

## **TOERISTISCHE ORGANISATIES IN OPMARS NAAR DEN HAAG TOERISME MOET IN REGEERAKKOORD**

Vijftien toeristische organisaties, de zogenoemde destiniatiemarketingorganisaties (DMO's), bieden informateur Herman Tjeenk Willink vandaag gezamenlijk een actieplan aan. Daarin pleiten ze voor een landelijk toerismeplan dat moet bijdragen aan de wederopbouw van de Nederlandse economie en een toekomstbestendige toeristische sector.

Directeur Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen Herre Dijkema, namens de destiniatiemarketingorganisaties: "We maken ons niet alleen zorgen over de economische gevolgen van de crisis, maar ook over het overblijvende aanbod van culturele instellingen, horeca, congressentra en dagattracties. Dat gaat ons als inwoners van Nederland allemaal raken."

Het toekomstige kabinet wordt opgeroepen in te zetten op een fors hersteloffensief, een staatssecretaris van toerisme aan te stellen en meer de regie te nemen bij de spreiding van bezoekers. De zestien dmo's, die door samen te werken een landelijk dekking bereiken, willen samen met de overheid werken aan het duurzaam herstel van de toeristische sector, die van grote waarde is voor de Nederlandse economie. Normaliter draagt deze sector maar liefst 4,4% bij aan het bruto binnenlands product en daarmee is de sector qua importantie vergelijkbaar met de landbouw of de bouwsector.

Gebaseerd op de voorlopige cijfers van het CBS valt dit percentage zo'n 45% lager uit over 2020. Het aantal overnachtingen in Nederland, zowel van buitenlandse als binnenlandse gasten, lag zelfs zo'n 38% lager in 2020 ten opzichte van 2019. Eerder riep ook Gastvrij Nederland het toekomstige kabinet op actie te ondernemen. Dit benadrukt de urgentie van de situatie.

### **Landelijke visie**

Hoewel de toeristische sector in zwaar weer verkeert en een fors hersteloffensief nodig is om de sector overeind te houden, kijken de destiniatiemarketingorganisaties met hun tien puntenplan verder dan de dag van morgen. Nu het einde van de coronacrisis aan de horizon gloort, is dit het moment om samen met een staatssecretaris met een landelijke visie, strategie en aanpak te komen en afscheid te nemen van het verkokerde beleid.

Door gericht beleid, met als uitgangspunt het belang van de inwoners en ondernemers, wordt toerisme niet langer een doel op zich, maar een middel om de ambities van Nederland te realiseren. Dijkema: "We hebben nu, maar ook in de toekomst, te maken met belangrijke vraagstukken waarbij we ondersteuning vanuit het Rijk nodig hebben. Zo is op het gebied van spreiding van toeristen in drukke gebieden bijvoorbeeld een integrale aanpak voor heel Nederland nodig."

### **Onderwijs en duurzaamheid**

Voor een toekomstbestendige toeristische sector is het daarnaast van belang dat het volgende kabinet onderwijs en de arbeidsmarkt goed op elkaar laat aansluiten, duurzaamheid stimuleert en investeert in het uitbreiden en vergroten van een onderscheidend toeristisch aanbod. Hierbij is het ook zaak op zoek te gaan naar een

nieuwe breed gedragen identiteit gebaseerd op het DNA van Nederland. Ook roepen de destinationmarketingorganisaties op tot het in het leven roepen van een fonds van vijftig miljoen euro om grote wetenschappelijke congressen binnen te halen.

Het actieplan (zie bijlage) wordt mede namens de volgende organisaties aangeboden: Amsterdam & Partners, The Hague & Partners, Rotterdam Partners, Utrecht Marketing, Eindhoven365, Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen, Marketing Drenthe, Leiden Marketing, Dordrecht Marketing & Partners, MarketingOost, VisitBrabant, Maastricht Marketing, Merk Fryslân, Marketing Groningen, Kennisnetwerk Destinatie Nederland (VVV Nederland)