimaal resultaat kan worden behaald. De volgende actielijnen waren in beeld: aanjagen en regisseren gebieds- en bestemmingsontwikkeling, aanjagen en adviseren op aanbod- en productontwikkeling en verbinder regionale data alliantie. Door middel van het inzetten van de keten: kennisknooppunt, kenniswerkplaats en kennispodium worden alle verzamelde en verrijkte data doorvertaald naar inzichten die gebruikt kunnen worden door ondernemers en overheden om gerichtere keuzes te maken en daarmee de veerkrachtige en duurzame bestemming sneller te bereiken.

Kennisknooppunt

Binnen het knooppunt lag de nadruk op het verzamelen van relevante data door o.a. deelname aan de Landelijke Data Alliantie. Deze alliantie wordt gecoördineerd door NBTC. MarketingOost neemt hierbinnen deel aan de programmaraad, het sturende orgaan op het gezamenlijke dataprogramma. Het doel van de LDA is om efficiënter onderzoek te doen via betere methodieken en daarin ook een standaard op te bouwen. Inmiddels liggen er een nieuwe strategie en plan van aanpak, waardoor de benodigde basisdata met betrekking tot (inter)nationaal toerisme beter en toegankelijker zijn. Door deelname is de regionalisering van de data goed geborgd en onder andere terug te zien in de nieuwe regionale forecast voor 2035, landelijke database aanbodsdata en uniformiteit in onderzoeksmethodes. In navolging van de LDA zijn in Overijssel op basis van samenwerking ook Regionale Data Allianties gestart (zie pilots bezoekersmonitor).

Datahub

In Overijssel zijn veel data aanwezig die iets zeggen over de staat van toeristisch en recreatief Overijssel. Deze bestaan veeluit uit Geografische data. Deze data zijn alleen niet, op één plek, beschikbaar. Daarom is een datahub (op basis van ESRI-software) gecreëerd waarmee geïnteresseerden makkelijk toegang krijgen tot deze geografische data.

Kansenkaart

In de corona-periode werd het belang van goede data over bezoekersstromen al snel groter. Plotseling konden we niet meer met veel mensen bij elkaar zijn en groeide het belang om bezoekers en bewoners te spreiden. Op basis van de datahub is toen een heatmap gecreëerd waarmee inzicht werd verkregen hoe druk het op bepaalde plaatsen is. Na corona is deze heatmap doorontwikkeld tot een kansenkaart waarmee ondernemers en overheden inzicht kregen in de mogelijkheden voor bestemmings- en aanbodontwikkeling. Deze Kansenkaart is inmiddels drie keer voorzien van nieuwe data. Ook zijn er na het succes van de Kansenkaart regionale Kansenkaarten voor Noordoost Twente, de Sallandse Heuvelrug, de Stadsrand in Enschede, Salland, gemeente Rijssen-Holten, gemeente Hof van Twente en Hardenberg gerealiseerd. Er zijn hierbij tevens externe bronnen en partners betrokken, zoals bij NP SHTR om de quick scan voor recreatiezonering in kaart te brengen en met adviesbureaus voor het maken van gemeentelijke visies.

Kenniswerkplaats

Binnen de kenniswerkplaats vindt een verrijking plaats van data. Het is belangrijk om de basis op orde te hebben en daarin inzicht te geven. Door middel van CBS-data en de regiomonitor is de Staat van Overijssel ontwikkeld. Hierin wordt aangegeven wat de trends zijn als het gaat om bijvoorbeeld aantallen bezoekers, overnachtingen, bestedingen, werkgelegenheid, etc. voor Overijssel en haar regio's. Daarnaast is de VTE verbonden aan de maatschappelijke opgaves en de Brede Welvaart. In deze periode hebben we binnen de Staat van Overijssel dan ook onderzocht welke indicatoren uit de VTE invloed hebben op een verbeterde Brede Welvaart. Deze indicatoren kunnen worden ingezet om gericht aan knoppen te draaien om het welzijn van bewoners te vergroten.



Foto: Strawberry Field Evenement -
Gemeente Hardenberg

Diverse landelijke onderzoeken naar onder andere inkomend toerisme, waterrecreatie en vrijetijdsgedrag worden in de werkplaats vertaald naar inzichten voor Overijssel.

De ontwikkelingen in de markt worden nauwlettend in de gaten gehouden en er wordt over gerapporteerd. We kijken hierbij ook naar de verwachtingen voor de komende jaren. Jaarlijks zijn er factsheets beschikbaar per regio. Ondanks de dip tijdens corona is de toeristische sector flink gegroeid de afgelopen jaren; van ruim 7,3 miljoen in 2019 naar ruim 9,1 miljoen overnachtingen in 2023⁴.

Vitaliteit dagrecreatie

Een vitale toeristische bestemming heeft zowel een vitale dag- als verblijfsrecreatieve sector nodig. De toeristen die in Overijssel overnachten, willen genieten van dagrecreatieve voorzieningen, maar ook de eigen inwoner wil graag recreëren in de omgeving. In 2021 is er in samenwerking met de gemeenten en een adviesbureau onderzoek gedaan om de vitaliteit van de dagrecreatie in kaart te brengen. Hieruit blijkt dat de dagrecreatieve sector in Overijssel grotendeels vitaal is. Zowel op kwaliteit als toekomstperspectief scoren de bedrijven en organisaties positief. Slechts 11% is niet vitaal. Het dagrecreatieaanbod in Overijssel is redelijk divers (vooral als we het vergelijken met de verblijfsrecreatie) als we kijken naar de aantrekkelijkheid voor de verschillende leefstijlen⁵.



Foto: Elburg - Gijs Versteeg

Onderzoek hotel- en zakelijke markt

In 2022 is er een verdiepend onderzoek gedaan naar de hotel- en zakelijke markt in Overijssel. Dit gaf inzicht in de marktruimte, de ontwikkelingen in de markt en de kansen voor de zakelijke markt. De marktruimte wisselt per regio, waarbij vooral Twente nog ruimte lijkt te hebben. De voorzieningen voor de zakelijke markt zijn goed op orde, maar door samenwerking en inzet op trends kan hier beter op ingespeeld worden⁶.

Bezoekersstromen

Het belang van de duurzame bestemming is in de corona-periode zeer toegenomen. Omdat sommige gebieden te druk werden, is er onderzoek naar druk en draagkracht en bezoekersstromen gedaan in een aantal gebieden, te weten Nationaal Park Sallandse Heuvelrug, Nationaal Park Weerribben-Wieden, het Lutterzand, NoordOost Twente en het Vechtdal. Daarnaast zijn er diverse pilots gedaan met het meten van bezoekersstromen (met sensoren) en het ontwikkelen van een voorspelmodel.

Binnen deze onderzoeken werd veelal door middel van Resono-data inzicht verkregen in de bewegingen van bezoekers en bewoners, waar piekdruk is en waar het rustig is in tijd en ruimte. Inmiddels zijn 71 Resono-gebieden gemeten. Hierbij werd inzicht gegeven over bezoekersstromen in natuurgebieden en dorps- en stadscentra. Door aanvullende informatie over kruisbezoek, herkomst en Leefstijlen van de bezoeker hebben gemeenten en organisaties bruikbare inzichten gekregen om hierop te gaan sturen.

Tevens werd de impact gemeten van de VTE op bijvoorbeeld de natuur. Aan de hand van deze data zijn visies ontwikkeld om in de toekomst met beleid met de gebieden om te gaan, passende, nieuwe doelgroepen aan te trekken en innovatief aanbod te ontwikkelen.

