

**Concept uitvoeringsprogramma behorend bij de visie
Bezoekerseconomie Boxtel 2022 - 2030**

Augustus 2022

meewerkend

boxtel



komt voort uit



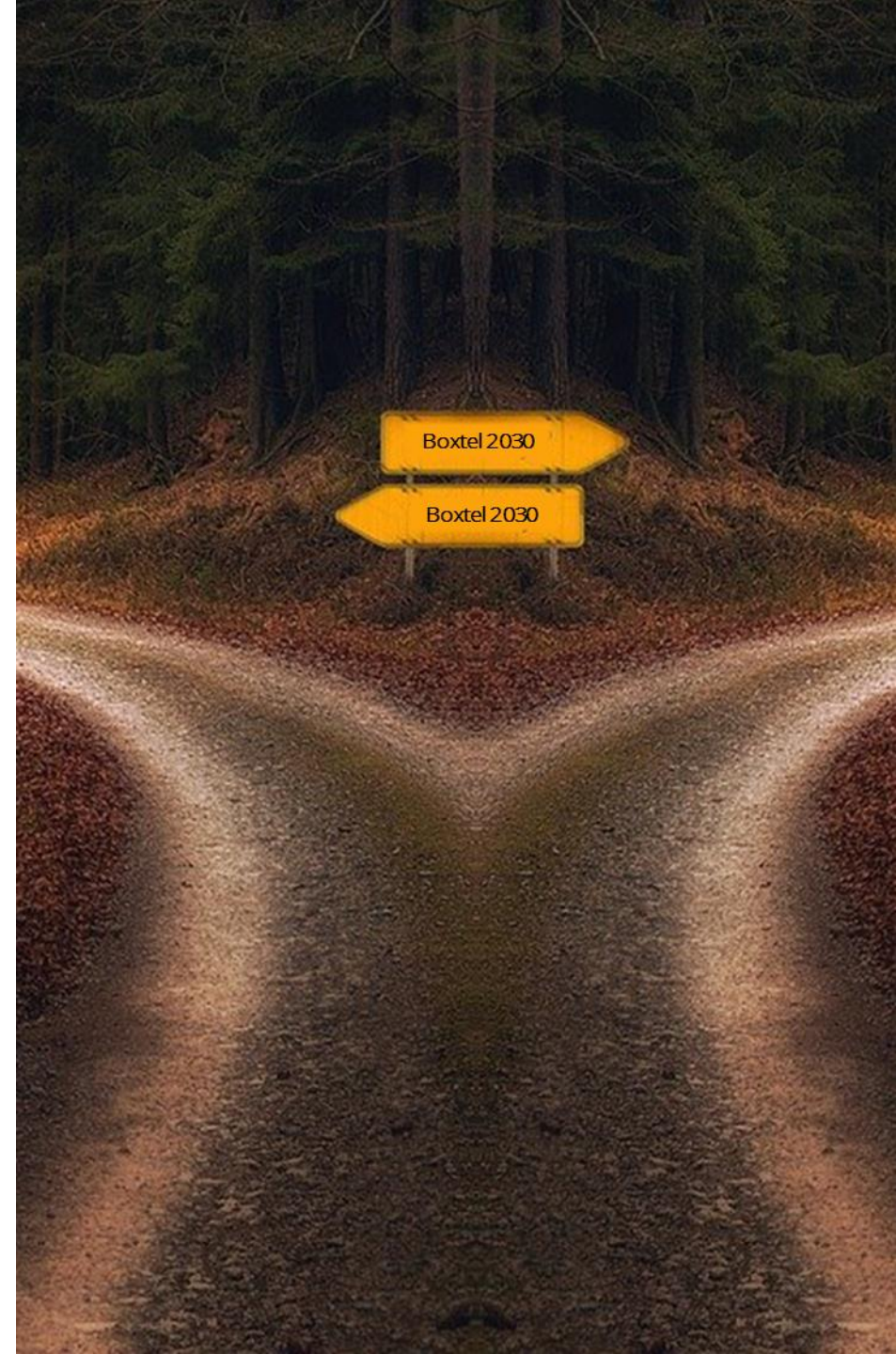
1.1 Inleiding

Voorliggend uitvoeringsprogramma hoort bij de Visie Bezoekerseconomie Boxtel 2022-2030. De visie geeft een streefbeeld en uitgangspunten weer voor zowel Toerisme en Recreatie als voor Retail en Horeca. De streefbeelden kunnen behaald worden langs vier strategielijnen (zie volgende paragraaf, eveneens opgenomen in de visie). Aan de strategielijnen zijn actielijnen gekoppeld met daarbij horende acties.

Dit separaat opgestelde uitvoeringsprogramma geeft per actie weer wie de trekker is en op welke termijn de actie uitgevoerd moet worden. Bovendien is weergegeven of het om een nieuwe taak gaat of dat het om het continueren/uitbreiden van een al bestaande taak gaat.

Het uitvoeringsprogramma is een levend werkdocument. Acties kunnen afgestreept worden, toegevoegd of aangepast worden. Ook kan gedurende een traject de trekker veranderen of kan voor een andere termijn of prioritering gekozen worden.

Overlappend met de tekst uit de visie, is in paragraaf 1.7 weergegeven met welke organisatiestructuur zicht gehouden kan worden op de acties. Een op te richten regiegroep kan bijdragen aan de daadwerkelijke uitvoering van de acties en aanpassing van het uitvoeringsprogramma. Een 'coördinator bezoekerseconomie' moet echt eigenaarschap op dit thema hebben en moet informeel leiderschap kunnen tonen om iedereen mee te krijgen. Hij/zij moet projecten gedaan krijgen.



