



Strategische Onderzoeksagenda Vrijetijd domein Noord-Holland

Eindrapportage d.d. 5 november 2020



Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
2.	Aanpak	2
3.	Context	3
3.1	Afbakening vrijetijdsdomein	3
3.2	Kennisinfrastructuur in het Nederlandse vrijetijdsdomein	4
4.	Inhoud onderzoeksagenda.....	5
4.1	Uitdagingen in het vrijetijdsdomein.....	5
4.2	Algemene kennisbehoeften	7
4.3	Onderzoeksthema's	8
4.4	Concretiseren kennisbehoefte.....	9
4.5	Beschikbare en ontbrekende inzichten Noord-Holland	11
5.	Organisatie van de onderzoeksagenda	18
5.1	Mogelijkheden qua organisatie.....	18
5.2	Input vanuit de stakeholders	18
5.3	Verkenning bij enkele partners	19
5.4	Organisatiemodel.....	22
6.	Werkprogramma.....	24
6.1	Suggestie werkprogramma 2021 en 2022	24
6.2	Volgende stappen	25
	Bijlage 1: Overzicht beschikbare onderzoeken / gegevensbronnen	26

1. Inleiding

Jaarlijks bezoeken miljoenen mensen de regio's in Noord-Holland. Zo vonden in 2018 circa 50 miljoen overnachtingen plaats in Noord-Holland. En ondernamen inwoners van Noord-Holland 264 miljoen activiteiten: van een fietstocht tot een bezoek aan een museum, terras of natuurgebied in hun eigen provincie. Al deze mensen geven veel geld uit in Noord-Holland, de totale bestedingen bedroegen in 2018 tussen de € 15,97 en € 19,39 miljard. Deze bestedingen genereerden tussen de 140.000 en 188.000 banen in 2018 (ongeveer 10% van de totale Noord-Hollandse werkgelegenheid). Het vrijetijd domein heeft daarmee een aanzienlijk economisch belang in de provincie. Het vrijetijd domein wordt in 2020 echter hard geraakt door de coronacrisis en zal daar ook in 2021 nog de gevolgen van ondervinden. Onduidelijk op dit moment is hoe het domein zich de jaren erna zal ontwikkelen: is er sprake van herstel in de markt of is er in sommige opzichten sprake van blijvende verschuivingen?

Het vrijetijd domein biedt zowel kansen als uitdagingen, die vooral op regionale en lokale schaal voelbaar zijn. Zo kampten Texel en de MetropoolRegio Amsterdam (MRA) tot 2019 met bezoekersdruk en werkt de regio Noord-Holland-Noord aan een vitale verblijfsrecreatie. Universeel is de uitdaging om als sector in te spelen op de behoeften van de bezoeker. Doordat de regio's in Noord-Holland onderling verschillen in dynamiek en karakter kunnen de kansen/ uitdagingen per regio uiteenlopen.

Ongeacht de verschillen, vragen de uitdagingen en kansen om inzicht in het vrijetijd domein. Inzichten die voor overheid, bestemming marketing organisatie (DMO) en ondernemer noodzakelijk zijn om bewuste en onderbouwde beslissingen te kunnen nemen. In tijden waar veel data (o.a. big data) beschikbaar lijken te zijn, ontbreekt het echter in het vrijetijd domein vaak aan basisgegevens. Denk hierbij aan bezoekersaantallen op bestemmingsniveau en gegevens over het aanbod. Hierdoor is het onmogelijk om inzicht te krijgen in de aard en omvang van de vraagstukken. Dit is een landelijk probleem, iedere regio en partij heeft in meer of mindere mate te maken met een gebrek aan actuele en/of volledige data.

Een strategische onderzoeksagenda vrijetijd domein Noord-Holland moet voor de verschillende regio's en partners in Noord-Holland een mogelijkheid bieden om te komen tot betere, regionale en actuele inzichten in het vrijetijd domein. Deze inzichten moeten partijen in staat stellen om te werken aan een vrijetijd domein dat in balans is met haar omgeving. Provincie Noord-Holland heeft CELTH¹ gevraagd om deze strategische onderzoeksagenda vrijetijd domein Noord-Holland in een interactief proces vorm te geven.

In deze rapportage wordt allereerst toegelicht welke aanpak is gevolgd bij de totstandkoming van de onderzoeksagenda. Vervolgens wordt de context beschreven: wat wordt verstaan onder het vrijetijd domein en wat is het belang van kennis en onderzoek voor dit domein? Deze context vormt het kader voor de inhoud van de onderzoeksagenda: welke opgaven zijn er, wat is de prioriteit van deze opgaven en welke onderzoeksvragen zijn daarbij relevant? Ten slotte worden adviezen gegeven ten aanzien van de organisatie en uitvoering van de onderzoeksagenda.

¹ CELTH, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, is een samenwerkingsverband van Breda University of Applied Sciences, NHL Stenden Hogeschool en HZ University of Applied Sciences, gericht op kennisontwikkeling in het brede vrijetijd domein.

2. Aanpak

CELTH heeft in een interactief proces gewerkt aan de totstandkoming van de strategische onderzoeksagenda. Door middel van enquêtes, interviews, werksessies en -gedurende de coronacrisis- online discussiebijeenkomsten, zijn veel stakeholders uit Noord-Holland betrokken, variërend van gemeenten, DMO's, recreatieschappen tot brancheorganisaties. De klankbordgroep "Commissie op reis" zorgde aanvullend voor input namens stakeholders gedurende het gehele proces. Op deze manier is getracht de inhoud van de onderzoeksagenda zoveel mogelijk af te stemmen op de informatiebehoefte van alle stakeholders in het vrijetijd domein in Noord-Holland. Onderstaand schema beschrijft de stappen die gedurende het proces zijn gezet.

1. Kennisbehoefte	Allereerst zijn de (huidige en toekomstige) opgaven in Noord-Holland en haar regio's inzichtelijk gemaakt. Deze geven inhoudelijk richting aan de onderzoeksagenda; iedere opgave vraagt immers om andere inzichten en dus andere data.	<ul style="list-style-type: none">• Enquête• Interviews• Interactieve werksessie op basis van simulatiespel SCITHOS• Expertsessie
2. Inventarisatie	Welke onderzoeken en databronnen zijn reeds beschikbaar of ontbreken nog in relatie tot het vrijetijd domein van Noord-Holland of haar regio's/ subsectoren?	<ul style="list-style-type: none">• Enquête• Desk research
3. Prioritering & fasering	Prioritering van inhoudelijke thema's op basis van urgentie opgaven en relevantie onderzoeksvragen. Tevens verkenning van mogelijkheden voor uitvoering agenda.	<ul style="list-style-type: none">• Webinar incl. interactieve discussie• Enquête• Interviews
4. Onderzoeksagenda	Agenda bevat inhoudelijke programmering van onderzoeksvragen, inclusief richtingen voor uitvoering	

3. Context

3.1 Afbakening vrijetijdsdomein

Het werkveld kent vele namen, na het aloude 'toerisme en recreatie' kwamen termen als 'vrijtijdseconomie', 'gastvrijheidseconomie' en 'bezoekerseconomie'. De introductie van deze nieuwe begrippen is vaak bedoeld om te tonen dat toerisme en recreatie een breder veld bestrijken dan de eerste associaties met verblijfsaccommodaties en fietsroutes. De nieuwe termen hebben als nadeel dat zij het domein nadrukkelijk in de hoek van de economie plaatsen. Dat is een beperking: het domein kent ook veel sociale, ruimtelijke en culturele facetten, die gezien het actuele debat over de balans tussen bezoekers, bewoners en bedrijven van groot belang zijn. Vandaar dat in het kader van deze onderzoeksagenda gekozen wordt voor de naam **vrijtijdsdomein**. Besloten is om het domein in deze agenda niet heel scherp af te bakenen.

Waarom? Zoals hiervoor omschreven, is het vrijetijdsdomein sterk verweven met allerlei onderdelen van de maatschappij, leefomgeving en economie. In Perspectief 2030 (NBTC, 2018) wordt gesteld dat toerisme een middel is om een nadrukkelijke bijdrage te leveren aan oplossingen voor grotere maatschappelijke vraagstukken die dienend zijn aan het algemeen belang (welzijn en welvaart) van Nederland. Daarbij worden vraagstukken benoemd als de Nederlandse identiteit, leefbaarheid, duurzaamheidsdoelstellingen en het creëren van werkgelegenheid. In andere documenten worden relaties met andere maatschappelijke thema's gelegd, zoals bijvoorbeeld in het Rli-advies 'Waardevol toerisme' met bereikbaarheid en erfgoed. Om in de onderzoeksagenda voldoende aandacht te hebben voor de verwevenheid met al deze sectoren en vraagstukken, wordt ervoor gekozen het domein niet heel scherp af te bakenen. Dit creëert (onderzoeks)ruimte om juist ook die verwevenheid en relaties te onderzoeken. Bovendien ontstaat zo ruimte om mee te bewegen met veranderingen in maatschappelijke opgaven.

Het vrijetijdsdomein is dus een heel breed domein, waarin de bezoeker met diens activiteiten en de bewoner met diens vrijetijdsactiviteiten centraal staan. Zij worden bediend door een breed palet van private als publieke partijen. Een bezoeker komt meestal niet vanwege één bedrijf naar een regio, maar vanwege het samenspel tussen verblijf, horeca, vermaak, landschap, winkels, vervoer etc. Het gaat in het vrijetijdsdomein dan ook niet om het aanbod van één product, maar er is sprake van een samengesteld product, waarbij verschillende aanbieders zijn betrokken. En ten slotte is er sprake van natuur, landschap, stedelijke omgeving en leefomgeving: de plekken waar veel bezoeken en vrijetijdsactiviteiten plaatsvinden en waar de fysieke inrichting alsmede de sociale structuur bepalend zijn voor het goed functioneren van het vrijetijdsdomein – ook al zijn deze plekken niet louter voor het vrijetijdsdomein bedoeld. Het laat zien hoe sterk het vrijetijdsdomein verweven is met allerlei onderdelen van de maatschappij, economie en leefomgeving.

Het vrijetijdsdomein draait dus om bezoekers en bewoners en de bedrijven (en publieke organisaties) die hen voorzien van producten, diensten en plekken, al dan niet specifiek gericht op het vrijetijdsdomein.

N.B. De term vrijetijdsdomein zou kunnen impliceren dat zakelijke bezoekers zijn uitgesloten van de definitie. Bezoek met een zakelijk motief is immers per definitie geen vrijetijdsactiviteit. Veel zakelijke activiteiten maken echter gebruik van het vrijetijdsdomein (zoals overnachten in hotel, horecabezoek, toeristische nevenactiviteiten). Daarom is zakelijk bezoek ook onderdeel van het vrijetijdsdomein

3.2 Kennisinfrastructuur in het Nederlandse vrijetijd domein

Het vrijetijd domein werd jarenlang gezien als een domein dat met name bijdroeg aan economische ontwikkeling en levendigheid van bestemmingen. Kennis en onderzoek richtten zich vooral op aantallen bezoekers, gedrag van bezoekers en de economische spin-off daarvan. De laatste jaren is er meer oog voor de mogelijk nadelige effecten van het vrijetijd domein en is er meer aandacht voor de waarde van het vrijetijd domein voor omgeving en samenleving.