In samenwerking met Breda University of Applied Sciences, die in het Data & Development Lab Bestemming Nederland samen met NBTC werkt, en Travel with Zoey heeft MarketingOost een experiment in Overijssel opgezet waaruit bleek dat toeristen zich daadwerkelijk laten verleiden tot

4 Toerisme en recreatie in Overijssel 2023 - [MarketingOost](#)

5 Vitaliteit dagrecreatie in kaart - [KennissplatformOost](#)

6 Zakelijke markt - [KennissplatformOost](#)

het bezoeken van locaties waar het minder druk is. Ze laten zich ondubbelzinnig sturen door informatie van destiniatiemanagement-organisaties. Het bezoek aan minder bekende hotspots leidt niet tot een slechtere vakantie-ervaring⁷.

Leefstijlvinder

Eén van de manieren om inzicht te verkrijgen in de doelgroepen is de leefstijlvinder, die samen met de andere provincies wordt ingezet en doorontwikkeld. In de afgelopen periode zijn verdiepingen gemaakt m.b.t. cultuurbeleving, natuurbeleving en duurzaamheid. Ook zijn er kennissessies gegeven over deze verdiepingen en over andere thema's, zoals verblijfsrecreatie, retail en de toepassing door de NS, en zijn er inmiddels ruim 580 actieve gebruikers van de Leefstijlvinder in Overijssel. Tijdens verschillende regionale bijeenkomsten in Overijssel is de Leefstijlvinder toegelicht, waarbij in Twente een uitgebreide workshop werd gegeven.



Foto: Giethoorn - Gijs Versteeg

Kennispodium

Belangrijk is om de verkregen data door te ontwikkelen tot inzichten en deze te communiceren of tot nieuwe producten/ tools waarmee zowel ondernemers als overheden uit de voeten kunnen.

KennisplatformOost

We verzamelen data, maken deze inzichtelijk en vertalen deze naar praktische tools ten behoeve van de vrijetijdseconomie. Deze delen we op de website KennisplatformOost. Naast actuele berichten over bijvoorbeeld de nieuwste overnachtingscijfers zijn er artikelen te vinden over diverse onderwerpen zoals agrotourisme, bezoekersstromen, Leefstijlvinder en cases van succesvolle ondernemers.

Eind 2022 onderging het Kennisplatform een ingrijpende herstructurering en werd Google Analytics geïmplementeerd. Deze nieuwe meetmethode verschilt van voorgaande jaren, waardoor vergelijkingen met eerdere data niet betrouwbaar zijn. In 2023 behaalden we 4.000 gebruikers en 5.850 sessies.

We startten een samenwerking met Landschap Overijssel, wat leidde tot de integratie van content over Natuurinclusief Ondernemen. Bovendien breidden we de website uit met een functionaliteit om subsidies te tonen, waardoor gebruikers gemakkelijker toegang krijgen tot financiële ondersteuning.

Ondanks deze vooruitgangen blijft de bekendheid van KennisplatformOost onveranderd op 32%, hetzelfde niveau als in 2019. Dit benadrukt de noodzaak om onze promotie- en marketinginspanningen te intensiveren om een breder publiek te bereiken en onze zichtbaarheid te vergroten.

Boost

In 2023 richtte het project "Boost – BenchmarkOost" zich op de ontwikkeling van de tool en de aansluiting van de eerste ondernemers tijdens de pilotfase. Het doel was om de functionaliteiten te verfijnen en de toegevoegde waarde aan te tonen met real-time data over boekingsgedrag en prestatievergelijkingen. Ondanks uitdagingen met kosten en marktpotentieel, werden de eerste

stappen gezet voor verdere groei en samenwerking met ondernemers. Daarnaast is de eerste campagne met behulp van Boost-data gelanceerd.

Subsidieloket

Overheden en ondernemers werden actief gewezen op relevante subsidies en actief ondersteund met subsidievragen om gebieds- en aanbodontwikkeling te realiseren. Hiernaast verkennen we de mogelijkheden van Europese subsidies voor de sector. In het subsidieloket hebben we partijen onder andere geholpen met leaderaanvragen, MKB-voucher Overijssel, Coronasubsidies (KickStart Cultuurfonds, Coronafonds), het Verhaal van Overijssel en andere fondsen & subsidies.

Helpdesk

Ieder jaar krijgt Strategie, Onderzoek & Innovatie van MarketingOost een veelvoud aan vragen over de vrijetijdseconomie van Overijssel & de Hanzesteden die met name datagerelateerd zijn. Door overheden en ondernemers verder te helpen en niet alleen de data, maar juist de inzichten te verschaffen, kunnen zij gericht beleid en keuzes maken. Onderstaand een tabel van het aantal helpdeskvragen per jaar. We zien in de coronajaren meer vragen ontstaan:

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 (1e helft) |
|----------------------|------|------|------|------|-----------------|
| Aantal vragen | 97 | 101 | 84 | 79 | 53 |

Aanjagen bestemmings- en aanbodontwikkeling

Met de verkregen data en inzichten zijn in de provincie diverse bestemmings- en aanbodontwikkelingsprojecten gestart. Te denken valt aan de gezamenlijke visie van de gemeentes in NoordOost Twente, het lab Aanbodontwikkeling in Zwolle, het opzetten van de Twente visie, het inzetten van de vernieuwde Vechtdal Visie, het ondersteunen van het 3e waterverhaal/ IJsselvallei, spreidingstraject Weerribben Wieden, realisatie en monitoring Hanze Jaar, Verslingerd aan Salland, etc. Voor meer informatie: zie de websites van de regiomerken.



Programmaliijn 2: Verbindend landschap

.....

De drijfveren achter 'Verbindend landschap'

Overijssel herbergt vele bijzondere en cultuur-historische landschappen van hoge kwaliteit, die toeristisch gezien veel waarde hebben en tegelijk om aandacht vragen. Daar moeten we zuinig op zijn. Tevens dragen de landschappen bij aan het 'groene' decor van Overijssel. Sterker nog: zonder landschap geen decor en zonder decor geen recreatie en toerisme. Dit landschap wordt beïnvloed door vele factoren, zoals agrarisch gebruik, infrastructuur, klimaat, energie, etc. De energietransitie en klimaatverandering zullen een grote impact op het landschap hebben, en daarmee op het decor voor het toerisme en het speelveld van de ondernemer. In deze programmaliijn verbinden we deze grote thema's aan de kwaliteitsverbetering van ons landschap: omzetten naar kansen! Onder andere door de ambities op het gebied van duurzaamheid, verandert de manier waarop we met het landschap (moeten) omgaan. Mede daarom willen we de kwaliteit van het landschap versterken door gebruik te maken van de verschillende uitdagingen waar ons landschap voor staat.

2.1

Groene gebiedsontwikkeling

Zonder interdisciplinaire samenwerking op gebiedsniveau gaat de versterking van landschapskwaliteit mank. Daarom zijn sterke netwerken van "groene" toeristische ondernemers en gelieerde organisaties (cultuur, agrarisch, gezondheid, etc) binnen de verschillende regio's essentieel. We willen doorpakken op de processen rond de zogenaamde "Greenline"-gebieden en de collectieven, die daar in de afgelopen periode al zijn gesmeed. Door de inzet vanuit Gastvrij Overijssel maken we duidelijker de verbinding tussen economie en groen met als middel de vrijetijdseconomie.