1.2 Vier strategielijnen voor uitvoering

In de visie bezoekerseconomie 2022-2030 is het einddoel geschetst. De strategielijnen zetten de weg uit die nodig is om de doelen en streefbeelden te behalen. Deze geven richting aan de ontwikkelkansen en vormen de basis voor het uitvoeringsprogramma.



Strategielijn 1: Basis op orde: Een solide basis om op te bouwen. Voor de bezoekerseconomie is het belangrijk om de basis op orde te krijgen. Dit bevat de meeste onderwerpen uit het analysemodel vitale clusters Ginder (figuur rechts). Schoon, heel en veilig; bewegwijzering, parkeren en toegankelijkheid; ontwikkelen duidelijk profiel; en behoud aanbod.



Strategielijn 2: Impuls aanbod: De juiste (nieuwe) ontwikkelingen op de juiste plek. Deze strategielijn gaat over het stimuleren en faciliteren van nieuw aanbod. Hierbij is het belangrijk dat de juiste keuzes worden gemaakt en ruimte wordt geboden aan ondernemers om te ondernemen.



Strategielijn 3: Zichtbaar en beleefbaar: profiteren van wat we hebben.

De plus op het aanbod. Zorgen dat het aanbod zowel fysiek als digitaal goed vindbaar is, maar daarnaast ook beleefbaar. Beleef- en themaroutes koppelen aanbod aan elkaar en vertellen een verhaal. Het ontwikkelen van arrangementen valt ook onder dit thema.

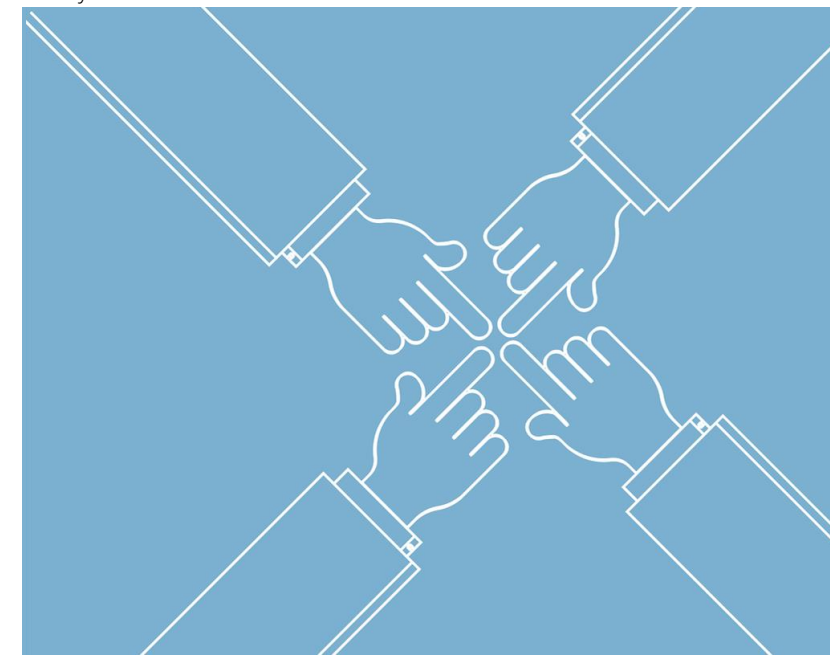


Strategielijn 4: Verbindingen leggen en samenwerken. Een goede samenwerkingsstructuur helpt om acties gezamenlijk tot uiting te brengen. Dit betekent bestaande overlegorganen en ondernemerscollectieven behouden en waar nodig nieuwe vormen. Een regiegroep bestaande uit een afvaardiging van de deelsectoren is nodig om het uitvoeringsprogramma te bewaken.

Bovenstaande strategielijnen gelden voor de gehele bezoekerseconomie. Elke strategielijn kent onderliggende actielijnen. Het is aan de sector samen met de gemeente om tot uitvoering van de strategie- en actielijnen te komen. De gemeente kan ruimte bieden, faciliteren en stimuleren. Ondernemers maken een slag in productontwikkeling en samenwerking. In het uitvoeringsprogramma wordt daarom aangegeven welke actor de trekker is en andere partijen betreft in de uitvoering.