In 2018 zette NBTC Holland Marketing de toon met hun visie 'Perspectief 2030', waarin de ambitie werd benoemd dat in 2030 toerisme waardevol moet zijn voor alle inwoners. In deze visie wordt gesteld dat ingezet moet worden op activiteiten die een bijdrage leveren aan het gedeelde belang van bezoekers, bewoners en bedrijven, om zo Nederland als bestemming toekomstbestendig te ontwikkelen. Vervolgens presenteerde de Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli) in 2019 hun advies "Waardevol toerisme, de leefomgeving verdient het". De Rli gebruikte in hun advies een model waarmee zij de balans (of disbalans) tussen toerisme en verschillende domeinen van de fysieke en sociale leefomgeving zichtbaar maken. Waar de ene regio te maken heeft met bezoekersdruk, zou de andere juist baat kunnen hebben bij meer bezoekers. Om te weten wat de positie en opgave voor elke regio is, is er veel kennis nodig over het vrijetijd domein in relatie tot de omgeving.

In zowel Perspectief 2030 als het RLI-advies werd echter geconstateerd dat er onvoldoende (structureel) inzicht is in het vrijetijd domein. In het Perspectief 2030 geeft men aan dat er behoefte is aan actuele, volledige en betrouwbare data om sturing en richting te geven aan besluitvorming, ontwikkeling en beleid. Op dit moment is het moeilijk te bepalen of een bestemming in balans is en in welke omvang de ontwikkelruimte en opgaven zijn. Het gebrek aan actuele en betrouwbare data op regionaal niveau maakt het volgens de Raad onmogelijk om de effecten van beleidskeuzes te meten.

De Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (2019) "adviseert het Rijk om, in samenwerking met provincies en gemeenten, een meerjarige agenda vast te stellen voor het opbouwen en onderhouden van een krachtige kennisinfrastructuur".

In deze context is in 2019 de *Landelijke Data Alliantie* opgericht. De Landelijke Data Alliantie (LDA) verbindt partijen zoals DMO's, provincies, kennisinstellingen en het Ministerie van EZK en wordt gecoördineerd door NBTC Holland Marketing. Doel is om meer afstemming te creëren over bestaande data en kennis, waar nodig via aanvullend onderzoek ontbrekende data te verzamelen en tot slot de relevante data en inzichten te ontsluiten en ontwikkelingen te monitoren. De deelnemers van de LDA zien vooral veel mogelijkheden voor verbetering van data en inzichten in de zin van verdieping (meer regionalisering), actualiteit en vergelijkbaarheid tussen regio's. Onderzoeken die vanuit de LDA worden gecoördineerd moeten meerwaarde hebben voor de verschillende regio's in Nederland en dus ook voor Noord-Holland, doordat o.a. de kosten kunnen worden gedeeld en de opzet wordt afgestemd zodat uitkomsten actueel, betrouwbaar en vergelijkbaar zijn.

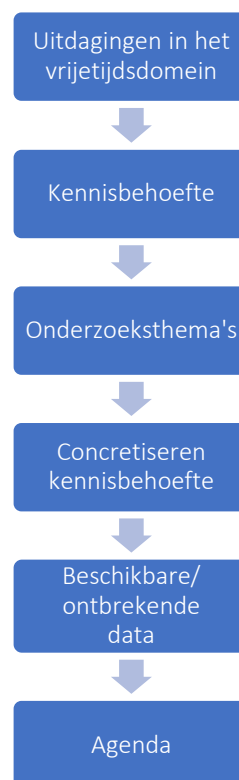
Naast de LDA is er ook het *Data & Development Lab Bestemming Nederland* (DDL) richten NBTC, het CBS en CELTH zich op de gezamenlijke ontwikkeling van nieuwe data en inzichten. Projecten hebben een experimenteel karakter en worden steeds opgezet rondom een actueel thema, gebruikmakend van zowel bestaande als nieuwe databronnen en technieken. Binnen de DDL-projecten werken de drie partijen nauw met elkaar samen. Juist door kennis vanuit het onderwijs (CELTH), de markt (NBTC) en de beschikbare data (CBS) te bundelen, krijgen projecten meer diepgang zonder de praktische toepasbaarheid uit het oog te verliezen.

4. Inhoud onderzoeksagenda

Startpunt bij het ontwikkelen van de strategische onderzoeksagenda zijn de uitdagingen die in Noord-Holland en haar regio's spelen in het vrijetijd domein. Deze geven inhoudelijk richting aan de onderzoeken en de te monitoren indicatoren. Vervolgens is er gekeken welke kennisbehoefte de stakeholders in Noord-Holland vooral hebben. De uitdagingen gecombineerd met kennisbehoeften konden worden samengevoegd tot vijf onderzoeksthema's.

Deze thema's zijn opnieuw voorgelegd aan de stakeholders uit Noord Holland om de prioriteiten te bepalen. Per onderzoeksthema is vervolgens een aantal onderzoeksvragen voorgesteld, om zo de kennisbehoefte nader te concretiseren. Stakeholders konden de relevantie en gewenste frequentie aangeven en toelichten voor welke beleidsdoelstellingen men deze kennis nodig heeft. Tot slot is voor de relevante onderzoeksvragen gekeken in welke mate de regio's binnen Noord-Holland nu al kunnen beschikken over de gewenste kennis en data.

Zo ontstaat een agenda, waarin de reeds beschikbare data wordt ingebed en wordt weergegeven aan welke onderzoeksvragen nog moet worden gewerkt.



4.1 Uitdagingen in het vrijetijd domein

De thema's en uitdagingen die in Noord-Holland en haar regio's en deelsectoren spelen, geven inhoudelijk richting aan de onderzoeksagenda. In de enquête, die is verspreid onder de stakeholders in het vrijetijd domein van Noord-Holland, geven respondenten aan dat deze onderwerpen de komende jaren de belangrijkste zijn voor hun organisatie: de omgevingsvisie, marketing, verblijfsrecreatie, mobiliteit en waterrecreatie. Deels komen deze onderwerpen overeen met onderwerpen die zijn benoemd in de interviews en tijdens de expertsessie. Wanneer de uitkomsten worden samengevoegd, resulteert dit in de volgende uitdagingen in of gerelateerd aan het vrijetijd domein:

- *De omgevingsvisie en druk op de ruimtelijke leefomgeving*

De omgevingsvisie vormt voor met name de overheden in de enquête een belangrijk onderwerp. Deze strategische visie voor de fysieke leefomgeving heeft betrekking op alle (beleids)terreinen. Tijdens de expertsessie werd nadrukkelijk de *druk op de ruimte* benoemd als uitdaging voor de komende jaren. Druk in de publieke ruimte, maar ook druk op de ruimtelijke leefomgeving. Deze druk op de ruimtelijke leefomgeving uit zich op meerdere manieren. Zo neemt het ruimtebeslag van het vrijetijd domein zelf toe door uitbreiding / toevoeging van hotels, attracties en vakantieparken, waarbij er steeds vaker sprake is van 'strijd' met andere ruimtegebruikers als energie, wonen, natuur en landbouw. Een ander effect is zichtbaar op vakantieparken, waar steeds meer mensen zich (semi-) permanent vestigen vanwege het gebrek aan woonruimte in de regio. Actueel voorbeeld betreft de toegenomen bezoekersaantallen in parken en natuurgebieden als gevolg van de coronamaatregelen. Al deze ruimtelijke vraagstukken hebben een interdisciplinair karakter, waardoor deze vraagstukken moeten worden verbonden aan andere beleidsterreinen.

- *Van marketing naar bezoekersmanagement*

Een ander onderwerp dat veelvuldig door de respondenten van de enquête wordt genoemd is marketing. Marketing is een “middel” om bepaalde bezoekers te trekken. Uit de interviews en werksessies blijkt onder meer dat binnen Noord-Holland op verschillende wijzen wordt omgegaan met het groeiende vrijetijd domein. Afhankelijk van de regio zien respondenten van de interviews mogelijkheden om meer of andere typen bezoekers te trekken. Een doel dat Amsterdam & Partners al geruime tijd niet meer nastreeft.

“Voorheen was het Amsterdam Marketing en lag de nadruk op het woord marketing. Wij voeren al sinds 2013 geen marketing meer uit om bezoekers naar de stad te trekken. Wij proberen de bezoekers te spreiden en te gidsen door de metropoolregio.” (Amsterdam & Partners)

MRA geeft aan dat de bestemming Amsterdam groter is dan de stad en wil daarom het groeiend aantal bezoekers spreiden en verleiden om andere delen van de regio te bezoeken. Te veel bezoekers leidt volgens de experts tot spanning tussen bezoekers en bewoners. Het verleiden naar een andere regio vraagt om verdere (door)ontwikkeling van bijvoorbeeld de Gooi & Vechtstreek als bestemming. Het al dan niet aantrekken of juist willen spreiden van bezoekers is per bestemming een zoektocht naar balans.

- *Toekomstbestendig aanbod*

Vanuit de enquête blijkt dat respondenten uit Noord-Holland-Noord veel behoefte hebben aan inzicht in de vitaliteit en toekomstbestendigheid van het aanbod, met name in de deelsectoren verblijfs- en waterrecreatie. De vitaliteit van het aanbod wordt mede bepaald door de mate waarin bedrijven in staat zijn in te spelen op de vraag van (toekomstige) bezoekers. Alle regio's vinden het van belang dat het aanbod aansluit bij de behoeften van de bezoeker en -in sommige gevallen- de bewoner. Daarnaast zijn volgens de experts aspecten als duurzaamheid en energieneutraal belangrijk in relatie tot de toekomstbestendigheid van het aanbod. Voor de sector zelf is het belangrijk dat er een eerlijk speelveld wordt gecreëerd in het verblijfs- en vrijetijdsaanbod, bijvoorbeeld met betrekking tot Airbnb en thuisbezorgd.nl.

- *Mobiliteit & bereikbaarheid*

Een ander belangrijk onderwerp voor de komende jaren dat respondenten aangaven is mobiliteit/bereikbaarheid. In sommige gevallen ligt de focus van respondenten op het recreatief fietsgebruik. Daarnaast is het willen spreiden (over tijd en ruimte) of juist aantrekken van bezoekers gedeeltelijk een bereikbaarheidsvraagstuk, dat in veel gevallen een bepaalde regio overstijgt. Bereikbaarheid/mobiliteit is niet alleen een onderwerp in het vrijetijd domein, het is ook belangrijk voor andere sectoren en de leefbaarheid van een regio (bijv. bereikbaarheid werk, scholen en ziekenhuizen). Deelnemers aan de expertsessie zien met het oog op 2030 veranderingen in de mobiliteit ontstaan, zo verwacht men dat

- verdere globalisering resulteert in internationalere vervoerstromen die vooral in het MRA gebied dienen te worden gefaciliteerd;
- nieuwe en meer elektrische vervoersmiddelen om aanpassingen vragen in de infrastructuur;
- een toename van het aantal bezoekers tot infrastructurele infarcten zal leiden;
- klimaatverandering om mobiliteitsalternatieven vraagt.