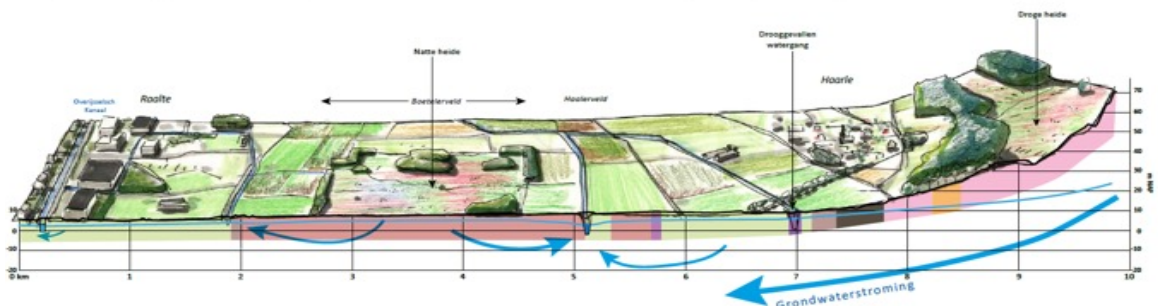
A

Sterke netwerken (middels procesondersteuning) en gebiedsaanpak in regio's:

Gebied Sallandse Heuvelrug & Twents Reggedal

Hier is een verkennend proces uitgevoerd voor de vorming van een nieuw en groter nationaal park. Daarbinnen is veel aandacht voor de versterking van natuur en landschap. Op basis van de landschapsbiografie is het gebied afgebakend en zijn 18 gebiedspartners aangehaakt. Specifiek voor natuur en landschap is een Landschaps-ecologische Systeem Analyse (LESA) gemaakt, als basis voor verbetering van de omgevingskwaliteit.

Profiel westflank: Overijsselsch Kanaal - Boetelerveld - Sprengenberg



Daarnaast is de landschapsbiografie in drie kernen (Luttenberg, Hoge Hexel en Giethmen) doorvertaald naar een dorpslandschap: enthousiaste inwoners hebben de waarde van hun landschap herontdekt en vastgelegd in een film (per kern)⁸. Deze zijn onder grote belangstelling vertoond in de drie dorpen. Mede hierdoor is er meer betrokkenheid bij de waarde (en zorg voor) het landschap. Tevens is het project per kern gemarkeerd met een doorkijkvenster (zie verderop).

Ook is er gewerkt aan een betere spreiding van bezoekers (het tegengaan van pieken), onder andere door de recreatieve zonering samen af te stemmen, betere data over bezoekerfrequentie en herkomst (Resono en toeristenradar) en een strategie voor poorten of opvanglocaties bezoekers te maken. In praktische zin is dit opgepakt door informatieborden te plaatsen bij de dagcamping Luttenberg en bij enkele ondernemers. Ter versterking van de landschapskwaliteit is een gebiedsbrede analyse van de akkerranden-aanpak gemaakt, vertaald in aanbevelingen om dit meer gezamenlijk aan te pakken.

Salland

Er is gewerkt aan een samenwerking tussen voedselproducenten, detailhandel en vrijetijdsbedrijven voor de versterking van streekproducten en het verhaal van het landschap. Mede hierdoor is ook hier een landschapsbiografie gemaakt, vooral gericht op de historische ontwikkeling van voedselproductie en de daarmee gelieerde ontwikkeling van het Sallandse landschap.

Vechtdal

In deze regio is een kopgroep van groene VTE-ondernemers actief met zowel de versterking van de eigen natuurlijke inrichting (denk aan vrijetijdsbedrijven als Natuurkampeerterrein De Klashorst en De Lemeler Esch Natuurcamping) als met de streek Vechtdal. Als basis hiervoor is een landschapsbiografie gemaakt waarin letterlijk en figuurlijk meer beeld van de "half-natuurlijke laaglandrivier" is gevisualiseerd.

Deze biografie is op vele plekken toegelicht en wordt door veel ondernemers gebruikt richting gasten, maar ook ter inspiratie voor de eigen doorontwikkeling en gezamenlijke productontwikkeling (zoals de fietsroute van het Oerrund⁹). Ook zijn gidsen bijgeschoold met behulp van deze biografie. Met Vechtdal Marketing is een eigen programmalijn 'Beleefbaar landschap' ontwikkeld, waarmee onder andere de versterking van het verhaal van het landschap, iconontwikkeling (doorkijkvensters), het laden van routes met verhalen en verdieping van de marketingaanpak wordt gerealiseerd¹⁰.

Twente

Met een kopgroep van bedrijven is samen met overheden en Terrein Beherende Organisaties gekeken naar verdere gebiedsontwikkeling. Hier is veel zorg om behoud van het typisch Twentse (coulissen)landschap. De onduidelijkheid over de stikstofaanpak maakte dat dit proces stagneerde.



Foto: Vechtdal - Kenneth Stamp

8 Dorpslandschappen - [Landschap Overijssel](#)

9 Fietsroute Oerrund - [Landschap Overijssel](#)

10 Beleefbaar Landschap - [Vechtdal Marketing](#)

Via Gastvrij Twente is de gebiedsmarketing en de koppeling naar de waarde van het landschap wel goed van de grond gekomen. Onder meer de vondst om met de 'oer-Tukker', de Tubanti, als icoon te werken zorgde voor een prachtige link tussen heden en verleden en het Twentse landschap. Specifiek voor het Twentse textielverleden en de waarde daarvan voor de gasten in het nu is een verkenning in afronding. Ook wordt in diverse deelgebieden gewerkt aan toeristische visies, waarin de waardering van het landschap nadrukkelijk wordt meegenomen. In Zuidwest-Twente is animo voor een eigen landschapsbiografie.

Weerribben-Wieden

Het contact met deze regio heeft voornamelijk plaatsgevonden via de aanspreekpunten van Stichting Nationaal Park Weerribben-Wieden. Met hen is afstemming gezocht in relatie tot de Verkenning Nationaal Park-nieuwe-stijl. Gezamenlijk is deelgenomen aan een Lerend Evaluatieproces, geïnitieerd door de Provincie Overijssel.

IJsselvallei

De IJsselvallei is vanuit recreatief opzicht een gebied met veel potentie. Dit is aanleiding geweest om de krachten te bundelen met de betrokken regio's uit Gelderland, te weten Groene Metropool Arnhem-Nijmegen, De Liemers, Achterhoek en Veluwe. Hierbij wordt ook de link gelegd met de aldaar liggende Hanzesteden. Vanuit deze samenwerking wordt gewerkt aan een breed gedragen belevingsconcept, primair gericht op bewoners van de regio en aanvullend op de bezoekers aan de regio. Aan het belevingsconcept worden meerdere verhaallijnen gekoppeld, die bewoners en bezoekers meer inzicht geven in de verschillende aspecten van de IJsselvallei. Voor de uitvoeringsfase is aansluiting gezocht bij de Regiodeals van de regio's Zwolle en Veluwe.

B

Toekomstbewust ruimtegebruik

Het aantal toeristische bezoekers is toegenomen en zal blijven groeien. Dat is vanuit economisch perspectief goed nieuws, maar brengt ook dilemma's met zich mee. Kwetsbare delen van de twee Nationale Parken in Overijssel dreigen op piekmomenten overbelast te worden en biodiversiteit komt onder druk te staan! Daar tegenover staat dat er nog vele "onontdekte parels" zijn. We moeten tijdig werken aan het periodiek ontlasten van deze topgebieden en gebruik maken van de kracht van andere prachtige natuurgebieden en landgoederen in Overijssel:

Inzicht creëren in de daadwerkelijke "overbelasting"

Op basis van smart-data is dit in beeld gebracht. Daarmee is gewerkt aan zogenoemd bezoekersmanagement: slimme marketing en productontwikkeling om bezoekersstromen beter te geleiden naar rustiger delen of rustiger momenten. Ook de poorten-aanpak en routeontwikkeling helpen daarbij.

Versterken aantrekkingskracht alternatieve iconen

MarketingOost werkt door haar slimme marketingstrategie en haar carrousel aan regiomerken en producten aan het meer spreiden van bezoekers in tijd en ruimte.



2.2

Natuur-inclusief ondernemen

De afgelopen jaren hebben we ingezet op het stimuleren van ondernemers om 'groener' te ondernemen, vooral door op eigen terrein echt een grotere stap te maken voor biodiversiteit. Onder andere door de regeling 'vergroening van de entree', door ateliers en door gerichte advisering zien we de lijst met "groene" toeristische ondernemers groeien. In deze periode is hier verder op doorgepakt en is vooral ook de kopgroep als voorbeeld ingeschakeld.