Analysemodel vitale clusters Ginder





1.3 Strategielijn 1: Basis op orde:

Een solide basis om op te bouwen

ACTIELIJN	ACTIE	TERMIJN/ SOORT WERK	TREKKER(S)
Schoon, heel en veilig	Jaarlijkse schouw door de centra met ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, politie en brandweer geïnitieerd door de gemeente en OWB. De actiepunten vanuit deze schouw worden vervolgens opgepakt door de deelnemers aan de schouw.	Doorlopend/ R	Gemeente
	Voor (winkel)locaties waar schoon, heel en veilig een issue is, met prioriteit deze knelpunten oplossen	Kort/ R	Gemeente en ondernemers
	Onderzoeken op welke manier lokale marketing en gastheerschap het beste vorm gegeven kan worden	Kort / N	Gemeente
Profilering en positionering Boxtel opstellen	In samenwerking met ondernemers en inwoners het profiel van Boxtel verder laden. Daarbij specifiek aandacht voor jongeren in de gemeente. Een duidelijke positionering helpt om antwoord te geven op de vraag "wat is Boxtel". Hierbij is oog voor de afzonderlijke kernen.	Kort/ N	n.t.b.
	BeleefBoxtel.nl als dé actuele website met relevante en actuele informatie over al het aanbod m.b.t. de bezoekerseconomie. Van al het aanbod is duidelijk te zien: adres, openingstijden, entreprijzen. Daarnaast staat ook de evenementenkalender op deze website.	Kort/ R	n.t.b.
Behoud huidig aanbod (dorpscentra / wijkcentra)	Supermarkten uitdagen om in geval van knelpunten en wensen met een concreet (toekomstbestendig) plan te komen.	Doorlopend/ N	Ondernemers
	Revitalisatie wijkwinkelcentrum Oosterhof (start 2022)	Kort/ R	
	Dorpsvisie/concreet toekomstplan Liempde opstellen. Daarin meegenomen de mogelijkheden om de supermarkt te verplaatsen en/of vergroten en overig (dagelijks) aanbod rondom de supermarkt te clusteren.	Kort/ N	Gemeente
	Inventarisatie behoefte kleinschalige ondernemers/culturele instellingen aan professionele ondersteuning (marketing & promotie, bedrijfsvoering, multichannel strategie, conceptvernieuwing)	Kort/N	Ondernemers(collectieven)
	Afstemmen openingstijden/koopavond. In het kader van meebewegen met de behoefte van de consument (zowel eigen inwoner als de bezoeker van buitenaf) is het raadzaam om openingstijden (waaronder ook koopzondagen) elke paar jaar te heroverwegen. Hierbij blijven aansluiten bij andere activiteiten die in het centrum worden georganiseerd.	Doorlopend/R	OWB
	Inventariseren en versterken route-aanduiding van en naar (parkeerplekken) centrum Boxtel. Waar mogelijk en noodzakelijk verbeteren parkeergelegenheden. Er is in het verleden veel inzet gepleegd maar we blijven open staan voor verbeteringen.	Kort/R	Gemeente en CM Boxtel
Bereikbaarheid, toegankelijkheid en parkeren	Eenduidige bewegwijzering naar winkelgebieden, dag- en verblijfsaanbieders. Daarnaast op strategische plekken (o.a. station Boxtel, Fietsopstapplaatsen, etc.) informatieborden plaatsen met totaaloverzicht.	Kort – midden/ N	Gemeente en Visit Brabant routebureau
	Begeleid bezoekers centrum Boxtel, Liempde en Esch door middel van aantrekkelijke bewegwijzering en bebording. Geef wandelroutes aan, wijs de weg naar het kernwinkelgebied en naar horeca (bijv. een kortste en een mooiste route naar winkels, geef afstanden aan in looptijden). Betrek hierbij ook erfgoed. Hier wordt een apart plan voor opgesteld vanuit T&R.	Kort – midden/N	Gemeente en Visit Brabant routebureau
	Inventariseren en oplossen knelpunten rondom fietsparkeren in het centrum van Boxtel. Te beginnen met aanpassingen rondom het pleintje Kruisstraat.	Kort/ R	Gemeente & CM Boxtel
	Koppel oplaadplekken (voor elektrische fietsen en auto's) aan ondernemers.	Doorlopend/N	Ondernemers

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang > 5 jaar
 Soort werk: Regulier (al bestaande taak) of Nieuw



1.4 Strategielijn 2: Impuls aanbod: De juiste (nieuwe) ontwikkelingen op de juiste plek

ACTIELIJN ALGEMEEN	ACTIE	TERMIJN / SOORT WERK	TREKKER(S)
Aandacht voor 'duurzaamheid, klimaat en energie'	Voor zowel bestaande als nieuwe ondernemers geldt dat er aandacht moet zijn voor duurzaamheid, klimaat, energie en inclusiviteit. Denk hierbij aan klimaatadaptatie (biodiversiteit, vergroening), circulaire economie (duurzamer mobiliteit, duurzame verstedelijking) en energietransitie. Er wordt aangesloten bij het Duurzaamheidsbeleid van gem. Boxtel en ondernemers worden uitgedaagd om innovatief te zijn.	Doorlopend/ R	Ondernemers
ACTIELIJNEN TOERISME & RECREATIE	ACTIE	TERMIJN / SOORT WERK	TREKKER(S)
Impuls (nieuw) verblijfsaanbod	Het stimuleren van passende verblijfsinitiatieven via een rode loper zodat gemeentelijke processen soepel doorlopen worden. Optioneel het opstellen van heldere ontwikkelkaders waar een nieuw initiatief aan moet voldoen.	Doorlopend/ R	Gemeente
	Als gemeente flexibel omgaan met randvoorwaardelijke activiteiten van bestaande dag- en verblijfsaanbieders (o.a. toevoegen horeca en horeca activiteiten toestaan ook voor niet eigen/vaste gasten).	Doorlopend/ R	Gemeente
	Ambtelijke afstemming rondom mogelijkheden recreatie en toerisme in het geval van vrijkomende agrarische bedrijven en erfgoed. Belangrijk is dat in samenspraak met de initiatiefnemer wordt gekeken naar de mogelijkheden, rekening houdend met de inpasbaarheid in het landschap en kwaliteit van het nieuwe aanbod.	Doorlopend/ R	Gemeente
	Proactief ruimte bieden aan nieuwe initiatieven door één of meerdere locaties aan te wijzen voor nieuwvestiging camping/vakantiepark (bijv. cluster de Langspier) en voor hotelfunctie (bijv. langs snelweg en in het centrum).	Kort – lang/ N	Gemeente
	Planologisch mogelijk maken van herbestemming naar toeristische doeleinden of toeristische nevenactiviteiten. Het omgevingsplan hierop laten aansluiten.	Kort –midden/ N	Gemeente
Impuls (nieuw) dagrecreatie	Meer dagrecreatieve ontwikkeling mogelijk (maken) bij het cluster de Langspier om daarmee het cluster te versterken en meer te verbinden aan het Oertijdmuseum. Te denken valt aan een natuureducatiecentrum, maar tot de mogelijkheden behoort ook een natuurspeeltuin of kabouterpad in Sparrenrijk.	Midden/ N	
	Ontwikkeling mogelijk maken van indoor dagrecreatieve voorzieningen om zo jaarrond aantrekkelijk te blijven. Met name gericht op de gezinnen met kinderen. Bij voorkeur gekoppeld aan een nieuw te ontwikkelen verblijfsrecreatie.	Kort – midden/ R	Gemeente
	In samenspraak met Natuurmonumenten (een) toegangspoort(en) ontwikkelen bij Kampina om aantrekkingskracht en belevingswaarde van dit gebied te versterken: o.a. goede parkeer- en informatievoorzieningen, horeca.	Midden – lang/ N	Gemeente en Natuurmonumenten
	Aandacht voor duurzame en innovatieve toepassingen in de watersport: elektrisch varen.	Doorlopend/ N	Ondernemers