- *Krapte op de arbeidsmarkt*

Ondanks dat de arbeidsmarkt relatief weinig wordt genoemd door de respondenten van de enquête, vormt het wel een belangrijk onderwerp tijdens de interviews en werksessies. Het tekort aan werknemers zou in de toekomst een remmende factor kunnen zijn op de

(door)ontwikkeling van een bestemming. Het tekort wordt volgens deelnemers van de expertsessie mede veroorzaakt door het imago van de sector.

Bovenstaande uitdagingen leiden volgens de geïnterviewden tot verschillende kennisbehoeften om bijvoorbeeld de effecten van spreidingsstrategieën of marketingcampagnes te meten, om bepaalde strategieën bij te sturen. Meer inzicht in de uitdagingen zijn volgens enkele geïnterviewden ook zinvol om beleidsopgaven of de tijdsinzet te prioriteren.

4.2 Algemene kennisbehoeften

Over welke kennis willen de organisaties beschikken in relatie tot het vrijetijdsdomein? Welke inzichten zijn nodig in relatie tot eerder genoemde vraagstukken/ thema's? Aan welke inzichten ontbreekt het tot dusverre?

- *Inzicht in bezoekers (vraag)*

De respondenten hebben met name behoefte aan kennis over de bezoekers om keuzes te maken in beleid en strategieën, maar ook om de effecten te kunnen bepalen van bijvoorbeeld beleid en acties gericht op spreiding in tijd en ruimte

De respondenten van de interviews, enquêtes en werksessies verdelen de benodigde kennis omtrent bezoekers in omvang, behoeften en motief van de bezoekers om een bepaalde bestemming te bezoeken. Daarnaast zouden bezoekersonderzoeken inzicht moeten bieden in het gedrag van verschillende type bezoekers (o.a. binnenlands, inkomend en verblijf- en dagbezoekers) middels het in kaart brengen van de klantreis ('customer journey').

Een belangrijke groep bezoekers waar geïnterviewden niet of nauwelijks inzicht in hebben zijn dagbezoekers. Dit maakt dat er geen inzicht is in het totaal aantal bezoekers van een bepaalde regio.

- *Inzicht in het vrijetijdsaanbod*

Behalve data over de vraagzijde is met name tijdens de werksessies door de deelnemers aangegeven dat het noodzakelijk is om inzicht te krijgen in het vrijetijdsaanbod, zoals accommodaties, attracties et cetera. Deelnemers van de werksessie maken hierbij onderscheid tussen inzicht in kwalitatieve en kwantitatieve zin. In kwalitatieve zin vraagt een regio/bestemming om inzicht in het DNA/identiteit van een regio. Volgens de deelnemers is het DNA van een bestemming belangrijk om de draagkracht te kunnen bepalen in relatie tot het vrijetijdsdomein. Daarnaast is kwantitatief inzicht in het aanbod van verblijfsaccommodaties, vrijetijdsvoorzieningen en recreatieve infrastructuur belangrijk.

- *Impact*

Mede op basis van bovenstaande inzichten zou het effect van het vrijetijdsdomein op een regio/bestemming inzichtelijk moeten worden gemaakt. Dit helpt overheden en ondernemers om wel overwogen beslissingen te maken. Impactstudies in relatie tot leefbaarheid en economie zouden volgens geïnterviewden op verschillende schaalniveaus moeten worden uitgevoerd (lokaal/regionaal/nationaal).

Randvoorwaarde: vergelijkbare data

Vaak zijn inzichten, bijvoorbeeld over dagbezoekers, niet aanwezig of niet volledig waardoor het totaal aantal bezoekers niet goed kan worden bepaald. Waar de ene regio in Noord-Holland wel beschikt over inzichten in de bezoeker, geldt dat niet per se voor alle regio's in Noord-Holland.

Indien bepaalde inzichten wel voor meerdere regio's aanwezig zijn, is de kans aanwezig dat ze onderling niet vergelijkbaar zijn. In sommige gevallen worden volgens geïnterviewden andere definities of meetmethodieken gehanteerd. Bijvoorbeeld, moeten bezoekers aan een groot tuincentrum wel of niet moeten worden meegenomen? Volgens een geïnterviewde is het hanteren van dezelfde definities noodzakelijk om onderzoeksresultaten met elkaar te kunnen vergelijken. Op dit moment ontbreekt het vaak aan eenduidige en betrouwbare cijfers op regionaal/ gemeentelijk niveau.

4.3 Onderzoeksthema's

De kennisbehoeften spitsen zich toe op benodigde inzichten voor uitdagingen *binnen* de sector: *de toekomstbestendige vrijetijdssector en van marketing naar bezoekersmanagement- spreiden en aantrekken van bezoekers*. Voor deze uitdagingen zijn inzichten nodig in vraag en aanbod en de impact daarvan. Dit komt sterk overeen met de onderwerpen die gedefinieerd zijn in het werkprogramma van de Landelijke Data Alliantie (LDA – www.landelijkedataalliantie.nl) en kunnen worden beschouwd als basisinzichten.

Daarnaast is ook een drietal uitdagingen benoemd die sterk verweven zijn met andere beleidsdomeinen. Bij deze uitdagingen is het enerzijds nodig om inzichten over vraag en aanbod binnen de sector te hebben, maar zijn ook kennis en inzichten nodig over andere thema's. Dit alles overwegende, kunnen vijf onderzoeksthema's worden benoemd:

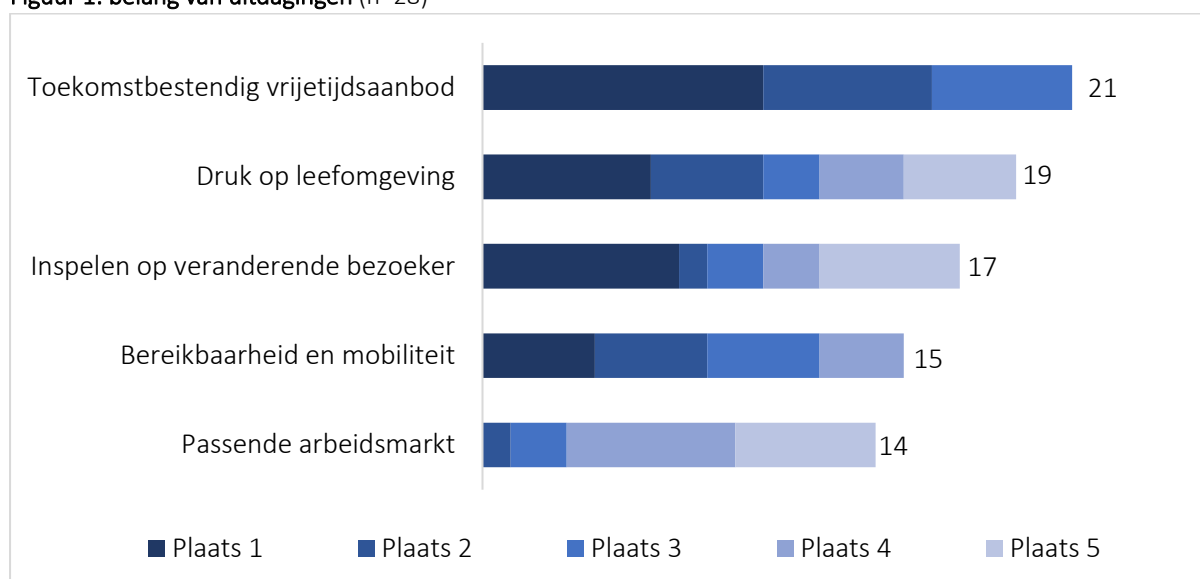
- BASIS: Inzicht in de bezoeker
- BASIS: Inzicht in het vrijetijdsaanbod
- Druk op leefomgeving
- Bereikbaarheid
- Arbeidsmarkt

4.4 Concretiseren kennisbehoefte

Met behulp van een online enquête zijn stakeholders gevraagd om hun kennisbehoefte nader te concretiseren. 76 personen zijn uitgenodigd om de enquête in te vullen; 42 respondenten hebben (een deel van) de enquête ingevuld. 30 van hen werken voor een gemeente, een samenwerkingsverband van gemeenten of regio. 7 personen werken voor een marketingorganisatie en 3 respondenten werken bij een recreatieschap. 22 personen zijn werkzaam in de Metropoolregio Amsterdam, 16 personen in Noord-Holland-Noord en 2 personen hebben een provinciaal perspectief.

Allereerst is men gevraagd om de vijf geïdentificeerde uitdagingen in of gerelateerd aan het vrijetijdsdomein in volgorde van belang te zetten, om te bepalen welke uitdagingen voor hen het meest urgent zijn.

Figuur 1: belang van uitdagingen (n=28)



De uitdaging 'Toekomstbestendig vrijetijdsaanbod' is het meest gekozen door respondenten en ook het vaakst als meest belangrijk benoemd. De indruk bestaat dat dit mogelijk mede onder invloed van de coronacrisis is; gedurende 2020 is er enorm veel behoefte aan inzicht in de effecten van de crisis op bedrijven en organisaties in de sector. 'Druk op de leefomgeving' is daarna het meest gekozen, maar 'Inspelen op de veranderende bezoeker' is net iets vaker op de 1e plaats gezet. 'Passende arbeidsmarkt' wordt geen enkele keer als meest belangrijk benoemd.

Kijkend naar regio is zichtbaar dat respondenten uit de Metropoolregio Amsterdam aanbod en leefomgeving het meest belangrijk vinden, op de voet gevolgd door inspelen op de veranderende bezoeker. In Noord-Holland-Noord worden aanbod, bereikbaarheid en inspelen op de veranderende bezoeker het meest belangrijk gevonden.

Per uitdaging zijn een aantal mogelijke onderzoeksvragen voorgelegd, met het verzoek aan te geven in welke mate deze vraag relevant is en met welke frequentie deze inzichten gewenst zijn. 42 respondenten hebben hiervoor input gegeven. In de tabel op de volgende pagina worden alle onderzoeksvragen getoond die voor tenminste de helft van de respondenten relevant of zeer relevant zijn. In de tabel wordt tevens aangegeven in hoeverre de onderzoeksvraag betrekking heeft op *kennisontwikkeling* of *monitoring* (laatste kolom). Voor veel onderzoeksvragen wordt in (delen van) Noord-Holland of elders al onderzoek gedaan, daardoor is al bekend welke onderzoeksmethoden mogelijk zijn en gaat het dus vooral om het organiseren van de uitvoering: *monitoring*. Voor een deel van de onderzoeksthema's gaat het niet alleen om het organiseren van de uitvoering, maar ook om het

identificeren, selecteren en ontwikkelen van het instrumentarium en handelingsperspectieven; het gaat meer om 'hoe?'. In deze gevallen gaat het om meer strategische *kennisontwikkeling*. Deze onderzoeken gaan veel meer om het samen werken aan innovatieve oplossingen. Monitoring komt in deze projecten pas in een veel latere fase aan de orde.