A

INRICHTINGSSCHETS



IJZEREK WORDT VERVANGEN DOOR EEN TWENTS LANDHEK MET ZWARE EIKEN BOVENLIGGER



BOOMSTAM BANKJES OM OP TE ZITTEN EN TE GENIETEN VAN DE WILDE BLOEMEN EN WANDELPAD



BESTAANDE LAAN ZIJN ZOMERKEIKEN (QUERCUS ROBUR) WIJ PLANTEN MIDDEN IN DE WEG EEN WINTEREIK (QUERCUS PETRAEA) EN 2 PRUNUS AVEIUM



BLOEMENWEIDE WORDT INGEZAAD MET 1 EN 2-JARIGE MENGELS.

Regeling vergroenen aanzicht en bedrijfsnatuurplan

We hebben meer dan 40 aanvragen voor de regeling vergroening entree gekregen. Daarvan zijn 20 daadwerkelijk doorgezet en gehonoreerd. Een deel van de ondernemers is via een maatwerkadvies op locatie verder geholpen en een (klein) deel zag zelf door omstandigheden af van deelname. We zien dat het vaak niet alleen bij de entree blijft maar dat juist een groot deel van deze bedrijven het hele terrein aanpakt en biodiverser maakt.

Naast deze regeling is in samenwerking met het provinciaal programma Natuur voor Elkaar ook een voucher-regeling gemaakt voor het laten maken van Bedrijfsnatuurplannen. Daarvan zijn er vijf uitgereikt,

één staat nog "in de wacht". Zo'n Bedrijfsnatuurplan geeft voor het hele bedrijf de gewenste natuurontwikkeling weer en is daarmee een prachtige onderlegger voor de vergroening in de komende jaren. Ook is in deze periode door Facet een praktisch handboek voor vergroening en duurzaamheid gemaakt.

B

Plus-regeling

De Plus-regeling bestaat uit ontwikkelingsvouchers, ontwerp-ateliers en inspiratiekaarten voor het faciliteren van doorontwikkelingen door "groene" ondernemers. Hiermee is een aantal ondernemers, veelal "koplopers", geholpen met het zetten van de volgende stap in hun natuurinclusieve ontwikkeling. Onder meer camping Si-Es-An te Balkbrug en De Lemeler Esch Natuurcamping te Ommen hebben indrukwekkende stappen gezet. De door deze bedrijven ingezette investeringen in het vergroenen van hun locaties kan als voorbeeld gelden voor andere vakantieparken in onze provincie.

Daarnaast zijn in samenwerking met Natuur voor Elkaar diverse kennisbijeenkomsten en excursies georganiseerd. Ook zijn zogenoemde ateliers ingezet om ondernemers op maat te helpen met planontwikkeling. In samenwerking met Natuur voor Elkaar is een toolkit (specifieke website) ontwikkeld met vele tips & tricks voor vergroening van het bedrijf¹¹.



C

Inzet voor aandacht-soorten

Bij dit programmaonderdeel gaat het om het stimuleren van vrijetijds-ondernemers om zich hard te maken voor de aandacht-soorten van de Provincie. In coronatijd is hiertoe een digitale inspiratiesessie gehouden waaraan meer dan 40 ondernemers hebben deelgenomen. Als spin-off is een aantal ondernemers via maatwerkadvies geholpen hier handen en voeten aan te geven.

¹¹ Natuurlijk ondernemen - [KennisplatformOost](#)

2.3

Beleefbaar en leesbaar landschap

Ons landschap vertelt een verhaal. Over de ontstaansgeschiedenis en de ontwikkelingen door de tijd heen. Dat verhaal is interessant; we zien meerwaarde voor de consument (goed verhaal, verdiepende ervaringen), meerwaarde voor de ondernemer (kan het vertalen naar product en fysieke investeringen) en meerwaarde voor het landschap (herstel cultuurhistorische elementen – cultureel erfgoed). We hebben het volgende gedaan:

A

Landschapsbiografieën

Landschapsbiografieën als basis voor storytelling (oa met IVN), voor landschapsherstel en verbeteren biodiversiteit en voor het verdiepen van de gebieds-processen. In het Nationaal Park Sallandse Heuvelrug is dit succesvol uitgevoerd en doorvertaald in onder meer thema-routes, leskisten, scholing gidsen en als basis voor een gezamenlijk gebiedsproces (zie ook 1.2 A). Ook is dit opgepakt in drie dorpslandschappen. In het Vechtdal is de biografie onder meer gebruikt voor productontwikkeling (verrijken themaroutes) en beeldmateriaal (fotowanden onder andere in VTE-bedrijven). In het Reestdal is het gebruikt voor visievorming vanuit de beide landschappen (Drenthe – Overijssel). In Salland wordt het onder meer gebruikt voor versterking van streekproducten en het streekverhaal. In Zuid-Twente is ook animo een biografie te laten maken.



B

Icoonontwikkelingen

Markante punten in het landschap die meer op de voorgrond komen, dan wel krachtiger in beeld worden gebracht: in drie dorpslandschappen, te weten Giethmen, Hoge Hexel en Luttenberg zijn hiertoe doorkijkvensters gemaakt. Dit zijn plexiglas gravures met daarop verdwenen elementen die hierdoor weer gaan "leven" in het landschap. Dergelijke doorkijkvensters zullen ook worden gerealiseerd in Den Ham en het Vechtdal.

C

IVN-programma Gastheer van het landschap

We hebben doorgepakt op de succesvolle introductie van dit programma om toeristische ondernemers (en hun personeel) toe te rusten in het vertellen en laten beleven van het typische landschap in de directe omgeving. In de IJsselvallei is voor het eerst een cursus geweest met zeer enthousiaste deelnemers als resultaat.

In Enschede is de eerste Gastheer van de Stad editie geweest. Een landelijke pilot waarin is ingezoomd op juist het stedelijke gebied en wat je als stadse gastheer of -vrouw kunt bieden aan jouw gasten, ook in letterlijke vergroening of beleving. Deze stadse editie heeft veel inzichten opgeleverd voor ons, maar ook veel inzichten en enthousiasme voor de deelnemers.

Foto: Geslaagde Gastheren van de Stad



In het Vechtdal, de beide Nationale Parken en de IJsseldelta zijn er nieuwe cursussen geweest waarbij de deelnemers zijn aangesloten op het al bestaande netwerk van Gastheren en -vrouwen binnen dat gebied. Het aantal deelnemers bij alle cursussen varieerde tussen de 10 en 25 per cursus.

Daarnaast zijn in de diverse bestaande netwerken (Vechtdal, IJsseldelta en de Nationale Parken) opfrisdagen en netwerkbijeenkomsten (met oud-deelnemers) georganiseerd, waarin kennisdeling en excursie werden gecombineerd.