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang > 5 jaar
Soort werk: Regulier (al bestaande taak) of Nieuw

ACTIELIJNEN RETAIL & HORECA	ACTIE	TERMIJN / SOORT WERK	TREKKER(S)
Stimuleren ondernemerschap Retail en horeca	Waar mogelijk aansluiten bij provinciale en regionale (financiële) instrumenten om (nieuw) ondernemerschap te stimuleren. Te denken valt aan een startersondersteuning, transformatiefonds, verhuisbijdrage, etc.	Doorlopend/ R	Gemeente
	Actief verbinden van startende, nieuwe ondernemers aan vastgoedeigenaren en leegstand.	Kort/ R	CM Boxtel/gemeente
	Oprichten werkgroep die actief marktpartijen gaat benaderen. Hierbij ligt de focus op MKB-bedrijven die in vergelijkbare dorpscentra actief zijn en een extra retail- of horeca-vestiging beogen.	Kort/ N	Ondernemers
Compactiseren dorpscentra	Transformatie en verplaatsing. Inzet op compacte winkelgebieden door het transformeren van winkels buiten de structuur en winkels verplaatsen naar het kernwinkelgebied. In gesprek met (stoppende) ondernemers en vastgoedeigenaren in de verbindingsstraten om mogelijkheden tot transformeren naar woningen te bespreken.	Doorlopend	
	Herinrichting openbare ruimte Stationsstraat Boxtel. Deze verbindingsstraat biedt een gemengd aanbod, waaronder woningen. Hier wordt in de herinrichting rekening mee gehouden.	Midden/ R	Gemeente
Bestemmingsplannen herzien en handhaven	Verkennd gesprek met ambtenaren Ruimtelijke Ontwikkeling over herijken en handhaven bestemmingsplannen winkelgebieden. Door herijking worden bestemmingsplannen c.q. het omgevingsplan in lijn gebracht met de gewenste structuur. Ook worden nieuwe detailhandelsmogelijkheden erbuiten beperkt: centrumbestemming in kernwinkelgebied en ondersteunende (wijk)centra. Gemengde bestemming in de verbindingsstraten en afbouwen in de transformatiegebieden en verspreide locaties.	Kort/ N	Gemeente
	In gesprek met handhaving om de mogelijkheden te verkennen voor handhaven bestemmingsplannen om ongewenste ontwikkelingen en oneerlijke concurrentie te voorkomen.	Kort/ N	Gemeente
Weekmarkt als versterking centra	De weekmarkt is een belangrijke toevoeging aan het centrum van Boxtel en blijft behouden.	Doorlopend/ R	
Tijdelijke invulling leegstand	Pop up strategie met tijdelijk gebruik. Bijv. Sint Lucas waarbij leerlingen iets kunnen uitproberen	Kort/ N	Ondernemers



1.5 Strategielijn 3: Zichtbaar en beleefbaar: profiteren van wat we hebben

ACTIELIJN	ACTIE	TERMIJN / SOORT WERK	TREKKER(S)
Belevingsroutes creëren	Aanleggen van thematische wandel- en fietsroutes door de gemeente en omgeving, passend bij profilering Boxtel en aansluitend op regionale verhalen. Belangrijk dat deze beleefroutes langs de verschillende clusters lopen en aansluiten bij bestaande (culturele) aanbod. Benut hierbij ook de digitale ontsluiting voor thema- en beleefroutes.	Midden/ R	Gemeente/Visit Brabant/ondernemers(collectieven)
	Wandel- en fietsroutes bundelen en zowel digitaal als fysiek zichtbaar maken (bijv. via BeleefBoxtel en een magazine Beleef Boxtel). Geef hierbij ook het aanbod langs de route aan.	Kort/ R	Ondernemers/marketingorganisatie
	Verkennen mogelijkheden jaarrond fietsverhuur (ook in het weekend) vanaf station Boxtel om van daaruit diverse wandel- en fietsroutes te starten.	Kort/ N	Gemeente/Visit Brabant/ondernemers(collectieven)
	In beeld brengen huidige staat faciliteiten waterrecreatie. Waar nodig dit versterken rondom centrum Boxtel en in Esch. Te denken valt aan extra aanlegstijgers (ook voor Sup's en kano's).	Midden/ N	Gemeente
Cultureel erfgoed meer benutten en toegankelijk maken	Maak de verhalen achter het erfgoed beleefbaar, bijv. door verhalenvertellers te betrekken. Ter inspiratie: https://www.visitdenbosch.nl/nl/ontdek-den-bosch/historische-binnenstad/top-10-verhalen of https://www.franeker.frl/11verhalen/	Midden/N	Marketingorganisatie en ondernemers
	In gesprek over openingstijden erfgoed, zodat het (op gezette tijden) bezichtigd kan worden. Denk aan de openstelling van de Basiliek en Kasteel Stapelen. Dit kan ook gecombineerd worden met tentoonstellingen e.d.	Kort /N	
	Evenementen koppelen aan en passend bij het erfgoed.	Doorlopend/ N	Evenementenorganisatoren
Evenementen	Evenementen in de schouderseizoenen om jaarrond reuring te hebben, waardoor horeca ook meer geopend kan blijven. Denk aan een culinaire wandeling.	Kort/ R	Evenementenorganisatoren zoals bruisend centrum
	Geef ruimte/voorrang aan (buiten)evenementen die samen met de gastvrije horeca, culturele instellingen en logiesaccommodaties worden georganiseerd, passend bij de identiteit van het gebied.	Doorlopend/ R	Gemeente
Arrangementontwikkeling	Dagprogramma's en meerdaagse programma's ontwikkelen	Midden/ N	Ondernemers (collectief)
	Themaprogramma's ontwikkelen: denk aan thema's als Oertijdmuseum, de Langspier, cultureel erfgoed, natuur	Kort/ R	Ondernemers (collectief)
	Vertrek- en overstapplaatsen aan elkaar verbinden, met als doel bezoekers langer vasthouden en herhaalbezoek bevorderen. Qua locaties valt te denken aan Het Gouden Woud, 't Dommeltje, centrum Boxtel, De Langspier, Oertijdmuseum. Ter inspiratie: nieuw Biesbosch Museum Werkendam, met museumfunctie, bezoekerscentrum en startpunt voor routes en activiteiten.	Midden/ N	Ondernemers
	Cluster de Langspier als meer centrale functie tussen Esch en Boxtel, tussen Oertijdmuseum en Kampina	Midden/ N	Ondernemers