<i>Tabel gebaseerd op antwoorden van 42 stakeholders</i>	Relevantie	Gewenste frequentie	Kennis of monitoring
Toekomstbestendig vrijetijdsaanbod			
• Bedrijfseconomische prestaties aanbod	94%	Jaarlijks	Monitoring
• Aansluiting aanbod op markt vraag	83%	Eens per 2 jaar	Kennis
• Aanbodanalyse verblijfsaccommodaties, watersport, attracties, routes (kwantitatief: aantallen, capaciteit, vestigingslocatie)	77%	Jaarlijks	Monitoring
• Aanbodanalyse kwalitatief (match leefstijlen)	77%	Eens per 2 jaar	Monitoring
Druk op leefomgeving			
• Onderzoek bredere toegevoegde waarde van het vrijetijd domein voor de leefomgeving	82%	Eens per 2 jaar	Kennis
• Onderzoek naar effectieve uitvoering crowd/visitor management	74%	Eens per 2 jaar	Kennis
• Onderzoek draagvlak voor toerisme bij inwoners	71%	Eens per 4 jaar	Kennis & monitoring
• Onderzoek fysieke draagkracht van gebieden voor toerisme	59%	Eens per 4 jaar	Kennis & monitoring
Inspelen op de veranderende bezoeker			
• Aantal dagbezoekers in de gemeente / regio	98%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Onderzoek gedrag bezoekers (activiteiten en bestedingen)	95%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Aantal verblijfsbezoekers in de gemeente / regio	93%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Onderzoek profiel bezoekers	93%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Onderzoek behoeften bezoekers	90%	Eens per 4 jaar	Monitoring
• Prognoses bezoekersaantallen en -gedrag	90%	Eens per 4 jaar	Kennis
• Onderzoek waardering bezoekers	88%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Aantal vrijetijdsactiviteiten van eigen inwoners	83%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Analyse consumententrends	69%	Eens per 4 jaar	Monitoring
Bereikbaarheid en mobiliteit			
• Gebruikersonderzoek recreatieve routestructuren	91%	Jaarlijks	Monitoring
• Onderzoek verplaatsingen bezoekers en bewoners – welke trajecten met welk vervoermiddel op welk moment	88%	Jaarlijks	Monitoring
• Onderzoek mobiliteitsbehoeften nu en in de toekomst	82%	Eens per 2 jaar	Kennis
• Onderzoek mobiliteitsbehoeften & knelpunten bezoekers/bewoners	76%	Eens per 2 jaar	Kennis
• Toegankelijkheid/inclusiviteit ('accessible tourism')	76%	Eens per 4 jaar	Monitoring
• Ontwikkelen van multimodaal mobiliteitsconcept	64%	Eens per 4 jaar	Kennis
• Onderzoek naar potenties en implicaties van Mobility as a Service	61%	Eens per 4 jaar	Kennis
• Prognoses verplaatsingen tbv crowd management	56%	Eens per 2 jaar	Kennis

<i>vervolg tabel</i>	Relevantie	Gewenste frequentie	Kennis of monitoring
Passende arbeidsmarkt			
• Aantal banen, per deelsector	72%	Jaarlijks	Monitoring
• Onderzoek imago van de vrijetijdsector bij (potentiële) werknemers	72%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Evaluatie programma's die vraag en aanbod van arbeid matchen	69%	Eens per 4 jaar	Kennis
• Aantal vacatures, prognose aantal vacatures	66%	Jaarlijks	Monitoring
• Aantal medewerkers met "afstand tot arbeidsmarkt"	56%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Aantallen studenten bij opleidingen (MBO, HBO, WO)	56%	Eens per 2 jaar	Monitoring
• Opleidingsniveau medewerkers	50%	Eens per 4 jaar	Monitoring

Beleidsrelevantie

Met betrekking tot de relevantie is niet alleen gevraagd of men een onderzoeksvraag relevant vindt, aanvullend is per uitdaging ook gevraagd welke (beleids)doelstellingen men daarmee zou willen meten, om een nader beeld te krijgen van de achtergronden van de kennisbehoefte. Gaan partijen de data ook daadwerkelijk gebruiken in hun beleidsontwikkeling? Bij de verschillende uitdagingen worden deels overlappende doelstellingen genoemd, daarom een gebundeld overzicht:

- Data als input voor strategiebepaling
- Aansluiting vraag en aanbod (vitaliteit, kwaliteitsverbetering, productontwikkeling)
- Economische groei / spin-off van toerisme, gemeten in aantal bezoekers, bestedingen, banen
- Balans tussen samenleving/natuur en toerisme/recreatie
- Drukte en spreiding
- Inzet op juiste profilering van bestemming
- Nut en noodzaak van subsidies/ overheidsbijdragen
- Effecten meten van marketing/campagnes
- Verbeteren bereikbaarheid
- Verduurzamen verplaatsingen
- Voldoende personeel van voldoende kwaliteit
- Aansluiting arbeidsmarkt en opleiding, werk en verblijfslocaties
- Regionale binding: jongeren voor regio behouden door verbinding arbeidsmarkt-onderwijs

4.5 Beschikbare en ontbrekende inzichten Noord-Holland

Inzicht in de bestaande onderzoeken en data in de regio's van Noord-Holland is belangrijk om te kunnen bepalen welke onderzoeken eventueel kunnen worden opgeschaald of welke ontbreken. Hiertoe is een enquête uitgevoerd bij stakeholders en is een brede inventarisatie gemaakt van beschikbare onderzoeken. Enerzijds heeft dit geresulteerd in een overzichtstabel die beschrijft welke onderzoeken reeds beschikbaar zijn. Anderzijds zijn gegevens uit al deze onderzoeken gebundeld in een rapportage over de huidige situatie van het vrijetijd domein in Noord-Holland.

In algemene zin kan worden gesteld dat er een groot verschil is in de mate waarin partijen onderzoek (laten) uitvoeren in het vrijetijd domein. Met name voor Amsterdam en de Metropoolregio Amsterdam wordt een breed scala van onderzoeken uitgevoerd, bij de meeste andere partijen zijn de middelen (uitgedrukt in menskracht en budget) voor onderzoek in het vrijetijd domein zeer beperkt.

- *Inzicht in de bezoeker*

Uit de enquête en inventarisatie blijkt dat de nadruk van de huidige onderzoeken op bezoekers ligt. Deze onderzoeken bieden inzicht in omvang, het gedrag/customer journey en het profiel van de bezoeker. In sommige gevallen worden deze onderzoeken specifiek uitgevoerd voor een bepaalde regio, zoals de Metropoolregio Amsterdam. In andere gevallen staat in een bezoekersonderzoek een bepaald thema centraal, zoals (rivier)cruises, waterrecreatie of routegebonden recreatie. Ondanks de nadruk op bezoekers in al deze onderzoeken, is er slechts een gefragmenteerd beeld. Zo is er geen inzicht in het totaal *aantal* bezoekers en overnachtingen, doordat gegevens steeds betrekking hebben op een deel van de markt. Een regionale of lokale doorvertaling van deze cijfers kan slechts op onderdelen plaatsvinden. Over het *gedrag* van de bezoeker in Noord-Holland is meer bekend, mede door diverse landelijke en regionale onderzoeken. Ook hierbij geldt dat het steeds gaat om een deel van de markt of een deel van de provincie.

- *Inzicht in het vrijetijdsaanbod*

Onderzoeken naar het aanbod hebben veelal betrekking op het logiesaanbod. Vaak gaat het om kwantitatieve inzichten, maar ook gaat het om het bepalen van de vitaliteit of ontwikkelkansen van een deelsector. Er is geen compleet beeld voor Noord-Holland, maar ook niet voor de regio's. Inzicht in logies voor vaste gasten (jaarplaatsen, tweede woningen) en aanbod waterrecreatie ontbreekt, omvang van particuliere verhuur is deels in beeld. Inzichten in het overige vrijetijdsaanbod zijn eveneens summier, vaak zijn aanbieders van evenementen, attracties, musea wel beschikbaar maar ontbreekt het aan verdere informatie.

Inzicht in de bedrijfseconomische situatie van de sector is urgent als gevolg van de grote impact van de coronacrisis. Gegevens over omzetontwikkeling zijn in het najaar 2020 ontsloten in een dashboard van NBTC en CBS, maar lopen een jaar achter. Om de branche toekomstgericht te kunnen ondersteunen is het van belang meer actueel inzicht te hebben.

- *Druk op leefomgeving*

De toegevoegde waarde van het vrijetijd domein wordt in veel gevallen vooral vanuit economisch perspectief weergegeven. Recent is er wat meer aandacht voor de overige waardes die het vrijetijd domein kan hebben, maar ook voor de impact die het domein heeft. Onder de noemer overtoerisme is veel aandacht voor de overlast die onderdelen van het vrijetijd domein kunnen veroorzaken. Daarom is er nu aandacht voor de sociale leefomgeving, oftewel het perspectief van bewoners. Enkele partijen hebben onderzoek gedaan naar het draagvlak bij bewoners voor het vrijetijd domein. Vooral in Amsterdam is dit een belangrijk thema, maar ook Texel werkt hieraan. In Amsterdam is aanvullend ook onderzoek gedaan naar de fysieke draagkracht van wijken voor toerisme. Onderzoek naar overige onderwerpen binnen deze uitdaging staat in de kinderschoenen.

- *Bereikbaarheid*

De bereikbaarheid van een regio is belangrijk voor zowel het vrijetijd domein als leefbaarheid en andere domeinen. Enkele partijen geven aan onderzoek uit te voeren naar bereikbaarheid en mobiliteit. Hieruit blijkt dat deze onderzoeken ofwel breder zijn ingestoken dan het vrijetijd domein of specifiek voor een bepaalde regio gelden. Een andere mogelijkheid is dat het onderzoek zich richt op een zeer specifiek onderdeel van mobiliteit, zoals fiets- en wandelroutes in specifieke regio's. Al met al ontbreekt het aan veel data en kennis voor de uitdaging bereikbaarheid.