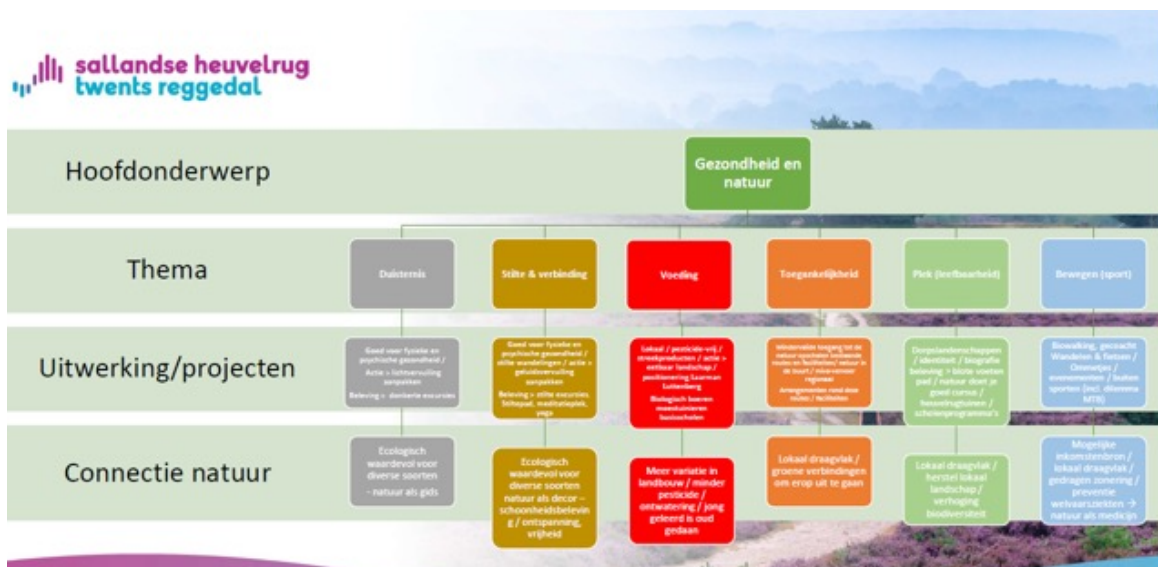
Als spin-off zien we dat veel ondernemers zowel binnen het eigen terrein als in de directe omgeving het verhaal van het landschap beter vertellen, beter laden (beeldmateriaal, verhalen, informatie) en er gezamenlijke productontwikkeling wordt opgepakt, zoals routes. Zo wordt in de IJsseldelta gewerkt aan een gezamenlijke fietsroute en daagt een van de ondernemers in de IJsselvallei de gasten uit om vogels te spotten vanuit de B&B. Dit zijn maar een paar van de mooie voorbeelden van spin-off van het programma.

2.4

Natuur(toerisme) en gezondheid

Onze prachtige landschappen en volksaard lenen zich bij uitstek om mensen gezonder en gelukkiger te maken. Natuur als medicijn, als therapeutische omgeving. Onder andere het Vechtdal en Twente zetten al in op ont-stressen met thema's als "alle tijd" en "tijd zat" en ontwikkelen specifieke gezondheidsarrangementen. In meerdere Overijsselse regio's wordt hard getrokken aan het telen en verwerken van gezonde en herleidbare streekproducten. In het Vechtdal is zorg en gezondheid al jaren een thema waar aandacht aan wordt geschonken. In deze periode is dit verder doorontwikkeld met inspiratiebijeenkomsten, workshops en excursies, onder meer in de Week van de Toegankelijkheid¹². Er zijn diverse routes en uitjes die toegankelijk zijn voor minder-validen. Deze zijn sterker op de diverse websites gezet en ontsloten¹³.

Voor het gebied Sallandse Heuvelrug & Twents Reggedal is een plan van aanpak gemaakt met diverse gebiedspartijen om in de komende jaren concreter invulling te geven aan dit thema.



Bron: Projectplan Natuur & Gezondheid

¹² Gemeente Vechtdal - [Ongehinderd](#)

¹³ Rolstoelvriendelijke uitjes - [Vechtdal Overijssel](#)

Programmalijs 3: Vermarkting en ontsluiting

De drijfveren achter 'Vermarkting en ontsluiting'

Om de groei van het toerisme in goede banen te leiden is een doordachte vermarkting van ons product essentieel. Met name in het kader van duurzaam toerisme willen we gericht kijken wanneer we ons product in de markt gaan zetten en richting welke doelgroep. Hierbij streven we naar groei van het toerisme buiten het hoogseizoen, om met name bezoekers aan te trekken die specifiek voor de bestemming als gehele regio komen en geïnteresseerd zijn in thema's als erfgoed, natuur, historie en gebiedsverhalen (leefstijl doelgroep 'Inzichtzoeker'). De nationale markt is hierbij de grootste doelgroep, maar kenmerkt zich door een beperkte groei. De internationale markt is nu nog kleiner, maar biedt voor de aankomende jaren een aanmerkelijk groeipotentieel.

3.1

Leisure nationaal

Tijdens de corona lockdowns in 2020 werden verschillende bewonerscampagnes ontwikkeld, zoals Familie Flamingo en de samenwerking met Kaartje2Go. De eerste Ster & Cultuur tv-spot over de kastelen van Twente bereikte 4,3 miljoen kijkers. Een digitale Adventskalender promootte lokaal aanbod en bereikte 130.000 mensen. MarketingOost ontving Lovie Awards voor campagnes als Cowfluencer Liesje 22 en Familie Flamingo. De nationale campagne 'Hier moet je zijn', in samenwerking met het NBTC, spoorde Nederlanders aan om vakantie in eigen land te vieren en deze ervaringen te delen.

In 2021 behaalde VisitOost goede resultaten met 550.000 bezoekers op de website, een groei van 74%. Sociale kanalen zagen een groei van 60%. Perspublicaties bereikten 37,4 miljoen mensen. Campagnes omvatten de inspiratiecampagne #hiermoetjezijn en de Adventskalender. De leadcampagnes leverden 130.000 leads voor ondernemers op. Met gerichte advertenties en YouTube-video's werden bijna 3 miljoen impressies behaald.

De brand awareness campagne "Avontuurtje in een uurtje" en de "Ondersteboven" campagnes presenteerden bijzondere plekken in Overijssel in 2022. Het reisverslag-format "Ondersteboven in een dag" werd geïntroduceerd. De VisitOost Adventskalender campagne en diverse perspublicaties bereikten 16,2 miljoen mensen. De website trok 627.000 bezoekers en er werden 150.000 leads naar ondernemers gerealiseerd.

Een crossmediale campagne in januari 2023 promootte Overijssel als dé bestemming van 2023. In april werd een outdoor- en online campagne gelanceerd, inclusief een mini-museum in een bushokje en uitingen op snelwegmasten. De campagne behaalde een bereik van meer dan 3,5 miljoen mensen. De docu-reeks "In Perspectief" werd gepresenteerd op VisitOost.nl. De Adventskalender werd opnieuw succesvol ingezet. Perspublicaties bereikten 22,7 miljoen mensen en de website trok 760.000 bezoekers. Er werden 107.000 leads en 118.000 gedownloade routes gerealiseerd.



Foto: Twente Weldom -
Vincent Croce

Leisure internationaal

In de periode 2020-2023 werd er geparticipeerd in de NBTC Metrolijnen Hanzesteden en de Nederland Waterland-lijn. Daarnaast is er ingezet op de Duitse markt met de campagne van Das Andere Holland.

Hanzesteden

In 2020 werd een coronaproof Hanzeflyer ontwikkeld en een storytellingverhaal "Levende-Hanze!" gepromoot, wat leidde tot een potentieel bereik van 17,2 miljoen mensen. In 2021 bleef corona een uitdaging, maar een zomercampagne in Duitsland bracht positieve resultaten. De Hanzesteden bereikten 88 miljoen potentiële lezers dankzij publicaties en samenwerkingen. In 2022, met minder reisbeperkingen, werd de marketing hervat en een succesvolle voorbereiding voor het Hanzejaar 2023 gestart. Dit Hanzejaar omvatte een indrukwekkend programma van evenementen, wat de samenwerking tussen steden versterkte. In 2023, tijdens de viering van 800 jaar Hanze, werden diverse grote evenementen georganiseerd, wat leidde tot een grotere bekendheid en bezoekersaantallen. De Hanzesteden hebben zich sterk gefocust op branding, marketing en toekomstperspectieven, wat resulteerde in een stabiele bekendheid van ongeveer 89%.

Das Andere Holland en Nederland Waterland

Nederland Waterland, in samenwerking met NBTC en vijf provincies, richt zich op iconen zoals Giethoorn en Nationaal Park Weerribben-Wieden. De afgelopen jaren lag de focus op nieuwe visuele content, digitale beleving en regionale ontwikkeling, met campagnes gericht op Vlaanderen en Duitsland.