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang > 5 jaar
Soort werk: Regulier (al bestaande taak) of Nieuw



1.6 Strategielijn 4: Verbindingen leggen en samenwerken

ACTIELIJN	ACTIE	TERMIJN / SOORT WERK	TREKKER(S)
Oprichten ontbrekende samenwerkingsverbanden	Een netwerk van toeristisch-recreatieve ondernemers creëren (c.q. een toeristisch-recreatief platform Boxtel). Dit platform is gesprekspartner van de gemeente, zet zich in om de toeristisch-recreatieve sector te laten groeien en zet in op het gezamenlijk ontwikkelen van arrangementen. Daarnaast ook een netwerk van horeca ondernemers creëren. Oprichten horecaplatform. Zie bijlage 1 voor organisatieschema.	Kort/ N	Gemeente en ondernemers
	Onderzoeken op welke manier vastgoedeigenaren in het centrum van Boxtel verenigd kunnen worden. Doel hiervan is om vastgoedeigenaren actiever te betrekken en gezamenlijk te laten investeren.	Kort – Midden/ N	Centrummanagement
Behoud en versterken bestaande samenwerkingsverbanden	Elke kern behoudt zijn eigen ondernemersvereniging/centrummanagement.		
	Behoud OWB als overkoepelend overlegorgaan voor de winkelgebieden op het gebied van retail.	Doorlopend/ R	Ondernemers (collectief)
Faciliteren en bevorderen van onderlinge samenwerking	Organiseren van een informele avond in het kader van de opening van het toeristisch seizoen. Avond waarin ondernemers met verschillende achtergronden kunnen bijpraten. Waar gewenst wordt de avond ingericht met een inspirerende gastspreker.	Jaarlijks/ N	Ondernemers (collectief)
	Gezamenlijk met alle deelsectoren de 'Dag van de inwoner/bezoeker' organiseren. Een feestelijke dag waar inwoners en bezoekers van buiten de regio zich bewust worden van het moois in Boxtel. De ondernemers in Boxtel staan die dag in de spotlights.	Jaarlijks/ N	Ondernemers (collectief)
	Organiseren informatieve sessies over wisselende onderwerpen. Te denken valt aan duurzaamheid, gastvrijheid, technologische vooruitgang, etc.	2x per jaar/ R	Ondernemers (collectief)
Aansluiten bestaande initiatieven en regionale samenwerking	Aansluiten bij de regio via (structurele) overleggen met omliggende gemeenten, provincie Noord-Brabant, natuurorganisaties, etc. Door te weten wat er speelt kunnen we als Boxtel slim aanhaken en ons eigen aanbod vervlechten met de regio.	Doorlopend/ R	Gemeente
	Structureel overleg ambtenaren toerisme & recreatie, horeca & evenementen en Retail	Doorlopend/ N	Gemeente
	Aansluiten bij initiatieven vanuit Visit Brabant en andere regiocollectieven	Doorlopend/ R	Gemeente
Behoud en creëren van banen	Jongeren betrekken bij de sector door onderwijs aan de sector te koppelen. Actief samenwerken met middelbare scholen en Sint Lucas, bijv. door het aanbieden van stages en werkplekken. Daarnaast kunnen creaties van de jongeren gebruikt worden als tijdelijke invulling van bijvoorbeeld de leegstand in het centrum.	Kort/ N	Ondernemers (collectief)
	Actief toekomstig personeel kennis laten maken met de bezoekerseconomie door interviews met bestaand personeel in beschikbare (social) media.	Kort/ N	Ondernemers (collectief)
Borgen acties uitvoeringsprogramma	Regiegroep bezoekerseconomie opstellen met vertegenwoordigers vanuit elke sector: horeca, dagrecreatie, toerisme. Deze werkgroep geeft sturing aan het uitvoeringsprogramma. Er wordt een regisseur aangesteld (8 u per week) die dit proces begeleidt vanuit de gemeente.	Kort/ N	Gemeente
	Oprichten werkgroepen op basis van actiepunten of thema's om gericht aan acties te werken	Kort/ N	Regiegroep
	Jaarlijks de voortgang van het uitvoeringsprogramma monitoren en waar nodig vroegtijdig bijsturen. Dit gebeurt door de Regiegroep Bezoekerseconomie en gemeente Boxtel	Jaarlijks/ N	Regiegroep