- *Arbeidsmarkt*

Slechts enkele partijen in Noord-Holland geven aan onderzoek uit te voeren naar de arbeidsmarkt. Deze onderzoeken hebben betrekking op een deel van het vrijetijd domein (horeca) of zoomen juist specifiek in op een bepaalde regio (Noord-Holland-Noord). Uit de deskresearch blijkt dat deze onderzoeken een beeld schetsen van o.a. de omvang in fte (per deelsector), vacatures en opleidingsniveau. De omvang van de sector qua aantal medewerkers/fte is vaak ook een uitkomst van economische impact berekeningen, maar door onvolledigheid van onderliggende gegevens zijn dit veelal ramingen. In het najaar van 2020 heeft NBTC een dashboard ingericht met gegevens over de arbeidsmarkt op nationaal, provinciaal en regionaal niveau, dit bundelt en ontsluit alle beschikbare data en is belangrijke stap vooruit qua data voor deze uitdaging.

Bovenstaande beschrijving laat zien dat voor alle onderzoeksthema's geldt dat inzichten niet compleet zijn, voor het gehele vrijetijd domein of onderdelen daarvan en ook niet voor provincie, regio's en gemeenten. In de tabel op de volgende pagina's wordt ingezoomd op de concrete onderzoeksvragen en wordt in beeld gebracht wat er wel is en of er mogelijkheden zijn om bestaande onderzoeken op te schalen, om daarmee de lacunes in te vullen.

In de tabel wordt ter verduidelijking een kleurcodering gehanteerd:

	lopend onderzoek, geen actie nodig
	onderzoek in voorbereiding, deelname Noord-Holland mogelijk
	bestaand onderzoek in deel van Noord-Holland, kan uitgerold worden naar rest van provincie
	er zijn aanknopingspunten voor vervolg, vraagt om actie, landelijk / vanuit Noord-Holland
	geen directe aanknopingspunten, daarom lange termijn

	Relevantie	Kennis of monitoring	Data reeds aanwezig? Zie bijlage 1	Beschikbaar voor Zie bijlage 1	Mogelijk vervolg
Toekomstbestendig vrijetijdsaanbod					
• Bedrijfseconomische prestaties aanbod	94%	Kennis	gefragmenteerd, onvolledig	- omzetontwikkeling sectoren provinciaal en COROP - digitaal nachtregister MRA	Hoge urgentie vanwege coronacrisis, weinig actuele data. Zoektocht naar indicatoren die 'thermometer' vormen voor actuele situatie; is een landelijk vraagstuk. Wellicht binnen LDA?
• Aansluiting aanbod op markt vraag	83%	Kennis	gefragmenteerd, zeer complex met name voor verblijfsrecreatie, voor overige deelsectoren nauwelijks gegevens beschikbaar	- vitaliteit verblijfsaanbod MRA en NHH	Dit is een onderwerp binnen Actieagenda Vitale vakantieparken 2.0 (2021-2022). Voor overige deelsectoren geen concrete aanknopingspunten bekend.
• Aanbodanalyse verblijfsaccommodaties, watersport, attracties, routes (kwantitatief: aantal bedrijven, capaciteit, vestigingslocatie)	77%	Monitoring	gefragmenteerd, onvolledig	diverse aanbodbestanden waaronder: - provinciaal via Kadaster-data - aanbodbestand MRA - hotelmonitor A'dam	Er is al veel, maar niets is compleet. Behoeftte aan afstemming definities en bronnen speelt landelijk, daarom potentieel onderwerp voor de LDA
• Aanbodanalyse kwalitatief (match leefstijlen)	77%	Monitoring	nee	---	
Druk op leefomgeving					
• Onderzoek bredere toegevoegde waarde van het vrijetijd domein voor de leefomgeving	82%	Kennis	nee, onderzoek blijft veelal beperkt tot economische waarde	---	lopend onderzoek CELTH i.s.m. Gastvrij Nederland naar maatschappelijke waarde vrijetijd domein
• Onderzoek naar effectieve uitvoering crowd/visitor management	74%	Kennis	nee	---	is thema binnen de LDA, geen specifieke actie

	Relevantie	Kennis of monitoring	Data reeds aanwezig? Zie bijlage 1	Beschikbaar voor Zie bijlage 1	Mogelijk vervolg
• Onderzoek draagvlak voor toerisme bij inwoners	71%	Kennis & monitoring	diverse onderzoeken, gefragmenteerd en onvolledig	- onderzoek Amsterdam - onderzoek Texel - landelijk onderzoek met cijfers Noord-Holland & Amsterdam	uitrollen aanpak van lokale onderzoeken naar elders in Noord-Holland
• Onderzoek fysieke draagkracht van gebieden voor toerisme	59%	Kennis & monitoring	1 lokaal onderzoek	Amsterdam	voornemen MRA voor onderzoek in 2021
Inspelen op de veranderende bezoeker					
• Aantal dagbezoekers in de gemeente / regio	98%	Monitoring	Nederlandse markt via CVTO (maar dit onderzoek wordt niet meer herhaald, alternatief per 2022); buitenlandse markt nog niet in beeld	provincie, grote regio's; niet lokaal	Deelname aan Onderzoek inkomend dagtoerisme vanuit LDA in 2021; deelname aan nieuw onderzoek dagtoerisme Nederlanders vanuit LDA in 2022
• Onderzoek gedrag bezoekers (activiteiten en bestedingen)	95%	Monitoring	via diverse bezoekers-onderzoeken; gefragmenteerd en onvolledig	- bezoekersonderzoek MRA - onregelmatige onderzoeken tav waterrecreatie en cruisevaart	Opschalen bezoekersonderzoek Amsterdam & partners
• Aantal verblijfsbezoekers in de gemeente / regio	93%	Monitoring	gedeeltelijk via CBS, CVO, Visitordata; excl. vaste gasten, particuliere verhuur en waterrecreatie	provincie, MRA, deel van de gemeenten	benutten cijfers CBS en Visitordata, deelname aan nieuw vakantieonderzoek Nederlanders van CBS
• Onderzoek profiel bezoekers	93%	Monitoring	Leefstijlvinder; daarnaast diverse bezoekers-onderzoeken; gefragmenteerd en onvolledig	Leefstijlen voor alle gemeenten; bezoekers-onderzoeken in MRA, specifieke segmenten / gebieden	Opschalen bezoekersonderzoek Amsterdam&partners

	Relevantie	Kennis of monitoring	Data reeds aanwezig? Zie bijlage 1	Beschikbaar voor Zie bijlage 1	Mogelijk vervolg
• Onderzoek behoeften bezoekers	90%	Monitoring	gefragmenteerd voor deelsegmenten	---	
• Prognoses bezoekersaantallen en -gedrag	90%	Kennis	landelijk via Perspectief 2030	landelijk, geen regionale doorvertaling	
• Onderzoek waardering bezoekers	88%	Monitoring	via diverse bezoekers-onderzoeken; gefragmenteerd en onvolledig	Amsterdam, MRA, specifieke segmenten / gebieden	Opschalen bezoekersonderzoek Amsterdam & partners
• Aantal vrijetijdsactiviteiten van eigen inwoners	83%	Monitoring	via CVTO (zie voorgaande opmerking)	provincie, grote regio's; niet lokaal	Deelname aan nieuw onderzoek dagtoerisme Nederlanders vanuit LDA in 2021/22
• Analyse consumententrends	69%	Monitoring	via diverse bronnen, niet specifiek voor NH	---	benutten bestaande bronnen
Bereikbaarheid en mobiliteit					
• Gebruikersonderzoek recreatieve routestructuren	91%	Monitoring	diverse thematische onderzoeken en tellingen, gefragmenteerd en onvolledig	O.a. wandelnetwerk, fietsnetwerk, sloepen-netwerk	Best practices identificeren en delen. Opschalen en samenwerken waar mogelijk.
• Onderzoek verplaatsingen bezoekers en bewoners – welke trajecten met welk vervoermiddel op welk moment	88%	Monitoring	als onderdeel van Agenda Mobiliteit? niet exact in beeld welke data wel of niet beschikbaar is	?	samenwerking zoeken met beleidsdomein Mobiliteit, inbrengen perspectief bezoekers
• Onderzoek mobiliteitsbehoeften nu en in de toekomst	82%	Monitoring			
• Onderzoek mobiliteitsbehoeften & knelpunten bezoekers/bewoners	76%	Monitoring			
• Toegankelijkheid/inclusiviteit ('accessible tourism')	76%	Monitoring	nee	---	
• Ontwikkelen van multimodaal mobiliteitsconcept	64%	Kennis			
• Onderzoek potenties en implicaties Mobility as a Service	61%	Kennis			
• Prognoses verplaatsingen tbv crowd management	56%	Kennis			

	Relevantie	Kennis of monitoring	Data reeds aanwezig? Zie bijlage 1	Beschikbaar voor Zie bijlage 1	Mogelijk vervolg
Passende arbeidsmarkt					
• Aantal banen, per deelsector	72%	Monitoring	via LISA volgens R&T standaard	provincie, gemeente	benutten bestaande bronnen
• Onderzoek imago van de vrijetijdsector bij (potentiële) werknemers	72%	Monitoring	niet bekend	---	---
• Evaluatie programma's die vraag en aanbod arbeid matchen	69%	Kennis	nee	---	---
• Aantal vacatures, prognose aantal vacatures	66%	Monitoring	aantal vacatures per kwartaal op SBI-niveau, prognose niet beschikbaar	provincie	samenwerking met partijen als UWV, arbeidsmarktregio
• Aantal medewerkers met "afstand tot arbeidsmarkt"	56%	Monitoring	nee	---	---
• Aantallen studenten bij opleidingen (MBO, HBO, WO)	56%	Monitoring	ja, via Arbeidsmarktmonitor Toerisme	voor provincie en arbeidsmarktregio's	benutten bestaande bronnen
• Opleidingsniveau medewerkers	50%	Monitoring	ja, via Arbeidsmarktmonitor Toerisme	voor provincie en arbeidsmarktregio's	benutten bestaande bronnen

5. Organisatie van de onderzoeksagenda

Op bedrijfsniveau zijn er ondernemingen die erg data-bewust zijn, met name de grotere bedrijven en ketens. Op het niveau van bestemmingen is het gecompliceerder door de grote variëteit van publieke en private partijen die samen het vrijetijd domein vormen. Op bestemmingsniveau is het dan ook belangrijk om rollen en verantwoordelijkheden heel expliciet te maken zodat partijen aan elkaar zijn te verbinden, er afstemming kan plaatsvinden en acties van partijen complementair kunnen zijn.

5.1 Mogelijkheden qua organisatie

Er zijn meerdere opties denkbaar als het gaat om de uitvoering van een provinciale onderzoeksagenda. Aan de ene kant van het continuüm bevindt zich een variant waar het budget voor de onderzoeksagenda bijeen wordt gebracht door alle stakeholders, zoals alle gemeenten, regio's, recreatieschappen, provincie etc. Hierbij wordt de inhoud van het werkprogramma eveneens gezamenlijk bepaald. Dit lijkt sterk op het organisatiemodel van de Landelijke Data Alliantie, waarin gewerkt wordt aan kennisdeling en onderzoek voor geheel Nederland. Hierin is er sprake van een vaste jaarlijkse bijdrage van twaalf provincies waaruit basistaken als kennisuitwisseling en afstemming over methoden worden gefinancierd; uit de subsidie van het Ministerie van EZK aan NBTC Holland Marketing worden de bureaustkosten van het programmabureau gefinancierd. Daarnaast worden jaarlijks onderzoeksprojecten geformuleerd, waarvoor additioneel financiering wordt verkregen via met name de provincies. Het verkrijgen van de benodigde financiën vraagt zeer veel tijd en afstemming en maakt dit model complex in de uitvoering. Voor alle onderzoeken die plaatsvinden is wel veel draagvlak, alle betrokkenen dragen immers ook bij aan de kosten.