Das Andere Holland zet Overijssel en Gelderland in de markt bij de Duitse bezoekers uit Niedersachsen en Nordrhein-Westfalen. In deze periode is het online bereik enorm gestegen, mede door succesvolle wintercampagnes en influencerscampagnes met advertenties in prominente Duitse media. In 2023 voerden Overijssel en Gelderland ook afzonderlijke campagnes. De Overijsselkrant werd verspreid in Duitse grensregio's, ondersteund door een mediacampagne. De website kreeg een piek in bezoekers door Duitse journalisten en influencers. Doorlopende samenwerking met Gelderland zorgde voor continue optimalisatie van de website en bereik van de Duitse doelgroep.

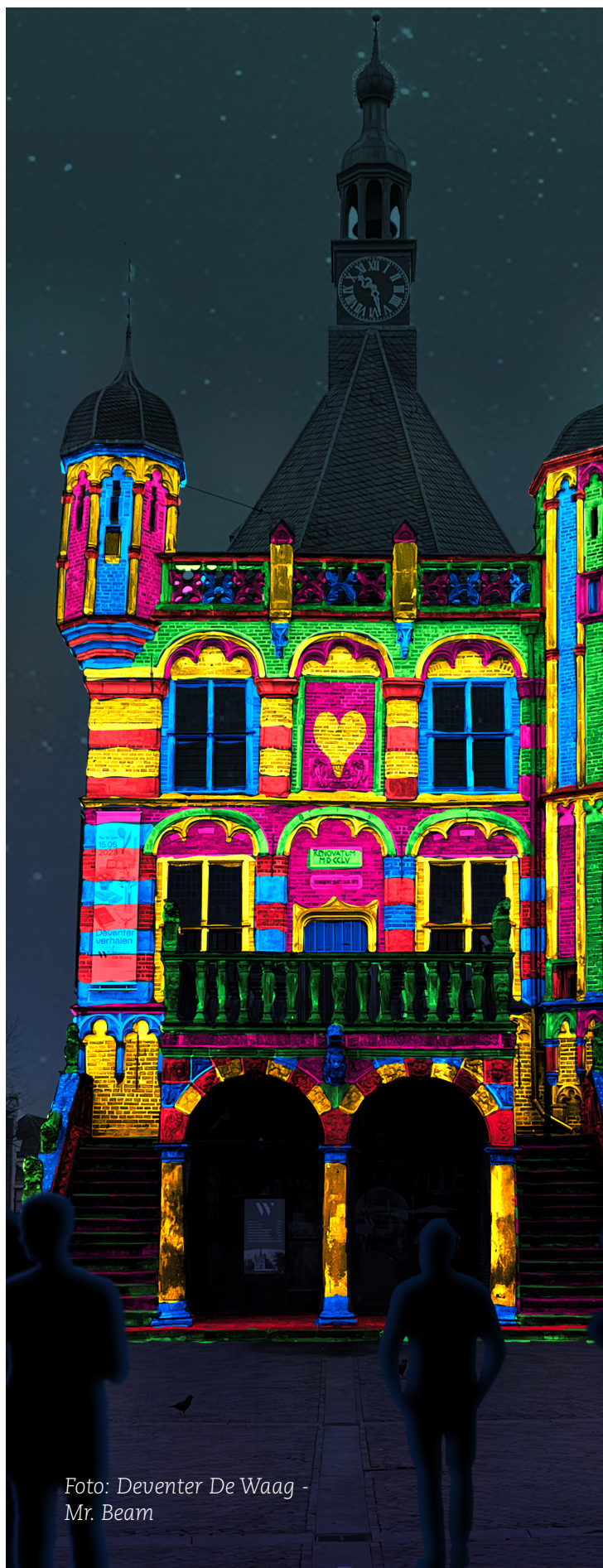


Foto: Deventer De Waag - Mr. Beam

3.3

Zakelijk nationaal

Hieronder is een overzicht te vinden van de behaalde resultaten van Congresregio Twente in de jaren 2020 tot en met 2023. Hierin wordt ingegaan op de impact van COVID-19, de inspanningen op het gebied van relatiebeheer en marketing en het geleidelijke herstel van de evenementenbranche in de regio.

- **In 2020** waren er achttien evenementen gepland, maar door COVID-19 werden veertien bijeenkomsten geannuleerd en de resterende vier vonden digitaal plaats. De campagne 'Twente: de mooiste vergaderlocatie van Nederland' werd gelanceerd om vergaderingen op unieke locaties te promoten. De focus lag op relatiebeheer en het ondersteunen van boekers met digitale mogelijkheden.
- **In 2021** bleef de zakelijke markt onzeker door corona, waardoor de congres- en evenementenmarkt bijna stilviel. Ondanks 18 aanvragen, waaronder van het Ministerie van Defensie, werd er veel ingezet op relatiebeheer en digitale mogelijkheden. Partners werden ondersteund, maar er waren meer opzeggingen door bezuinigingen. Een LinkedIn-campagne en publicaties in een technisch blad werden uitgevoerd en er werd onderzoek gedaan naar de zakelijke markt.
- **In 2022** trok de evenementenbranche vanaf maart weer aan, met 15 aanvragen via het congresbureau, variërend van nationale tot internationale congressen. Er werd ingezet op het vergroten van de bekendheid van Twente als congresbestemming en de voorbereidingen voor een nieuwe partnerstructuur in 2023 werden getroffen, met meer focus op online campagnes.
- **In 2023** herstelde de evenementenbranche verder, met 18 aanvragen via het congresbureau. Er werd een nieuwe partnerstructuur gestart, de zichtbaarheid op de Events Summit werd vergroot en er werd een grote site visit georganiseerd om planners en boekers kennis te laten maken met Twente als zakelijke bestemming.

3.4

Binding

Het is belangrijk om de gast een zo goed mogelijke ervaring van Overijssel en haar regio's te geven. Dat betekent dat zowel op lokaal (ondernemer en gemeente), regionaal, als provinciaal niveau de gast het gevoel moet hebben dat hij zich in een kloppend verhaal bevindt. Want als de bezoeker een goede ervaring heeft, vertelt hij dat door aan andere mensen, maar overweegt wellicht ook zelf vaker te komen, langer te verblijven of zelfs te komen wonen en werken in onze provincie. Ondernemers nemen hier een sleutelpositie in. Zij zijn, samen met inwoners, bij uitstek dé gastheren van het gebied. Samen met de gemeentes worden daarom plannen opgesteld om de ontwikkeling en bijvoorbeeld de verhaallijnen van een bestemming vast te stellen. Daarbinnen vinden programma's plaats die de ondernemer helpen bij de keuze van de juiste doelgroep óf juist ondernemers aan elkaar verbinden om innovatief nieuw aanbod te ontwikkelen. Een van de grotere projecten was "Kunst van de Korte Keten" waarbij de kunstenaars uit de stad verbonden werden aan de streekproducenten in het ommeland. Dit project was een samenwerking tussen Zwolle Marketing en Vechtdal Marketing. Daarnaast werd aangesloten bij, en de verbinding gezocht met, ondernemers binnen gebiedsprocessen zoals Provinciaal Programma Landelijk Gebied, Ruimte voor de Vecht, Salland Boert Bewust en de Twentse musea, waarmee ook crossovers naar andere sectoren werden gemaakt.

Programmalijs 4: Recreatieve en toeristische routenetwerken

.....