Termijn: kort = < 2 jaar, middellang = 3-4 jaar; lang > 5 jaar
 Soort werk: Regulier (al bestaande taak) of Nieuw

1.7 Organisatie en financiën

Hoe we samen de ambitie en uitvoering gaan realiseren

Voor de uitvoering van het uitvoeringsprogramma moeten gemeente en ondernemers de handen ineen slaan, net zoals is gedaan bij de totstandkoming van het voorliggende rapport. We kiezen voor een uitvoeringsvorm waarin overheid en sector gezamenlijk optrekken en sturen op heldere doelen en ambities. De verantwoordelijkheden tussen partijen zijn als volgt verdeeld:

- **Rol gemeente:** betrouwbare partner van bedrijfsleven die faciliteert, verbindt en verantwoordelijkheid neemt in 'eigen' acties.
- **Rol sector:** ondernemen/investeren, samenwerken en mede uitvoering geven aan acties.

Duidelijke organisatiestructuur

Het is belangrijk dat ondernemers samenwerken en op een juiste manier als collectief met elkaar en de gemeente in gesprek gaan. Vanuit retail en horeca gebeurt dit momenteel al in de vorm van ondernemersverenigingen en centrummanagement. Deze vorm van samenwerking blijft behouden. OWB blijft het overkoepelende orgaan op het gebied van retail (en horeca).

Toeristisch-recreatief platform

Voor toeristisch-recreatieve ondernemers ontbreekt anno 2022 structurele samenwerking. Gestreefd wordt om wederom een toeristisch-recreatief platform (TRP Boxtel) op te richten, met als doel het verenigen van het aanbod en gezamenlijk inzetten op het aantrekken van bezoekers van verder weg en het bedienen van eigen inwoners. Gestart wordt met het vormgeven van een bestuur voor het TRP. Dit bestaat bij voorkeur uit circa vijf

ondernemers, zowel dag- als verblijfsrecreatie. Het bestuur komt minstens één keer per twee maanden bij elkaar om gezamenlijke acties te bespreken. Op termijn is het denkbaar om van het TRP een officiële vereniging te maken, waarbij alle ondernemers uit de sector als lid kunnen aansluiten. Daarnaast kan het wenselijk zijn om een onafhankelijk voorzitter aan te stellen, iemand die kennis heeft van de sector en de gemeente, maar niet zelf als ondernemer werkzaam is. Het TRP is namens de toeristisch-recreatieve sector het aanspreekpunt richting gemeente.

Regiegroep bezoekerseconomie

Om de integraliteit en voortgang van het uitvoeringsprogramma te bewaken, wordt een regiegroep Bezoekerseconomie opgesteld. Hierin zitten een verantwoordelijke vanuit de gemeente, twee afgevaardigden van het toeristisch-recreatief platform en twee of drie afgevaardigden namens OWB. De beide wethouders hebben eveneens zitting in de regiegroep. De regiegroep komt zo'n 3 a 4 keer per jaar samen en bewaakt de vooruitgang van het uitvoeringsprogramma. Zij zijn niet zelf verantwoordelijk voor het uitvoeren van de acties. Het oprichten van zogenoemde werkgroepen kan helpen bij de uitvoering, maar ook ondernemerscollectieven moeten hierin hun verantwoordelijkheid nemen.

Marketing ondersteuning

Beleef Boxtel speelt een prominente rol in het promoten van Boxtel en laten zien wat er te doen is in Boxtel. Het is belangrijk om op het gebied van marketing ondersteuning te zoeken bij een externe partij die hierin 'the lead' neemt. Zie bijlage 2 voor meer informatie hierover.

Uitvoering vanuit gemeente

Om gestelde ambities te kunnen realiseren is het van belang dat de gemeente een passende rol aanneemt en slim samenwerkt met de sector. Dat betekent ondernemers laten ondernemen en als gemeente faciliteren waar nodig. Daarnaast is voor bepaalde acties ook een uitvoerende rol nodig. Beide aspecten vragen om voldoende tijd en middelen vanuit de gemeente.

Coördinator bezoekerseconomie

De meeste punten uit het uitvoeringsprogramma vergen tijd en niet zozeer afzonderlijke financiële middelen. Er is lokaal en regionaal overleg nodig, het aanjagen van initiatieven, het monitoren van de voortgang en het meekrijgen van ondernemers in de gestelde ambities. Het is aan te bevelen hier voldoende capaciteit aan toe te wijzen. Zeker in het eerste jaar is het belangrijk dat e.e.a. goed op gang wordt gebracht en het toeristisch-recreatief platform opgezet wordt. Er moet meteen follow-up komen op deze visie om de gestelde ambities te realiseren.

De 'coördinator bezoekerseconomie' werkt sectoroverstijgend omdat de bezoekerseconomie en het uitvoeringsprogramma diverse afdelingen raakt. Diegene heeft echt eigenaarschap op dit thema en moet informeel leiderschap kunnen tonen om zo iedereen mee te krijgen, mensen te stimuleren. Het moet een projectleider / coördinator zijn die projecten gedaan krijgt en delegeert. Het moet iemand zijn met een externe oriëntatie naar ondernemers en netwerkpartners toe.

Voor het eerste jaar schatten we in dat de coördinator 1,5 – 2 dagen in de week hiermee bezig is. Daarna zal dit ongeveer 1 dag in de week zijn.

Financiering

Verdere middelen en uren zullen beschikbaar moeten zijn in de diverse afdelingen. Om tot uitvoering te komen, wordt dus gebruik gemaakt van bestaande middelen binnen de gemeente Boxtel. Daarnaast wordt slim aangehaakt bij regionale financiering.