Variant

Er wordt een gezamenlijk budget gecreëerd vanuit alle stakeholders, op basis waarvan de onderzoeksagenda uitgevoerd kan worden.



Variant

Provincie Noord-Holland draagt alle kosten en is alleen verantwoordelijk voor de uitvoering.

Aan de andere kant van het continuüm is de variant waarin de provincie alleen verantwoordelijk is voor de uitvoering en ook alle kosten draagt. Dit zorgt voor veel slagkracht, maar kan ook leiden tot minder betrokkenheid van alle andere stakeholders in Noord-Holland.

Tussen deze uitersten zijn vele varianten denkbaar. In de volgende paragrafen wordt toegelicht welke zaken belangrijk worden gevonden door de betrokken stakeholders.

5.2 Input vanuit de stakeholders

Stakeholders in Noord-Holland zijn middels een enquête gevraagd naar hun mening over de rollen en verantwoordelijkheden bij de uitvoering van de onderzoeksagenda. Enerzijds hebben zij vragen beantwoord over de rol van hun eigen organisatie, anderzijds over de rolverdeling van verschillende partijen.

Kijkend naar de rol die stakeholders zelf kunnen spelen, geven bijna alle respondenten (97%) aan dat zij kunnen aansluiten bij overleggen ten behoeve van de uitvoering van de onderzoeksagenda. 39% kan met menskracht bijdragen aan de uitvoering van onderzoeksagenda, 23% kan financieel bijdragen. 48% wil intern lobbyen om budgetten vrij te maken voor de onderzoeksagenda. Dit benadrukt de eerdere bevindingen: dat de middelen voor onderzoek in het vrijetijd domein bij veel partijen zeer beperkt zijn.

39% van de respondenten zegt een coördinerende rol te willen spelen bij (een deel van) de uitvoering van de onderzoeksagenda. 29% is bereid deelprojecten uit te voeren, mits zij daarvoor betaald worden.

Gevraagd naar wat er in hun *eigen organisatie* nodig is om de Noord-Hollandse onderzoeksagenda ten uitvoering te kunnen brengen, geven respondenten aan dat het vooral belangrijk is om meer menskracht te hebben voor het uitvoeren van (alle) taken. Daarnaast moeten bestuurders zich meer bewust worden van de onderzoeksthema's en is het van belang een visie op het vrijetijd domein te hebben.

De visie op het vrijetijd domein wordt zelfs het meest belangrijk gevonden als gevraagd wordt wat er *in Noord-Holland* nodig is om de onderzoeksagenda uit te kunnen voeren. Ook op provinciaal vlak vindt men het bestuurlijk commitment van groot belang, gevolgd door het alloceren van meer budget aan het vrijetijd domein.

Ten slotte is gevraagd naar de rolverdeling in Noord-Holland: welke partij zou de uitvoering van de onderzoeksagenda moeten coördineren? Het merendeel van de respondenten is van mening dat de Provincie Noord-Holland deze rol moet vervullen. Iets minder respondenten vinden dat de coördinatie op regionaal niveau zou moeten plaatsvinden, voor de Metropoolregio Amsterdam door het MRA-bureau in samenwerking met de afdeling OIS van de gemeente Amsterdam en voor Noord-Holland-Noord door het regionale Ontwikkelingsbedrijf.

Voor wat betreft de uitvoering van de onderzoeksagenda vinden respondenten dat dit een gezamenlijke verantwoordelijkheid is van een brede vertegenwoordiging van alle partijen. Respondenten denken dat er substantieel meer budget nodig is om de uitvoering mogelijk te maken. Maar ook denkt men dat er meegelift kan worden op bestaande budgetten vanuit andere beleidsdomeinen door onderzoeksthema's beter met elkaar te verbinden. Dit vraagt overigens wel om goede organisatie en afstemming.

5.3 Verkenning bij enkele partners

Vanuit de interviews en beide enquêtes waren er enkele partijen die meermaals genoemd werden als potentiële partner in de onderzoeksagenda Noord-Holland, zijnde amsterdam&partners, Inholland en de afdeling Onderzoek, Informatie & Statistiek (OIS) van de gemeente Amsterdam. Met deze partijen heeft CELTH verkennende gesprekken gevoerd, om te bekijken in hoeverre die potentie ook daadwerkelijk aanwezig is.

amsterdam&partners

Data zijn voor amsterdam&partners (A&P) essentieel om hun taken richting bezoekers, bewoners en bedrijven uit te kunnen voeren. Het belang van data moet je continu blijven uitdragen. Overheden en DMO's hebben hierin een belangrijke rol richting hun achterban. Zo creëer je een ecosysteem waarin ieder zijn eigen rol heeft rondom data. Dit moet je steeds ondersteunen en regisseren, in de Metropoolregio Amsterdam gebeurt dat bijvoorbeeld vanuit het MRA bureau, werkgroep toerisme.

De thema's die in deze onderzoeksagenda voorkomen worden herkend, evenals de leemtes qua kennis, zoals bijvoorbeeld op het gebied van aanbod - het overzicht ontbreekt, met name van kleinere aanbieders. De relatie met de leefomgeving is een zeer belangrijk thema in de visievorming en beleidsontwikkeling: we moeten nadrukkelijk oog hebben voor de sociale, ecologische en economische impact van het vrijetijd domein, in negatieve zin, maar ook in positieve zin. Bijvoorbeeld: wat is de bijdrage van de bezoekerseconomie aan de infrastructuur en het voorzieningenniveau? Qua crowd/visitor management gaat het om druk op de openbare ruimte, hoe kunnen we bezoekersstromen in de gewenste banen leiden?

Qua dataverzameling richt OIS zich meer op statistische data uit allerlei bestaande bronnen, bijv. rondom aanbod, overnachtingen en arbeidsmarkt; A&P houdt zich meer bezig met onderzoek naar gedrag en profiel van bezoekers. A&P is in de zomer van 2019 gestart met een grootschalig continu online bezoekersonderzoek in de Metropoolregio Amsterdam. Allerlei aanbieders in het vrijetijd domein kunnen deelnemen. Zij kunnen op hun locatie bezoekers actief verwijzen naar een bordje met QR code, die bezoekers doorlinkt naar de gestandaardiseerde vragenlijst van het regionale bezoekersonderzoek. Aanbieders mogen zelf vijf vragen voor hun eigen locatie toevoegen, waarbij zij kunnen kiezen uit een lijst van mogelijke vragen. In ruil voor hun deelname aan het bezoekersonderzoek krijgen zij toegang tot de inzichten en in het finale stadium tot een portal (<https://survey.iamsterdam.com/>) waar regionale resultaten worden ontsloten en deelnemers hun individuele data kunnen inzien. Het succes van zo'n continu, bottom-up onderzoek staat of valt met de medewerking van aanbieders. Het coördineren, activeren en continu enthousiasmeren van ondernemers (bedrijven en culturele instellingen) vraagt om veel inzet en communicatie. Dit vraagt om een kartrekker die partijen als gemeenten en regionale/lokale DMO's die bij ondernemers over de vloer komen meeneemt, databewust maakt zodat zij vervolgens de ondernemers kunnen motiveren om mee te doen. Rondom één onderzoeksvraag ontstaat er dan een kennisketen van partijen die elkaar versterken. Er is reeds fors geïnvesteerd in de infrastructuur, de eerste dataset vanuit het eerste half jaar is gevalideerd met behulp van data uit BOMA 2015/2016 en een eerste opzet van het dashboard is uitgewerkt. Het uitrollen naar een grotere regio, bijvoorbeeld de rest van Noord-Holland, is vooral een communicatieve (draagvlak ondernemers, inzet in de praktijk) en organisatorische uitdaging, maar is qua aanpak en infrastructuur goed mogelijk. Amsterdam&partners gaan hierover graag het gesprek aan.

Inholland

Bij onderzoek kan onderscheid worden gemaakt tussen kennisontwikkeling en monitoring. Voor veel onderzoeksvragen wordt in (delen van) Noord-Holland of elders al onderzoek gedaan, daardoor is al bekend welke onderzoeksmethoden mogelijk zijn en gaat het dus vooral om het organiseren van de uitvoering: *monitoring*. Voor andere onderzoeksthema's gaat het niet zozeer om data, maar ook om instrumentarium en handelingsperspectieven; het gaat meer om 'hoe?'. In deze gevallen gaat het om meer strategische *kennisontwikkeling*. Deze onderzoeken gaan veel meer om het samen ontwikkelen van innovatieve methoden en oplossingen. Monitoring komt in deze projecten pas in een veel latere fase aan de orde. Dit soort strategische kennis-vraagstukken passen bij uitstek bij lectoraten van een hogeschool. Inholland heeft diverse relevante lectoraten in het vrijetijd domein. Binnen het lectoraat New Urban Tourism zijn er binnen de thema's bezoekersdruk en de weerbaarheid van toeristische bestemmingen veel raakvlakken met de Noord-Hollandse onderzoeksagenda. Vanuit dit lectoraat wil Inholland graag samenwerken aan strategische kennisontwikkeling op één of enkele van de vraagstukken.

Naast kennisontwikkeling vanuit lectoraten is het ook mogelijk om met studenten te werken. In de zogeheten Citylabs werken studenten van verschillende opleidingen en domeinen aan concrete maatschappelijke vraagstukken, ingegeven door bedrijfsleven, overheid en onderwijsinstelling. In een project doen de studenten, begeleid vanuit onderwijs en praktijk, eerst onderzoek en ontwikkelen ze op basis van de resultaten een concept. In zulke onderwijsprojecten is er altijd sprake van een inspanningsverplichting vanuit studenten, de kwaliteit van het resultaat kan niet worden gegarandeerd. In het geval van samenwerking met lectoraten is er natuurlijk wel een resultaatverplichting.

OIS Amsterdam

De noodzaak om te komen tot meer lokale en regionale data is groot. Er zijn veel data, maar de bruikbaarheid voor regionale en lokale vraagstukken is niet toereikend. Data op de schaal van Noord-Holland hebben namelijk nauwelijks waarde, de regio's zijn zo enorm verschillend qua vrijetijdsaanbod en bezoekers dat provinciale gemiddelden niet werkbaar zijn. Het is van belang om lokale en regionale vragen te bundelen, om dan gezamenlijk de financiering en uitvoering te organiseren.