De drijfveren achter 'Recreatieve en toeristische routenetwerken'

Routes en routenetwerken zijn hét middel voor bewoners en bezoekers voor het beleven van Overijssel als vrijetijdsprovincie. Het gaat daarbij om routes en routenetwerken voor fietsen, wandelen, varen en paardrijden. De kwaliteit van de routes, op basis van de routenetwerken, beïnvloeden de ervaring van gebruikers. Goede ervaringen stimuleren de mond-tot-mond reclame en leiden tot een positief beeld over Overijssel en haar regio's. Het tegenovergestelde is helaas ook waar. Daarmee vormen de routenetwerken in de reis van de gast ('guest journey') een belangrijke, zo niet cruciale schakel voor de tevredenheid. Kwalitatief hoogwaardige routes zijn daarmee een belangrijke randvoorwaarde voor de marketing van een gastvrij en beleefbaar Overijssel.

4.1

Doorontwikkelen en digitalisering routenetwerken

Tijdens de programmaperiode zijn een aanmerkelijke hoeveelheid acties uitgevoerd door de drie regionale routebureaus van Overijssel, vooral gericht op het 'stroomlijnen' van de gehanteerde systematiek in relatie tot de opzet en inrichting van de Overijsselse routenetwerken. De centrale doelstelling van de gehanteerde systematiek is dat de gebruiker een optimale beleving ervaart, doordat de routegeleiding meanderend langs belevingsobjecten is vormgegeven en dat steden en dorpen zijn geïntegreerd in de (knooppunt)routes.

Jacobspaden

Het Overijsselse deel van het langste Europese wandelpad is integraal opgenomen in de wandelnetwerkstructuur van West-Overijssel, te weten Noordwest-Overijssel en Salland. Daarmee komt voornoemd wandelpad terug op de overzichtsboards van het wandelnetwerk ter plekke en staat de betreffende routebewegwijzering niet langer los van de andere bewegwijzering, maar is deze geplaatst op de dragers van het netwerk en daarmee ingepast binnen de bestaande middelen van de bewegwijzering. Als bekrachtiging van deze integratie is een samenwerkingsovereenkomst gesloten tussen het genootschap van Jacobspaden en de routebureaus van Salland en Noordwest-Overijssel. In deze overeenkomst zijn afspraken vastgelegd over realisatie, beheer en onderhoud. Tot slot is het Jacobspad óók toegevoegd in de digitale database voor beheer en onderhoud van beide routebureaus.

Inventarisatie en ontwerp revisie Routenetwerken Noordwest-Overijssel

We inventariseerden en ontwierpen in detail de revisiekaarten en het revisieplan met betrekking tot Routenetwerken Noordwest-Overijssel (excl. Vechtdal) en twee Twentse gemeenten (Enschede en Losser). Het eerste betreft een algehele revisie van de routenetwerken in de gemeenten Kampen, Staphorst, Steenwijkerland, Zwartewaterland en Zwolle. Voordat



Foto: Weerribben-Wieden -
Bertrik Hakvoort

revisies en nieuwe ontwikkelingen plaats hebben kunnen vinden, moesten de voorbereidingen getroffen worden voor uniformiteit en compleetheid van de te hanteren middelen. Daarnaast heeft een update plaatsgevonden van het gevoerde technische handboek en is vastgesteld welke materialen ingezet zouden moeten worden uit de optiek van eenheid van uitvoering in Overijssel.

Databeheer en digitalisering routenetwerken

We hebben de databases van Salland, Twente en Noordwest-Overijssel gelijk getrokken, waardoor er een synergie in de data-opslag is ontstaan. Daarbij is een controle uitgevoerd voor een deel van de data en is het Wandelnetwerk Overijssel in z'n geheel ingemeten. Aanpassingen aan de databases als zodanig vallen ook onder dit onderdeel. We komen tot één uniforme database (systeem C-TIP, Folkersma Routing) voor heel Overijssel. In deze verrijkte database krijgt de hele provincie een gelijke invulling van de data-architectuur en zijn we nu in staat te selecteren op gewenste criteria.

Meting destiniatiemanagement

Tijdens de coronapandemie hebben veel meer mensen gebruik gemaakt van de routenetwerken van Overijssel. De reële aantallen en een juist waardeoordeel voor wat de drukte betreft kan niet gegeven worden. Wel is het van belang om richtinggevend gebruikersdata te kunnen opdoen en weergeven, zowel voor de routebureaus als voor de betrokken beleidsmakers. Er is dan ook een onderzoek geïnitieerd naar de kwantitatieve en kwalitatieve aspecten van de routenetwerken. Het onderzoek biedt inzicht in de klanttevredenheid, analyse van verschillende onderzoeksmethoden

en de data die dat oplevert, een 'heatmap' van het gebruik van routes op basis van het aantal 'downloads' en het gebruik van de routeplanner. Tot slot is onderzoek gedaan naar de gebruikerservaring van recreatieve routes. Hiertoe is ook verkend in hoeverre Route.nl (met miljoenen gebruikers) in deze een partner is voor de Overijsselse routebureaus.

Doorvoeren doelgroepenbeleid

Duidelijke ombuigingen binnen de Routenetwerken Overijssel liggen in de aanpak van verschillende doelgroepen. Daarbij is de technische uitvoering gekoppeld. Een groot deel van het betere beleid omtrent doelgroepen zit in het vervolmaken van data (en databases). Dit is bereikt door data op een juiste wijze op te werken, een goede filosofie te ontwikkelen in fysieke bewegwijzering en een juiste weergave op online en offline producten te ontwerpen.

Portal en POI verbetering

De digitale informatievoorziening is een belangrijk onderdeel van de basis rondom routenetwerken.

Wanneer data goed wordt opgewerkt in de databases van de routebureaus (backoffice) zal het beter verrijkt kunnen worden (midoffice) en uiteindelijk completer getoond worden (frontoffice). Hiervoor is een ontwikkeling in de huidige software nodig. Onder andere is een koppeling van de POI-database gerealiseerd met het systeem Routemaker (Irias). Hiermee is een verbetering verwezenlijkt met betrekking tot het importeren van POI's en het bewerken en tonen in Routemake- routes en in de Routemaker-routeplanner.

Kwalitatief onderzoek

Wandelnet heeft samen met een aantal regionale of provinciale routebureaus een tevredenheidsonderzoek uitgevoerd onder gebruikers van wandelnetwerken in Nederland. Aan de hand van een gecombineerde aanpak van enquêtering ter plaatse en online enquêtering achteraf is Wandelnet meer te weten gekomen over het gebruik en de waardering van wandelnetwerken en wandelen in het algemeen onder gebruikers van Wandelnetwerken in vier deelgebieden in Nederland.



Foto: Hasselt de Kalkovens -
Gijs Versteeg

Web app onderweg en landelijke digitale wandelrouteplanner

Er is een digitale basisomgeving ontwikkeld, dat als platform dient voor fietsers en wandelaars in het veld. Wandelaars en fietsers worden via startpunt- en knooppuntpanelen en dragers van het wandelnetwerk attent gemaakt op het doen van meldingen, werkzaamheden op routes, meer routes en andere routes, bezienswaardigheden en horeca en er zit een feedbacktool over routes in. 'Tool' is gebouwd voor mobiele telefoon. Daarnaast is de landelijke wandelrouteplanner geschikt gemaakt voor het doorplannen van het knooppuntsysteem en keuzepuntsysteem. Tevens is een 'portal website' gerealiseerd, die eenvoudig doorverwijst naar de gespecialiseerde pagina's¹⁴.

