**Oosten geen overloopgebied van Amsterdam**

Ondernemers maken uiteindelijk het verschil in de vrijetijdseconomie. De kwaliteit van hun bedrijf en gastvrijheid is in sterke mate bepalend voor het succes. In Overijssel is de vrijetijdssector in de lead. Ondernemers zijn middels hun brancheorganisaties vertegenwoordigd in de netwerkorganisatie Gastvrij Overijssel en daar wordt, samen met andere belanghebbenden in Overijssel, het beleid gemaakt voor de vrijetijdseconomie. Overheden zijn natuurlijk ook partner en zorgen voor een inhoudelijk en financieel kader, maar de centrale rol ligt bij Gastvrij Overijssel.

Overheden hebben een belangrijke taak bij de stimulering van de vrijetijdseconomie, gezien de grote bijdrage aan de economie (banen en bestedingen) en aan het imago. Een (mee)sturende rol is zeer wenselijk, omdat overheden bij scheefgroei, ongewenste ontwikkelingen en excessief toerisme altijd de rekening gepresenteerd krijgen in de vorm van overlast, afkalvend draagvlak, en ruimtelijke problematiek. Daarom adviseert Gastvrij Overijssel met klem om te investeren in gewenste ontwikkeling van vrijetijdseconomie. Zorg dat het ‘merk Holland’ sterk blijft/sterker wordt en stimuleer ontwikkelingen om die positie te versterken. Zowel **financieel** (imago en inkomsten zijn cruciaal en daarom moeten we ons merk wereldwijd ‘verkopen’), **organisatorisch** (geef NBTC sterkere positie met bijbehorende middelen) als **infrastructureel** (investeer in autowegen als N35, A1, A28 etc, spoorwegen en luchthavens, maar ook in glasvezel etc). De wisselwerking tussen NBTC en de DMO’s (Direct Marketing Organizations) is daarbij cruciaal; NBTC als verlengstuk van de DMO’s en vice versa.

De discussie over de toekomst van de vrijetijdseconomie gaat nu vrijwel alleen over Amsterdam en de overlast aldaar, maar voor het inkomend toerisme is dit veel te kort door de bocht en voor het binnenlands toerisme is het zelfs onzinnig. Het probleem van Amsterdam start in de huidige discussies op Schiphol, de NBTC lijnen starten vanaf Schiphol/Amsterdam en de voorgestelde keuzes om te spreiden starten in Amsterdam. Maar de meeste buitenlandse toeristen komen uit Duitsland (4,6 miljoen) en België (2,1 miljoen), samen 42,5% van de buitenlandse gasten (totaal 15,8 miljoen) en daarvan komt het overgrote deel (80%) via de weg vanuit het oosten of het zuiden. 40% van alle bezoekers komt met de auto vanuit het oosten en zuiden Nederland binnen.

Oost- en Zuid-Nederland zijn aantrekkelijke, authentieke en groene verblijfsregio’s, van waaruit toeristen prima een dagreis of een tweedaagse excursie naar de Randstad kunnen maken. Allemaal binnen 1,5 a 2 uur afstand, geen probleem voor de buitenlandse toerist. Zet deze regio’s fors in de etalage, versterk de districtenaanpak van het NBTC; niet als overloop van Amsterdam, maar als zelfstandige, aantrekkelijke verblijfsregio’s. En Amsterdam is een mooie stad, maar zeker voor herhalingsbezoekers zijn de Hanzesteden een prachtig, nog authentieker alternatief ☺. En naast de middeleeuwse hanzesteden heeft Oost ‘natuurlijk’ veel meer te bieden, met parels als Weerribben-Wieden (met Giethoorn), Twente, Drenthe en de Achterhoek. In Oost-Nederland willen we vanuit Drenthe, Overijssel en Gelderland samen optrekken, met elkaar, met onze ondernemers, met het NBTC en met overheden, om als sterke regio (daar waar de roots van ons land liggen, waar al voorspoed was toen de huidige Randstad nog een moeras was) een belangrijke bijdrage aan de BV Nederland te leveren. ‘The Origin of Holland’.