Vanuit toerisme kan op termijn een hogere opbrengst vanuit toeristenbelasting worden verwacht. Bij een significante stijging, vloeit een deel van deze opbrengsten direct terug naar de sector. Daarnaast wordt met dagrecreatieve ondernemers bekeken hoe die bezoekers eveneens een bijdrage kunnen leveren aan de sector. De definitieve vorm hiervan wordt met ondernemers afgestemd.

Bijlagen



Bijlage 1: Schema organisatiestructuur

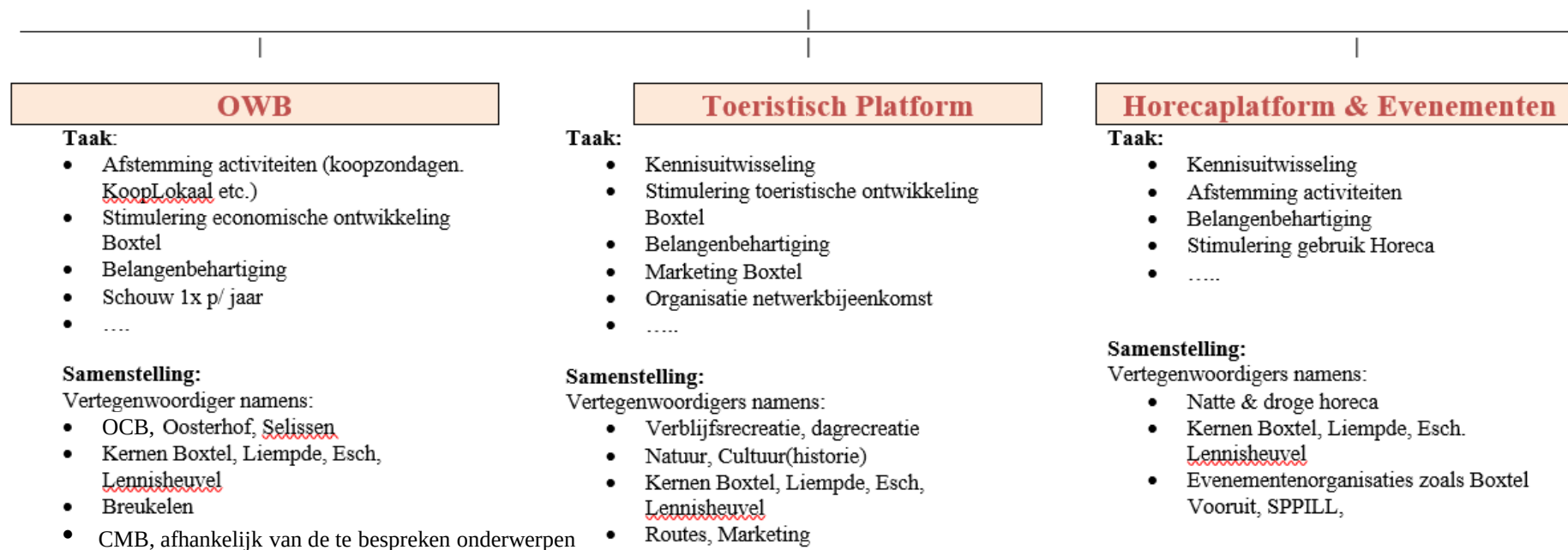
Regiegroep Bezoekerseconomie

Taak:

- Voortgang uitvoeringsprogramma
- Prioriteiten stellen
- Stimulering initiatieven
- Initiatieven programmabegroting & subsidieaanvraag

Samenstelling:

- Onafhankelijk voorzitter
- Deelnemers OWB, TP, Horeca & evenementen
- POHO's gemeente



Bijlage 2: Lokale marketing en gastheerschap

Gastheerschap en marketing

De gemeente Boxtel heeft advies gevraagd over het vormgeven van de lokale marketing van Boxtel. Reden hiervoor is het aflopende contract met de VVV Noordoost-Brabant.

Er is geen eenduidig antwoord op de vraag hoe de marketing van Boxtel vormgegeven kan worden. Hier spelen een aantal zaken een rol die helpen bij de (latere) afweging.

Allereerst is het belangrijk om onderscheid te maken tussen marketing en gastheerschap:

- **Gastheerschap** gaat over mensen die in het gebied zijn en die je wegwijs wilt maken in het gebied. Het gaat hier over folders en routes, maar ook over toeristische informatiepunten.
- **Marketing** gaat over mensen die nog niet in het gebied zijn naar je gebied trekken. Marketing zorgt ervoor dat potentiële bezoekers op de hoogte gebracht worden van hetgeen te beleven is in Boxtel. Toeristische marketing is anders dan algemene marketing van commerciële bedrijven en vraagt om kennis over bezoekersmarketing.

Voor toeristische gebieden is het belangrijk om zowel gastheerschap als marketing in te zetten. Belangrijk hierbij is te realiseren dat het twee verschillende zaken zijn, die goed gecombineerd kunnen worden mits men zich daarvan bewust is. Van oudsher hielden destinatie marketing organisaties (DMO's) zich bezig met het stukje marketing en VVV's met gastheerschap. Vandaag de dag zijn de taken overlappend.