Algemene coördinatie Routenetwerken Overijssel

De samenwerking tussen de drie routebureaus van Overijssel is de afgelopen periode versterkt en de werkwijze is onderling uitgelijnd. Tevens is de verbinding met Gastvrij Overijssel uitgediept en is in onderlinge afstemming geacteerd in de relatie met de landelijke routeorganisaties en de andere provincies (betrokkenheid provinciaal overleg VrijeTijd Netwerk) op het gebied van routenetwerken. Naast coördinatietaken is ook invulling gegeven aan het fungeren als inhoudelijk aanspreekpunt voor de routenetwerken in Overijssel en is periodiek overleg geïnitieerd met de routebureaus van Overijssel. Gezamenlijk met de drie Overijsselse routebureaus is gewerkt aan een investeringsplan voor een wenselijk geachte kwaliteitsslag voor de Overijsselse routenetwerken. De insteek is hierbij dat de verantwoordelijkheid voor het reilen en zeilen van de routenetwerken niet alleen bij de Overijsselse gemeenten zou moeten liggen, maar dat de Provincie Overijssel ook een structurele bijdrage levert¹⁵.

Tot slot zijn de provinciale bijdragen aan de drie landelijke routeorganisaties, te weten WaterRecreatie Nederland, Wandelnet en het Landelijk Fietsplatform via dit programmaonderdeel geleid. Hierbij moet wel worden benoemd dat de bijdrage aan het Landelijk Fietsplatform tot een tweetal essentiële onderdelen (deelname aan landelijke routedatabank en deelnamen aan het landelijk meldpunt) is teruggebracht, aangezien de toegevoegde waarde van deze organisatie voor het regionale routebureau van Overijssel beperkt is. Voor Wandelnet is sprake van een samenwerking met een meer geïntegreerde werkwijze onderling. De provinciale bijdrage voor WaterRecreatie Nederland, welke was begroot voor de onderhavige programmaperiode, is uiteindelijk aangehouden.

4.2

365 dagen fietsen in Overijssel

De bijdrage voor de activiteiten van de stichting 365 dagen fietsen, welke in aanleg onderdeel zou worden van het Programma Vrijetijdseconomie van Gastvrij Overijssel, is separaat aangevraagd door de stichting 365 dagen fietsen en als zodanig ook door hen verantwoord.

¹⁴ Routes in Overijssel - www.routesinoverijssel.nl

¹⁵ Kwaliteitsinvestering routenetwerken Overijssel - Marb.Consultancy



Programmalijs 5: Organisatie

De drijfveren achter 'Organisatie'

De uitvoering van het Programma Vrijtijdsconomie (VTE) van Gastvrij Overijssel kan alleen succesvol zijn wanneer de betrokken partners en partijen enerzijds met elkaar werken aan concrete projecten uit het Programma VTE en anderzijds met elkaar spreken en nadenken over de ontwikkelingen en perspectieven op de lange termijn. Er is sprake van een gemeenschappelijke opgave en het is belangrijk dat eenieder wordt erkend in zijn of haar rol ten behoeve van het gezamenlijk belang in deze. De ervaring van de afgelopen periode van vier jaar leert dat Gastvrij Overijssel als netwerkorganisatie, vanuit voornoemde taakopvatting, de gastvrijheidssector als economisch en maatschappelijk relevante bedrijfstak in beeld heeft gebracht. De erkenning is groeiende. Ook met betrekking tot de verbinding met andere sectoren en bedrijfstakken. Het is de uitdaging om de netwerksamenwerking te verstevigen en zo nodig uit te breiden, waarbij het organiserend vermogen van de partners en partijen bijdraagt aan de regionale economische ontwikkeling.

5.1

Netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel

Gastvrij Overijssel is een netwerkorganisatie met 19 leden, te weten HISWA RECRON, Koninklijke Horeca Nederland, MarketingOost, ANWB, Landschap Overijssel, Overijssel Academie, Saxion Hogeschool en Hogeschool Windesheim. Tevens zijn aangesloten VNO NCW Midden, MKB Nederland Midden, Overijssels Particulier Grondbezit, Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, stichting IJssellandschap, Natuur en Milieu Overijssel, IVN Natuureducatie, Het Oversticht, waterschap Drents-Overijsselse Delta en waterschap Vechtstromen. Vanuit de Overijsselse gemeenten en de provincie zijn adviseurs betrokken. In de praktijk neemt de eerste groep organisaties deel aan de overleggen en is de tweede groep organisaties agendalid. In geval van specifieke agendapunten worden agendaliden rechtstreeks betrokken bij de overleggen en nemen zij ook deel. Al met al gaat het om een brede coalitie van partners, die in meer of mindere mate betrokken zijn bij de ontwikkelingen in het domein Recreatie en Vrije Tijd.

De ervaring van de afgelopen jaren leert dat afstemming in een breed



De netwerkliden van Gastvrij Overijssel

verband van groot belang is en sterker wordt. Op zich is een cross-sectorale benadering voor recreatie, toerisme en vrije tijd erg voor de hand liggend. Immers, toerisme is een samengesteld product, bestaande uit vervoer, verblijf, eten & drinken en vermaak, waarbij het laatste aspect gerelateerd zal zijn aan verschillende sectoren (cultuur, erfgoed, natuur & landschap, landbouw, water etc.). Bij het nastreven van een 'bewuste bestemming' dient een breed scala van partijen te zijn, danwel te worden, betrokken. De periode met de coronapandemie heeft dat inzicht onderstreept.

Onderzoeks- en adviesbureau Dialogic heeft in opdracht van Provincie Overijssel in maart 2022 een evaluatieonderzoek uitgevoerd naar de werkwijze en organisatie van Gastvrij Overijssel. Dialogic stelt dat Gastvrij Overijssel zich heeft ontwikkeld tot een unieke en krachtige netwerkorganisatie in Nederland, die de cohesie in de sector heeft versterkt. Dialogic merkt onder andere het volgende op: *"Juist nu de sector voor grote uitdagingen staat én haar bijdrage aan maatschappelijke opgaven kan versterken, lijkt het ons in relatie tot de meerwaarde van Gastvrij Overijssel wenselijk om de continuïteit van het netwerk te waarborgen"*. Gedeputeerde Staten van Overijssel heeft het geheel van de conclusies van het evaluatierapport onderschreven en teruggekoppeld aan Provinciale Staten. In de betreffende Statenbrief is het belang van de Gastvrij Overijssel als volgt geduid: *"...naast investeringsprogramma's kan Gastvrij Overijssel een zeer waardevolle rol vervullen. Het ontwikkelen van bijvoorbeeld vrijetijdslandschappen en iconen ondersteunend aan de Omgevingsvisie is er zo een. Ook op andere punten, zoals de energie- en klimaatopgave en de uitwerking van landschapsbiografieën voor gebieden, waaronder de Nationale Parken, kan de sector inbreng leveren. Want er zal op ons de komende jaren een groot beroep worden gedaan om de grote opgaven tot een goed resultaat te brengen. Wij gaan ervan uit dat wij hiervoor het maatschappelijk middenveld dringend nodig hebben. Hier ligt ook onze kracht. Het is dus ook in ons eigen belang te blijven investeren in het netwerk van Gastvrij Overijssel."*

5.2

Bestuurlijk Overleg Vrijetijdseconomie Overijssel

Weliswaar wordt het domein recreatie en vrije tijd op provinciaal schaalniveau aangevlogen, de basis van het aanbod ligt op gemeentelijk en/of regionaal niveau. Overijssel is feitelijk een 'optelsom' van (culturele) regio's. Deze programmaperiode is een start gemaakt met het Bestuurlijk Overleg Vrijetijdseconomie Overijssel, bedoeld om de bestuurlijke relatie tussen Gastvrij Overijssel, de Overijsselse gemeenten en het provinciaal bestuur te versterken. Naast vertegenwoordigers van Gastvrij Overijssel, nemen vijf regionaal vertegenwoordigende wethouders en de provinciale portefeuillehouder deel aan het overleg.



Foto: Vergadering
Gastvrij Overijssel



Foto: De Peperbus Zwolle -
Sjoerd Bracke en Cuno de Bruin

Meer informatie?

Gastvrij Overijssel
T.a.v. Adri Ooms
Programmacoördinator

adri@gastvrijoverijssel.nl



www.gastvrijoverijssel.nl