De Landelijke Data Alliantie is een heel mooi voorbeeld op landelijke schaal, maar lijkt nu vooral gericht op het genereren van meer data op provinciaal niveau en dat komt niet tegemoet aan de vragen in de regio.

De thema's die in deze onderzoeksagenda voorkomen worden herkend; begrijpelijk dat thema's die vooral uit andere beleidsdomeinen komen wat minder urgent lijken te zijn, maar de relevantie is er zeker wel voor het vrijetijd domein.

In de uitvoering van de onderzoeksagenda kunnen drie hoofdtaken worden onderscheiden:

- Vraagarticulatie namens een brede coalitie van partijen, bijeenbrengen van budget
- Inkoop / uitvoeren van daadwerkelijk onderzoek
- Ontsluiting van data en informatie

De provincie is een logisch coördinatiepunt om de vragen vanuit Noord-Holland te bundelen en mee te nemen naar dataleveranciers / onderzoekspartijen. Het is van belang om klein en praktisch te beginnen, bijvoorbeeld rondom één thema. Wat is realistisch en uitvoerbaar? Vanuit zo'n klein, maar succesvol begin kunnen partijen de activiteiten samen opbouwen en uitbreiden.

OIS kan o.a. een rol spelen in het ontsluiten van data en informatie. Hiervoor bestaat reeds een online infrastructuur op <https://data.amsterdam.nl/>. Momenteel maakt OIS jaarlijks rapportages over toerisme in de Metropoolregio Amsterdam, het is mogelijk om dit uit te breiden naar heel Noord-Holland. OIS gaat hierover graag vervolggesprekken aan.

5.4 Organisatiemodel

Kijkend naar de input die is verzameld in de enquête en de verkennende gesprekken met een drietal partijen in Noord-Holland worden de contouren voor het organisatiemodel duidelijk. Een aanpak waarin de volledige onderzoeksagenda gezamenlijk bepaald én betaald wordt lijkt niet haalbaar gezien de beschikbare middelen (tijd en financiën) bij de stakeholders in Noord-Holland. Zeker gezien het grote aantal partijen zou dit de uitvoering van de onderzoeksagenda ernstig vertragen.

Een aanpak waarin Provincie Noord-Holland de volledige uitvoering op zich neemt is ook niet wenselijk, gezien het grote belang dat alle partijen hechten aan de beschikbaarheid van goede data. Vrijwel alle stakeholders geven aan mee te willen denken over de onderzoeksagenda en vrijwel iedereen vindt dat de onderzoeksagenda een gezamenlijke verantwoordelijkheid is.

CELTH adviseert daarom het volgende organisatiemodel:

Verantwoordelijkheid	Gezamenlijk, bijvoorbeeld onder de noemer 'Data Alliantie Noord-Holland'	
Coördinatie	Provincie Noord-Holland	
Financiering	Basis Provincie, daarnaast gezamenlijk per project	
Uitvoering	Kennisontwikkeling	Kennisinstellingen (HBO en WO) en marktpartijen
	Monitoring	amsterdam&partners OIS bij Gemeente Amsterdam Landelijke Data Alliantie Marktpartijen

Conform de wensen van de stakeholders in Noord-Holland is de uitvoering een gezamenlijke verantwoordelijkheid, dus er zou een brede vertegenwoordiging van alle stakeholders moeten worden samengesteld. Vergelijkbaar met de Landelijke Data Alliantie. Belangrijke activiteit voor deze 'Data Alliantie Noord-Holland' is afstemming en kennisuitwisseling rondom onderzoek in het vrijetijdsdomein. Het centraal ontsluiten van beschikbare data en onderzoeksrapporten kan bijdragen aan deze kennisuitwisseling en ook aan het vindbaar en bruikbaar maken van bestaand onderzoek. De 'Data Alliantie Noord-Holland' stelt op basis van de inhoudelijke kaders van deze Strategische Onderzoekagenda jaarlijks een werkprogramma samen. Geadviseerd wordt om klein en pragmatisch te starten met één of twee projecten, en bij gebleken succes de activiteiten uit te breiden. Selectie van projecten kan plaatsvinden op basis van de tabellen in hoofdstuk 4. Op termijn zou dit werkprogramma moeten bestaan uit een vaste basis van jaarlijkse/continue onderzoeken. Aanvullend wordt gewerkt aan een cyclus van onderzoeken, die eens per twee of vier jaar geprogrammeerd staan, conform wensen van de stakeholders.

De daadwerkelijke coördinatie ligt bij de Provincie Noord-Holland, als penvoerder van de 'Data Alliantie Noord-Holland', die de onderzoeksactiviteiten afstemt, coördineert en aanstuurt.

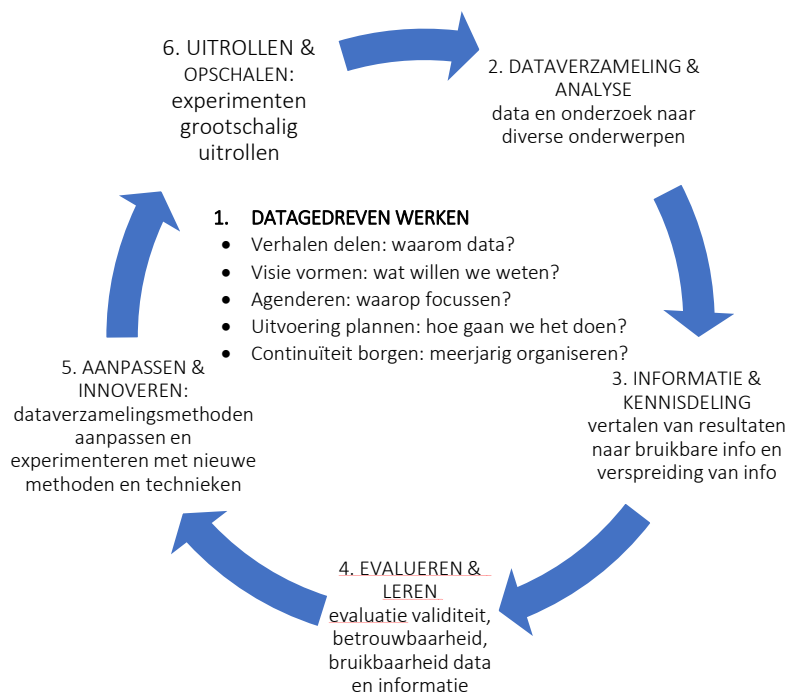
Provincie Noord-Holland financiert de basistaken waarmee uitvoering van de onderzoeksagenda mogelijk wordt gemaakt. Daarnaast betaalt de provincie voor de basisdeelname aan de Landelijke Data Alliantie en draagt het de kosten voor deelname aan landelijke onderzoeken die geïnitieerd worden door de Landelijke Data Alliantie. Voor aanvullende onderzoeksprojecten wordt de financiering in overleg met de 'Data Alliantie Noord-Holland' vastgesteld, waarbij het voor de betrokkenheid van stakeholders van belang is dat iedereen naar draagkracht bijdraagt.

Bij de uitvoering kan onderscheid worden gemaakt tussen kennisontwikkeling en monitoring. Voor veel onderzoeksvragen wordt in (delen van) Noord-Holland of elders al onderzoek gedaan, daardoor is al bekend welke onderzoeksmethoden mogelijk zijn en gaat het dus vooral om het organiseren van de uitvoering: *monitoring*. Primair ligt het voor de hand om een aantal bestaande regionale onderzoeksactiviteiten die reeds lopen in de Metropoolregio Amsterdam op te schalen naar de gehele provincie. Op deze manier wordt de bestaande kennis en kennisinfrastructuur nog beter benut. Daarnaast kan worden aangesloten op landelijke onderzoeksprojecten zoals die bijvoorbeeld plaatsvinden binnen de Landelijke Data Alliantie (LDA). Voor andere onderzoeksvragen kunnen opdrachten worden aanbesteed bij marktpartijen.

Voor een deel van de onderzoeksthema's gaat het niet zozeer om data, maar ook om instrumentarium en handelingsperspectieven; het gaat meer om 'hoe?'. In deze gevallen gaat het om meer strategische *kennisontwikkeling*. Deze onderzoeken gaan veel meer om het samen ontwikkelen van innovatieve methoden en oplossingen. Monitoring komt in deze projecten pas in een veel latere fase aan de orde. Voorgesteld wordt om bij dit soort vraagstukken voornamelijk samen te werken met kennisinstellingen als hogescholen, universiteiten en/of met specifieke marktpartijen. Zo heeft Hogeschool Inholland diverse relevante lectoraten, die o.a. kennis ontwikkelen rondom bezoekersdruk en de weerbaarheid van toeristische bestemmingen.

Het uitvoeren van een onderzoeksagenda vereist een samenwerkingsmodel zoals hiervoor geschetst, maar ook een groeimodel waarin partijen aan de slag gaan in een cyclisch proces. Dit wordt ook wel "de datacyclus" genoemd: behoefte definiëren, data ophalen (monitoren), data analyseren, interpreteren, ontsluiten en gebruiken, evalueren en verbeteren. Dit cyclische model helpt voor het verbeteren van het 'product' data: immers er is behoefte aan kwalitatief hoogwaardige (ofwel valide, betrouwbaar, bruikbaar) data. Dit is gevisualiseerd in de onderstaande figuur.

Met het samenstellen van de onderzoeksagenda en het plannen van de uitvoering, is de cyclus in feite al op gang gebracht (zie figuur, punt 1 'datagedreven werken'). Voor elk onderzoeksthema en elke onderzoeksvraag in de agenda is het zaak om relevante gebiedspartijen aan te sluiten en de bovenstaande cyclus te doorlopen.



6. Werkprogramma

De inventarisatie laat zien dat er veel data zijn, maar dat het aanbod niet naadloos aansluit bij de kennisbehoefte die in kaart is gebracht bij de stakeholders in Noord-Holland. Op diverse vlakken is er een witte vlek als het gaat om data en daarmee is er dus ook een kennisleemte. De witte vlekken zijn helaas talrijk en de beschikbare middelen beperkt. Bij beperkte middelen is het noodzaak te prioriteren en keuzes te maken. De enquête die is uitgezet onder gebiedspartijen, geeft een eerste beeld van waar partijen op prioriteren.

Door te starten op een beperkt aantal concrete onderwerpen of thema's waar een combinatie van energie, mensen en middelen is, wordt het mogelijk om enerzijds resultaten te boeken met beperkte middelen en is het anderzijds mogelijk om de lobby op te tuigen waardoor de aanpak is uit te breiden en meer witte vlekken zijn op te lossen. Al doende ontstaan er meer inzichten, moet de onderzoeksagenda worden geactualiseerd, opnieuw budgetten gevonden worden, etc – ofwel een cyclisch proces aangegaan zoals eerder is beschreven.