Marketing op verschillende niveaus

Destinatiemarketing gebeurt op verschillende schaalniveaus. NBTC Holland Marketing houdt zich bijvoorbeeld bezig met het vermarkten van heel Nederland. Boxtel heeft daar geen directe plek in, maar Brabant wordt meegenomen en er zijn diverse verhaallijnen die in het buitenland worden gepromoot waar haakjes zitten voor Boxtel (bijvoorbeeld verhaallijnen Vincent van Gogh en De Nederlandse keuken). Op provinciaal niveau houdt Visit Brabant zich bezig met de promotie. Visit Brabant kijkt over de gemeentegrenzen heen en toont interessant aanbod, ongeacht locatie. De manier waarop je als Brabantse gemeenten een plek krijgt op de website, hangt voornamelijk af van het aanbod binnen de gemeente. Visit Brabant neemt Boxtel nadrukkelijker mee dan bijvoorbeeld NBTC Holland Marketing dat doet, maar Visit Brabant houdt zich niet nadrukkelijk bezig met het vermarkten van Boxtel. VVV Noordoost-Brabant is hier tot eind 2022 verantwoordelijk voor, daarna staat het nog open hoe het vormgegeven gaat worden. Belangrijk om hierbij de verschillende schaalniveaus in gedachten te houden. Het is belangrijk om op lokaal niveau goede marketing in te zetten, maar gemeenten hebben over het algemeen provinciale marketingorganisaties nodig om groter publiek te bereiken. Lokaal en regionaal/provinciaal kunnen elkaar zo versterken.

Advies Ginder

Wij – Ginder – zien in veel gemeenten het vraagstuk ontstaan rondom het invullen van lokale marketing en gastheerschap. De vraag wie hier uiteindelijk invulling aan moet geven, is wat ons betreft minder relevant. Het gaat om de vraag wat er precies mee bereikt moet worden.

Hierbij is het wat ons betreft belangrijk om je bewust te zijn van zowel de kracht van gastheerschap, als de kracht van marketing. *Gastheerschap* kan worden ingevuld in de vorm van bijvoorbeeld toeristische informatiepunten bij bestaande ondernemers. De nog te ontwikkelen Toegangspoort is eveneens een mogelijke locatie. Voor het vormgeven van *marketing* is het belangrijk om een partij te kiezen die verstand heeft van bezoekersmarketing. Dit betreft zowel online als offline marketing, afhankelijk van gewenste resultaat.

Bij voorkeur wordt gastheerschap en marketing passend gecombineerd zodat de totale bezoekersjourney (vanaf het zoeken naar een reis tot bij terugkomst van de reis) wordt bediend. Het is aan te raden hier één partij te zoeken die de totale focus op Boxtel heeft. Regionaal kan worden aangesloten bij Visit Brabant.

Mogelijke manier van samenwerken met een partij

De vraag is op welke manier de gemeente Boxtel een samenwerking kan aangaan met een externe partij en hoe dit juridisch vormgeven kan worden. In Nederland bestaan vier contractuele opties:

1. DAEB staat voor '**dienst van algemeen economisch belang**'. Een DAEB kan worden uitgezonderd van de gewone mededingingsregels van het EU Werkingsverdrag als dat nodig is voor het functioneren ervan. De diensten van algemeen economisch belang zijn de activiteiten op het gebied van commerciële dienstverlening waarbij taken van algemeen belang worden vervuld. Daarvoor gelden van overheidswege specifieke verplichtingen inzake openbare dienstverlening (www.ensie.nl/minbuza/daeb). Een DEAB werkt met een doelstelling en afspraken met een looptijd van 5 tot 10 jaar. Deze afspraken verminderen de politieke afhankelijkheid. De gemeente kan

het bijdragebedrag tussentijds aanpassen. Daarnaast moet aangetoond worden dat er geen publiek geld aan private zaken wordt besteed, denk aan bijvoorbeeld aan een boekingsplatform of winkel. Duidelijke splitsing in financiële stromen waarin publieke en private taken zijn gescheiden is hierbij cruciaal. Alkmaar Marketing werkt bijvoorbeeld met een DAEB.

2. Bij een **aanbesteding** wordt leveranciers gevraagd een aanbod te doen tot het leveren van een dienst, welke dan voor een bepaalde periode wordt geleverd. Het voordeel is dat het bedrag vast staat en dat duidelijke prestatieafspraken mogelijk zijn. Het nadeel is dat oude investeringen(mogelijk) teniet worden gedaan en dat veelal kosten gemoeid zijn met het behouden van het intellectueel eigendom (logo's, merken, teksten, websites, et cetera), doordat de aanbesteder feitelijk geheel opnieuw moet gaan starten.
3. Er is sprake van **inbesteding** wanneer een gemeente besluit zelf de promotie en gastheerschapstaken uit te (laten) voeren. Er is daarbij geen sprake van een overeenkomst met een derde partij, maar de gemeente pakt zelf de werkzaamheden op. Nadeel is dat er minder privaat geld aan de activiteiten besteed mag worden (maximaal 20%). Dit zet de verenigingsgedachte onder druk. In ruil daarvoor krijgt de gemeente wel meer ruimte om inhoudelijk mee te beslissen.
4. De laatste optie is de **subsidie relatie**. Daarbij stelt de gemeente een subsidie beschikbaar op basis van de subsidieverordening. Hierbij kunnen separate eisen aan de subsidienemer worden gesteld of concrete doelen worden geformuleerd. Het gesubsidieerde bedrag kan tussentijds door de gemeente worden gewijzigd. Veel VV's werken met deze constructie.

Advies Ginder

Wij adviseren in eerste instantie om een duidelijke uitvraag op te stellen met daarin omschreven de gewenste resultaten en duidelijke doelen. Vervolgens kunnen via een aanbesteding diverse (lokale) partijen worden gevraagd een offerte uit te brengen. Op basis daarvan kan een keuze worden gemaakt.

Ginder
Brugstraat 1A
5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 00
info@wijzijnginder.com
www.wijzijnginder.com

Sanne Westerink
Jikke van Haeften
Rien Romijn



komt voort uit