Als je naar het binnenlands toerisme kijkt, dan blijkt dat de 3 provincies van Oost-Nederland samen goed zijn voor meer dan 4 miljoen toeristische vakanties . Met alle respect voor de Randstad, maar dat is meer dan N-Holland, Z-Holland en Utrecht samen, die incl. Noordzeekust en Texel uitkomen op circa 3,2 miljoen overnachtingen. Meer dan 50% van de ANWB Topcampings ligt in Oost-Nederland, en ook de Duitsers hebben dit inmiddels ontdekt. Ook de twee beste Michelin restaurants liggen in Oost-Nederland, niet in de Randstad. Laten we met elkaar investeren in Oost-Nederland, financieel, organisatorisch en infrastructureel, dat versterkt de economie van BV Nederland, het versterkt de economie van Oost-Nederland, tegelijkertijd ontlast het de Randstad en is het een kwaliteitsimpuls tegen krimp.

Groei is niet alles, groei loopt tegen fysieke en sociaal-maatschappelijke grenzen aan. Houd scherp hoe de vrijetijdseconomie kan bijdragen aan de kwaliteit van leven in de regio. Ook in Oost-Nederland gaat het niet om ongebreidelde groei, maar we zijn in de gelukkige omstandigheid dat gerichte groei bij ons in het oosten nog een welkome aanvulling op de kwaliteit van leven is en tegelijkertijd andere delen van ons mooie landje ontlast. Maar wat bezoekers betreft, we willen ze echt niet allemaal. Ze moeten bij ons passen (zowel kwalitatief als kwantitatief), anders komen onze kernwaarden (ruimte, schoonheid, groene longen, oorspronkelijkheid) onder druk te staan en dat is onwenselijk. Laten we het samen oplossen, voor de binnenlandse markt en ook voor de buitenlandse markt. Maak hier beleid op, stel grenzen en investeer in gewenste economische ontwikkeling die bijdraagt aan de kwaliteit van leven in de BV Nederland (ook wel ‘Brede Welvaart’ genoemd in onderzoek RABO en Universiteit van Utrecht).

Belangrijk punt is focus aan te brengen en deze te behouden. Vanuit Overijssel hebben we voor de buitenlandse markt twee speerpunten: Duitsland (en dan met name Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen, samen 28 miljoen mensen) en België. Met succes, want op beide markten hebben we al drie jaar een ‘dubbel digit’ groei. In het Trendrapport 2017 blijkt dat de bos- en heidegebieden in Noordoost-Nederland in 2015 en 2016 de grootste groei in Nederland hadden: 21,3% in 2015 (landelijke groei 5,6%) en 16,1% in 2016 (7,5% landelijk).Voor Overijssel waren de groeipercentages respectievelijk 28,9% en 14,5%.

Vanzelfsprekend zijn ook bezoekers uit verre landen welkom. Ruim 3 miljoen van de 15,8 miljoen toeristen (19%) komt van buiten Europa. Nog steeds gaat het om interessante markten en grote bestedingen, maar getalsmatig nog duidelijk in de minderheid. Onze verwachting is dat het aspect van milieuschade door vliegen zwaarder gaat wegen, waardoor prijzen omhoog zullen gaan en draagvlak voor vliegen zal verslechteren. Voeg daarbij de geopolitieke onrust die een beperkend effect heeft op het intercontinentaal toerisme en het zal duidelijk zijn dat een blijvende focus op de nabijlanden (de noabers) zeer gewenst is. Ook de ‘culturele nabijheid’ (zelfde Europese waarden, maar ook aan beide zijden van de grens met Duitsland vergelijkbare Saksische mentaliteit) biedt grote kansen. We zijn noabers.

Vanzelfsprekend blijven Chinezen en andere bezoekers uit Azië en het Midden-Oosten van harte welkom. Zij komen in steeds grotere getale en in Giethoorn staat de balans tussen toerisme en leefkwaliteit mede hierdoor onder spanning. En juist kwaliteit van leven is wat we in Overijssel/Oost-Nederland in de aanbieding hebben. We moeten letten op de goede context: het ‘probleem’ van overdadig bezoek van Chinezen speelt in Overijssel alleen in Giethoorn, hier moet lokaal/regionaal op geacteerd worden. De rest van Overijssel hoopt nog vol verwachting op meer bezoekers uit Azië en het Midden-Oosten. Vraag is of ze zich niet beter op de Duitsers en Belgen kunnen richten. In 2016 was de **groei** van het aantal Duitse bezoekers (332.000 groei t.o.v. 2015) hoger dan het **totale** aantal bezoekers uit China (289.000). Boodschap is: iedereen met interesse is welkom, Holland wordt een steeds gastvrijere bestemming voor wereldburgers, maar…….

**Focus op de Noabers!!**

Henk van Voornveld

Directeur-bestuurder MarketingOost,

Mede namens **Gastvrij Overijssel**.