Bij het oppakken van meer (en meer) onderzoeksvragen kan het goed zijn dat sommige partijen in meerdere ketens zullen samenwerken, en er een data-ecosysteem ontstaat. In kennisketen kan de rol van een partij verschillen, van het spelen van de hoofdrol, een bijrol of als facilitator. Het duurzaam organiseren van kennisketens heeft een aantal voordelen en lost ook een aantal knelpunten op. Ten eerste vergroot het de capaciteit om dataspecialisten in dienst te nemen of te houden (zie voorbeeld Amsterdam & Partners). Ten tweede brengt het partijen dicht bij elkaar en is het eenvoudiger om gezamenlijk op te trekken op thema's waar data ontbreekt (watersport, 'sharing economy'). Ten derde voorkomt het dat organisaties solistisch bezig zijn en zorgt het dat zij beter van elkaar op de hoogte zijn wat de ander in huis heeft aan data, kennis, ervaring en wat men inkoop.

6.1 Suggestie werkprogramma 2021 en 2022

Op basis van de urgentie zoals benoemd door stakeholders en op basis van concrete kansen die zich op korte termijn voordoen, wordt hieronder een suggestie gedaan voor het werkprogramma in 2021 en 2022. Om gehoor te geven aan het advies van diverse stakeholders om 'klein te beginnen' adviseert CELTH om te starten met één of twee onderzoeksprojecten, bij voorkeur binnen de drie prioritaire thema's, zijnde 'Toekomstbestendig vrijetijdsaanbod', 'Druk op de leefomgeving' en 'Inspelen op de veranderende bezoeker'. Daarbij stelt CELTH voor om te focussen op de onderzoeksvragen met de hoogste relevantie en/of onderzoeksvragen waarvoor een concrete aanpak voorhanden is. Let wel: onderstaand schema is een suggestie en geeft een indruk hoe een werkprogramma binnen de onderzoeksagenda eruit kan zien. Het daadwerkelijke werkprogramma dient te worden vastgesteld door de nieuwe 'Data Alliantie Noord-Holland'.

	2021	2022	Toelichting
Toekomstbestendig vrijetijdsaanbod			
<ul style="list-style-type: none"> Bedrijfseconomische prestaties aanbod 	onderzoeksvraag inbrengen binnen LDA, verkennen aanpak	uitvoering onderzoek	Dit is volgens stakeholders het meest relevante vraagstuk bij 'aanbod' (94%), mogelijk mede vanwege de coronacrisis en de behoefte aan inzicht in de staat van de sector. Dit thema speelt ook elders in het land, daarom wordt voorgesteld om binnen de LDA te kijken naar een landelijke aanpak

	2021	2022	Toelichting
Druk op leefomgeving			
<ul style="list-style-type: none"> Onderzoek fysieke draagkracht van gebieden voor toerisme 	onderzoek in de MRA	uitrol rest Noord-Holland	De MRA bereidt een onderzoek voor dat in 2021 uitgevoerd zal worden, ligt voor de hand om dit later ook elders in Noord-Holland uit te voeren.
Inspelen op de veranderende bezoeker			
<ul style="list-style-type: none"> Onderzoek gedrag bezoekers (activiteiten en bestedingen) 	Vorbereiding uitrol bezoekersonderzoek A&P in de rest van Noord-Holland	Uitvoering uitrol bezoekersonderzoek A&P in de rest van Noord-Holland	95% van de stakeholders vindt dit vraagstuk relevant. Amsterdam&partners is in 2020 gestart met een grootschalig, continu, bottom-up bezoekersonderzoek; het ligt voor de hand om deze aanpak uit te rollen over de rest van Noord-Holland. Daarmee wordt ook inzicht verkregen in de vraagstukken profiel en waardering van bezoekers. Daarnaast wordt aanbevolen om deel te nemen aan de landelijke onderzoeken vanuit de LDA, het Onderzoek Inkomend Toerisme en het nieuwe onderzoek naar het vakantiegedrag van Nederlanders.

6.2 Volgende stappen

Deze Onderzoeksagenda is het resultaat van een proces waarin vele stakeholders vanuit Noord-Holland actief betrokken zijn geweest. De mate van betrokkenheid gedurende het proces laat zien hoeveel waarde wordt gehecht aan goede data over het vrijetijd domein.

Het belang van deze onderzoeksagenda wordt tevens geborgd in de Visie toerisme en recreatie Noord-Holland die eind dit jaar wordt afgerond.

CELTH adviseert de Provincie Noord-Holland om deze Strategische Onderzoeksagenda Vrijetijd domein Noord-Holland te delen met al deze betrokken stakeholders en met hen te komen tot een goede afvaardiging in de op te richten 'Data Alliantie Noord-Holland'. Deze 'Data Alliantie Noord-Holland' wordt uitgenodigd om aan de slag te gaan met een definitief werkprogramma voor (een deel van) 2021 en 2022.

Bijlage 1: Overzicht beschikbare onderzoeken / gegevensbronnen

Onderzoek	Vraag	Aanbod	Druk op ruimte	Mobiliteit	Arbeidsmarkt	Frequentie	Geografisch	Jaar uitgebracht
Digitaal nachtregister MRA (Visitor Data)	X	X				Continu	Regionaal	
Statistiek Logies Accommodaties - CBS	X	X				Continu	Provinciaal / Amsterdam	
Bezoekersonderzoek Metropoolregio Amsterdam https://survey.iamsterdam.com/	X			X		Continu	Regionaal	
Aanbodanalyse MRA conform CBS-definitie		X				Continu	Regionaal	
Hotelmonitor (planvoorraad)		X				Continu	Regionaal	
Staat van bestemming Nederland https://dashboard.nbtc.nl/	X	X	X		X	Frequent	Provinciaal/Regionaal	2020
Kadaster data mbt aanbod		X				Frequent	Provinciaal	2020
Arbeidsmarktmonitor Toerisme https://dashboard.nbtc.nl/dashboard/arbeidsmarktmonitor					X	Frequent	Provinciaal/Regionaal	2020
S.M.A.R.T update	X	X				Frequent	Regionaal	2019
Toeristische Barometer Noord-Holland	X					Frequent	Provinciaal	
Visitor insight Amsterdam	X					Frequent	Lokaal	
Regionale omzetonwikkeling toeristisch bedrijfsleven https://nbtc.nl/nl/home/activiteiten/regionale-omzetonwikkeling-toeristische-bedrijven-2019.htm		X				Jaarlijks	Provinciaal/Regionaal	2020
Toeristische druk - intensiteit, dichtheid, capaciteit en bezetting https://nbtc.nl/nl/home/newsroom/regionaal-inzicht-in-toeristische-druk-intensiteit-en-dichtheid.htm en https://nbtc.nl/nl/home/activiteiten/regionaal-inzicht-in-toeristische-druk-capaciteit-en-bezetting.htm		X	X			Jaarlijks	Provinciaal/Regionaal	2020
Cruise statistieken ACP-regio	X	X				Jaarlijks	Lokaal	
Museumcijfers	X	X			X	Jaarlijks	Nationaal/Provinciaal	
Toerisme in MRA	X	X	X		X	Jaarlijks	Regionaal	
ContinuVakantieOnderzoek	X			X		Jaarlijks t/m 2020	Provinciaal/Regionaal	

Onderzoek	Vraag	Aanbod	Druk op ruimte	Mobiliteit	Arbeidsmarkt	Frequentie	Geografisch	Jaar uitgebracht
Monitor toerisme en recreatie Den Helder	X	X					Lokaal	2020
Kustmonitor	X		X	X			Regionaal en nationaal	2020
Toeristische draagkracht van wijken - Amsterdam			X				Lokaal	2020
Economische waarde en marktpotentie zeeceuze	X	X	X				Regionaal	2019
Horeca: de huiskamer van het toerisme	X	X			X		Nationaal	2019
Visie hotel en leisure Ouder-Amstel: bouwstenen voor ontwikkelingen	X	X					Lokaal	2019
Short-Term rental and houses prices Amsterdam		X	X				Lokaal	2019
Perception of residents towards city tourism: impact and measures			X				Nationaal/Provinciaal	2019
De toekomstige arbeidsmarkt van Holland boven Amsterdam							Regionaal	2019
Toeristische draagkracht vanuit inwonersperspectief in de gemeente Texel			X				Lokaal	2019
Fietsnetwerk Noord-Holland	X	X		X				2018
Kerncijfers 2018: Amsterdam als meetingbestemming	X	X					Lokaal	2018
Leefstijlvinder	X						Nationaal/Provinciaal	2018
Monitor vrijetijdseconomie Noord-Holland	X	X			X		Provinciaal	2018
Sloepennetwerk Noord-Holland	X	X		X				2018
Wandelnetwerk Noord-Holland	X	X		X			Provinciaal	2018
2018 in Vogelvlucht --> infographics recreatieschappen	X						Lokaal	2018
ContinuVrijeTijdsOnderzoek	X			X			Provinciaal	2018
Airbnb in Noord-Holland		X	X				Provinciaal	2018
Attraction development study – Amsterdam Metropolitan Area		X					Regionaal	2018
Marktruimte onderzoek detailhandel provincie Noord-Holland		X					Provinciaal	2018
Monitor attracties MRA		X	X		X		Regionaal	2018

Onderzoek	Vraag	Aanbod	Druk op ruimte	Mobiliteit	Arbeidsmarkt	Frequentie	Geografisch	Jaar uitgebracht
Amsterdam: een stad van de lokale bewoners of (wereld) toeristen?			X				Lokaal	2018
Economische effecten van Schiphol	X	X	X	X			Lokaal	2017
Economische impact riviercruisevaart	X	X					Provinciaal	2017
Bezoekersstromen Amsterdam en Zandvoort	X		X	X			Lokaal	2017
De impact van de bezoekerseconomie op Amsterdam	X		X				Lokaal	2017
Ontwikkeling watersport IJsselmeergebied 2012 - 2016/17	X						Regionaal	2017
Arbeidsmarkt en opleidingsbehoeften Horeca		X			X		Nationaal	2017
Regionale visie verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord		X			X		Regionaal	2017
Vaarroute IJsselmeer-Amstelmeer							Lokaal	2017
Bezoekersstromen culturele instellingen onderzoek Gooi en Vechtstreek	X	X					regionaal	2016
Gebiedsvisie recreatie & toerisme Loosdrechtse plassengebied	X	X					Lokaal	2016
Kansen waterrecreatie in Almere	X	X					Lokaal	2016
Onderzoek Hotelbeleid MRA	X	X					Regionaal	2016
Retailvisie Texel: marktanalyse voorzieningenstructuur	X	X					Lokaal	2016
Verkenningen waterrecreatie Noord-Holland	X	X					Provinciaal	2016
Bezoekersonderzoek natuur- en recreatiegebieden	X						Regionaal	2016
Visie op waterrecreatie in Noord-Holland 2030							Provinciaal	2016
Feiten en cijfers over de vrijetijdssector in Noord-Holland	X	X			X		Provinciaal	2015
Ontwikkeling watersport Hollandse Plassen 2008-2015	X						Regionaal	2015